

SUPERTIÑOSA ayuda a LOS AGACHADOS... ¿Qué pensará MAFALDA? Historiar la historieta: ¿un proyecto académico y/o político?

María Pérez Yglesias
Universidad de Costa Rica

The history of the comic strip. *Supertiñosa* helps the *Agachados*. What will *Mafalda* think? (An academic and/or political project). The comic strip, as significant practice, participates in the struggle between tradition and change. From the 1960's, the comic strip rebelled, broke bounds, exceeded limits and institutionalized its marginal possibilities. The article not only synthesizes theoretical concepts but also outlines a history of the comic strip as practice and as metalanguage. It reflects on current perspectives –both in the developed countries and the Third World– emphasizes production and reproduction in Latin America, and concentrates attention on Central America and particularly Costa Rica. Hypotheses, assumption and empirical research are interwoven in a single text in order to generate discussion and other texts. Every page contain relativity, legitimate practices put pressure on marginal population, disinformation blocks and limits. The collection of material, the confrontations of different texts, the attempt to demonstrate contradictions and possibilities all have –from this perspective– political in addition to academic value.

INTRODUCCION

La 'práctica significativa' denominada en español historieta participa –como todas las otras producciones sociales– de un proceso en que la 'continuidad y la ruptura' luchan por imponer la tradición o el cambio.

Despreciada y oculta como posibilidad real de transformación; asumida como 'mass media' y negada como cultura; indiferente a los 'académicos' y objeto de moralistas; relegada al 'sub-arte', a lo popular, a lo infantil e intrascendente, la historieta gesta su rebelión y la revolución llega en los años sesenta y continúa –renovándose– hasta hoy.

Al repasar la 'historia' de la práctica se hace evidente cómo, tradicionalmente, se resalta su carácter *comercial*, de intercambio y su vocación de reproductora de ideología dominante con su obsesión por el consumo, su poder jerárquico y jerarquizante, su valorización de lo individual y del sentido "universal y natural" de sus principios. Algunos países socialistas niegan la utilización de la historieta porque la consideran nociva.

En los años 60/70 se cambia la perspectiva y la historieta –que nunca aceptó el sometimiento

total– quiebra todos los parámetros, rebasa los límites e institucionaliza lo marginal de sus posibilidades: romper mitos y privilegios, contribuir con diversos campos del desarrollo material, abrir brecha educativa, renovar técnicas, mostrar la productividad, el diálogo textual y la capacidad transformativa...

La historieta es pues 'un arma de dos filos' que puede volverse contra la verticalidad y manipulación ideológica poniéndose al servicio –como medio– del cambio y el mejoramiento de los pueblos.

América Latina –y en general el Tercer Mundo– invadida por la historieta (strip, comic book) occidental, fundamentalmente norteamericana, a pesar de poseer una escasa infraestructura para la producción y distribución de *prácticas autóctonas*, presenta históricamente un balance favorable. Sobre todo en los últimos años y siempre ligada a coyunturas socio-políticas específicas y a particulares condiciones culturales, algunos países (México, Cuba, Argentina, Perú, Nicaragua, Chile...) no sólo sobresalen por sus trabajos artísticos individuales sino por los esfuerzos en equipo –respaldados o no– por organizaciones de índole diversa.

En América Central las experiencias no abundan aunque sobresalen proyectos como el del estado de Nicaragua o el de grupos o historietistas, como el costarricense Hugo Díaz o el nicaragüense Róger Sánchez. Costa Rica, además, juega un importante rol de intermediario como lo hacen México, Argentina y hoy también Colombia y Venezuela.

El trabajo de investigación parte de una serie de reflexiones y planteamientos teóricos, de una visión contextual hasta llegar al caso concreto: los límites sin límite, la práctica y su metalenguaje, lo lejano —en años y geografía— y la cercana y presente América Latina. El contexto internacional contribuye a comprender el por qué de una producción escasa e incipiente en Centro América y Costa Rica, como caso específico, busca poner en evidencia una producción nacional, su uso particular y las opciones de lectura extranjera que existen.

El artículo consta, entonces, de varias partes —en apariencia diferentes— pero que, como vasos comunicantes o red infinita de relaciones, participan del diálogo necesario. Teoría y práctica; pensamiento y observación; hipótesis, supuestos e investigación concreta se unen en un solo texto que —lejos de pretender lo exhaustivo— quiere generar discusión y textos diferentes. La relatividad campea en cada página, la discriminación existe y las prácticas legítimas presionan sobre las marginales de las que, a duras penas, se puede obtener cierta información parcial.

La desinformación, como uno de los males endémicos del Tercer Mundo, se agrava en América Central: recoger y organizar materiales desde distintos ángulos, elaborar hipótesis sin olvidar el contexto internacional y la especificidad y/o similitud entre los países de la región tiene ahora no solo un valor académico sino también político.

1. LOS LIMITES SIN LIMITE:

— ¡Papá! Ya no quiero seguir durmiendo con mi hermanito

— Aguanta, ya en estos días le acaban su ataúd.

dzib (1)

1.1. Del “arte” al “sub-arte”:

Definir es siempre *limitar*. Definir es encasillar, abstraer características específicas, enfatizar las equivalencias y señalar una diferencia con respecto a algo. Las producciones significantes, textos (2) o

simplemente *las prácticas sociales que producen sentido* han sido rigurosamente clasificadas según el soporte material que las sostenga (escultura, arte pictórico, literatura...), según la finalidad social que cumpla (ética, estética, educativa, legal, informativa, entretenimiento...), según la visión de mundo o la ideología que represente (tradicionales—reproductoras de ideología dominante/ contestatorias—críticas).

Definir es *mantener*. Clasificar no solo ordena un material específico sino que pretende que las nuevas producciones respeten ese ordenamiento y se sumen a estructuras ya determinadas. Caracterizar busca defender un *sistema* estructurado y estructurante, impedir —hasta donde sea posible— la *ruptura*, el cambio.

Por eso definir es *legitimar* o rechazar prácticas sociales determinadas, es *institucionalizar* unos medios de producción/reproducción de sentido y marginar otros. Es favorecer la ley, el orden, lo simbólico, la norma, la teología contra lo pulsional, lo asistemático, lo sorpresivo, el quiebre, lo semiótico (3). Por eso el sistema tiende a ser unívoco, bivalente e incluso polisémico, pero evita la ambivalencia, la ambigüedad; evita poseer dos significados al mismo tiempo, ser y no ser a la misma vez (4).

Si se entra al campo de las producciones de sentido que se hacen a través de la lengua (fundamentalmente escrita), aparece como práctica legitimada, legitimadora y legítima pero a la vez estética: la *literatura*. Todos los textos que se aparten de los límites establecidos previamente, se definen —si son “arte de élite”— como vanguardias y si tienen un espectro más amplio como no—arte, sub—literatura, para—literatura o infra—literatura... La llamada literatura es, además, clasificada por géneros y lo que no puede incluirse dentro de estos es denominado “misceláneo” o a lo sumo “arte menor”. A esto hay que agregar la división en subgéneros, movimientos y tendencias. Cuando una práctica distinta no puede rechazarse, se le erige en modelo o se le guarda en el museo de la excepción.

Las producciones de sentido que implican la imagen (forma, composición, color, dimensión, volumen o perspectiva, movimiento...) también se enmarcan —como las literarias— dentro de corrientes, escuelas, técnicas... y aquellas que se diferencian son asumidos posteriormente y clasificadas dentro del sistema o rechazadas como sub—arte.

Es pertinente señalar que las mezclas de códigos, de soportes materiales, de perspectivas, siempre son puestas en tela de juicio: intentan ser

eliminadas o se aceptan al principio con la etiqueta peyorativa de 'sub'/'para' o 'infra'... Son prácticas que se consideran 'impuras', no-clásicas, especies de 'mutantes', de mezclas 'no-naturales' o quizás más bien contra natura. Recuérdese que la ideología dominante funda su poder no solo en su producción y reproducción constante de mitos, estereotipos y prejuicios, no solo en su sentido único sino en su pretensión de universalidad y fundamento en lo natural. Los híbridos aumentan las posibilidades de escapar de las rejas, mallas o muros impuestos. La mezcla de códigos, de materiales, permite la metamorfosis; evidencia la transformación, el proceso.

Los denominados medios de comunicación de masas —que como irónicamente señala Antonio Prieto hacen “la historia de masas sin masas” (5)— han sido cuidadosamente separados de las llamadas obras artísticas, de lo definido como estético. La función informativa es la única que adquiere valor explícito. “El poder para” e “intención de” producir y reproducir las reglas del sistema a través de la manipulación se oculta sistemáticamente. Este aparato ideológico del estado (6) —en la actualidad uno de los más importantes (¿el más importante?)— que nace en y al servicio del capitalismo, impulsa, promueve y sostiene la sociedad de consumo. Una sociedad donde el valor de uso cede su primacía al de cambio, donde el fetiche reina, lo individual masifica, la jerarquía se impone y la verdadera comunicación no existe. Los ‘mass media’ asumen un rol preponderante pero son ‘denigrados’ ante la ‘originalidad’ del genio—sujeto—creador que produce arte. Son instrumentos al servicio del poder, quien los desvaloriza por estar dirigidos a las masas, supuestamente incapaces de gustar de lo estético. El arte no se concibe, pues, para todos. Popularizarlo es rebajar su categoría; cuanto más minoritario, individual y único es, el valor aumenta (y el precio también...). Los llamados ‘arte popular’ y ‘arte de masas’ han tenido que luchar fuertemente para ocupar un lugar en el mundo artístico. Y como la práctica cotidiana es más rica que la teoría y los límites explotan bajo la presión, el cine resulta bautizado como el séptimo arte y la historieta como el octavo o noveno (7).

El sistema impone y se impone y ceder ante determinadas fuerzas es también parte de esa imposición, de su capacidad transformativa, de sus ajustes, de sus sistemas de recuperación (8). La censura se relaja y, en determinadas circunstancias, la autocensura toma el poder (9).

1.2. Nombrar y definir una práctica.

Hablar de comic, historieta, tebeo, fumetti, strip, B.D., tira cómica, funnie, pepín, paquito, mono, muñequitos, penguin, figuración narrativa, humor gráfico, memines, caricatura comentada, komik, pasquín, ‘lianhuanhua’, periodismo en imágenes, historia ilustrada, comix,... es también una forma de encasillar, de definir. Cada nombre remite a un estilo, un personaje, una característica, un país, una intencionalidad, una época y, por lo tanto, a una concepción determinada y determinante.

Un repaso de los textos escritos hasta ahora sobre ese medio de ‘comunicación /cultura’ de masas, evidencia el encasillamiento y las profundas contradicciones existentes entre las diversas perspectivas para definir, pero también la imposibilidad de hacerlo rígidamente: se resalta el carácter *impreso* (sin importar el tamaño del formato, la extensión, la frecuencia con que se publica, si se incluye o no en otro medio...), la utilización de diversos códigos/amalgamados (icónico, tipográfico, lingüístico, cinético, gestual), la facultad de transmitir un mensaje (describir, sugerir, provocar...). Se le considera un híbrido donde la imagen participa activamente y el texto la acompaña... casi siempre; donde se reiteran situaciones... a menudo y los personajes se repiten... con frecuencia; donde predomina la producción industrial frente a la artesanal... que también es importante; donde el humorismo reina... en algunos casos, donde la aventura extraordinaria o cotidiana busca el entretenimiento cuando no la educación, lo pulsional, la ruptura..., donde el límite es el exceso y lo imprevisible la norma, cuando la tradición no impera.

El límite sin límite, las posibilidades infinitas, la productividad sin fin, la mezcla siempre posible exigen al teórico, al estudioso otras perspectivas. Es por eso que se rompe con la ideología tradicional de la creación, con el idealismo imperante, con los métodos rígidos, las recetas instrumentales y se asume una posición materialista, una perspectiva semiológica pero abierta a la productividad donde la interdisciplinariedad se convierte en práctica común dialógica (10).

2. LA ‘HISTORIETA’ – PRACTICA SIGNIFICANTE:

“Su fuente impura, entre el dinero y el fantasma, su medio fascinador, su destino ambiguo merecen un nuevo es-

fuerzo de desciframiento. Esfuerzo cercano a lo siquiátrico, pseudo sociológico, casi semiológico, finalmente poco didáctico, pero acorde con su objeto por el deseo”
Alain Rey (*Les spectres de la bande* (11).

Asumir un medio de producción de sentido como práctica significativa, como texto (productividad e intertextualidad) es no aceptar las clasificaciones rígidas, la diferenciación estricta. Es asumir cada una de las revistas, los llamados ‘strips’ o las caricaturas comentadas como una producción y no como un producto hecho, listo para el intercambio (12). Es aceptar que todo texto es una intertextualidad (un diálogo de textos de diversa índole, anteriores o sincrónicos) y que, como texto particular forma parte del texto general de la historia y de la cultura (13). Es considerar que cada producción es una *práctica social* (14) y no el producto de un ‘genio creador’ único. Es percibir que cada texto establece dentro de él mismo un diálogo, es susceptible de transformación e incapaz de ser únicamente reproductor porque su dinamismo le obliga a la productividad. Es colocarse en una posición materialista y negar la valoración subjetiva—ética o estética— utilizada para, como ya se dijo, marginar unas prácticas y legitimar otras.

Los textos llamados historieta, como todos los otros textos particulares, pueden ser *simbólicos* y responder a una visión de mundo más estática donde la dicotomía existe como maniqueísmo, las reglas se repiten invariablemente, la ‘verdad’ se establece previamente (jerárquica, primigenia) y llega a plasmarse como marca de universales fundados en natura; pueden ser *sígnicos* —o tal vez *semióticos*— (15) y no poseer únicamente un sentido preestablecido sino producirlo en la combinación de sus elementos/textos, llevar el germen de su propia transformación y lograr romper con la norma. Lo semiótico (pulsional, germen de cambio) atraviesa lo simbólico (la ley, el orden, lo establecido). El sentido unívoco, lineal, cede su lugar a la polisemia y, en última instancia a la ambigüedad. Todas las prácticas tienen algo de simbólico, de sígnico, de semiótico, lo que las diferencia es el juego de predominios.

Las producciones se colocan entonces en una red múltiple, con estratos infinitos de posibilidades. Es la lucha entre lo establecido y la ruptura, entre la tradición y el cambio, entre la institución y lo marginal, entre la afirmación y la negación de las prácticas anteriores y contemporáneas. Los roles también pueden cambiar: la noción de ruptura —de un momento histórico determinado— volverse tradición y lo marginal institucionalizarse.

La ‘historieta’/práctica significativa específica no escapa de la continuidad, ni está exenta de continuas rupturas.

3. EL “CONTINUUM” DE UN TEXTO

“Más que otros medios de expresión... la B.D. es capaz de mostrar las grandes corrientes que pueden atravesar una sociedad” (16).

3.1. “Participamos el nacimiento de una nueva práctica: la historieta”.

Una práctica no surge por generación espontánea, no es producto de un genio—padre—creador iluminado. Toda producción significativa distinta de las existentes se consolida en un punto determinado de un *proceso*, de unas condiciones histórico culturales específicas, en el momento con que se cuenta con la posibilidad de manejar un instrumental de base necesario (17). Si cada texto es intertextualidad y surge como afirmación y/o negación de textos existentes, si es práctica social y productividad (un proceso de desconstrucción—construcción), participar el ‘nacimiento’ de la historieta como el producto de dibujantes extraordinarios es utópico.

Desde esta perspectiva es fácil entender que en regiones con desarrollos similares se trabajen prácticas semejantes en épocas cercanas y sin conexión previa: es el clásico ejemplo de la semiología/semiótica, ciencia concebida por Saussure en Francia y Peirce en Estados Unidos, sin haber establecido contactos anteriores. Eso puede explicar, también, que los llamados ‘antecedentes’ sean parecidos en regiones distintas pero que participan de una “lógica” común, de una visión de mundo. Esto implica, además, una producción previa cuyos materiales/ideas son asumidos como textos en diálogo en la nueva producción: la historieta no pudo concebirse como tal sin un desarrollo anterior de lo icónico (dibujantes entrenados en el campo artístico y periodístico); sin la costumbre pre—establecida de ilustrar la prensa con imágenes; sin la tradición de hacer historias dibujadas como los jeroglíficos egipcios en Africa, los códices aztecas o mayas o las crónicas de algunos conquistadores españoles que combinando texto e imagen relataron la conquista (Guamán Poma) en América Latina, o las pinturas rupestres en Europa. No sería posible sin la experiencia de los libros ilustrados por los religiosos de distintas latitudes; o los textos profusos en imágenes destinados a la enseñanza de

la lectura—escritura y/o al entretenimiento de niños y jóvenes. No sería factible sin la tradición de explicar los códigos analógicos a través de lo lingüístico; sin el desarrollo del humor gráfico, los chistes orales y su combinación; sin revistas o suplementos dedicados al entretenimiento. Era necesario dominar el diálogo, las escenas (teatro), el desarrollo del carnaval, el manejo corriente de la narrativa...

3.2 Una 'fórmula comercial' de entretenimiento:

Por eso no es azarosa la aparición de *hojas volantes* en Europa donde, en una secuencia de imágenes descrita con palabras, se inscriben historias picarescas, milagros, crímenes, sucesos políticos o nuevas oraciones religiosas; ni tampoco lo es la existencia de secuencia dibujadas en apoyo de las guerras de independencia, en el México del XIX.

En 1800, James Gillray dibuja una biografía satírica de Napoleón Bonaparte y la publica en un periódico inglés; mientras, Gustave Doré y Grandville —dos de los más grandes dibujantes franceses de la época— realizan varias de sus obras en viñetas que explican. Siguiendo la tradición de la narrativa, el teatro y el humor gráfico, el alemán W. Bush crea los personajes dibujados, *Max y Moritz* (1865) y el francés Cristophe (Colomb) dibuja las aventuras de '*La famille Fenouillard*' (1889), *Sapeur Camember* (1890), *Savant Cosinus* (1893) y *Las malicias de Pluck y Plock*, dos pícaros duendecillos (1893).

En los países orientales existe también la tradición de acompañar las pinturas con pequeños textos generalmente poéticos; es el caso de los japoneses y también de los chinos.

En los Estados Unidos, la trayectoria de revistas humorísticas es larga, y las ilustraciones en la prensa empiezan a jugar un rol especial desde finales del S. XIX. Es trabajando como ilustrador de un suplemento dominical que el artista Oucoult comienza a dibujar su personaje, *Yellow Kid* (1895) cuyas palabras quedan grabadas en sus ropas o en burbujas que salen directamente de la boca. El famoso 'niño amarillo' impone el nombre de 'prensa amarilla' para las publicaciones sensacionalistas.

Gracias a *Yellow Kid* el suplemento del *New York World* aumenta su tiraje y la ganancia de Joseph Pulitzer. Su competidor, William Hearst contrata al dibujante Oucoult por un mejor salario para que ilustre su dominical *The American Humorist* y como respuesta Pulitzer recurre a George Luks para que continúe con *Yellow Kid*.

La inclusión de nuevas historietas continúa a la base de ésta encarnizada lucha competitiva. Existe una intención eminentemente comercial y un juego deshonesto—de oferta y demanda— con los artistas, que se convierten en simples asalariados con todas las consecuencias —tanto para el productor como para la producción— que esto implica.

Los suplementos dominicales dedican espacios variables a las historietas las cuales primero cubren una página entera cada una y luego se reducen a tres cuartos, media o un cuarto de página. Los 'comics' empiezan a configurar sus rasgos al mismo tiempo que se trabaja con los principios de dos de los inventos más importantes para la comunicación de masas: la radio y la televisión.

En 1893 Francia edita, por primera vez, un libro de historietas donde recoge *Las aventuras de la Familia Fenouillard* (Cristophe), y ya antes de la primera guerra mundial se encuentran ediciones norteamericanas de *Yellow Kid*, *Mutt and Jeff*, *Buster Brown* y los *Katzen—jammer Kids* que el *Chicago American* reparte como publicidad a cambio de cupones publicados en sus páginas.

La costumbre del 'strip' o tira hecha para publicar diariamente (primero diseminadas en el diario y luego en una página específica) se inicia en 1907 en el *Chicago American* de Hearst, con el personaje *Mutt* de Clare Briggs, pero es solo a partir de 1920 que la idea alcanza verdadera difusión en los Estados Unidos y empieza a exportarse. En Europa, las primeras tiras aparecen en 1921 en un periódico inglés (*Pop* de Millar Watt) y en 1934 *El Profesor Nimbus* de A. Daix se publica en Francia diariamente.

La técnica "continuará", puesta de moda por los folletines franceses por entregas del SXIX, es introducida en Estados Unidos por Harry Hersffield y su *Desperate Desmond* —sátira de las series cinematográficas de aventuras— en 1920.

Así, ya en la década de los veinte queda claramente delineada la dinámica de las historietas de suplementos (sábado o domingo) y tiras diarias que hasta hoy —gracias a los sindicatos— se conserva semejante: "uno de los caracteres específicos de los comics reside en su naturaleza de medio de expresión de difusión masiva que nace y se vehicula gracias al periodismo, durante la época de plenitud del capitalismo industrial, lo que significa que toda analogía con aquellas formas de expresión artesanales o semiartesanales es cualitativamente errónea y se basa en juego de abstracciones formales, carentes de base sociológica y aún estética" (18).

El primer sindicato relacionado con la producción y distribución comercial de impresos es fundado en 1909 en los Estados Unidos (International News Service) por Hearst, con el propósito de utilizarlo en su cadena. En 1915 se crea el *Kings Features Syndicate* que, además de enviar materiales artísticos—literarios y de entretenimiento a periódicos norteamericanos y extranjeros, se convierte en el más importante distribuidor de “comics strips” del mundo. Más tarde se crea el *Chicago Tribune New York News Syndicate* que distribuye comics como *Gasoline Alley* (1919) y *Little Orphan Annie* (1924) —respaldado por la United Press— que también se dedica, entre otras actividades, a colocar historietas en periódicos y revistas; en 1929 se encarga de comercializar el primer ‘comic serio’: Tarzán. Las agencias Field Enterprises Inc.; Tribune Company Syndicate; Universal Press National Newspaper Syndicate; Bell Syndicate; Los Angeles Times Syndicate; Mid—Continent Feature Syndicate; Allied Features Syndicate; New York Times Sp. Feat. Synd.; Opera Mundi; The Post Hall Syndicate vienen a sumarse a la red pero no alcanzan la importancia nacional ni internacional de las primeras.

Estas agencias se convierten en verdaderas ‘industrias’ de producción para la comunicación de masas: contratan dibujantes como asalariados, deciden sobre lo que debe o no publicarse, compran derechos sobre los originales, estandarizan los valores y difunden solo aquello que puede resultar rentable a corto y largo plazo: “gracias a ellos la tira cómica americana es la única que presenta una producción coherente de una imaginaria popular a la escala de una sociedad de consumo, porque está organizada según los intereses industriales” (19). “La estandarización condujo a posiciones conservadoras destinadas a presentar el conformismo del material para no herir susceptibilidades de su variadísima clientela internacional” (20). Si después de 1945 los ‘comics’ se vuelven anticomunistas se debe a que los países socialistas de todas maneras no las publican (21).

Dos tiras cómicas de excelente calidad y poca aceptación —hoy se consideran ‘obras de arte de ruptura’— son *Little Nemo in Slumberland* (1904) de Winsor McCay, una historieta surrealista y fantástica donde el protagonista vive la aventura del sueño enmarcado en la realidad de una cama y *Krazy Kat* del dibujante negro George J. Herriman (1916) quien por primera vez —en Estados Unidos— incluye animales como personajes.

Sobre todo a partir de los años 20 —aunque se encuentran algunos antecedentes— las llamadas ‘family strips’ (familias de papel) y las ‘girls strips’ invaden el mercado y aumentan el público “femenino”: *The Gumps* de S. Smith (1917), *Winnie Winkle* de Martín Branner (1920), *You and Me* de Stan Cross (australiano), *Gasoline Alley* de F. King (1915), *Moon Mullins* de F. Willard (1923), *Smitty* de W. Berndt (1923), *Little Orphan Annie* de H. Gray (1924), *Ella Cinders* de B. Conselman y Ch. Plumb (1925), *Dixie Dugan* de J. Strieble (1929), *Blondie* de Ch. Young (1930), y *Popeye el Marino* de F. Sagendorf, *El reyecito* de Soglob, *Henry* de Liney... Presentando situaciones generalmente humorísticas se introduce un sistema de vida (american way of life) que favorece la sociedad de consumo y asienta los valores tradicionales de jerarquía y autoridad. A través de lo cotidiano se reproduce y defiende el sistema, se introyectan una manera de ver y pensar, unos valores y unas expectativas que luego se encarga de consolidar, por una parte, Walt Disney a través de sus personajes humanos y por otra, la abundante producción de comics books de aventuras.

En Europa el campo periodístico es invadido, desde el principio, por las tiras cómicas norteamericanas traducidas a los diferentes idiomas y, aunque se hacen algunas pocas series dentro de cada país, no es el periódico el medio más importante donde se desarrolla la práctica. Las revistas dedicadas al entretenimiento —sobre todo de niños y jóvenes— popularizan la historieta que, al principio, se publica junto a otro tipo de materiales y más tarde en revistas ya especializadas como *Histoires en images*, *Belles Images*, *Le petit Illustré*, *L'Epatant*, *La Semaine de Suzette*, *Tintin*, *Spirou*, *Le Journal de Michéy*... para no citar más que algunos de habla francesa anteriores o contemporáneas.

Hasta los años treinta, con muy pocas excepciones, los textos producidos obedecen a un objetivo fundamental: entretener a través del humor, de ahí su nombre de comics, tiras cómicas, funnies...

Posterior a la primera guerra mundial el desequilibrio que produce la crisis económica y lo que esto significa para la sociedad capitalista industrial, provoca un nuevo fenómeno comercial: George Delacorte lanza al mercado, en Estados Unidos, una colección de revistas (14 números) *The Funnies*, con comics diversos. Además las tiras cómicas aparecidas ya en los otros medios de comunicación de masas se reeditan en fascículos y se

reparten como publicidad con la compra de ciertos productos (como jabones, por ejemplo). Pero la primera vez que se edita un libro con historietas de carácter cómico hechas especialmente es en 1935 cuando aparece *New fun*. A esta experiencia le siguen otras numerosas como los *Famous funnies*, revistas mensuales de 64 páginas a todo color, con tirajes de al menos un cuarto de millón de ejemplares. Ya en los años 30 se publican los famosos *Big Little Books* en los cuales la página derecha presenta un dibujo y la de la izquierda el texto de referencia.

3.3. La paradoja del 'comic serio':

En la década de los 30 se impone una modalidad diferente: el comic book de aventuras que aunque parezca paradójico es un "comic serio". Tan serio —sobre todo para los países dependientes— que revoluciona la historieta dándole un carácter de arma ideológica y cultural.

Algunas de las series de aventuras compiten en los periódicos: *Tarzán* de H. Foster (1929) encuentra su oponente en 1933 con *Jim de la Selva* de Raymond, mientras el futurista *Buck Rogers* de P. Nowland y D. Callins lucha contra *Flash Gordon* —también de Raymond— y el *Agente Secreto X9*, del mismo dibujante, pelea con el iniciador de las series policiales *Dick Tracy* (1931) de Ch. Gould. Todas las historietas de Alexander Raymond surgen como iniciativa del *Kings Features Syndicate* quien convoca a un concurso para hacer una historieta de la selva, otra policiaca y la última de ciencia ficción, con el interés de oponerlas a sus competidores (1934). Hogarth, dibujante de *Tarzán*, Raymond y H. Foster con su *Príncipe Valiente* con los tres virtuosos del estilo realista de la época. *Joe Palooka* de Ham Fisher incorpora la primer artista como personaje; Lee Falk crea *Mandrake el Mago* y su famoso *Fantasma* una mezcla de misterio, leyenda y poderes especiales. En 1933 *Alley Oop* (Trucutu) de Hamlin y *Mamá Cachimba* (Lil' Abner) de Al Capp, llenas de humor y filosofía popular, critican al sistema (y curiosamente son poco traducidas). Otra serie de historietas como *Charlie Chan*, *El llanero Solitario* y dos extraordinarias de Milton Caniff: *Terry y los Piratas* y *Steve Canyon* engrosan el mercado. Caniff, introduce directamente el texto cinematográfico en la historieta (técnicas) y gana, en 1946, el primer *Reuben* (premio internacional de la historieta) otorgado por la recién fundada National Cartoonists Society, una asociación de defensa y

estímulo para los trabajadores de la historieta que pretende contrarrestar el poder unilateral de las agencias—sindicatos y las grandes editoras.

Al principio los 'comics books' norteamericanos se publican en series que contienen tres episodios pero pronto varían: revistas con un episodio completo, una historia que continúa durante varios números, historietas diversas publicadas en el mismo tomo... Los formatos son pequeños, los tirajes millonarios y los precios módicos. En Europa se sigue con la tradición de publicar la historieta en revistas con producción múltiple y diversa, de formato pequeño y dedicadas, en general, a la juventud. Además se establece la costumbre de publicar los famosos 'álbumes' de gran formato, verdaderas ediciones de lujo —o semi lujo— con precios similares o superiores al de los libros.

La década de los 40 va a desencadenar, con los comics books de aventuras, el primer *boom* de la historieta (no subordinada a otros medios). En 1939 se edita *Supermán* y con él se multiplican las series de héroes y superhéroes que subsisten hasta hoy reproducidas o con nuevas figuras. La intencionalidad de la historieta es ya claramente política. Los héroes luchan primero contra los facistas y luego contra el comunismo. En 1934 la venta mensual alcanza, en los Estados Unidos, 18 millones de ejemplares (22), un tercio de todas las revistas que se publican en ese año. Los soldados norteamericanos se convierten en consumidores entusiastas. La historieta de aventuras (no importa de qué índole) invade el mercado europeo imponiendo una visión de mundo, un modo de vida, un tipo de hombre capaz de imponerse al mal, dominar las situaciones y devolver la seguridad y el equilibrio. Los superhéroes luchan contra los facistas en Italia, Alemania y España, contra el Imperio japonés, contra la Unión Soviética y la Europa del Este. Defienden la tierra de fantasías extraterrestres, luchan por medio del espionaje en la guerra fría, evidencian la necesidad de "ayudar" al tercer mundo, cuentan la historia a su manera y predicen un futuro inmutable. Lo ahistórico y atemporal, el estatismo y la reiteración, abren y cierran cada 'producto'. *El corazón de Julieta* de Stan Drake y otros cientos de aventuras amorosas promueven la ensoñación; los pequeños problemas cotidianos de los Lorenzos y Pepitas continúan imprimiendo un modelo 'necesario'. Los western, el espionaje, la magia, el misterio, los aviadores y marinos, los policías y detectives y la era Disney —que se inicia en los treinta— dan poca posibilidad de creación a los europeos y menos aún a los otros

países. Junto a esta mole editorial se trabaja una producción de ruptura masiva y miles de 'Eight pagers' —pequeños fascículos pornográficos y sugestivos, nihilistas y antiautoritarios— se distribuyen.

En Europa los héroes de la mitología francesa como *Becassine* de Pinchon y *La bande des Pieds Nickelés* de L. Forton ya existen a principios de siglo, pero son Saint Ogán con *Zig et Puce* (1925) y G. Rémy (Hergé) con *Tintin* quienes logran la expansión de la historieta francesa. Pellos, por su parte, innova con su serie de ciencia ficción: *Futurópolis*. Con el fin de difundir las historietas estadounidenses se forman en Francia el *Journal de Mickey* (1934) y el de *Robinson* (1936). Tanto en la Alemania de Hitler como en la Italia de Mussolini, y más tarde en la España de Franco, se niega la entrada de los 'comics gringos' y se establece la historieta como un medio de convencimiento político ideológico.

En Estados Unidos los *Educational Comics* (EC) dirigidos por Gaines realizan historietas ilustradas sobre la Biblia, la historia —de Norteamérica y del resto del mundo— o la ciencia y producen textos de entretenimiento para niños como las fábulas de animales y los 'comics animados'. Pero, a fines de la década de los 40 desarrolla un estilo particular: los comics de crímenes, aventuras del oeste y amor. El proceso de producción empieza a ser evidenciado y el comic se burla del comic y de la edición. El horror, lo sobrenatural, lo fantasmagórico y lo monstruoso golpean al lector. La violencia no respeta al inocente y la crítica de educadores, psicólogos y religiosos no se hace esperar. En 1949 el sociólogo E. Legman escribe un artículo "Psicopatología de los comics" contra la violencia y ese mismo año, en Francia, se emite la ley No. 49956 sobre las publicaciones dedicadas a la juventud. En 1954 aparece el *Comics Code* norteamericano que es modernizado en 1971. En 1966 la Asociación Europea de Editores de publicaciones para la juventud elabora el *Code Europress Junior* en un acto de verdadera 'autocensura'. Esos y otros códigos y leyes enmarcan la historieta y restringen su campo de acción desde un punto de vista legal y moralista. Los bestsellers del doctor Werthan: *La seducción del inocente* (1955) y *El signo de Caín* (1966) provocan una fuerte reacción por su crítica a los comics de crímenes y violencia, de sexo y racismo.

El golpe del fascismo contra la historieta norteamericana en Europa y el mantenimiento en algunos países de leyes contra la importación indis-

criminada de este tipo de producción, estimulan el surgimiento de numerosas historietas autóctonas: es la época de oro de la llamada escuela franco-belga. El semanario *Tintin* se fortalece con las tiras de Hergé, E.P. Jacobs, J. Martin, W. Vandersteen y el *Spirou* con la producción de J. Guillain (JIJE), Franquin, Morris,... y la revista izquierdista *Vaillant* da nombre a Arnal, Pivet y Gillon. Se mezcla la aventura con el humorismo, el realismo con lo caricatural, el dibujo simple con la complejidad de lo escrito. El oeste paródico de *Lucky Luke*, el caricatural *Spirou*, la ciencia ficción de *Los pioneros de la esperanza* de Marijak y Liquois, lo cómico desestructurante de Franquin con su *Gastón Lagaffe* (1957), el juego del lenguaje mágico y ambiguo de los *Schtroumpfs* (Pitufos) de Peyo o la 'locura' editorial de *Asterix*.

El italiano Zavattini inicia la ciencia-ficción en la historieta europea con *Saturno contra la Terra* (1937), Pedrocchi escribe la historia de *Virus* el sabio loco, Carlos Cossío la del aventurero boxeador *Dick Fulmine*, Galeppini la del vaquero *Tex Tyler*, Pedrazza la de *Akim* el amo de la selva (1950) o la de la superheroína *Pantera bionda*. En Alemania sobresalen *Nick Knaterton* el detective y las historietas de corte 'disney' como *Fix und Foxie*; en España franquista se producen burdas tramas del corte de *Aspirino y Colodión* de Figueras, *De la Antigua Roma* de Gabi o *Las aventuras de James Bondillo* de Arturo Moreno.

En Estados Unidos los años sesenta marcan un segundo "boom" de la historieta de héroes y superhéroes: los *Marvel Comics* de Stan Lee y Jack Kirby. Alucinación, batallas en el infinito, metamorfosis, construcciones gigantescas, era espacial y mitos renovados luchan por conquistar de nuevo los receptores: *La antorcha humana*, *El Submarino*, *El Hombre Araña*, *El doctor Centella*, *El Capitán América*, *La Mole*, *Los cuatro fantásticos* *Los vengadores*... Algunos de los héroes se vuelven colectivos y la contradicción campea en un mundo donde los valores no siempre responden a la estética.

3.4. La inteligencia y la pulsión atacan...

La década del cincuenta también recoge las inquietudes de un grupo de intelectuales que deciden revolucionar el comic con la metafísica y la psicología. Los animales de Walter Kelly —*Pogo* (1948)— y los niños/adultos de Schulz y posteriormente Quino —*Peanuts* (1950) y *Mafalda* (1962)— o el adulto esquizofrénico de Feiffer

rompen con el lenguaje, manejan la ironía y juegan con la angustia, la insatisfacción y el desamparo. Critican la política y las instituciones y su actualidad los convierte en periodismo en 'imágenes' o 'reflejo' de situaciones individuales. El barroquismo de Kelly contrasta con la simplicidad del dibujo de Copi, Feiffer, Hart, Lazarus, M. Walker, Davis, Sansom, Quino o Schulz.

En 1952, H. Kurtzman y un equipo de dibujantes y guionistas — Jack Davis, A. Roth, B. Elder, W. Wood, B. Wolverton, W. Gaines— trabajan la revista *MAD* y revolucionan la historieta con sus parodias, su crítica acre y su grafismo no convencional hasta que, en 1955, se ven obligados por presiones políticas a venderla.

La sátira, la parodia, la desmitificación de héroes, el quiebre de los valores, la ruptura con lo establecido se vuelven la norma. *MAD* desencadena un contexto de revuelta cuya producción más tarde es bautizada como *Underground* (1967) con lo que se inicia un nuevo boom de la historieta pero esta vez contraria a la norma, la ley, la estructura, la tradición. Sátira política y social; irreverencia de lo simbólico; personas animalizadas; sentido del sinsentido; juego infinito con la palabra, la composición y la imagen; humor negro; caricatura grotesca, o desenajenación comercial al gusto del consumidor. *Underground* coincide con el principio de la era hippie, de lo alucinógeno, del sexo sin medida, de la violencia y la paz, de la droga y la locura psicológica.

El comic se vuelve *comix* y lo 'negado', lo oculto, lo 'no dicho' golpea al lector: G. Shelton produce *The Freak Brothers* y el *Gato de Fredi* y R. Crumb *Mr. Natural* y *BoBoBolinski*.

En España Rodríguez hace la sátira *Trashman*, atravesada por onomatopeyas, ruidos y sombras; Clay Wilson delira en medio de la fealdad, la mutación, la sangre, la tortura corporal, el asesinato y lo diabólico. En Canadá R. Godbout y P. Fournier desmitifican la sexualidad.

En Europa también la sátira político-social invade las publicaciones: Cabu, Clare Bréticher, Sempé, Gotlib, Reiser o Wolinski.

En Italia se trabajan comics eróticos con nombre de mujer: *Isabella* (1966), *Jungla* (1968), *Maghella* (1974) e 'historias negras' (fumetti neri) como *Diabolik* o *Kriminal* llenas de sadismo respetable y criminales justos. Son las historietas de la contra-cultura.

Revistas como *Pilote*, *Hara Kiri*, *l'Echo de Savanes*, *Charlie-Hebdo* respaldan el cambio.

La historieta realista se renueva pero resiste en todos los campos: J. Giraud (Gir) con *Blueberry*, André Chéret con *Rahan*, Hugo Pratt con *Corto Maltes* (1970), J.C. Forest con *Barbarella* o *Hypacrite*, Gigi con *Orion...* Esteban Maroto dibuja *Cinco por Infinito* (1967) o *Wolf* (1971), G. Peellaert, *Pravda la Survireuse* (1967), y E. Sío, *Nús* o *Sorang*.

Otra corriente busca la angustia a través de la ciencia ficción, lo ambiguo, la deshumanización, lo insoportable... es el caso de Gir Druillet, o Fred y su juego espacio temporal o de Guido Crepax con su historieta de carácter musical (*Histoire d'O*) y un dibujo sin regularidad alguna (*Neutron o Valentina*)... Herriman construye páginas sorpresa; Raymond realiza una verdadera ópera espacial; Mandryka cuenta "en" el dibujo...

El comic social y político —humorístico o serio— adquiere un fuerte impulso en la España post-franquista con Carlos Jiménez, Adolfo Usero, Hernández Palacios, el grupo "El Cubri", el grupo "butifarra", José Luis Martín, Kim, Romeu, Chomy Chumez, Perich, Ventura y Nieto u O.P.S., para citar solo algunos de los más importantes.

En Europa del Este los mejores historietistas se encuentran en Hungría: Erno Zorad, Imre Sebok, Sador Gugi,... su producción se reproduce en lengua española gracias a la agencia regional latino-americana Prensa Latina.

La historieta Húngara se fortalece en los años 50 y en los 60 es objeto de fuertes debates públicos. En Yugoslavia, Alemania Oriental, Polonia, Checoslovaquia donde no existe una producción autóctona importante se publican temas históricos, policíacos, de ciencia ficción, oeste, reproducciones de cuentos y novelas... producidas por húngaros.

En Italia se realiza toda una revolución con libros de tipo histórico-crítico en la línea del mexicano Eduardo del Río —Rius— cuyas obras son traducidas, en los años 70, por diversos países europeos.

3.5 De la China a Argelia:

De oriente se apuntan algunas experiencias otras se omiten por desinformación en el mundo occidental:

— En la China las primeras historietas —lianhuan tuhuashu datan de los años 20 aunque su uso se intensifica como propaganda, en el conflicto contra Japón y en la guerra del 'Kuo-mintang'. A partir de la instauración del comu-

nismo con Mao Tse Tung en 1942, se convierten en parte de la política del estado como un medio de recuperar la historia, facilitar el alfabetismo, dar un lugar a la mujer y al niño, convencer de las virtudes del nuevo sistema, colaborar con la enseñanza. (23) En la China Popular los 'lianhuanhua' se venden en pequeños formatos populares y se alquilan a precios módicos en librerías y puestos de revistas colocados en las calles.

— En la Unión Soviética se hacen historietas de corte humorístico como las del cineasta Eisenstein realizadas entre 1914 y 1917. Pero con la implantación del nuevo sistema se elimina la posibilidad de continuar con la práctica, considerada nociva por el socialismo; en la actualidad existe cierta apertura.

— En el Japón, la historieta se convierte, a partir de los años 20, en una verdadera industria con un estilo particular que desaparece en parte después de la guerra por la enorme incidencia norteamericana: Osamu Tesuka, conserva el dinamismo y una perversa simpatía, Fujio Akatsuka mezcla el absurdo y la imitación, Tofujin explota el cuento fantástico tradicional, Kon Shimizu cuenta eróticas historietas de duendes. El realismo de la historieta norteamericana es particularizado por la representación de temas culturales propios: las evocaciones guerreras de Hiroshi Hirata, los cuentos de terror sangriento de Goseki Kojima, los héroes con poderes superiores de Sanpei Shirato, la violencia extrema de Takao Saito. En la línea humorística el trazo es lineal y el sentido ácido, erótico, crítico en Koo Kojima, o intelectualizado en Shinji Sonoyama y Shinjo Nagashima. En la historieta infantil los pequeños monstruos invaden el mundo con T. Yamogami ou Reiji Matsumoto.

— Hong Kong, Taiwan y Filipinas poseen una gran producción de historietas pero no se apartan de las líneas impuestas por occidente especialmente los Estados Unidos.

— El caso de la historieta Indonesia, estudiado por el francés Marcel Boneff (24) resulta particular —como deben ser otras producciones de las que los occidentales no tienen prácticamente ningún conocimiento—: la invasión del "Komik" norteamericano no produce, como en los países citados anteriormente, una burda —o a veces bien lograda— imitación. Mezclada con la costumbre del espectáculo, y la tradición china, el comic de base occidental adquiere dimensiones locales. S. Ardisoma recrea el mundo arcaico y popular en medio del teatro de la sombra, Hans y Ganes realizan textos importantes centrados en las artes marciales. Bajo

Soekarno se vuelve nacionalista, política y medio de propaganda. Son importantes y distintas también las series realistas destinadas a la integración sexual y social de los jóvenes.

— De los países árabes es Argelia donde después de la independencia, el gobierno revolucionario utiliza la historieta como arma ideológica y educativa. Merabtene Menouar (Slim) dibuja una de las bandas más populares *Les aventures de Bouzid* donde trata problemas como el éxodo rural, la emancipación femenina, el alojamiento, la burocracia, la evolución de costumbres... (25).

3.6. 'Supertiñosa' ayuda a *Los Agachados*... ¿qué pensará *Mafalda*?

América Latina, uno de los mercados más importantes para la venta de consumo de la historieta norteamericana, presenta una *producción autóctona* bastante amplia, sobre todo si se toman en cuenta los textos que se trabajan 'a imagen y semejanza' de la historieta tradicional (reproductora de ideología dominante) al lado de otra que construye como afirmación de lo nacional y crítica de imposición.

El desarrollo de la *caricatura* y el *chiste de humor* resulta mucho más evidente y amplio en la mayoría de los países y gran cantidad de textos aparecen anclados entre esta modalidad y la historieta (26).

Desde México hasta el Cono Sur la historieta lucha por sobrevivir a los embates de la censura o a los mecanismos de 'recuperación' que utiliza el sistema. Las prácticas críticas se mantienen marginales o desaparecen y difícilmente —a no ser en los últimos años— atraviesan sus fronteras (casos excepcionales son los de México, Argentina o Brasil...).

La invasión de la historieta de los Estados Unidos se produce, primero a través de los sindicatos o agencias de distribución (sobre todo la Kings Feature Syndicate) para ser publicada en suplementos o en tiras diarias en periódicos y revistas, y luego, con los 'comics book' de formato pequeño y precio módico. (Confróntese la parte sexta del artículo).

Hacer un estudio completo de la productividad latinoamericana en el campo resulta imposible: Brasil posee una exuberante y disímil producción que supera en conjunto el trabajo de los portugueses; Venezuela se conoce por sus anticomics; Uruguay por el humor intelectualizado; Bolivia por los personajes autóctonos como *Justina* de Clovis o

los andinos de Don José (Augusto Fernández); en Estados Unidos las minorías latinas (chicanos, puertorriqueños) también empiezan a producir incipientes historietas en defensa de sus derechos... En Puerto Rico el Partido Socialista edita la revista *Los muñequitos* con una intencionalidad social y política... En Centro América, a pesar de su escasez, la historieta juega un rol político y educativo interesante. (Confróntese el séptimo apartado).

— Colombia apenas empieza a despertar en el campo a fines de la década de los setenta, lo que coincide en parte, con su explosión editorial como ‘maquila’ de historietas mexicanas y norteamericanas. En 1979 se comienza a publicar *CLIK!*: “Revista colombiana de estudio e información”, donde no solo se incluye producción de dibujantes nacionales ya reconocidos sino que estimula la productividad; por ejemplo convoca en 1981 al “Primer concurso nacional de Historieta corta”, y obtiene resultados bastante positivos, además pretende divulgar el trabajo de historietistas latinoamericanos de gran envergadura y estudios generales sobre la práctica. León Octavio Osorno critica a *Los emergentes* (nuevos ricos) de la sociedad colombiana y crea el famoso personaje ‘Balita, la balita perdida’, tierna y pacífica. Alberto Vivanco se burla de los prejuicios de los ‘cabeza cuadradas’ en *Juanita la lista*; A. Marínez y Blades y Potes muestran los bajos fondos en *Compay gato*, *Ana Basualdo*, *Gilpary* o en el descarnado *Pedro Navaja*...; contrasta la sombra y la línea en *Los inseparables*; Jorge Saavedra busca un ‘arte conceptual’; Jaime López Osorno publica historietas educativas, como *Los cuidapalos*; R. Mc Comirk y M. Puerta rescatan la historia a través de la estudiante *IBANA*; Carlos Bastidas y Cheo realizan historieta política como *Estado de sitio*; Jorge Duarte se dedica al comic social, subversivo e irónico; los hermanos Sierra hacen textos históricos como los dos tomos de la vida de *Simón Bolívar*... Oscar Sierra (Oki), uno de ellos, trabaja en Costa Rica como director de la revista de humor *De oreja a oreja*, hace historieta con las leyendas nacionales (El Cadejos, La Llorona, Mitos indígenas...) en el periódico *La Nación* y *T.V. guía* y además colabora con historieta educativa en el Ministerio de Salud y humorística en la revista que dirige.

— En el Perú, la revolución de Velasco Alvarado abre nuevas perspectivas a la educación y cultura del país y, sobre todo, siembra la inquietud de luchar por un mejoramiento de las clases marginadas. Juan Acevedo trabaja una de las experiencias

más importantes en historieta de América del Sur puesto que no solo se dedica a su propia producción (*El CUY*) sino que promueve la enseñanza de la historieta entre grupos de obreros y campesinos con la intención de que estos la desarrollen con sus propias experiencias. Los talleres de aprendizaje le llevan a publicar un libro titulado *Para hacer la historieta*, donde la presenta como un medio de expresión popular y de educación política. En este momento Acevedo se encarga de organizar un encuentro de historietistas latinoamericanos para 1986. *Celadec* (Comisión de Educación Cristiana) también promueve la producción de comics sociales como los de Tovar sobre los derechos humanos.

— Antes del gobierno de la Unidad Popular de Salvador Allende, existe en Chile una gran concentración de medios de comunicación de masas, diez grupos entre los que sobresalen dos: *El Mercurio*—*Lord Cochrane* y el *Zig-Zag* que además de publicar varios diarios, revistas juveniles, pseudo-amorosas, deportivas, misceláneas, culinarias, de publicidad, programación de televisión... —producidas en el mismo Chile o reproducidas mediante el pago de derechos— edita textos humorísticos y de historieta. *El Mercurio* saca la revista pomográfica *Pingüino*, la semi-cómica, *Mampato*, y otras como *Félix el gato*, *Henry* o *El recluta*... además, tiene el monopolio de varios strips para las ediciones cotidianas de sus diarios. *Zig-Zag*, por su parte incluye también textos literarios y publica los comics de Walt Disney y series de aventuras como *S.O.S.*, *Trinchera*, *El Jinete Justiciero*, *Espía 13*, *Far West*, *Jungla*, *Dr. Mortis*, *El intocable*, *Ruta 44*... (todos con tirajes de entre 50 y 90,000 ejemplares). Incluye también la revista humorística dibujada por Pepo, *Condorito*, una de las más conocidas en otros países de América Latina (27). Los diarios y revistas críticos al sistema publican historietas nacionales como *Inocentadas*; *Lo Chamullo*, *un barrio como el suyo*; *Así es la vida y punto*; *Pepe Antártico*... En el conservador *Mercurio* —aunque en el suplemento dominical todas las historietas son norteamericanas— las tiras cómicas diarias incluyen algunas de dibujantes nacionales como *Don Perejil*, el vagabundo, *Artemio*, el oficinista inútil o *Don Memorario*, el burgués... (28).

Así el nuevo gobierno encuentra una infraestructura más o menos aprovechable y se da a la tarea, a través de la Editorial Estatal *Quimantú*, de crear nuevas historietas, reproducir varias de las que existen y modificar otras: *Dr. Mortis*, *Mawa*, *Patrullera 205*, *El manque*, *Los cinco de la aurora*,

CONU, *Ovni, Al margen de la ley, Los errantes, La legión Blanca, Manuel Rodríguez, El hombre y la naturaleza...* Todas estas series se publican —con diverso número de páginas— en revistas como: *Infinito, Far West, Espía, Guerra, El Jinete fantasma, El intocable, Jungla...* (30).

La editorial *Quimantú* —y otros grupos— realiza talleres en torno a la utilización de la historieta, forma un Equipo de Coordinación y Evaluación de las Historietas donde trabajan Manuel Jofré y el sociólogo Mario Salazar. La entrevista y discusión con los historietistas se vuelve práctica frecuente y las universidades integran la llamada “subliteratura” en seminarios académicos: en la Universidad de Chile, Ariel Dorfman imparte “La subliteratura y los medios de combatirla” y en la Universidad Católica Armand Mattelart ofrece “La cultura masiva y la revolución socialista”. Se comienzan a editar y publicar en los medios masivos miles de comics para explicar el nuevo proceso, y se emplean con criterios sociales, educativos y políticos. Muchos dibujantes emigran posteriormente y trabajan tanto en Europa como en América Latina, en su producción particular y en proyectos editoriales o de comunicación popular. Para citar solo tres casos: Palomo (José Palomo Fuentes) autor del internacionalmente conocido *El Cuarto Reich* produce exilado en México; Edmundo Lobo trabaja en Honduras en la Editorial Güimuras, publica textos académicos—didácticos en historieta y colabora con un centro de cultura popular; o el joven Miguel Marfán que trabaja en el centro de educación popular *Alforja* en Costa Rica, y produce numerosas caricaturas e historietas de corte político.

Los nombres de Armand Mattelart, Ariel Dorfman, Manuel Jofré integran parte de la inmensa bibliografía internacional producida sobre el tema en los últimos años y el libro de Dorfman y Mattelart: *Para leer al Pato Donald*, traducido a varios idiomas, se ubica ya entre los clásicos.

— Antes del triunfo de la revolución, Cuba cuenta ya con historietistas como Marcos Behemaras, Chago de Armas, Virgilio Martínez o René de la Nuez. Los más jóvenes historietistas luchan contra la tiranía con alguna producción estilo ‘Underground’ (clandestina) como la revista *Mella*. Otros como Padrón, Hernán Val, Lillo o Fello se dedican al humorismo. Blanquito hace además la conocida serie didáctica—humorística *La vaca Matilde*. La influencia de los comics europeos y norteamericanos es evidente en el estilo de Virgilio, Robe, Alfredo Calvo, Emilio, los García,

Padroncito y Manuel, Newton, Lorenzo, Ubaldo, Wilson, Valdés Díaz aún cuando la temática sea tratada desde otro ángulo. Luis Vega y Luis Ruiz, por su parte, se salen de la semiótica convencional. La desmitificación de héroes y superhéroes tiene como representante más conocido a *Supertiños* de Virgilio y Marcos Behemaras —quien ya falleció—, Virgilio también produce ciencia ficción junto a Fabiana (*Estación G 70*).

Existen en Cuba los suplementos de historietas totalmente cubanas como *Gu-Gu*; publicaciones especializadas como *Aventuras, Din Don, Muñequitos, Fantásticos*; el semanario infantil *Pionero*; el tabloide humorístico *DDT*; el semanario político—humorístico *Palante* y otras revistas que si bien no se dedican al humor o la aventura tienen excelente historietistas (*Mar y pesca* y *Proa y Puerto*). Además, en 1973 surge una de las revistas más importantes de y sobre la historieta: *C. Línea* “Revista Latinoamericana de estudio de la historieta” y ese mismo año se efectúa la “Primera Exposición de Historietas Cubanas” patrocinada por la Unión de Periodistas de Cuba. De ahí en adelante se realizan, regularmente, exposiciones y concursos de corte internacional. Gracias al servicio de *Prensa Latina* varias series cubanas son publicadas en el extranjero: Argelia; el periódico chicano *El Grito del Norte*; la revista *Almargen* de Venezuela, la revista mexicana —ya desaparecida— *Por qué...* En Cuba se hacen, también, numerosas experiencias de trabajo colectivo como la del Grupo P—ELE sobre la zafra: *Los macheteros*.

Algunos guionistas cubanos —quizás el más conocido sea Fidel Morales— se dedican a elaborar guiones sobre textos como el de Dragún sobre Túpac Amaru o el de Gregorio Selser sobre Sandino, que luego son dibujados por Newton Estape el primero y Virgilio Jordi el segundo. Robe (Roberto Alfonso), por su parte, también a intentado hacer una labor de recuperación histórica es el caso de *Emiliano Zapata* o *Dien Bien Phu* para solo citar unas experiencias. La historieta se ha usado, además, como material didáctico en campañas de salud, higiene, agricultura... La crítica sobre la historieta tiene cabida, además de en *C Línea* en la prensa cotidiana y en revistas divulgativas como *Bohemia* o de carácter académico como *Casa de las Américas, Cine Cubano...* Además se publican libros especializados como *La historieta moderna* de Fidel Morales.

— Es en Argentina donde, por primera vez en Latinoamérica se da a conocer la historieta nativa a través de los periódicos: *El Negro Raúl, Sarras-*

queta, Viruta y Chicharrón, *Las páginas del (Tabaco) Dólar...* Arturo Centeri dibuja tiras a partir de 1916, la más famosa *Don Pancho Talero* (1922), una sátira social cuyo personaje es un ingenuo porteño. De ahí en adelante —tal vez por la enorme intertextualidad marcada por su condición de puerto, la cantidad de emigrantes europeos, la posibilidad de un trabajo semiartesanal— “dibujantes y guionistas argentinos o formados ‘ahí’ (aquí) ocupan un lugar, en la realidad actual del género en el mundo, seguramente desproporcionado en relación con el lugar internacional que en otros órdenes ocupa el país” (30)

Dante Quintero, Divito, José Luis Salinas, Bayón, Raúl Roux, González Fossat, Toño Gallo, Oscar Conti (Oski), Ianiro, Florencio Molina, Lino Palacio... realizan tiras donde mezclan el humor gráfico, la caricatura y la anécdota en imágenes, algunas que hoy se continúan produciendo o reproduciendo, como: *El abuelo*, *El otro yo del Dr. Merengue*, *Purapinta*, *Desconfiado*, *Amarroto Felluteli*, *Malagamba*, *Langostino*, *Avivato*, *Dr. Fulgencio*, *Ramona*, *Patoruzú*... Más moderno es el humor político de Landrú con su *Tía Vicenta*, el de Mordillo o Loiseau (Caloi) con *Clemente* y el de Garaycochea, Copi, Carlos del Peral, Amengual, Calondi, Sábat, Brascó o Quino... con *Mafalda*.

Durante el peronismo se hacen historietas de contenido nacionalista como *Hormiga negra* de F. Ciocca y *Fabián Leyes* de E. Rapela donde se recupera el ambiente gauchesco. Fontanarrosa, por su parte, trabaja al extraordinario gaucha *Inodoro Pereira* y al mercenario norteamericano *Boogie*, el aceitoso. Cognini realiza bien logradas parodias como la de *El Príncipe Caliente*; Crist la surrealista *García y la máquina de hacer pájaros*; y Muñoz y Sampayo historietas de corte social y político como *Viet Blues*. El uruguayo—argentino Alberto Breccia aborda también el tema serio con los detectives *Vito Nervio* y *Sherlock Times* y luego —también con guiones de Oesterheld— realiza *Mort Cinder* donde el miedo pierde sus límites y la angustia y la tortura encuentran su lugar. En 1968 ilustra, con su hijo Enrique, la *Vida del Ché* por lo que el gobierno le clasifica como elemento subversivo y quema la edición y los originales. Otro texto, aún más ambicioso, son *Los mitos de Cthulhu* (1973) obra de Lovecraft con adaptaciones de Buscaglia, donde monstruosos seres pueblan mundos terroríficos. El italiano—argentino Hugo Pratt, por su parte, produce primero *Ana de la Jungla* y *Junglemen* (1950), luego *Kirk* el sargento, y *Ernie Pike*, un periodista que intenta

romper prejuicios y estereotipos. En Europa de nuevo, empieza a trabajar con *Corto Maltés*, marino mediterráneo, libre y honesto, justo y fuerte pero no invencible, ni perfecto. Marc de O. Lamborghini y G. Trigo resulta una densa parodia de la ‘novela negra’.

Desde los años 30 —y aún antes— se publican revistas con historietas entre las que se pueden citar: *El Tony*, *Pif-paf*, *Intervalo*, *Patoruzú*, *Patoruzito*, *Misterix*, *Topaze*, *Rayo Rojo*, *Hora Cero*, *Frontera*, *Rico Tipo*, *Hortensia*... Es en Buenos Aires donde se realiza la *Primera Bienal de la historieta Mundial*, en 1968 y son de ahí también, algunos de los más conocidos críticos de hispanoamérica, como los formados en la ‘escuela’ de Eliseo Verón: Oscar Massota, quien posee una amplia e importante producción en el campo y Oscar Steimberg, para sólo citar dos.

— El otro país de América Latina donde se trabajan gran cantidad de historietas es México “entre 90 y 100 millones de ejemplares de historietas y fotonovelas se producen mensualmente en México. Su circulación se amplía al ser leídas por dos o tres miembros de la familia del consumidor, que invierte en esta compra más de 700 millones de pesos” (31). Mientras un libro afortunado puede alcanzar un tiraje de 6,000 ejemplares una historieta desafortunada no permanece por debajo de 45,000. Mientras un ‘bestseller’ llega a 60,000, el equivalente en el mundo de la historieta es de dos millones semanales (32). Hay, por lo menos mil dibujantes integrados a la maquinaria de producción y reproducción de historietas nacionales y extranjeras, que trabajan en pésimas condiciones: contenidos impuestos, sin derechos de autor estables, pirateo de originales, malos contratos, interés en la cantidad y no en la calidad. En las producciones mexicanas predomina el chantaje sentimental, los hábitos denigrantes, la violencia, el machismo, el racismo, el desprecio a los valores humanos, los lugares comunes, el mal uso del lenguaje, el grafismo pobre y rutinario... “el melodrama es la compensación política a nivel individual del drama como destino nacional” (33): *Corazón de niño*, *Memín*, *Fuego*, *El valiente*, *El santo*, *La capitana*, *El enmascarado*, *Katina*, *Micro-misterio*, *Juan sin miedo*, *Lágrimas y risas*, *Mini-leyendas*, *Mini-policías*, *Mini-aventuras*, *Kalimán*, *El fugitivo temerario*, *Carta Brava*, *Amores Prohibidos*... Estos pasquines inundan no solo el mercado nacional sino que trascienden las fronteras de toda Latinoamérica.

Existen, sin embargo, una buena cantidad de historietas e historietistas mexicanos que merecen destacarse: *Los superlocos* de Gabriel Vargas con su protagonista Jilemón Metralla y Bomba o *La familia Burrón*, del mismo dibujante, donde la prototípica doña Borola Tacuche de Burrón juega el rol de antiheroína pícara, desafiante y popular. Vargas trabaja un humor de gestos y situaciones grabado en un lenguaje cliché que más tarde utilizan Cantinflas en el cine y Rius en la historieta. También juegan entre la contestación y la risa *Los supersabios* de Germán Butze, *Rolando el rabioso* de Gaspar Bolaños, *A batacazo limpio* de Araiza, *Chanoc* de Zapián y *Los supermachos* y *Los agachados* de Eduardo del Río, quien también produce gran cantidad de libros sobre diversos temas de carácter socio-político. Se deben mencionar además los dibujantes Barroso, Tirado, Reyes, Valdés, Carreño, Helio Flores, Quezada, Arthenack, Bismarck Mier, Hugo Tolghman, Sergio Arau, Magú, El Fisgón, Joaquín Velasco, Beltrán, dzib, Checo Valdéz...

La revista *DUDA* y las que edita la Secretaría de Educación Pública en la actualidad, también poseen calidad artística y cultural, aunque quizás les falte un cierto sentido crítico. Rius al igual que Hugo Pratt ha sufrido una fuerte textualización en Europa, donde muchos trabajan con un estilo similar. Rius hace una revista de *Los agachados* dedicada a la *Historieta* "el método más barato para embrutecerse o cultivarse... según" (1976) y, en 1983, *La vida de cuadritos*, una excelente historia de la historieta en historieta."

En México son relativamente comunes las exposiciones, concursos, conferencias, publicaciones —artículos, libros— sobre el tema desde diversas perspectivas, entre las que sobresale la *educativa*.

El 'continuum' de una práctica es marcado por continuas rupturas que, las más de las veces, actúan como motor de 'evolución' más que de cambio revolucionario. Cada texto está sujeto a condiciones concretas y, además de su propio diálogo intertextual mantiene una infinidad de relaciones con su contexto. La lucha por la 'diferencia' es cotidiana: el autor se enfrenta a la estandarización; las asociaciones de dibujantes a los sindicatos; el periódico a la revista y ésta al libro; lo nacional-autóctono a la internacional—impuesto—; la libertad a la censura; la tradición al cambio; lo simple a lo complejo; lo lineal a lo barroco; la pulsión a lo establecido; lo artesanal a lo industrial; la producción al producto. Cada texto

'inmerso en' y 'conformante de' globalidad está condicionado por una coyuntura política, social y económica determinada.

4. HISTORIAS LA HISTORIETA: DEL TEXTO AL META TEXTO

"... la historieta no ha querido jamás dejarse absorber enteramente por el Orden de los Discursos legítimos y su discurso, en ese sentido, ha quedado más o menos flotante..."

M. Covin y otros (34)

La historia no como devenir sino como *discurso* ha sido concebida, tradicionalmente, 'frente a' otros discursos o disciplinas. Una perspectiva diferente tiende a pensar ese discurso ya no 'frente a' o en 'oposición de' sino como globalidad. La historia estratificada no puede ser la suma de las historias de las distintas prácticas significantes aunque esté, como discurso, configurada por éstas. La historia constituye el *texto general* formado por cada uno de los textos específicos amalgamados sobre una base material.

La historieta lee la historia (como devenir, como proceso) y es leída por ella. Como texto particular participa del texto general de la historia y de la cultura y, a la vez, ese texto global forma parte integral de cada texto/historieta específico.

Cada una de las prácticas particulares definidas —ya se afirmó— cuidadosamente dentro del sistema (aún cuando escapen de éste) son asumidas por el discurso histórico pero de forma fragmentaria y parcializada, no solo en relación con otro tipo de prácticas sino, inclusive, dentro de ella misma.

Toda producción significativa genera un *meta-discurso* que pretende la ubicación, la crítica, la recuperación de materiales, la publicidad, la aplicación de métodos más o menos científicos. Ese discurso *sobre* la historieta que nace como inventariado/recolección de lo producido, como el ordenamiento y sistematización de los materiales publicados en periódicos y revistas para ser editados como texto particular, se fortalece, en gran medida, a partir de la década de los 60.

Se parte de trabajos de tipo arqueológico—descriptivo que se limitan a recuperar los textos más antiguos con valor de colección, de trabajos *referenciales* que se ocupan de entrevistar a los dibujantes/guionistas y de establecer homologías muchas veces simplistas con la realidad. Aparecen también comentarios encaminados a elogiar las publicaciones con una intencionalidad eminente-

mente publicitaria, análisis de mercado, comentarios críticos contra lo producido por la competencia y artículos de ciertas organizaciones o individuos moralistas, religiosos o políticos que subjetivamente rechazan o estimulan la lectura de historietas (en general o particularmente). Pedagogos, médicos, sociólogos, abogados escriben sobre las particularidades de los textos y los atacan sin más criterio que el de su propia opinión (como sujeto o como profesional). Varios logran traspasar la barrera de lo meramente descriptivo e interpretan según sus conocimientos, pero el análisis con verdadera base científica sólo se produce cuando la historieta obtiene su reconocimiento como arte/cultura, y se inicia una revolución en el campo del metadiscurso.

El *metadiscurso* también tiene historia. En la actualidad muchos son los estudiosos que se encargan no de hacer el análisis de la práctica de significación sino de su metadiscurso. En este caso no interesa realizar un estudio cronológico de cómo y qué se ha escrito sobre la historieta. La producción del grupo francés Tel Quel y de su teórica más importante Julia Kristeva, lo mismo que una serie de trabajos como los del costarricense Manuel Picado, para solo citar un caso, hacen evidente que no es la *casualidad* ni tampoco la *causalidad* lo que explica el nacimiento tardío o no de una práctica o de su metadiscurso.

El metadiscurso de la historieta varía notablemente no solo desde la perspectiva cronológica sino también desde la espacial. Las condiciones sociales, económicas, culturales, históricas y político-ideológicas de cada país, de cada región limitan o impulsan uno o varios tipos de discursos sobre la historieta; eso sin tomar en cuenta las características individuales o sociales específicas de aquellos que emprenden el trabajo.

El 'metadiscurso' de una producción significativa está condicionado por la práctica misma —su continuidad y sus rupturas— y ambos (texto específico y metatexto) como intertextualidad, dialogan, se entrecruzan y discuten entre sí 'conformados por' y 'conformantes de' el texto general: los sindicatos/agencias multinacionales generan estudios de mercado, de aceptación o rechazo de la mercancía entre los diversos lectores de distintos países, con el propósito de eliminar —a través de la 'estandarización conservadora'— la mayor cantidad de problemas comerciales. Las casas editoras estimulan la publicación de entrevistas, correspondencia, opiniones de y sobre los historietistas con el propósito de acercar el receptor al autor y a las

condiciones de producción. El aparato de 'censura' promueve un discurso 'moral y moralizante' movido por ciertos intereses sean político/ideológicos, sean ético/estéticos: Europa en la era facista; Estados Unidos en los años 50 con los comics de horror, sexo y violencia; América Latina en los 60-70 con el desarrollo de la sociología y la teoría de la dependencia.

El metadiscurso asume las prácticas como '*pretexto*' para discutir diversos problemas o las encierra en ellas mismas y trabaja sus relaciones intrínsecas (los estructuralistas y algunos semiólogos de la comunicación). Muchas veces la historieta es 'objeto' de aplicación de métodos, otras 'sujeto' de referencia.

Como texto-híbrido (mezcla de códigos y de materiales), medio de comunicación y/o cultura de masas, 'arte' individual o colectivo, es asumido por estudiosos de las más disímiles orientaciones (lingüísticas, etnológica, educativa, histórica, artística, sociológica, psicoanalítica, legal, religiosa, comunicacional, informativa, estructuralista, semiológica...). En la actualidad predominan las investigaciones interdisciplinarias de carácter más o menos científico, donde la producción —historieta interesa como práctica específica anclada y formadora de contexto. Durante mucho tiempo la continuidad, la tradición, ocupan el primer lugar en los metadiscursos; hoy se tiende a privilegiar la ruptura, la diferencia por encima de la similitud, la producción antes que el resultado.

Partir de un metadiscurso inicial (fragmentado, subjetivo, condicionante, idealista, acientífico...) hasta situarse en la semiología de la productividad (abierto, materialista, globalizante, intertextual, de infinitas posibilidades...) es apenas un desafío inicial.

En este sentido se tratará de explicitar —sin pretender ni por un momento la exhaustividad utópica, ni la verdad absoluta, ni la objetividad absurda— algunas de las líneas generales que han marcado el metatexto. En el apartado siguiente (quinto) se enumerarán varios de los textos/síntoma que evidencian cómo la pretendida 'arma capitalista' afila otra de sus navajas. Por ahora un mosaico de observaciones.

La mayoría de los textos:

- reflejan una noción tradicional de historia, es decir, realizan un estudio cronológico, lineal, fragmentado, reduccionista, con base en las grandes figuras y/o acontecimientos...

- privilegian aquellos aspectos que consideran, esenciales —según la perspectiva asumida— para

probar que 'el fenómeno historieta' responde a tal o cual interés. Así, por ejemplo, buena parte de los estudiosos 'ocultan' la producción europea anterior a la norteamericana y centran el estudio en lo producido en los Estados Unidos.

— se limitan a resaltar la producción occidental: Europa (básicamente Francia/Italia/Bélgica e Inglaterra) y los Estados Unidos. América Latina juega un cierto rol —sobre todo en los últimos años— y apenas se empiezan a tomar en cuenta otros textos como los chinos, japoneses, filipinos, indonesios, yugoeslavos, argelinos, vietnamitas...

— enfatizan, sobre todo, en la producción 'reproductora de ideología dominante', los textos contestatarios que se asumen como tales empiezan a cobrar importancia sobre todo a partir de la década de los 70.

— los principios morales moralizantes y/o político—ideológicos se convierten en el eje de estructura, los criterios estéticos ocupan un segundo lugar en el análisis.

— insisten en la 'historieta' como *fenómeno comercial*, mass media que nace y se multiplica dentro de la concepción capitalista industrial al servicio de la reproducción del sistema. Se focaliza su valor de cambio y se margina el de uso.

— al 'ignorar' el valor de uso fragmentan la realidad. Se asume el comic book/comic strip como una mercancía, un producto producido por y al servicio de un sistema y se oculta su *producción*, su capacidad *transformadora*, su vocación de ruptura, de cambio.

— al resaltar las grandes figuras de las distintas épocas y diversos países (previamente seleccionados) se distorsiona la noción de "continuum", de proceso.

— se limitan a historiar la 'historieta', en el marco de análisis específicos de distintos aspectos de la producción.

— intentan definir la historieta como producto particular y medio de comunicación de masas influido e influyente en otros medios de comunicación. Estas diversas definiciones poseen distintos grados de restricción y especificidad, esto determina las producciones que se incluyen en cada "historia de la historieta".

— utilizan al *emisor* (dibujante/guionista) y al *receptor* —al igual que las producciones particulares— como objeto de numerosos análisis desde una perspectiva tradicional: el "genio creador" o transmisor de sentido, a través de una mezcla de códigos, influye negativa (o positivamente) en un receptor también individualizado, pasivo y débil

(sobre todo niños, jóvenes y mujeres...), el adulto masculino sólo se incluye cuando se trata de textos "intelectuales" o donde el sexo y la violencia asumen el rol principal.

— la etapa descriptiva/interpretativa se enriquece con elementos de otras ciencias sociales: sicología, antropología, sociología y la misma historia como discurso independiente y empiezan a hacerse estudios con diversas inclinaciones... La lógica matemática, la lingüística, la ciencia literaria, la economía, el derecho también contribuyen con el análisis. La 'historieta' llega incluso a ser utilizada, como un simple *pretexto* y no como objeto en ella misma. La ciencia de la ideología y la semiología dan, en la actualidad, los mayores aportes en el campo.

La fragmentación es evidente: las 'historias globales' de la historieta solo son recuentos y enfoques parciales, de distintos aspectos en diferentes épocas. La concepción de una *historia estratificada* no lineal ni jerárquica, como el conjunto de prácticas significantes integradas para producirla, de una historia no como discurso subordinante ni subordinado ni complementario sino como multiplicidad conformante, apenas se vislumbra en algunos trabajos. La historia donde el *producto* (sentido—significación—materia) ceda su lugar a la *producción/proceso* apenas comienza a escribirse.

5. TEXTOS/SINTOMA: ¿CAMBIA EL FILO DEL ARMA?

"He sido sustituido en todo, en esta época. Soy un inútil en este mundo de computadoras"

Supermán.

"Hubo una época en que sólo Supermán usaba la visión rayos X para combatir el crimen. Ahora Bendix Corporation también lo hace. Es nuestro sistema de inspección de equipajes por rayos X".

Finance (35)

Los superpoderes de los héroes, los viajes al infinito, los mundos del futuro inalcanzable, lo sobrenatural, empiezan a formar parte de lo cotidiano con la era espacial, las computadoras o los medios técnicos de comunicación. El cine, la radio, la televisión rompen el cerco del impreso y compiten con diversas posibilidades. Por eso el modelo tradicional de historieta ideológica se desgasta y, de un lado, se asumen todas las novedades posibles —se evidencia la intertextualidad— y, del otro se fortalecen otras perspectivas de

uso. El sistema continúa guardando sus valores tradicionales con la reproducción continua de los medios destinados a las publicaciones regulares convencionales, donde los cambios son siempre los mínimos necesarios.

Una eclosión de textos de índole diversa marca el profundo cambio en la 'visión' primigenia de la historieta—producto como mass media sin valor artístico, instrumento comercial reproductor de ideología dominante (mitos/prejuicios/estereotipos) o simple forma de entretenimiento para un público 'infantil' o ignorante...

Por una parte la historieta adquiere un estatus 'artístico' e intelectual (se quiere productividad), por otra se suma a los programas estatales o de organismos particulares como arma 'política de cambio' y/o mecanismo eficaz de educación.

Roman Gubern en su libro: *El lenguaje de los comics* (1972) sintetiza tres de las consecuencias fundamentales de la historieta como 'arte mayor':

- problematización del lenguaje y búsqueda de fórmulas narrativas y estilísticas cada vez más complejas.

- aparición de la crítica de los comics, revistas especializadas y abundante bibliografía sobre su historia, estética y sociología.

- un nuevo público consumidor y minoritario (36).

La historieta presiona cada vez con más fuerza para participar activamente en los procesos de cambio social: se introduce en las escuelas primarias como instrumento didáctico y como práctica directa; en la alfabetización de adultos; en campañas políticas, de salud, higiene, reforestación, producción agrícola, pro—vivienda...

Se utiliza en la divulgación de distintos textos escritos (literarios o no) o de la cultura popular, en la enseñanza de lenguas extranjeras o de la historia nacional o internacional, se trabaja en talleres de obreros y/o campesinos como una forma de expresión de experiencias individuales o colectivas.

Así, el 'boom' de la historieta como 'arte', como producción apta para los intelectuales, como ruptura de tradiciones y posibilidad de transformación social, está respaldado por hechos/actividades específicas que a su vez generan otras y así sucesivamente...

Sin pretender una enumeración completa —y dando cierto énfasis a la producción europea y latinoamericana —parece interesante señalar ciertos cambios y/o inclusiones donde la 'práctica—objeto historieta' se encuentran en la mira, no como producción particular (confróntese apartado tres) sino

como parte del texto general de la historia y de la cultura.

5.1 En cuanto al campo editorial:

- Se multiplican los boletines y revistas de difusión de la historieta, algunas de las cuales incluyen entrevistas a autores, comentarios, informaciones cortas y pequeños análisis: *Giff-Wiff*, *Cuto*, *Falatoff*, *Mormoil*, *l'Echo des Savanes*, *Metal Hurlant*, *Bang*, *Linus*, *Hara-Kiri*, *La Mosca*, *C. Línea*, *Click!*, *Eureka*, *Haga Sup*, *Comicsuola*, *Heavy Metal*, *El Pappus*, *Visaõ*, *Graphis*...

- Se fundan una serie de editoriales especializadas en historieta 'artística' que ciudan la "calidad" de sus producciones, y otras editoras —ya consagradas— abren sus puertas a la historieta. Es el caso de la *Milano Libri Edizioni*, *Erik Lostfeld*, *Le terrain Vague*, *Casterman*, *Quimantú*, *Hachette*, *Dupuis*, *Bruguera*, *Kangourou*, *Larousse*, *Edisud*, *Nueva Imagen*, *Dargaud*, *Posada*, *Grijalbo*,...

- Las historietas se publican como libros. Entre 1964 y 68 aparecen una serie de álbumes de lujo en Francia como *Barbarella*, *Pieds Nickelés*, *Saga de Sam*, *Pravda la Suvireuse*... que institucionalizan la costumbre. Actualmente es común conseguir recopilaciones de 'strips', o revistas publicadas como libro. La costumbre europea es, en todo caso trabajar las producciones particulares en *álbumes*, lo que implica una diferencia con el 'pasquín' impreso, de formato pequeño y papel barato que difunden las editoriales comerciales de estilo norteamericano. Este tipo de impresiones generalmente se intercambian, revenden o descartan, las otras —libros— entran a formar parte de las bibliotecas particulares o de instituciones.

- Se pretende realizar verdaderas *enciclopedias* de la historieta internacional como: *Enciclopedia dei Fumetti* (Sansoni); *Encyclopédie mondiale de la BD* (Serg, 1975); *Histoires des images de la préhistoire a nos jours* (G. Blanchard 1969); *Enciclopedia dei fumetti* (Milano Libri Edizioni, 1969) o *Los mitos juveniles* del español Luis Gasca donde el mito antiguo y el moderno se juntan.

- Se recogen artículos dispersos en revistas diferentes (de varios autores o de uno solo) y se publican en forma de libro: *El comic es algo serio* (México, varios autores), *Leyendo historietas* (Argentina, varios autores)...

- Revistas de reconocido prestigio dedican un número completo al análisis de la práctica desde perspectivas diversas: *Informations et documents*. Número especial sobre B.D. No.344, 1974;

Communications. “La bande dessinée et son discours” No. 24, 1976.

— Revistas de las más variadas disciplinas estimulan la publicación de artículos sobre el tema por ejemplo en Francia: *Revue d'esthétique*, *Magazine littéraire*, *Communications*, *La Nouvelle critique*, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, *Langages*, *Revue Economique et Parlementaire*, *Critique*, *Presse actualité*; o en América Latina *Casa de las Américas*, *Lenguajes*, *Los libros*, *Lenguaje y sociedad*, *Revista de Arte Moderno*, *Antropós...*

— Se editan múltiples libros de conocidos investigadores internacionales sobre todo a partir de la segunda mitad de la década de los 60: U. Eco, J. Marny, G. Blanchard, M. White y H. Abel, L. Daniels, J. Estren, Couperie, Lacassin, Moliterni, L. Gasca, R. Gubern, O. Masotta, E. Verón, A. Mattelart, Fresnault—Deruelle,...

5.2. En cuanto al ‘salto académico’

La historieta entra al ‘campus’ universitario de las más variadas formas:

— Se imparten seminarios, cursos o talleres generalmente utilizando la semiología como fundamento teórico y la historieta como ‘objeto’ de estudio o de ‘praxis’. Esta enseñanza se imparte no solo en el área de la comunicación social sino que invade otros campos como la sociología, las artes, las ciencias políticas, la educación, la lingüística...

— Los centros o institutos de investigación universitarios incluyen proyectos de trabajo sobre la práctica.

— Las instalaciones universitarias se abren a exposiciones de diverso tipo (la producción de un dibujante contemporáneo, un tema particular, el ‘estilo’ de un grupo, el trabajo hecho en el extranjero...)

— Las revistas, periódicos y boletines acogen la producción y la crítica; las editoriales universitarias publican textos sobre el tema y especialistas de renombre asumen la práctica como objeto de sus análisis.

— Además de trabajos cortos en los diversos cursos se realizan numerosas memorias de licenciatura y tesis de maestría y doctorado con enfoques diversos según la especialidad del sustentante.

— Se fundan Centros de Investigación (independientes o no) para estudiar y difundir materiales: Centre d'étude des littératures d'expression graphique (1964); Société d'études et des recherches des littératures dessinées (1964), Fede-

ración Internacional de Centros de Investigación de comics (1966), Institut des recherches sur la BD (1975), Instituto nazionale per la documentazione sull' Immagine (1973)...

5.3. En cuanto a la enseñanza de la práctica en medios no—universitarios

— Algunos dibujantes se dedican a la enseñanza de la ‘técnica’ y posibilidades de la historieta y publican textos didácticos: Juan Acevedo (peruano) enseña a obreros y campesinos con base en el libro *Para hacer la historieta*; Eduardo del Río (mexicano) dedica una parte de la *Vida en cuadros* a describir como se hacen las historietas; Morris (francés) se dirige a los jóvenes en el texto publicado por Dargaud (1976): *Morris les enseña a dibujar a Lucky Luke*; Filippini y Bourgeois pretenden enseñar: *La historieta en 10 lecciones* (1976); Iván Tubán en España publica *Dibujando historietas* (1971).

— Se realizan algunos talleres —con historietas o no— para mejorar o enseñar la técnica. Casi siempre estas experiencias están en manos de las editoriales (Quimantú, en Chile), instituciones de gobiernos de ‘cambio’ o centros de cultura popular.

5.4. En cuanto a ciertas ‘variantes’ en la concepción del texto que educa, instruye, o produce gozo estético:

Muchos temas que antes se trataban exclusivamente a través del código lingüístico (*escritura*) se realizan directamente o se reproducen en historieta. Las experiencias son múltiples:

— del texto literario. Los trabajos publicados por Ageducatifs en 1977: *Julio Verne en Historieta...* y cientos más.

— del texto histórico. Por ejemplo los 24 fascículos mensuales de Larrouse: *El descubrimiento del mundo en historieta* (1978)... *La joven Alemania* o *Cuba para principiantes* de Rius...

— Del texto político—económico, la producción de Rius: *Marx para Principiantes*, *Lenin para principiantes* o *Las lecciones de economía* de Edmundo Lobo,...

— del texto educativo, *Parler et écrire avec la bande dessinée* de Hachette (1971) para el aprendizaje del francés; o *Trabajos dirigidos e historieta*, de Sudel (1974) dedicados a la enseñanza en las escuelas.

— Se editan una serie de textos donde la historieta habla de sí misma, como las excelentes *Vida*

en cuadritos (Grijalbo, 1983) o “La historieta: el método más barato para embrutecerse... o cultivarse... según” (Posada, 1976) de Rius.

— se permiten exposiciones en lugares que, hasta ese momento, son destinados al ‘arte’ (con lo que se le considera como tal), por ejemplo el Museo de Artes Decorativas de Louvre (Exposición del comic mundial, 1967).

5.5. En cuanto a la utilización de la historieta o su crítica en otras prácticas y/o medios:

— En la actualidad resulta común la crítica de la historieta en medios periodísticos —incluida a veces en los suplementos culturales— y en las revistas de divulgación. Periódicos que en general destinan poco o ningún espacio al humor y al entretenimiento abren un espacio al metadiscurso. Un ejemplo: *Le Monde*.

— las revistas o impresos de otra índole sobre diversas disciplinas usan el recurso de la historieta (aún más la caricatura) para criticar, facilitar la comprensión o simplemente quebrar la monotonía de sus páginas. La historia, sociología, antropología, trabajo social, derecho, economía, medicina, educación... quiebran sus discursos (académicos —divulgativos) ‘narración dibujada’

— el ‘arte pop’ maneja la historieta como texto explícito de su composición (1963).

— El cine y la televisión intercambian hoy más que nunca sus textos con la historieta. Resulta una práctica tan corriente que incluso el público pierde noción del ‘origen’ de un personaje, una técnica o un argumento.

5.6. En cuanto a la preocupación por recuperar textos antiguos, recopilar información de y sobre la práctica, conocer textos de otras latitudes.

— Aumenta el interés por reproducir en ediciones para coleccionistas y en otras divulgativas las experiencias más relevantes de todos los tiempos —algunas marginales en su época—

— se elaboran bibliografías específicas que recojen los distintos análisis sobre la historieta: Una de las primeras es la del alemán Wolfgaud Kempler (Munich, 1974) con 4,697 referencias sobre libros y artículos de carácter histórico, legal, pedagógico y comercial. Varias bibliotecas han tratado de sistematizar los materiales.

— se tiende a estudiar *prácticas marginales* (tanto en el tiempo como en el espacio): de países

poco conocidos en occidente como China, Indonesia, Argelia estudiados por franceses; de grupos minoritarios como trabajos sobre el comic chicano o puertorriqueño en Estados Unidos. En la Unión Soviética por ejemplo, donde por mucho tiempo se prohíbe la historieta, se hace una exposición de dibujos antiguos en 1968 (Moscú) y se editan álbumes.

5.7. En cuanto a la ‘organización’ de los productores (historietistas y/o críticos) y de los aficionados:

— Ya en 1966 se empiezan a formar asociaciones de críticos de comics.

— aunque la costumbre de formar ‘clubes’ con amantes de la historieta tiene viejas raíces en Estados Unidos y en Europa, a partir de los años 60, ingresa el *público adulto*.

— los historietistas se unen para proteger sus derechos a fines de la década de los 40 en Estados Unidos e incluso instituyen un premio anual para el mejor historietista al que denominan *Reuben* (1946). Pero es también en la década de los 60 —y en algunos países los 70— que brotan numerosas asociaciones: *El Club Dhin* (Dibujantes de la historieta e Ilustración Nacionales) en España; la asociación de historietistas y afines en México...

— los ‘productores’ de textos revolucionarios (ruptura) conforman su propio sindicato *Universal Press Syndicate* (EEUU) para poder comercializar y distribuir su producción a periódicos y revistas críticos, de vanguardia, en el mundo. Más adelante se crean otras alternativas para las producciones marginales que pretenden romper el cerco de los monopolios multinacionales. En los países del Tercer Mundo las experiencias se realizan en el marco del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC): es el caso de la agencia regional con sede en Cuba *Prensa Latina* quien se encarga de la distribución de ‘comics’ no ‘tradicionales’ latinoamericanos o de otros países. En algunos casos se ocupa de la traducción.

— los historietistas— de forma particular o en grupos— escriben sobre su *trabajo* y publican libros. Como ejemplo los franceses Franquin, Gillain, Vandooren, Morris, el inglés Feiffer; el belga Hergé o el argentino Kolodin. Anteriormente las opiniones de los guionistas y dibujantes se conocen fundamentalmente a través de la correspondencia publicada o de la entrevista.

— estimulan encuentros de historietistas como la *Primera Biental de la Historieta Mundial* (Buenos

Aires, 1968) o la *Segunda Bial de la historieta y el humor gráfico* (Córdoba, 1976).

— se organizan congresos internacionales sobre el tema como el primer y segundo *Congreso Internacional de Comics* (1965–1967), el *Primer Coloquio Internacional de Educación e Historieta* (1977) o el que en Perú organiza, para 1986, Juan Acevedo.

Estos textos/síntoma que apenas se ejemplifican, surgen como una diferencia en el 'continuum' de la práctica —como ruptura— y algunos luego son asumidos por el sistema, que los legitima y los institucionaliza. La segunda mitad de la década del 70 y los años 80 se encargan de *consolidar* estas perspectivas.

El 'movimiento' que sufre la práctica—historieta y su metatexto no está aislado de las otras prácticas significantes: el arte, la literatura, la historia, la sociología, la psicología, la antropología y sus metadiscursos también cambian de orientación y perspectiva.

6. La historieta latinoamericana y el 'boom' occidental...

"La historieta: el método más barato para embrutecerse... o cultivarse... según"

Rius (37)

América Latina como parte del Tercer Mundo, presenta características generales que la diferencian y la convierten en 'un campo propicio' y, por qué no 'necesario' para la historieta occidental (léase sobre todo norteamericana...).

La síntesis que se dedica en páginas anteriores a la producción de historietas en el continente, muestra la importancia histórica de la práctica, en gran parte de los países de la región. Antes de incluir algunos aspectos de la producción centroamericana, vale la pena retomar algunos de los aspectos que se derivan de los puntos analizados anteriormente y referirse a las redes de distribución y comercialización de los 'comics'.

6.1. Del "strip" a la 'tira cómica':

Desde el inicio —aún antes de la década de los 20 pero sobre todo en el transcurso de ésta y la posterior— los sindicatos/agencias norteamericanas incluyen el mercado latinoamericano como uno de los más importantes. Dichos sindicatos que, como bien afirma Roman Gubern, producen: "a) el fin de una etapa periodística tradicional y en cierto

aspecto artesanal, en beneficio de un más elevado nivel capitalista de división del trabajo y la producción; b) una amplia difusión del material periodístico norteamericano, pues su distribución se extendió a empresas de todos los continentes; c) una estandarización de los materiales procurando cierta homogeneidad de cara al mercado internacional y eliminando los aspectos críticos y agresivos que pudiesen alejar clientes en países de costumbres, religión o principios políticos distintos" (38), a lo que habría que agregar una disminución en los costos de producción y comercio, traen algunas consecuencias —no exclusivas— para la zona:

— como los materiales vienen preparados de antemano (similar a los actuales enlatados de televisión), los periódicos y revistas se limitan a comprar el servicio e incluirlo en sus páginas.

— como el costo es bajo y es asumido por el aumento de las ventas, no interesa promover la producción de dibujantes nacionales.

— sin embargo, la inclusión de esta nueva modalidad estimula el interés de algunos dibujantes autóctonos que se introducen en el campo y, para ser aceptados, imprimen a sus textos dos orientaciones específicas: por una parte, intentan seguir los parámetros de la producción foránea orientándose hacia el humor, la vida cotidiana de personajes, la simplicidad y la no inclusión de temas polémicos; por otra parte, pretenden diferenciar su práctica utilizando un lenguaje particular, tratando los hábitos, costumbres y tradiciones del país —lo que a menudo limita su interés en otras regiones— o realizando una especie de incipiente 'periodismo en imágenes'. El texto se desarrolla, entonces, muy cercano al chiste de humor gráfico y a la caricatura.

— la competencia con las agencias internacionales condiciona en la mayoría de los casos, que el trabajo de los nacionales sea mal pagado.

— el trabajo resulta *artesanal*, cada uno de los autores realiza todo el proceso antes de llevarlo al medio donde publica, —con excepciones muy particulares— no se da la división de trabajo industrial.

— algunas de las tiras latinoamericanas son vendidas a los sindicatos que se encargan de su posterior distribución fuera del país de origen.

— unos pocos dibujantes de valía son atraídos hacia los centros de producción donde empiezan a trabajar como asalariados.

— muchas veces la competencia impide conseguir un medio de publicación que permita la supervivencia del texto. De todas formas, en términos generales, el dibujante realiza sus tiras como un

trabajo complementario y no como su 'modus vivendi'.

— el país donde se da un mayor desarrollo de las tiras de humor con personajes de una cierta originalidad es Argentina.

6.2. Latinoamérica: ¿un campo necesario y propicio?

Los comic-books que se popularizan (en los años treinta) con el nacimiento de las series de aventuras, pronto son traducidos y se exportan a América Latina. Pero la verdadera invasión de 'pasquines' se produce en los años 40 cuando los Estados Unidos, después de perder parte del mercado europeo (recuérdese que el facismo y luego varios grupos progresistas deciden impedir la entrada de la historieta norteamericana y en el mejor de los casos someterla a estrechas regulaciones) abre otras posibilidades de comercialización masiva. No es difícil especificar algunas de las razones por las cuales la región presenta condiciones positivas para difundir la práctica.

"Contrariamente a lo que ocurre en el resto del Tercer Mundo —señala Claude Bataillon— los países de América Latina disponen de una lengua de cultura universal. Esta unidad lingüística transnacional deja un espacio muy reducido a las lenguas indígenas, hasta el momento sin peso nacional", (39). La afirmación anterior lleva implícito otro fenómeno que aumenta su importancia: es precisamente la población de habla hispana la que se ha alfabetizado o semi-alfabetizado en el continente. Las grandes mayorías indígenas son aún analfabetas y viven, además, en condiciones tan deplorables que no se cuentan entre los consumidores potenciales.

Por otra parte, aunque es cierto que el continente americano es el más alfabetizado del Tercer Mundo sus niveles de instrucción son bastante bajos. Este hecho permite entregar a los pueblos la llamada 'sub o para-literatura' (con todas las implicaciones del adjetivo) y utilizar la historieta como instrumento efectivo.

Además se debe considerar la posición geográfica de los países que forman parte del territorio que —aún hoy— los norteamericanos consideran su 'traspatio'.

6.3. La infraestructura editorial

En varios países del continente existe, desde principios del SXX, una *infraestructura* importante

en varios sentidos: a) la mayoría de la población alfabetada (o semi) se concentra en núcleos de población, b) el impreso tiene una enorme importancia (periódicos, revistas, libros) lo que implica necesariamente un complejo editorial y de imprenta, c) se encuentran medios de comunicación más o menos aceptables para los distintos núcleos de interés.

México juega un rol particular puesto que como muestra Claude Bataillon "es el caballo de Troya de tecnología y de la publicidad de Estados Unidos hacia América Latina" (40). Ya en 1940 se publican en ese país textos nacionales reproductores o no del estilo y la idiosincrasia del norte. La falta de posibilidades técnicas y de recursos financieros obligan, en parte, a la historieta mexicana a refugiarse en el melodrama, el chiste barato, la vulgaridad y la pobreza de imaginación. Los textos que salen de la línea lo hacen recurriendo al lenguaje típico, a los personajes tipos, a la situación irónica, a la crítica de los vicios, al gesto espontáneo e inclusive a lo grotesco y la agresión humorística. México es, entonces, el país que primero desarrolla el 'pepín' de formato pequeño, sin color y a precio módico. La verdadera masificación del comic, sin embargo, se da en los años 50 cuando se empieza a utilizar la infraestructura existente y a crear otra, para la reproducción y reelaboración de series de aventuras y animales humanizados. Por ejemplo la *Editorial Novaro* y *La Prensa* de México lanzan grandes tirajes de comics para la exportación (41).

En Argentina se pasa de 55 empresas editoriales (1950) a 156 cinco años más tarde (42). El nuevo boom editorial de los años 65, se marca en el salto de 105 empresas a 256 (1977); 203 de estas editoras trabajan en Buenos Aires (43).

En otros países como Chile, Brasil, y más tarde Venezuela y Colombia también se producen explosiones masivas.

Tres observaciones son pertinentes en este momento: en primer lugar toda la industria editorial y de impresión se encuentra concentrada en las capitales: Buenos Aires, Ciudad México, Santiago, Caracas, Bogotá... en segundo las empresas editoras que compran sus derechos a los grandes consorcios norteamericanos o de otros países deben recurrir a varias casas de impresión, dado el volumen de sus tirajes, por ejemplo La Editorial Cinco de Colombia trabaja con la Imprenta Carvajal, El Espacio, Los Andes,... En tercer lugar las editoras e impresoras que se instalan conservan las formas de producción, gustos e intereses de los países de proveniencia: "las editoras se sitúan al margen de la

cultura nacional, un poco como satélites” (44).

Las empresas editoriales compran los derechos de reedición en condiciones diversas: en general se evidencia una cadena de ventas y reventas donde entra en juego la actualidad de los ejemplares, la aceptación en el público y las perspectivas de los distintos dueños. Algunas editoras se dedican —casi exclusivamente— a actuar como intermediarios comprando y vendiendo derechos reservados. Los contratos se realizan por ejemplar o por paquete y son válidos por regiones: La editora *Cinco* compra a México (a diferentes casas como Guillermo de la Parra o Ediciones Ricana) un grupo de historietas con exclusividad de distribución en El Caribe, Centro y Suramérica (*El águila solitaria*, *Memín*, *Lágrimas y Risas*, *La capitana*, *Samurai*, *Kalimán*, *El fugitivo temerario*, *Fuego*...). Luego esta editorial busca sub-distribuidoras responsables en cada país (o grupo de países) a quienes envía el material. Como la mayoría de estas historias son en episodios semanales el atraso en los pedidos significa un ‘problema’ para el público. Aunque la editorial *Cinco* posee la exclusividad para toda el área solo trabaja con unos países: Colombia, Venezuela, Bolivia, Ecuador, Perú, Chile, Paraguay, Argentina, Puerto Rico, República Dominicana, Panamá, Honduras, Costa Rica y El Salvador. En el caso de la *Editorial Novaro* —la otra editorial que tiene una mayor distribución en la zona— compra los derechos a firmas norteamericanas, realiza el trabajo de traducción y/o adaptación e incluso hace guiones de revistas ya existentes (por ejemplo O.R. González escribe los guiones de Red Ryder). La Novaro junto a otras editoras situadas en diversos puntos del continente —como las ya citadas *Mercurio* o *Zig-Zag* (Chile)— reproducen Walt Disney, *El conejo de la suerte*, *El pájaro loco*, la serie de héroes y superhéroes, *Gasparín*,...

Editoriales como la *Novaro* o la *Quimantú* (Chile) además de ser verdaderas ‘maquila’ de la historieta tienen sus propios talleres de producción. En el friso del medio siglo y posteriormente, varios países forman sus propias *industrias* del comic con iguales y a menudo peores condiciones que las que se achacan a los sindicatos norteamericanos: México cuenta —como ya se dijo— con más de tres mil dibujantes y/o guionistas asalariados con pocas garantías sociales, un patrón de estandarización que mata los talentos, y el sometimiento cotidiano a la censura o a la autocensura. Argentina en la tira de humor y México con las revistas de historietas son los dos polos más destacados del conjunto. El primero con una orientación

más europea, el segundo básicamente norteamericana.

6.4. La migración ‘involuntaria’ y el intercambio intelectual

Las guerras mundiales no solo llevan a la intensificación del mercado de ‘strips’ y de ‘comic books’ en el continente. Ciertos factores favorecen también, la producción nacional. Después de la primera guerra mundial e incluso alrededor de la crisis del 29, muchos emigrantes europeos llegan al cono sur en busca de mejores posibilidades: conocen diversos dibujantes del viejo continente y traen materiales y técnicas para mejorar la industria editorial. Desde esos años se fortalece la relación con España y se establecen fuertes lazos entre un triángulo editorial en lengua hispana: México al norte, Argentina al sur y España (Madrid y Barcelona). La guerra civil española, y posteriormente la segunda guerra mundial, producen otra fuerte ola de emigración hacia el nuevo continente: México se convierte en uno de los lugares de asilo más importante para los intelectuales republicanos, a Suramérica llegan miles de familias de varios puntos de Europa. Las dificultades de la guerra y la imposición de un régimen dictatorial llevan a España al caos y la debilitan como centro de producción editorial. Al ocurrir esto, México y Argentina se fortalecen en todo sentido: mejoran sus técnicas, aumentan el número de volúmenes, compran nuevas maquinarias, reciben la experiencia profesional y artística de los exilados: “tratan de satisfacer el mercado editorial sin que esta producción —que es casi siempre reproducción o reimpresión— exprese, necesariamente las necesidades del mercado interior” (45).

La muerte de Franco y la llegada de un nuevo régimen fortalece de nuevo la industria intelectual española, tanto la producción propiamente dicha como el sistema de comercialización.

La inestabilidad política de Argentina influye, definitivamente, como un elemento negativo que culmina su debacle con la entrada al poder de los militares, al mando de Videla (1976). La represión (cárcel, muerte, exilio, censura cotidiana...) disminuye todas las posibilidades de crecimiento e incluso de mantener a flote la producción y la industria. Muchos intelectuales salen del país y se fortalecen dos nuevos focos editoriales en países de cierto desarrollo económico y estabilidad política: Venezuela y Colombia. En la actualidad varias editoriales como la *Bruguera* señalan los

cinco puntos de edición hispánica. Cuba es una excepción en este complejo editorial puesto que, aunque tiene una altísima producción, no se ajusta a las reglas del sistema (al copyright).

La migración por razones diversas: inestabilidad política, búsqueda de mejores condiciones de trabajo —tanto económicas como intelectuales— contribuye a formar ciertos núcleos hegemónicos de producción y reproducción como los que ya se señalaron. Hoy más que nunca la ‘internacionalización’ de intelectuales está a la orden del día, no solo en el campo de la historieta sino en el de la literatura, las artes plásticas, las artes musicales, las ciencias sociales... Muchos latinoamericanos viven, producen y publican en Europa o en países de la región que no son el suyo: Mordillo, Copi, Quino, Breccia, Palomo, Marfán, E. Lobo,... Muchos europeos forman escuela y luego regresan a su lugar de origen: Eliseo Verón, A. Mattelart, Hugo Pratt...

Los países que mantienen una cierta estabilidad política (duradera o momentánea) se benefician del intelecto de otras latitudes: México, Costa Rica, Argentina, Chile, Uruguay o Brasil acogen al asilado y además, impulsan la creación o traslado de institutos, centros de investigación, revistas... Este fenómeno contribuye al desarrollo de las universidades, aumenta las posibilidades de lectura, estimula la diversificación de prácticas significantes y, por lo tanto, enriquece la intertextualidad.

Si bien existe en ciertos países latinoamericanos la historieta industrializada, no puede olvidarse que buena parte del trabajo se considera artesanal o semi-artesanal; básicamente el de aquellos que no se ajustan —desde distintos puntos de vista— a las reglas más tradicionales. La producción artesanal tiene la ventaja de que al dominar el proceso, el historietista puede escapar de la estandarización. Su problema surge ante la dificultad de acceder a la red de distribución y comercialización, así la mayoría de las prácticas se mantienen marginales o desaparecen por falta de recursos (o exceso de censura...).

6.5. América Latina enseña

Aún cuando se puede considerar que la intertextualidad (diálogo de textos) se mantiene entre Europa y América, la preponderancia de textos varía: en una primera instancia los textos europeos condicionan el diálogo, luego los norteamericanos irrumpen con fuerza y dominan y, solo en casos excepcionales o en una última etapa (a partir de la década de los 60), el texto latinoamericano toma

fuerza y es capaz de oponer, e incluso imponerse, en algunas circunstancias. El último cuarto de siglo marca el desarrollo intelectual de América Latina en varios sentidos:

- se escribe la teoría de la dependencia (Cardoso y Faletto, T. Dos Santos), se analizan los medios de comunicación masivos donde se denuncia “la carga ideológica de los mensajes objetivos del poder burgués”(46); los estudios semióticos (Eliseo Verón) y de la educación participativa (Paulo Freire)

- la sociología desarrolla nuevas tendencias se elaboran textos teóricos capaces de analizar las producciones significantes particulares de la región; la iglesia popular (iglesia al socialismo, iglesia del pueblo) se fortalece; aumenta el interés por lo autóctono y se da impulso a lo nacional (se multiplican los Centros de Cultura Popular, de Educación Popular, de estudios sobre el ‘folklor’...) se publican numerosos textos de ciencias políticas, economía, historia...

- el boom (primero y segundo) de la literatura latinoamericana, fundamentalmente la narrativa (García Márquez, Carpentier, Rulfo, Vargas Llosa, Sábato, Fuentes, Neruda, Cortázar), irrumpe en el mundo desarrollado.

En los países llamados ‘democráticos’ se empiezan a institucionalizar o legitimar prácticas que hasta ese momento se consideran marginales y, los países que sufren un cambio de sistema político establecen verdaderos programas para ‘recuperar lo nacional’ y estimular la producción a nivel de prácticas significantes: Cuba, Chile (con Salvador Allende), Perú (con Velasco Alvarado) (47), Panamá (con Torrijos), Nicaragua...

En torno a la historieta surgen varios fenómenos importantes:

- se estimula la *producción nacional* de calidad, tanto desde una perspectiva técnica como temática. En este último caso se multiplica la historieta paródica, de crítica social educativa (formación integral) y política (propaganda).

- en cuanto al metadiscurso sobre la práctica predominan los estudios socio-político-ideológicos donde se analiza la historieta tradicional como parte de la dependencia y el dominio (el clásico *Para leer el Pato Donald* de Dorfman y Mattelart). El método de análisis semiológico es impulsado sobre todo en Argentina y Brasil y se aplica al estudio de las producciones nacionales (antes se privilegian las prácticas extranjeras).

- en una tercera instancia, tanto desde el punto de vista político como educativo (básicamente en

México y Cuba) se analizan las perspectivas de la historieta en los campos de:

- alfabetización de adultos;
- enseñanza política (la usan los nuevos gobiernos revolucionarios para aclarar el proceso de cambio) o religiosa (se publican textos sagrados, se evangeliza...);
- conciencia y expresión de las experiencias de poblaciones marginales (obreros, campesinos);
- posibilidad de introducir mejoras entre la población en campos de salud, higiene, vivienda, ornato, reforestación, cuidado de recursos naturales, cuidado de los niños, comidas, preservación de la cultura...;
- aprendizaje de lenguas extranjeras y del propio idioma;
- recuperación del pasado;
- divulgación de las producciones significantes diversas como la novela, el cuento, las canciones, la poesía, libros de economía política, de filosofía...

Historietistas como Quino, Mordillo, Kalodi, Copi, Pratt, Breccia o Rius orientan —al igual que lo hacen los narradores del “boom”— ciertas producciones europeas y norteamericanas. A partir de 1968, la caricatura latinoamericana política y humorística se intensifica y quiebra las fronteras. Se editan numerosos *libros* de historietistas latinoamericanos (Róger Sánchez, Quino, Mordillo, Copi...). El caso de mayor exhuberancia es el del mexicano Eduardo del Río quien, traducido a varios idiomas y con ediciones masivas entra ‘al mundo legítimo dentro de la marginalidad’... Como otros contemporáneos Rius evidencia en cada página los textos anteriores y sincrónicos que conforman el suyo y presenta cada historieta como un esfuerzo de elaboración, un trabajo capaz de producir sentido y transformar la sociedad.

7. CENTROAMERICA MARGINAL Y ESTRATEGICA:

“Según un informe de la UNESCO, se estima que en el mundo hay más de 700 millones de adultos analfabetos. Setecientos millones ¡Dios.míó! ¡Qué atrasado está el progreso!”

Mafalda.

Centroamérica hoy igual que ayer, se encuentra en una encrucijada. Faja de tierra que une el norte y el sur del continente; puente más o menos estrecho entre dos océanos; camino donde se mezclan

culturas, climas, faunas y floras diferentes. El centro de América: una zona geopolítica de valor estratégico, una región con escaso desarrollo económico, grandes conflictos socio-políticos, y pocas posibilidades de tomar en sus manos el futuro. Una parte de historia compartida, un destino semejante en la perspectiva internacional y a la vez, diferencias evidentes entre cada una de las naciones.

El desarrollo de las prácticas significantes en la zona ha tenido momentos importantes: la narrativa en Guatemala con Miguel Angel Asturias; la poesía dariana en Nicaragua; la pintura primitivista en El Salvador; la producción modernista de Sinán en Panamá o la ‘apertura’ del gobierno reformista en Honduras en los años 70; el ‘desarrollo’ cultural durante la gestión del general Torrijos; los intentos de aglutinar la producción cultural del nuevo gobierno de contra insurgencia guatemalteco... Costa Rica es históricamente una excepción: estabilidad política, gobiernos donde predomina el dominio por consenso (aparatos ideológicos del estado muy fuertes y activos), una clase media más o menos importante, un nivel de analfabetismo menos significativo gracias al interés por la educación, cierta tradición de asilo, múltiples opciones dentro de los medios de comunicación de masas estatales o privados (ningún otro país de América Central cuenta con tantas frecuencias radiales, canales de televisión, ni medios impresos como éste), un significativo avance en las telecomunicaciones... Esta diferencia se percibe claramente si se compara Costa Rica con países de la región, pero se opaca frente a otros centros latinoamericanos y resulta menos notoria aún, cuando se asume el bloque latinoamericano como conjunto subdesarrollado, dependiente y estratégico, frente a las grandes potencias industrializadas (sobre todo a los Estados Unidos que lo consideran parte de su zona de influencia).

7.1. La cultura del entierro, encierro, exilio, indiferencia o institucionalidad.

Si se hace un balance de la infraestructura y las posibilidades de desarrollo de prácticas significantes autóctonas en cada uno de los países, el resultado —tal vez con la excepción histórica de Costa Rica y coyuntural de Nicaragua— es desastroso.

— En Guatemala, la producción editorial es prácticamente nula. Cuando después del golpe de estado (1982) suben al poder los militares de rangos intermedios se empieza a planificar, cuidadosa-

mente y con un criterio ideológico bien definido, todo lo que se refiere al área cultural. Se pretende una hegemonía bajo “el poder integrador”, donde se dé espacio —relativo— a los sectores medios, los escritores y otros trabajadores del sentido puedan publicar —algunas de sus obras—, se estimule la creación entre los jóvenes... Todo dentro de un marco de sofisticada ideología al mando del Capitán Juan Fernando Cifuentes Herrera... un militar de la cultura. El grueso de los conformadores de prácticas significantes está marcado, como lo asegura el humor negro del pueblo, por una de las tres “e”; encierro, entierro o exilio. Ni siquiera las pocas editoras universitarias escapan a la censura y la indiferencia. En el exilio existe la *Unión de Artistas y trabajadores de la cultura guatemalteca* que realiza una serie de proyectos donde tratan de valorar la cultura indígena, diseminada y oprimida, a través de prácticas de “calidad”.

— En Honduras la situación no es más alentadora a pesar de los esfuerzos individuales y de pequeños grupos: el *Ministerio de Cultura* a veces publica pero no distribuye; la editorial de la Universidad Autónoma no tiene planes concretos y se caracteriza por su inestabilidad; la editora *Nuevo Continente* (1970) sobrevive apenas siete u ocho años; la editorial *Güaimuras* solo puede publicar 25 números de la revista combativa *Alcarabán* y hoy imprime *Ventana*. Una edición de 2,000 ejemplares es considerada importante y el trabajo cultural existe a nivel de supervivencia; producción artesanal, difusión casi nula, crítica y discusión pobre, niveles bajos de investigación, autores que costean sus textos... Los años 70 imponen un cierto nivel sobre todo alrededor de la Universidad y de la educación popular: quince años después el esfuerzo casi no se recuerda. *La Asociación y el sindicato de trabajadores de la cultura Hondureña* y la *Unión de intelectuales y artistas de Honduras* no han logrado consolidarse.

— El Salvador, un país en guerra civil donde se destina el 68% del presupuesto a lo militar y el 8% a la cultura, difícilmente varía el programa: un *Ministerio de Cultura y Comunicaciones* con una dirección editorial que no funciona con efectividad ni cuenta con personal bien capacitado; unas cuantas publicaciones en las universidades (sobre todo la Universidad Nacional y la UCA) que apenas cubren ciertas necesidades bibliográficas y la progresista editorial *CANOA* que publica esencialmente libros para jóvenes y profesores de enseñanza media. Existen algunas organizaciones como la oficialista *Unión general de autores y artistas salvado-*

reños; la Asociación de artistas circenses; la Cantata salvadoreña y la joven *Asociación de trabajadores del arte y la cultura*, frente de trabajo y solidaridad que considera el arte y la cultura como un mecanismo de liberación de los pueblos.

— Nicaragua, a pesar de las condiciones adversas, trabaja organizada en “un proyecto coyuntural” (necesidades urgentes) estratégico (planes a largo y mediano plazo) en relación con la cultura. La falta de recursos les obliga a construir una política coherente, una ‘cultura de resistencia’. Después de que asume el poder, el gobierno sandinista crea el *Ministerio de Cultura* y la primera editora del país: *Nueva Nicaragua* (La vieja *Unión* no era más que una imprenta). En tres años la producción alcanza el número 100 y, actualmente, hay 74 títulos nacionales y 63 internacionales publicados, cuyos tirajes oscilan entre los seis y los cuarenta mil ejemplares. Además la editorial del *Ministerio de Educación* se encarga de los materiales didácticos —con énfasis en la educación de jóvenes y adultos— y las bibliotecas. El esfuerzo editorial va acompañado de un fuerte impulso a la enseñanza, la investigación y los *talleres* (práctica). Existen una gran cantidad de organismos encargados de analizar el proceso, de investigar las ciencias sociales, impulsar la escritura, conocer las diferencias entre los grupos étnicos, mejorar la comunicación, aumentar la producción agraria o las condiciones de salud... Pretende convertir el país en un inmenso laboratorio de formación y productividad. Recientemente se inaugura el primer *Museo Centroamericano de Artes Plásticas*.

— En Panamá —como señala el escritor Rafael Ruiloba C.— con períodos de excepción muy cortos, los trabajadores de la cultura han surgido como oponentes a la oficialidad, en un desesperado esfuerzo por conservar las raíces panameñas. El *Instituto Nacional de Cultura* creado con el impulso de los artistas en el gobierno revolucionario, ahora no solo carece de fondos económicos sino de una verdadera política de estímulo y apoyo. Son los grupos independientes los que pretenden, en núcleos pequeños y con un trabajo semi-artesanal rescatar las producciones. La Universidad de Panamá que oficialmente no publica más de dos o tres libros por año, acoge en su seno parte de la efervescencia a través del joven grupo político cultural *La Otra Columna*. Pedro Rivera y su grupo experimental de cine... publica libros de poesía; Raúl Leis basado en los trabajos de un Centro de Investigación integra la *Revista Diálogo Social*; la *Editorial Signos* después de editar 29

títulos desiste de la empresa porque no resulta rentable; Carlos Mora, también de la Universidad, se encarga de la revista *Imagen*, y además persisten *Maga* (revista de difusión e investigación) y *Tareas* revista de análisis científico. La *Librería Cultural Panameña* imprime textos obligatorios para la enseñanza y, la mayoría de los autores se encargan de 'autopublicarse'. Como estímulo la revista *Maga* inicia un certámen nacional de joven literatura panameña.

Aunque no existe unidad entre los trabajadores del arte, los grupos organizados a través de experiencias múltiples enfrentan la imaginación al poder.

A la par del problema *editorial*, la falta de apoyo o la censura gubernamental, la existencia de organizaciones obsoletas y la poca posibilidad de trabajar producciones significantes, los países centroamericanos deben enfrentarse a un alto analfabetismo (Nicaragua ha hecho costosas campañas), una educación deficiente y pocas posibilidades de acceso a la bibliografía internacional (librerías y bibliotecas pobres o desactualizadas).

En Costa Rica el panorama es diferente. Las instancias son semejantes pero —a pesar de las dificultades— más efectivas. El *Ministerio de Educación* tiene en sus manos proyectos trascendentales como el de los textos de enseñanza primaria que preparan un equipo de maestros, profesores de enseñanza media y universitarios; el *Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes* —a pesar de su escaso financiamiento— realiza labores culturales y deportivas continuas y diversas. Existe una Compañía Nacional de Danza y otra de Teatro, a la par de las universitarias y particulares. El *Instituto de Literatura Infantil y Juvenil* une a escritores y dibujantes y estudiosos. Funcionan amplias y actualizadas bibliotecas centrales, a la par de múltiples pequeñas, adscritas a la municipalidad o a los centros de enseñanza. Existe una *Asociación de Autores* y se cuenta con editoriales como la Costa Rica (ECR), EDUCA, EUNED, EUCR, EUNA (estatales o universitarias)... y otras muchas particulares que editan volúmenes anuales significativos, en relación con el número de habitantes. Se multiplican los grupos de teatro, musicales y danza. Organismos como FLACSO, el CSUCA y otros de carácter regional trabajan en el país. La investigación se estimula en las carreras de posgrado, en los centros e institutos de investigación, a través de la publicación en numerosas revistas de índole diversa; se trabaja en varios proyectos interdisciplinarios que intentan recuperar lo popular, la cultura. Los congresos las

conferencias, los talleres resultan más o menos frecuentes. El gobierno explícitamente asume una posición abierta en favor de la cultura y la educación: problemas, conflictos, privilegios pero una conciencia clara de la importancia de las producciones significantes. Desde luego que, a este nivel de legitimación y/o institucionalización, muchas prácticas resultan marginales.

7.2. El 'comic' dominante no es risible...

Las condiciones culturales centroamericanas —y no solo las culturales— promueven, por una parte, el consumo de textos baratos, fáciles de leer y entender, promotores de ensoñación, éxitos fáciles, sentimentalismo catártico y olvido de circunstancias concretas. La crisis se enfrenta con la lucha o se esconde en la evasión. México penetra —como intermediario— por medio de las historietas foto, tele o radionovelas, revistas 'femeninas', canciones rancheras o programas de Televisa, El Chapulín Colorado o en Chavo del Ocho. Es sobre todo a través del vecino hispano del norte—fundamentalmente la *Editorial Novaro*— o haciendo un viraje por Colombia, a través de la *Editora Cinco* que Centroamérica recibe el impacto de las historietas norteamericanas 'traducidas y a veces adaptadas' o de las mexicanas reproductoras de ideología dominante. La paradoja que señala Paco Ig. Taibo en la introducción al libro *El comic es algo serio*, —cuando dice en México "logramos combinar el mayor consumo de historieta por habitante con la historieta de peor calidad del mundo" (48)— la sufre América Central. Y lo que es aún más irónico: todas las ediciones vienen aprobadas por el Ministerio de Educación de México y la editorial colombiana que posee la exclusividad en la distribución para el istmo se auto-denomina *Editora Cinco*: "Cultura y entretenimiento." El entretenimiento sin calidad estética, como transmisión de valores —antivalores— que reproducen mitos, estereotipos y prejuicios a través de la burda reiteración de personajes y situaciones, que sintetiza unas expectativas y un sistema de vida inapropiado para las distintas idiosincrasias y que impide la participación. Cultura 'estereotipada', sin imaginación, dinamismo, ni diálogo.

La producción de historietas tradicionales es prácticamente inexistente en América Central y, desde luego, no puede competir con la exportación que se realiza en serie, se edita en millones de ejemplares —lo que abarata el costo— y se integra a una red de distribución y comercio de gran efecti-

vidad. Si bien existe importación directa de algunas revistas y libros de historietas desde Europa o Estados Unidos, son relativamente pocas y en general tan onerosas, que solo pueden ser consumidas por una élite capaz de pagar los costos. Las clases medias y bajas tienen acceso —cuando saben leer y pueden destinar una parte de su salario al entretenimiento— a pequeñas revistas de aventuras, sentimentalismo, misterio, ciencia ficción, animales humanizados,... que se publican en pequeños formatos y se venden a una módica suma. Desde luego no se pueden desestimar las pequeñas publicaciones con varias historietas que vienen de España y reproducen, además de textos europeos los norteamericanos: es el caso de *Pulgarcito* o de *Copito* editadas por Bruguera. Por otra parte no es despreciable el impacto de los 'strips' (o las páginas de suplementos) que se publican en los periódicos centroamericanos de más amplia circulación —en manos, como los otros mass media, de grupos de poder político y económico, nacionales e foráneos—.

El recuento de las historietas publicadas en *La Nación* y *La República* de Costa Rica, en su edición diaria, no se aleja en forma alguna de los estudios hechos para la prensa chilena por Mattelart en 1969, ni los realizados diez años después en algunos diarios de América Latina (49). En la sección B —entre páginas de anuncios y acompañadas del crucigrama y el Horóscopo— *La Nación* publica las series norteamericanas 'Pepita', 'Olafo el amargado', 'Steve Roper', 'Roldán el temerario', 'Rip Kirby', las dos viñetas de 'Los Melaza' y la argentina 'Mafalda'. Todas propiedad de la Kings Features Syndicate menos 'Steve Roper' y 'Mafalda' distribuidas por Editors Press Service. En el suplemento del sábado, el mismo periódico reproduce prácticamente las mismas series pero en tercios de página: 'Olafo', 'Pepita', 'Roldán el temerario' y 'Los Melaza'. Varían 'El Fantasma' y 'Mandrake el mago' en este caso todas de la misma agencia y de factura norteamericana. *La República*, por su parte, solo incluye tiras distribuidas por el Kings Features Syndicate pero distintas a las de su competidor: 'Beto, el recluta', 'Lalo y Lola', 'Archie', 'Don Abundio' y las que publica *La Nación* los sábados: 'Mandrake' y 'El Fantasma'. En este caso no existe ni la excepción latinoamericana. Con variantes (se reciben 45 tiras diferentes) todos los periódicos presentan el mismo desbalance hacia la producción de estadounidense y se nutren del mismo sindicato. La única tira latinoamericana es la crítica e intelectualizada Mafalda

de Quino (*La Nación* también incluye sus caricaturas). Los miércoles de cada semana, en la sección A, el mismo diario inserta la producción del colombiano residente en Costa Rica, Oscar Sierra (OKI) que reproduce *Los Mitos y Leyendas de Costa Rica* en episodios de historieta.

En Nicaragua no se compra la historieta en revista o los strips diarios o semanales distribuidos por sindicatos norteamericanos. En Guatemala la *Editora Cinco* no tiene distribuidora y las historietas le llegan, fundamentalmente, vía México. En el resto de las naciones —quizás con la única excepción de Costa Rica— la regularidad en el envío de los 'paquetes' de historietas no existe, a pesar de que, en cada país hay un encargado de distribución. Panamá: *AIPSA*; Honduras: *Distribuidora de publicaciones S.R.D.*; El Salvador: *Distribuidora Salvadoreña de Revistas y Libros, S.A.* y Costa Rica: *La Casa de las Revistas*. En agosto de 1985, por ejemplo, los ejemplares sobrantes en las bodegas de la *Casa de las Revistas* fueron enviados a Panamá y Honduras.

Costa Rica juega un rol intermediario fundamental con los 'strips' del sindicato de distribución más importante de América Latina: el Kings Features Syndicate. *Servicios Internacionales* recibe directamente de la agencia, paquetes con 45 diferentes tiras diarias y 41 para suplementos semanales y como tiene los derechos de exclusividad para toda América Latina, se encarga de las traducciones, los montajes, las adaptaciones —si son necesarias— las copias y el envío a 110 periódicos de la región. Los precios oscilan entre los 9 y 17 dólares semanales para los diarios y 18 a 20 para los dominicales. Además la empresa brinda el servicio internacional de otros entretenimientos como crucigramas, horóscopos, caricaturas... En diciembre importan las tiras navideñas de Disney y a veces realizan pedidos directos a España. *Periódicos Internacionales* también recibe materiales desde los Estados Unidos para su distribución y sobre todo periódicos y revistas en inglés (incluso comics).

En Costa Rica, específicamente, además de la *Casa de las Revistas*, los *Servicios Internacionales* y *Periódicos Internacionales*, importan directamente historietas la *Librería Leheman* y la *Librería Francesa*. Durante algún tiempo la *González Porto* trajo paquetes de álbumes europeos publicados en español como la extraordinaria serie francesa *Asterix*, la conocida *Los Pitufos*, o *Los marsupilamis*, *El teniente Blueberry*, *El gafe Gafado*... La *Librería Book Shop* no recibe comics desde los Estados

Unidos, y solo actúa como distribuidora de *La Casa de las Revistas* al igual que los otros importadores. La *Librería Francesa* recibe una gran cantidad de álbumes de historieta fundamentalmente de las Editoriales *Dargaud* y *Casterman*: libros de Jiji, L.M. Carpentier, Hubinon y Charlier, Hergué, Giraud, J. Martin y J. Pleyens, F. Craenhalls... que se venden, entre ₡ 260 y ₡ 420. Tiene también historia y literatura dibujada a precios similares, y las revistas *Pif* y *Tintin* a ₡ 125. Vende también a ₡ 125 traducciones al español o textos en francés sin tapa gruesa. Distribuye además historietas mexicanas que vende por consignación. La *Librería Lehman* importa, más o menos cada seis meses, (grandes lotes que guarda en bodega) sobre todo desde España: *El hijo del Diablo de los mares*, *Capitán Coraje*, *La frontera azul*, *Los mejores comics del oeste*, *Carrera de Fuego*, *Zona de combate...* cuestan ₡ 109 el ejemplar *El tío rico y los ladrones* ₡ 177, *Tarzán* (episodios de la T.V.) ₡ 60, *Spider Man* ₡ 15, y los libros que combinan el texto escrito con la historieta como los publicados por la editorial *Toray* sobre hombres famosos, ₡ 283.

La *Casa de las Revistas* es la distribuidora más importante de comics en Costa Rica. La empresa trae directamente —o a través de sus distribuidoras— la mayor parte de la llamada literatura de entretenimiento o divulgación: desde revistas de mecánica popular o informática, revistas generales, deportivas, humorísticas, eróticas, de modas, de fotografía, fotonovelas, libros para niños, hasta historietas. Recibe los materiales ya editados en el extranjero y se encarga de su re—distribución a los puestos de venta. La *Casa de las Revistas* también se encarga de comercializar producciones nacionales como *Los personajes célebres de nuestra patria* (Juan Vázquez de Coronado, Gregorio José Ramírez, Juana Pereira, Pablo Presbere, José Ma. Castro Madriz, Juan Rafael Mora Porras, Juan Santamaría, Aquileo Echeverría, Melico Salazar o Carmen Lyra) dibujados por Anselmo Andrade y con texto de Miguel Salguero. La empresa exige derechos exclusivos, y trabaja por *consignación* en librerías, papelerías, supermercados, pulperías, boticas, además de los puestos especializados en la venta de revistas y el pregón. Esto le permite cubrir prácticamente todo el territorio nacional con un ínfimo riesgo para el minorista y excelentes posibilidades de venta. La distribuidora se encarga, incluso, de manejar las campañas publicitarias que le solicitan las editoras con que trabaja: es el caso del enorme despliegue publicitario que se le hace a Memín entre 1983 y 1984. Dicha campaña no solo

incrementa considerablemente la venta de esta historieta sino de las otras promovidas por la misma casa editora (en la contraportada de Memín se anuncian las otras historietas).

Las editoriales mexicanas con las que trabaja son básicamente: la Novaro, Editormex, Mina, Novedades editores, Gaviota, Antares Mexicana... Recibe otra mercancía a través de Colombia como *Condorito* (₡ 35—60) y *Coné* (₡ 10) de Edicol y la serie ya citada, de Editora Cinco (₡ 12). además de otras como *Tradiciones* y *Leyendas de la Colonia* (₡ 20). De México distribuye: *Porky y sus amigos*, *Gasparín* (₡ 25), *Suspense brutal* (₡ 10), *Aventuras de Capulina*, *Hermelinda Linda*, *Andanzas de Aniceto* (₡ 15), *Riqui-Ricón* (₡ 25). De Estados Unidos vende en inglés la revista *MAD* (₡ 125 a ₡ 250), *CRACKED* (₡ 150), *Yang y el Dr. Graves* (₡ 175).

7.3. La historieta “con sello”:

En cuanto a la producción particular de cada uno de los países del área, es necesario tomar en cuenta entre otras cosas:

- no existe una infraestructura importante en el campo, su posición geográfica y las condiciones de población e inestabilidad política hacen que resulta más rentable enviar los textos listos para el consumo que reproducirlos en la zona. Costa Rica es el único *intermediario* de cierta relevancia: obtiene los derechos del Kings Features Syndicate y otros materiales norteamericanos y la Casa de las Revistas actúa como re—distribuidora de textos (no traduce, ni imprime)

- la producción nacional surge con pocas excepciones a fines de la década de los 60, comienzos del 70 (junto al desarrollo de las Ciencias Sociales)

- la producción autóctona de cada una de las naciones es muy escasa y se mantiene marginal. Esto condiciona en parte, un metadiscurso científico e incluso periodístico pobre. En Costa Rica se pueden encontrar, sin embargo, estudios de carácter universitario (tesis, trabajos de grupo y publicaciones en revistas). Incluso se imparten seminarios donde la historieta figura como objeto de estudio (Escuela de Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica). En la Nicaragua revolucionaria y en el Panamá de los últimos años también se constatan ciertos esfuerzos en ese sentido. Los Centros de Capacitación, de Educación y/o Cultura Popular, lo mismo que la Universidad a distancia (Costa Rica), condicionados por sus objetivos específicos, analizan y usan la práctica.

—a pesar de la cercanía geográfica y los enormes esfuerzos realizados por algunos grupos y organismos de carácter regional como Flasco, CSUCA, el programa coordinado de Educación Popular, ICADIS (Instituto Centroamericano de Documentación e Investigación Social)... se evidencia una enorme dificultad para conseguir información sobre temas que no han sido considerados prioritarios.

— en todo caso, las producciones marginales se tiran en ediciones pequeñas que se agotan rápidamente o son difíciles de conseguir por las vías normales de distribución. Además, como se trata de textos la mayor parte de las veces críticos o educativos, van dirigidos a un tipo de lector mucho más específico y raramente trascienden las fronteras.

— la producción de cada país depende de las condiciones político—sociales del momento: en la actualidad el caso de Nicaragua es excepcional como lo es la zona ‘liberada’ en El Salvador o la atomización de los trabajadores de prácticas significantes panameñas o ‘el permiso contestario’ que se da en Costa Rica...

— Costa Rica, no se aparta en líneas generales del resto de América Central, a pesar de existir cierta organización entre los dibujantes y contar con un artista excepcional a nivel latinoamericano: Hugo Díaz Jiménez conocido como Díaz, Pancho, Tuto o Lalo... En el país la historieta se mantiene, entonces, también marginal.

— Nicaragua, por su parte, integra la historieta a la revolución, como un arte de cambio, como un medio de mantener la semi—alfabetización, una forma de contribuir a cambiar la mentalidad popular y mejorar el nivel de vida. Estimula los talleres, la producción individual o en equipo y, afiliada a Prensa Latina, reproduce textos contrarios al neocolonialismo cultural de los Estados Unidos.

La práctica de la historieta no se aparta, en absoluto, del panorama cultural presente en cada una de las naciones centroamericanas. Guatemala sometida a regímenes de fuerza en los últimos años, preocupada por reprimir más que por educar, es quizás el caso más oscuro (prácticamente ninguna información) o más pobre en producción historietística: nadie recuerda experiencias urbanas significativas pero sí, en los años 70, los esfuerzos del grupo cristiano C.U.C. (Comité de Unidad Campesina) que, bajo su lema ‘pro—paz y justicia’ utiliza el medio (como una forma de organización didáctica—política) para trabajar con el campesino indígena analfabeto. El gobierno de contrainsurgencia, en el poder actualmente, cuenta con el instru-

mento historieta para sus planes de organización ideológica de la cultura.

En Honduras se puede hacer referencia a ciertas producciones de relativa importancia: en los años 72—75 el gobierno reformista impulsa a través de *Procara* (Aparato educativo del Instituto de Reforma Agraria) la producción en equipo de una serie de pasquines destinados a la educación agraria. Además, el medio es usado en materiales didácticos para la organización de cooperativas en zonas rurales y en folletos prácticos dedicados a mejorar la higiene y conocer los primeros auxilios (Edmundo Lobo). La editorial *Güaimuras* participa en la publicación de 25 cuentos de economía en historieta y existe el proyecto de hacer un semanario donde, a través del humor y la historieta, se introduzca ‘lo hondureño’. En este momento se sopesa el nivel de aceptación y tolerancia que tendría. Durante algún tiempo aparece *Saca chispas*, una tira cómica de crítica social y política. El incipiente centro de Comunicación Popular tiene entre sus proyectos el uso de la historieta.

En el Salvador, la situación socio—política obliga a los dibujantes a exilarse o trabajar en proyectos marginales al régimen. En la actualidad se realiza todo un esfuerzo para enseñar teoría política a través de la historieta, en las zonas ‘liberadas’. Se experimenta también con un ‘Manual de ejercicios físicos’ y dos folletos sobre ‘La historia del Café’ manteniendo igual el dibujo y adaptando los textos a la zona y el lector a quien se dirige. Las comunidades cristianas realizan campañas de salud y el ‘gobierno de amplia participación’ (GAP) promueve su plataforma política combinando texto e imagen. Entre los años 69 y 71, un equipo de la Universidad del Salvador publica semanalmente en *El Tiempo*, los polémicos y críticos ‘Coctelitos Molotov’, reproducidos en numerosas oportunidades.

Barricada en su ejemplar de los lunes mantiene una página de historietas de diverso tipo que pretende conservar al lector neo—alfabetizado; *El Nuevo Diario* dedica páginas enteras a la historieta esporádica que se realiza para comunicar un acontecimiento de interés general: en setiembre (12 y 13, 1985) reproduce la historia de un abuelo que cuenta a su nietecito la ‘Jornada heroica de la Batalla de San Jacinto’. Se publican además en Nicaragua, el periódico gráfico humorístico *Tayacán* y el suplemento semanal *La Semana Cómica*. Los ‘strips’ de Róger Sánchez con su personaje Polidecto han trascendido las fronteras. El Ministerio de Cultura edita por su parte una serie

en colores dedicado a los hechos de insurrección popular: *Matagalpa* y *Estelí* se titulan los dos primeros ejemplares. Abundan los folletos de educación popular donde se discuten los problemas de salud (por ejemplo las jornadas populares de salud divulgadas por Mark Fanon), la distribución de productos básicos, o se informa sobre la defensa civil y la del consumidor (para casos de ataques armados o especulativos...). Resulta muy efectivo en las campañas de alfabetización de adultos y, en la labor de desmitificación: los defensores de la Teología de la Liberación, por ejemplo, trabajan historietas ideológicas como *¿Le tenés miedo al comunismo?*. El proyecto nacional para lograr un gobierno de autonomía en la costa Atlántica, hace la consulta popular a través de dos historietas (una específica para la zona norte y otra para la sur). Los talleres en zonas rurales son preparados por grupos como el *Mecate* en el frente sur. El programa Alforja en el libro *Cantimplora*, 'Una semilla plantada en buena tierra...', narra la experiencia de rescate histórico y análisis de coyuntura de una comunidad en la zona de Rivas donde, entre las experiencias prácticas de los talleres, se pretende que la comunidad escriba su propia historia en historieta.

En Panamá existe una fuerte tradición, en el periodismo tradicional, de caricaturas y humor negro, satírico, pero la historieta propiamente dicha resulta un fenómeno —como en el resto de los países del itmo centroamericano— bastante reciente. Las primeras manifestaciones son más bien "series continuadas de caricaturas sintéticas". Posteriormente se intenta rescatar la historia no—contada a través de la figura de héroes y mártires de las luchas nacionalistas como Urracé, Victoriano Lorenzo, Pedro Prestán, Omar Torrijos... La historieta de Victoriano Lorenzo, primer guerrillero anónimo, es dibujada por Rómulo Castro (Remo), cantante y concertista que ahora diseña Pedro Prestán, patriota ahorcado por los norteamericanos; Chafil Chaucarama y Víctor Vargas hacen, sobre todo, historieta para niños, basada en cuentos o historias. El poeta —periodista José Franco realiza los guiones de una historieta dominical a colores; Armando Díaz trabaja un libro sobre una etapa de la historia panameña del siglo pasado. También en Panamá se utiliza la historieta para campañas de salud y de educación popular.

La historieta con sello centroamericano es entonces muy reciente y los dibujantes—guionistas forman un grupo bastante pequeño aunque se destacan en la producción de caricaturas y humor grá-

fico. Al no poder competir con un mercado extranjero tan poderoso, los historietistas no tienen opciones de carácter comercial aunque sí —como se evidencia en las páginas anteriores— de otro tipo:

- realizar textos planificados con objetivos bien definidos como es el caso de los textos de Centros de Educación o Cultura Popular y de algunas instancias, públicas o privadas que pretenden 'educar' a través de la práctica.

- trabajar con textos para publicaciones no tradicionales —contestarias, críticas o simplemente académicas— de manera frontal cuando el sistema político lo permite; subrepticia o clandestina, cuando no. Las revistas *Polémica* o *Diálogo Social*, por ejemplo, además de la caricatura y humor político social usan la historieta.

- vender su producción (tira, medias o tercios de página) a alguno de los sindicatos establecidos para que lo distribuya. En Costa Rica, el historietista Juan Díaz logra colocar su strip 'Gluppy' en el Kings Feature Syndicate quien actualmente lo distribuye —a través de su concesionario— a más de 10 periódicos latinoamericanos.

- sumarse, fuera del país, a un equipo de dibujantes—asalariados ya establecido, (generalmente como ayudante) es el caso del guatemalteco Otto Raúl González que trabaja para la Editorial Novaro.

- dedicarse, básicamente, a la caricatura periodística y/o al chiste humorístico.

- trabajar en la publicidad comercial o en la propaganda política, ya sea en una publicitaria o por encargos particulares.

- trasladar a la historieta textos ya existentes con la esperanza de su ulterior difusión, ya sea dentro de un proyecto político o educativo.

- ilustrar libros de literatura infantil o hacer portadas de libros o revistas.

- tratar de concebir nuevos proyectos que resulten favorables a la opinión pública. En Costa Rica, por ejemplo, el grupo de dibujantes de *La Pluma Sonriente* fundan la revista humorística de *De Oreja a Oreja* y realizan un contrato con *T.V. Guía* para realizar una historieta por número.

- impulsar en los entes gubernamentales y en las instituciones autónomas u otros organismos el uso de la historieta con fines explicativos y didácticos.

El costarricense Hugo Díaz Jiménez, es quizás quien mejor represente, en América Central, toda la variedad de opciones/presiones para sobrevivir dedicado al dibujo. Díaz trabaja después de mucho

tiempo caricatura periodística en varios diarios y revistas costarricenses: Suplemento 'Gentes y Paisajes' de *La Nación*; caricatura diaria de *La República*; primeras páginas, caricatura interior y la columna 'El zapallo de lata' en *Universidad*; semanario *Contrapunto*... Durante casi diez años realiza una historieta crítica de una página en el semanario *Pueblo*, y dos años más en el periódico comunal *8 Días*. Dibuja el 'strip' *La casa de Juanita* en el semanario *El estudiante* y la del Patito Kinocola en *Escuela para todos*. Ilustra numerosos textos de literatura infantil para la Editorial Costa Rica, lo mismo que confecciona varias portadas con su particular estilo. En EDUCA pinta a *Cocorí* de Gutiérrez Mangel e historia *El Descubrimiento y la Conquista*. Dedicó parte de su tiempo a proyectos específicos como elaborar en historieta el ideario político del Partido Socialista Costarricense para las elecciones de 1974, la historia del Sindicato de la Caja Costarricense del Seguro Social (UNDECA) o *La Vida del Padre Calasanz*. Participa también en proyectos educativos como el del Centro de Capacitación (CECADE) con el folleto *La mujer y la comunidad* o el trabajo para el Ministerio de Salud sobre 'nutrición infantil'. En este momento convierte dos de *Los cuentos de mi tía Panchita* en historieta, como parte de un proyecto mucho más ambicioso de la Editorial Porvenir. Hace también un tipo de publicidad dibujada para el Seguro Social y Acueductos y Alcantariados (la publica en la revista *Tricolín*). En publicidad, trabaja el arte de varios anuncios del Instituto de Turismo o para la firma veterinaria Bayer. La revista literaria *Andrómeda* incluye su 'visión' del poeta e ilustra muy diversas revistas y libros. En este momento colabora con la propaganda política de uno de los partidos en disputa y participa en la Revista de humor *De Oreja a Oreja*. Esto como una muestra de cada tipo de práctica, sin contar sus óleos o dibujos del San José del siglo pasado... Su capacidad de síntesis, su carácter polifacético, su estilo gráfico, su humor y su dominio del periodismo en imágenes lo convierten en el mejor caricaturista del ítsmo.

En Costa Rica trabajan, además de los Díaz, los extranjeros Oscar Sierra, Miguel Marfán o Luis Osvaldo Salas (ahora ausente) y un buen grupo de nacionales que, aunque no se dedican estrictamente a la historieta hacen ciertos trabajos en el campo: Víctor Cartín (Tin glo) dibuja una serie de folletos del Programa de Salud rural y comunitaria: "El peligro de la deshidratación", "Para qué sirven las letrinas", "Pobrecitos, todos están con

diarrea", "Lactancia materna" (Ministerio de Salud-UNICEF, 1984); Fernando Zeledón imprime su sello particular a "La Semana en Serio" de *Libertad Revolucionaria*. Miguelón más que historieta elabora murales de humor futbolístico en Alajuela. Franco Céspedes además de su historieta educativa para el Seguro Social 'El embarazo y el tabaco', trabaja "El Fanático: deporte de los ticos visto desde otro ángulo" en *TV Guía*.

Una buena parte de los caricaturistas del país se encuentran afiliados a la agrupación artística *La Pluma Sonriente*, cuyo fin primordial es "promover y desarrollar el arte de Humor Gráfico (en todas sus modalidades) y estimular a sus nuevos valores, dentro del país y fuera de sus fronteras" (50). La organización, fundada en 1980, realiza cuatro salones anuales (marzo 81, octubre 82, 83 y 84) y planea el quinto para este año con la participación de caricaturistas de fama internacional. Cada año, se dictan conferencias sobre el tema como "El dibujo de humor y su connotación social" de Carlos Morales, "La trascendencia del dibujo de humor" de Hugo Díaz, "El dibujo de humor en Costa Rica" de Fernando Durán A., "Un arma certera, pero noble: el buen humor" de Miguel Salguero... Además de participar en exposiciones nacionales e internacionales lo mismo que en certámenes de diversa índole, los miembros de *La Pluma Sonriente* pretenden llevar sus trabajos a las provincias, y prepararon una muestra itinerante que recorrió con el Ministerio de Cultura muchas poblaciones del país. Promueve las mesas redondas como la centrada en 'La ideología de la caricatura' y de producciones y dibujantes de otros países del área (junio 1984 se expone la caricatura panameña en la Biblioteca Nacional). Publica en 1982 la primera *Antología Humorística* y en 1985, comienza a editar la revista de humor *De Oreja a Oreja* (de la que ya salieron dos números). En este momento se prepara la segunda *Antología Humorística*. Las salidas al extranjero, el contacto con dibujantes de otras latitudes, el intercambio entre los miembros del grupo contribuyen a mejorar la calidad. *La Pluma Sonriente* se ocupa también del mercado de trabajo y pretende estimular el uso de la caricatura, humor gráfico, historieta. Algunos de sus miembros y lugares donde publican son: Carlos Arroyo (*Universidad*), Arcadio Esquivel (*Prensa Libre*, *Tico Times*, *Rumbo Centroamericano*, *Contrapunto*, *La Prensa* (Managua)); Ferreol Murillo (Ferrom, *Revista Aportes*); Allan Núñez, Nano (*La Nación*, Alajuela, *TV Guía*); Roy Solís (*Contrapunto*); Jorge Chavarría Kokín, (*La Prensa Libre* y

antes *La Nación*); William Solano (ex—colaborador de *La Nación* y autor de una tesis sobre caricatura), Leda Astorga (escultura humorística); Fernando Zeledón, Juan Díaz y Hugo Díaz... El coordinador del grupo y director de *Oreja a Oreja* es el colombiano Oscar Sierra Quintero quien también aparece en *La Prensa Libre y Contrapunto* (81-83) y en *La Nación*.

Algunos dibujantes se han ido especializando en ilustración de libros infantiles, y, en 1982 como parte del Proyecto Interamericano de Literatura Infantil, se realiza el primer “Taller para ilustradores de libros para niños y jóvenes”. El taller dura un mes y asisten dibujantes de toda Centroamérica. La editorial compra en 1984 la “Exposición itinerante Latinoamericana de ilustradores de libros para niños jóvenes” donde Félix Arburola, Mauricio Ortiz, Georgina García, Viquy Ramos y Alvaro Borrasé representan a Costa Rica (66). Además de los ilustradores citados están los ya clásicos Juan Manuel Sánchez, Francisco Amigheti, Hugo Díaz, Osvaldo Salas, Fernando Carballo, Cristina Zeledón...

Los trabajos de ‘Educación para Adultos’ publicados por la EUNED como antología, en 1983, y el libro del Centro de Estudios y Publicaciones Alforja: *Técnicas participativas para la educación Popular* (ilustradas) con dibujos de Miguel Marfán, evidencian la importancia de la práctica en la educación. A principios de 1985 el grupo *Alforja* organiza un seminario sobre literatura e historieta donde participan varios latinoamericanos. En la primera etapa se analiza el contenido ideológico de los pasquines baratos en precio y cultura que circulan en América Central. Luego se evalúan las posibilidades de convertir en historieta parte de la literatura costarricense con la intención explícita de mejorar la calidad del medio con valores nacionales. El proyecto encuentra en su camino numerosos factores en su contra. En el grupo de Educación popular el chileno Marfán y otros trabajan el mundo de ‘Los Chilopios’, cuya historieta, dedicada a las elecciones en Nicaragua, resulta sumamente atractiva y crítica.

8. EL FINAL DEL COMIENZO

El trabajo realizado en estas páginas, más productividad que producto, diálogo explícito de textos y posibilidad de discusión, permite —si no sacar conclusiones— al menos enumerar ciertas premisas—cierre:

1. la llamada ‘historieta’ —a pesar de ser considerada uno de los medios de estandarización y reproducción de ideología más importantes al servicio del sistema capitalista— es un híbrido que nunca ha permitido un sometimiento total a los discursos tradicionales. Por tanto resulta edificante y a la vez peligroso para el sistema —el tipo de práctica—.

2. Los monopolios, las redes de industrialización, comercio y distribución de la historieta tradicional, prácticamente ahogan la posibilidad de producciones nacionales e independientes. Las producciones particulares que no se ajustan a las reglas del sistema subsisten con grandes dificultades económicas y se mantienen marginales o desaparecen por falta de apoyo, por represión violenta o por la censura—autocensura de los aparatos ideológicos.

3. el metadiscurso sobre la “historieta” se construye a partir de condiciones histórico—culturales específicas y participa como texto dialógico de la continuidad y la ruptura.

4. la semiología y la historieta (como discurso y metadiscurso, como práctica y análisis y sistematización) se complementan. En la actualidad la mayoría de los estudios están enmarcados en el campo semiológico no importa su orientación.

5. la dependencia y el subdesarrollo “condicionan” a los países a ser depositarios de valores foráneos, a consumir ideología y a trabajar como maquila intelectual. Las prácticas contestarias críticas que se producen, como reacción/negación a las condiciones de dominio son recuperadas por el sistema, reprimidas violentamente, aceptadas como prueba irrefutable de la ‘libertad democrática’ —mientras no desborde ciertos límites— o reguladas a través de la censura y/o la autocensura. Resulta marginal desde el punto de vista económico y subsiste a duras penas. El manejo de la crítica—metadiscurso depende de los diversos gobiernos y sistemas políticos, depende si el dominio es de abierta represión o si se funciona eminentemente por persuasión o consenso. Es distinto el caso de la represión, guatemalteca y salvadoreña; la falta de organización en Honduras y Panamá; el permiso contestario de Costa Rica o el impulso estatal en la Nicaragua de hoy.

6. el área centroamericana (por sus condiciones históricas —económica/política/social—) no ha sido privilegiada como foco editorial. El bombardeo lo recibe a través de México y América del Sur (Colombia) y en tercer lugar de España. Costa Rica juega un rol de intermediario en América Central y, a pesar de sus condiciones culturales y políticas, su

grado de organización y la existencia de un dibujante/guionista de la talla de Hugo Díaz no puede considerarse excepción en el área: la historieta autóctona es también aquí marginal.

Considerar las prácticas culturales como el *trabajo colectivo* de todos aquellos que dedican tiempo a la producción de sentido, marca una figura en el 'continuum'. Ahora: esperar que el rumor corra 'de oreja a oreja' y sea grabado por "la pluma sonriente" de una Centroamérica dueña de su futuro.

NOTAS

1. Diálogo de un strip del mexicano dzib, publicado por Rius en *La vida en cuadritos*, p. 110.
2. El Grupo Tel Quel y su teórica más importante, Julia Kristeva, cambian la perspectiva del análisis semiológico. Definiciones como texto, práctica significante, ideograma, intertextualidad se inscriben en una teoría del conocimiento materialista y permiten otras posibilidades de estudio. Confróntese la obra de Julia Kristeva y los artículos "El Grupo Tel Quel..." y "La semiología de la productividad..." de María Pérez- Yglesias.
3. Julia Kristeva trabaja claramente el proceso de la significancia (lo semiótico y lo simbólico) en "La traversée du signe" y en sus textos posteriores.
4. Los conceptos de ambigüedad y ambivalencia se aclaran en *Le texte du roman* de Julia Kristeva y en el artículo "Ironía, dependencia y humor..." de María Pérez- Yglesias.
5. Confróntese el libro *La historia de masas sin masas* de Antonio Prieto.
6. Louis Althusser: "Idéologie et appareils idéologiques d'État".
7. Roman Gubern en *El lenguaje de los comics* se refiere a la historieta como el "octavo arte", los otros autores le consideran el noveno.
8. Los mecanismos de recuperación se ponen en evidencia en el artículo "¿Es la historieta comunicación y cultura de masas?..." de María Pérez- Yglesias.
9. Véase "Censura, autocensura y juego..." de María Pérez- Yglesias.
10. Confróntese el estudio de T. Todorov: *Mikhail Bakhtine: le principe dialogique*.
11. El libro de Alain Rey se inscribe dentro de una perspectiva psicoanalítica, semiótica, de ruptura.
12. Julia Kristeva trabaja, a nivel de prácticas significantes, como Marx lo hizo con las económicas.
13. Incluimos la frase 'texto general de la historia y de la cultura' parafraseando a Julia Kristeva, pero nuestra concepción de historia excluye la necesidad de referirse a la cultura por separado.
14. Enrico Carontini explicita la noción de práctica social basándose en Louis Althusser.
15. Julia Kristeva se refiere a tres modos dominantes de pensamiento (ideogramas) el del símbolo, el del signo y el de la productividad que responden a tres prácticas significantes distintas: la monológica, la transformativa y la paragramática. Consúltese el artículo: "La semiología de la productividad..." de María Pérez- Yglesias.
16. Michel Pierre. *La bande dessinée*. p. 148.
17. Confróntese la introducción al artículo "Entre la tradición y la ruptura. Manuel Argüello Mora..." de María Pérez- Yglesias.
18. Roman Gubern. *El lenguaje de los comics* p. 13.
19. Gérard Blanchard. *Histoire de la bande dessinée* p. 194.
20. Roman Gubern. Op. Cit. p. 71.
21. Ibid: p. 72
22. Michel Pierre. Op. Cit. p. 19.
23. Pierre Destinay. "Les Bandes dessinées" citado por Michel Pierre. Op. Cit. Antoine Roux. "Les bandes rouges du président Mao".
24. Marcel Bonnet. *La Bande dessinée indonésienne*
25. Citado por Michel Pierre. p. 49-50.
26. Confróntese "El humor es cosa seria" Revista *Visión*, 25 agosto 1979; p. 6-14.
27. Armand Mattelart. *Los medios de comunicación: de masas. La ideología de la prensa liberal*. p. 43-46
28. Armand Mattelart. Op. Cit. p. 67-68.
29. Manuel Jofré. "Las historietas y su cambio" En: *Supermán y sus amigos del alma* ps. 93 y siguientes.
30. Oscar Steimberg. *Leyendo historietas*. p. 12.
31. Paco Ignacio Teibo. En: *El comic es algo serio*; p. 9.
32. Idem.
33. Carlos Monsivais. En: *El comic es algo serio*; p. 19.
34. Confróntese la introducción a la revista *Communications* 24 dedicada a "La bande dessinée et son discours".
35. Armand Mattelart. *La cultura como empresa multinacional*; ps. 164-165
36. Roman Gubern. Op. Cit. p. 99.
37. Eduardo del Río (Rius), subtítulo de la revista de *Los agachados* No. 66, dedicada a La historieta.
38. Roman Gubern. Op. Cit. p. 70.
39. Claude Bataillon en *Communications de masse en Amérique Latine*; p. 6.
40. Ibid: p. 10
41. Carlos Monsivais. Op. Cit. p. 20.
42. Pierre Lagarde. En: *Communications de masse en Amérique Latine*; p. 53.
43. Idem.
44. Ibid, p. 45
45. Idem.
46. Armand Mattelart. *La cultura masiva en el proceso de liberación*; p. 23.
47. Confróntese artículo de Daniel Van Eeuwen "La révolution péruvienne et les mass media (1968-78) En *Communications de masse en Amérique Latine*: ps. 63-81.
48. Paco Ignacio Taibo, Op. Cit. p. 9.
49. Confróntese *La historieta en América Latina* de María Pérez- Yglesias
50. Confróntese Boletín Informativo de *La Pluma Sonriente*. No.1.

BIBLIOGRAFIA

Adhemar, Jean y otros. *L'aventure et l'image*. París: Ed. Vaillant/Gallimard, 1974.

- Alasei "Auge del afiche y la tira cómica" (Nicaragua). Al. REMEX 452-85/33.
- Althusser, Louis "Idéologie et appareils idéologiques d'Etat" En: *La pensée*. Paris: No. 51, junio 1970.
- Bataillon, Claude y otros. *Communications de masse en Amérique Latine*. Centre Regional de Publications de Toulouse. Paris: Ed. du C.N.R.S., 1979.
- Baur, Elizabeth *La historieta como experiencia didáctica*. México: Ed. Nueva Imagen, 1978.
- Blanchard, Gérard. *Histoire de la bande dessinée*. Belgique: Marabout, 1974.
- Boletín Informativo: *La Pluma Sonriente*. No. 1, agosto 1984, 8 páginas.
- Boletín Informativo: *La Pluma Sonriente*. No. 2, noviembre 1984, 5 páginas.
- Boneff, Marcel. *La Bande dessinée indonesienne* Paris: Ed. Puyraimond, 1976.
- Carontini, Enrico y Peraya, Daniel. *Le projet sémiotique*. Paris: Editions Universitaires Jean Pierre Délage, 1975.
- Carbonell, Charles. *Le message politique et social de la bande dessinée*. France: Ed. Privat, 1976.
- C Línea*: Revista Latinoamericana del estudio de la historieta. Primer ejemplar 1973 (varios números).
- Circe, Maocy. *Para ler os quadrinhos*. Río de Janeiro: Ed. Vozes, 1972.
- "Clemente: el pajarito que desplazó el emblema de Argentina 78 (Cable U.P.I.). En: *Tiempo*: El Diario de Honduras, 9 noviembre 1980; p. 2.
- Click*: Revista Colombiana de estudio e información de la historieta. Cali: Litocencia. Año 2, No. 3-4, noviembre 1980 y Año 3, No. 5, julio 1981.
- Collazos, Oscar y otros. *Idéologies, Littérature et Société en Amérique Latine*. Belgique: Université Libre de Bruxelles, 1975.
- Coma, Javier. *Los comics un arte del Siglo XX*. Barcelona: Ed. Guadarrama, 1978.
- Covin, M. *La Bande dessinée, message codé* (Tesis de maestría). Université de Lille. Lettres et Sciences humaines, 1970.
- L' image comme lieu de perdition* (Tesis doctorado, tercer ciclo). Université Paris. V, 1972.
- Covin, M. y otros. "La Bande Dessinée et son Discours". *Communications* No. 24, Francia: Ed. du Seuil, 1976.
- Couperie, Pierre y otros. *Bande Dessinée et figure narrative*. Paris: SOCER LID, 1967.
- Chaves, Gerardo (corresponsal Alajuela) "Miguelón, el de las caricaturas". En: *La Nación* 20-27 marzo de 1985: s.n.p. "Miguelón" aprendió copiando" (recorte de *La Nación*). s.f.e.
- Díaz, Hugo. *La mujer y la comunidad* (historieta). Costa Rica: CECADE (Centro de Capacitación para el desarrollo), No. 6, 1984. Entrevista sobre su producción y el humor en Costa Rica. (María Pérez Yglesias), agosto 1985.
- Dorfman, Ariel y Jofré, Manuel. *Supermán y sus amigos del alma*. Buenos Aires: Editorial Galerna, 1974.
- Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand. "Del buen salvaje al subdesarrollado". La Habana. En: *Cine Cubano* (XX Aniversario) 1973; ps. 26-39.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados ante una cultura de masas*. Barcelona: Editorial Lumen, 1968.
- "James Bond, una combinatoire narrative". Paris. En: *Communications*, No. 8, 1966.
- "El humor es cosa seria". (América Latina). En: Revista *VISION*. 25 agosto, 1979, ps. 6-14.
- Faur, J. C. y otros. *Lecture et bande dessinée*. Francia: Edisud, 1977.
- Fresnault Deruelle, P. *La bande dessinée: Essai d'analyse sémiotique*. Paris: Hachette, 1972.

- "Comic book et comic strip". France: *Revue d'esthétique*. No. 3-4, 1974; ps. 85/106.
- "Récits et discours par la bande. Paris: Hachette, 1977. "Les comics américains des années 30-40. Avatar de l'épopée". France: *Critique* 284, 1971, ps. 83-88.
- Garca, Luis y otros. *El mito juvenil*. Barcelona: Ed. Pala, 1980. *Los comics en España*. Barcelona: Ed. Lumen, 1969.
- Grassi, Alfredo *¿Qué es la historieta?* Buenos Aires: Ed. Columba, 1971.
- Gubern, Román: *El lenguaje de los comics*. Barcelona: Ed. Península, 1972.
- Guerra, Georgina. *El comic o la historieta en la enseñanza*. México. Ed. Grijalbo, 1982.
- "Humor portador de paz (Mordillo)". Cable desde Bonn (EFE) En: *La Nación*, 17 octubre, 1981. s.n.p.
- Kristeva, Julia. *La traversée des signes*. Paris: Ed. du Seuil, 1975.
- "Littérature et idéologie". En: Número especial de *Nouvelle Critique* No. 39 bis, 1970. *Semiótica I y II* Madrid: Ed. Fundamentos, 1978.
- Texte du roman*. La Haya: Ed. Mouton, 1970.
- La Nación*. Tiras cómicas diarias y suplemento semanal, 1985.
- La República*. Tiras cómicas diarias y suplemento semanal, 1985.
- Leguebe, Wilbur. *La société des bulles*. Belgique: Ed. Vie Ouvrière, 1977.
- Lizano, Emma; Cubero, Ronald; Villanueva, Dyenane; Gutiérrez, María Matilde; Pérez-Yglesias, María. Entrevista a personal de: *La Casa de las Revistas, Editorial González Porto, Librería Lehman, Librería Francesa, Books shop, Más por menos, Supermercados Periféricos y Servicios Internacionales*; agosto 1985.
- Marfán, Miguel. Entrevista de María Pérez-Yglesias sobre el Seminario realizado por *Alforja*; julio 1985.
- Marny, Jacques. *Le Monde étonnant des Bandes dessinées* París: Ed. Le Centurion, 1968.
- Massota Oscar, Sluzky, C. y otros. *La historieta mundial* (libro catálogo de la Primera Biental Mundial de la Historieta) Buenos Aires: Instituto Di Tella, 1968.
- Massota, Oscar y otros. *La historieta en el mundo moderno*. Buenos Aires: Ed. Paidós, 1970.
- "Reflexiones presemiológicas sobre la historieta: esquematismo" Buenos Aires. En: *Lenguaje y Comunicación* 1969.
- Mattelart, Armand y Dorfman, Ariel. *Para leer el Pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1972.
- Mattelart, Armand; Piccini, Mabel y Mattelart, Michéle. *Los medios de comunicación de masas: La ideología de la prensa liberal*. Argentina: El Cid Editor, 1976.
- Mattelart, Armand. *La cultura como empresa multinacional*. México: Ed. Era, 1976.
- La comunicación masiva en el proceso de liberación*. México; Siglo XXI editores, 1976.
- Mince de Fontbare, G y Sohet, Ph. *Discours sociale et production culturelle du médium bande dessinée*. Tesis. Université Catholique de Louvain. Institut de Sociologie, 1973.
- Monsivais, Carlos y otros. *El comic es algo serio* Colec. Comunicación. México: Ed Eufesa, 1982.
- Morales, Fidel "La historieta pide definirse. En: *C. Línea Revista Latinoamericana del estudio de la historieta*. La Habana: Año 2, No. 6. 1974; p. 11.
- Navarro, Desiderio. "La cultura de masas. Semiótica, sociología y praxis social". En: *Casa de las Américas*. La Habana. Año 2, No. 6, 1974, ps. 62-69
- Nómez, Nain "La historieta en el proceso de cambio social". Buenos Aires. En: *Comunicación y cultura*. No. 2, 1974; p. 119-125.
- Onimus J. y otros. *Les idéologies dans le Monde actuel*. París: Centre de la Civilisation Contemporaine, 1971.

- Pérez, Fernando. "Walt Disney, una pedagogía reaccionaria". La Habana En: *Cine Cubano*. No. 81-83, 1973, ps. 40-66.
- Pérez— Yglesias, María. Entrevistas a intelectuales centroamericanos: Rodolfo Herrera (El Salvador), Otto Raúl González (Guatemala), Arturo Arias (Guatemala), Moravia Ochoa (Panamá). Rafael Ruiloba (Panamá), Marcos Carías (Honduras), José Roberto Cea (El Salvador) Jorge Luis Oviedo (Honduras), Vidaluz Meneses (Nicaragua), Ileana Rodríguez (Nicaragua). San José, Costa Rica: Encuentro Cultural Centroamericano (CSUCA—EDUCA), Biblioteca de Letras, U.C.R. 29-30-31 de agosto, 1985.
- "Censura, autocensura y juego circular de la información". En: *Revista de Ciencias Sociales* (U.C.R.) Costa Rica: No. 26, 1983; ps 43-54
- "¿Es la historieta comunicación y cultura de masas?". En: *Rev. de Ciencias Sociales* (U.C.R.) Costa Rica: No. 27-28, 1984; ps 107-115.
- "Ironía dependencia y humor en las prácticas significantes latinoamericanas" En: *Rev. de Filología y Lingüística* (U.C.R.) Costa Rica: V 9, No. 1, 1983; ps 155-166.
- "Ironía y lenguaje popular en Hugo Díaz J". En: *Káñina* (U.C.R.) Costa Rica: Vol VII, No. 1, 1983; ps 43-54.
- "Mass Media frente a mass media: La historieta como trabajo y el trabajo crítico de la historieta" En: *Rev. Ciencias Sociales* (U.C.R.), 1985 (en prensa).
- "Comunicación de masas, ideología dominante y reacción contestataria". En: *Revista de Filosofía*. (U.C.R.) Costa Rica: Vol XVIII, No. 18; ps 183-192.
- "El grupo Tel Quel: Una práctica textual revolucionaria o la semiótica del futuro. En: *Káñina* (U.C.R.), 1981; p. 107-121.
- "La semiología de la productividad y la teoría del texto de J. Kristeva. En: *Rev. de Filología y Lingüística* (U.C.R.): V. 7, No.1 y II. 1981; p. 59-77.
- "La literatura infantil en Costa Rica 1980-1984 y el mundo mágico de Adela Ferreto". Costa Rica. En: *Káñina* (U.C.R.) Vol. IX, No. 1, 1985; ps 101-118.
- "La historieta en América Latina. San Ramón Publicaciones del Centro Regional de Occidente. (C.R.O.), 1982.
- "Entre la tradición y la ruptura: Manuel Argüello Mora. Un humanista del S XIX". En: *Rev. de Filología y Lingüística* (U.C.R.): V 10, No. 2, julio-dic. 1984; ps 63-87.
- Pierre, Michel, *La Bande Dessinée* (Coll Idéologies et Sociétés) France: Ed. Larousse, 1976.
- Pourprix, B. *Sociologie de la bande dessinée* (Tesis doctoral 3er. ciclo) Université de Grenoble, 1973.
- Prieto, Antonio: *La historia de masas sin masa* Madrid: Akal Editor, 1981.
- Reboul, Olivier. *Langage et idéologie*. Paris: Presses universitaires de France, 1980.
- Renard, Jean—Bruno. *Clefs pour la bande dessinée*. Paris: Ed. SEGHERS, 1978.
- Rey, Alain. *Les spectres de la bande*. Collection critique. Paris: Ed. de Minuit, 1978.
- Rincon, Carlos. "Ampliaciones de la crítica y de la dialéctica: la llamada subliteratura". En: *Arte, sociedad, ideología*. México. No. 3, oct. 1977; p. 30-47.
- Río, Eduardo del (Rius). *La vida en cuadritos* (Guía completa de la historieta). México: Ed. Grijalbo, 1983.
- "La historieta: el método más barato para embrutecerse o cultivarse... según". *Revista Los Agachados* No. 66 México: Ed. Posada, 1976.
- Rodríguez, José Luis. *Las funciones de la imagen en la enseñanza*. Barcelona: Ed. Gili, 1977.
- "El comic y la enseñanza". En: *Comunicación*. Madrid: Ed. Siglo XXI, 1975; ps. 21-24.
- Rodríguez Sosa, Fernando. "Marcos Behmaras ¿solo un gran humanista?". En: *Bohemia*. La

- Habana, Cuba. Año 71, No. 18, mayor 1979; ps 9-13.
- Roux, Antoine. *La bande dessinée peut être éducative*. Paris: Ed. de l'école, 1970.
- “Les bandes rouges du président Mao” En: *Communications*. France: No. 12, 1971.
- Sadoul, Numa. *Archétypes et concordances, dans la Bande dessinée moderne*. (Tesis). NICE, 1971.
- Schaff, Adam: “La définition fonctionnelle de l'idéologie”, En: *L'homme et la société*. No. 4, abril-junio 1967.
- Sierra, Oscar. Varias entrevistas sobre *La Pluma Sonriente. De oreja a oreja*. Historieta colombiana... por María Pérez Yglesias, mayo-agosto, 1985.
- Steimberg, Oscar. “El lugar y la ideología de Mafalda”. En: *El Tiempo* (Bogotá). Lecturas dominicales, 30 junio 1972. p. 2-3
- “Leyendo historietas: estilos y sentidos en un arte menor”. Buenos Aires: Ed. Nueva Visión, 1977.
- Stoll, André. *Asterix: L'épopée burlesque de la France*. Paris: Ed. Complexe; 1978.
- Todorov, Tzvetan. *Mikhaïl Bakhtine, le principe dialogique*. Paris: Ed. du Seuil, 1981.
- Verón, Eliseo: “Ideología y producción de conocimientos sociológicos en América Latina”. Brasil. En: *América Latina*, oct-dic, 1968.
- “Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política” Buenos Aires. En: *Lenguaje y comunicación Social*. (Ed. Nueva Visión), 1969.
- Verón, E. y otros. *Lenguaje y comunicación social*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1969.
- Universidad* (Semanao). Revisión de las caricaturas e historietas 80-85.
- Zeledón C, Mario; Pérez– Yglesias, María. *Ideología e intertextualidad: la historieta crítica latinoamericana*. (Tesis en Comunicación Social). Bélgica: Université Catholique de Louvain, 1982.
- “La historieta crítica: marginalidad y elaboración artesanal” En: *Repertorio Americano* (U.N.A.). Costa Rica: Año IX, No. 3, abril-junio, 1985; ps 8-12.