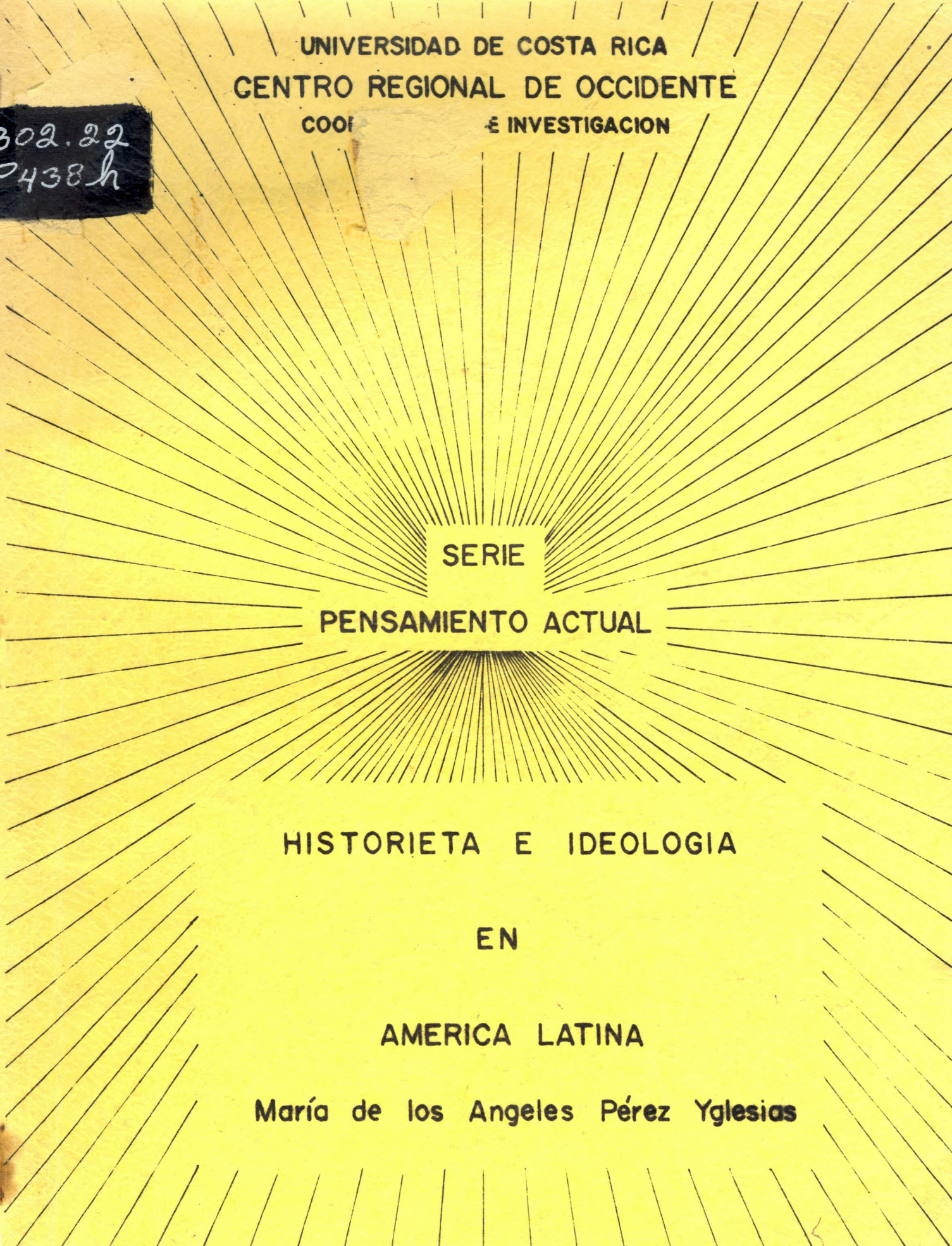


UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
CENTRO REGIONAL DE OCCIDENTE
COOI E INVESTIGACION

302.22
P438h



SERIE
PENSAMIENTO ACTUAL

HISTORIETA E IDEOLOGIA

EN

AMERICA LATINA

María de los Angeles Pérez Yglesias

PENSAMIENTO ACTUAL

Serie de Publicaciones del Centro Regional de Occidente
San Ramón, Alajuela, Costa Rica, 1983

302.22
P438h

COMITE EDITORIAL

Dr. Eliam Campos
Lic. Ana I. Carmona
Lic. Claudia Quirós
Lic. Gerardo Mora
Lic. Oscar Montanaro

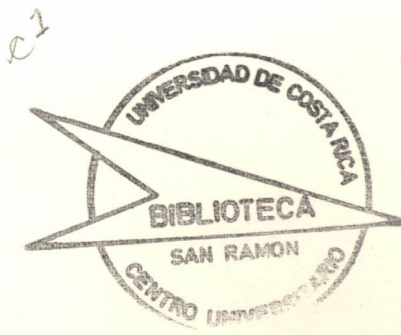
Digitalizado
Depositado en Kewwá 30-11-17



Se permite la reproducción total o parcial, siempre y cuando se mencione la fuente bibliográfica

CENTRO UNIVERSITARIO OCCIDENTE
BIBLIOTECA
PROCESOS TECNICOS

Nº Registro **086609**
Procedencia **Obscurio**
Precio **\$100.00**
Fecha Ingreso **18 MAR. 1986**



Universidad de Costa Rica
Centro Regional de Occidente
Coordinación de Investigación
Servicios de Biblioteca

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
CENTRO REGIONAL DE OCCIDENTE
COORDINACION DE INVESTIGACION



SERIE
PENSAMIENTO ACTUAL

HISTORIETA E IDEOLOGIA

EN

AMERICA LATINA

María de los Angeles Pérez Yglesias

LA HISTORIETA: COMUNICACION O CULTURA DE MASAS

América Latina, dependiente, vive un momento de luchas internas y de crisis. A partir de la década de los 60, muchos intelectuales latinoamericanos se han dado a la tarea de escribir una historia distinta de las prácticas significantes, de los productos culturales; se interesan por conformar una estética (1) más realista y menos subordinada a los patrones foráneos. Surge la teoría de la dependencia, y la sociología y la educación se desarrollan de manera más independiente. En todos los campos se trata de poner en evidencia los mecanismos, instrumentos y valores de la dominación. Se intenta salir de la dependencia cultural como una esperanza de romper con el subdesarrollo. Para ello se lucha en dos flancos: *produciendo textos prácticos propios*, donde se tomen en consideración los textos anteriores y actuales de la América Latina, inmersos éstos, desde luego, en el texto de la historia y la cultura internacional; y *produciendo textos teóricos* que permitan el análisis de aquéllos, desde una perspectiva más real y concreta.

Si los medios de comunicación de masas constituyen el eje sobre el cual se impulsa, reproduce y mantiene la ideología dominante, no es azarosa la importancia que se ha dado al estudio de los efectos positivos o negativos que ellos han producido y siguen produciendo en la sociedad contemporánea. De estos "mass media", es la historieta la que vuelve a ocupar el centro de nuestro interés. A través de los diversos trabajos que sobre dicho tema hemos emprendido en estos últimos años, han surgido una serie de inquietudes ideológicas o eminentemente prácticas, ya expresadas o no, que pretendemos reagrupar aquí, con el propósito de que sirvan de base para una serie de reflexiones pertinentes en la hora actual: la gran dificultad de la historieta para encontrar un lugar dentro de las obras culturales y artísticas, su larga lucha por imponerse como literatura para adultos, la tendencia a exaltar en ella su facultad de entretenimiento, marginando sus cualidades educativas, su tendencia a reproducir un mismo código (un juego simbólico) ocultando todo trabajo de producción, los numerosos ataques que se le han hecho como instrumento negativo, los enormes tirajes por medio de

las redes de comercialización y su aceptación en el público, así como sus rasgos propios y ventajas frente a los otros "mass media". Las características particulares y las aparentes (¿o reales?) contradicciones que existen en torno a la historieta nos llevan al planteamiento de la pregunta a la cual pretende responder en parte, este análisis: ¿Está condenada la historieta a ser un medio de comunicación de masas, con todas las implicaciones de comunicación dominadora? O más bien, siendo una práctica social ¿tendrá por misión jugar un papel relevante, como un medio de cultura de masas, dentro de un proceso de cambio?

Desde el inicio de la búsqueda bibliográfica y el análisis de las posibles pistas de investigación, surgieron una serie de preguntas a las que se han ido dando respuestas parciales, como las siguientes:

Escasez de estudios científicos hasta 1960: ¿Por qué, desde su nacimiento como medio de comunicación de masas, hasta hace aproximadamente dos décadas, los estudios científicos sobre la historieta son prácticamente nulos, mientras que se encuentran numerosos sobre los otros "mass media" tales como la prensa escrita o el cine? La televisión cuenta, por ejemplo, con análisis de este tipo prácticamente desde su aparición. Muchas de las formas artísticas han tenido que luchar durante años para lograr ser reconocidas como tales, pero no fue así con los medios de comunicación de masas.

Entre los trabajos dedicados a la historieta predominan aquellos de carácter descriptivo o arqueológico (recolección y ordenamiento de viejos ejemplares) y los de carácter referencial (entrevistas con dibujantes, relación pueril con algunos hechos reales, etc.). Más tarde algunos investigadores se interesan por interpretar las características immanentes a cada una de las colecciones. Pero no es sino en los últimos años en que se manifiesta el verdadero "boom" de la historieta entre los estudiosos, y se hacen análisis sistemáticos más o menos científicos, como los basados en la semiología comunicacional (Fresnault-Deruelle, M. Covin, M. Tignaud), o los que trabajan desde un punto de vista multidisciplinario (sociológico, psicológico, ideológico, etc.), como

los de A. Roux, A. Rey, U. Eco, W. Leguebe, A. Mattelart, A. Dorfman, sólo para citar algunos, o dentro de la semiología de la productividad, como el de P. Sohet y G. Mince de Fontbaré.

La negación al adulto: ¿Por qué, implícita o explícitamente, se "negó" durante muchos años la entrada de la historieta al "mundo intelectual"? La gran mayoría de estas producciones estaban dirigidas a un público infantil y adolescente; el adulto que "podía" acceder a ellas era aquél que poseía poca educación o poca capacidad intelectual. El paso al mundo del conocimiento, al mundo de la madurez, implicaba en cierto sentido dejar de lado la historieta. Es cierto que casi desde sus orígenes hubo intentos de hacer tiras cómicas especialmente para los mayores, pero sólo en el segundo tercio del siglo empiezan a adquirir fuerza, y hasta hoy alcanzan una extraordinaria difusión. La gran mayoría de estas historietas giran en torno al sexo, a la violencia y a la sátira social.

De entre las historietas socio-políticas elaboradas especialmente para adultos, una parte, la que ironiza y critica los valores del sistema, sobrevive. Esta circunstancia se debe a que, siendo muy intelectualizadas, se dirigen a un destinatario ya convencido de la necesidad del cambio, es decir, que, publicadas por editoriales o diarios generalmente progresistas y con un grado de humor poco accesible a las mayorías, no son consideradas tan peligrosas por la ideología dominante, mientras que le sirven para mostrar su amplitud y magnanimidad.

Una difusión y aceptación millonaria: ¿Por qué la difusión alcanzada, tanto en forma de "strips" o de páginas para ser publicadas en diarios y revistas, como la de los álbumes, es millonaria? Por ejemplo, en un país dependiente y con altísimo porcentaje de pobreza y analfabetismo como México, hace siete años se publicaban 336 millones de ejemplares al año. Si se comparan los tirajes de los libros o revistas más exitosas con las reproducciones de Walt Disney o de los "comics" de aventuras, las cifras resultan irrisorias. En el caso de los "strips" que son distribuidos por los sindicatos a todas partes del mundo capitalista, la difusión es aún mayor: Couperie (2) señalaba hace casi dos décadas que Blondy (Lorenzo y Pepita) aparecía diariamente en 1600 diarios del mundo. Basta observar

la reproducción de esos "strips" que se da en América Latina, o las series que aparecen en los diarios europeos, con una proporción parecida.

Un no-arte: ¿Por qué, a través de los tiempos, y diferentes lugares (Europa y los Estados Unidos, para mencionar sólomente dos focos donde la historieta tiene gran importancia), se han desatado campañas contra el consumo de las historietas, tildándolas de vulgares, de inducir a la "vaganancia intelectual" (achacándoles ser un medio que no exige esfuerzo de atención y concentración) de repetitivas e infantiles, de poco valor artístico, etc.? Se las ha definido como para-literatura o sub-literatura, con un sentido peyorativo, con la clara intención de diferenciarlas de las obras estéticas, artísticas.

El "olvido" de su poder educativo: ¿Por qué, a pesar de sus extraordinarias posibilidades como material o medio educativo, se la ha marginado del campo, exaltando en ella su facultad de entretenimiento? Naín Nómez señala precisamente que es esta concepción de la historieta como entretenimiento, sinónimo de "falta de problematización de la realidad, lejanía del mundo cotidiano y fantástica capacidad de escapismo" (3), lo que dificulta el poner la historieta al servicio de un proceso de cambio. Se tiende a producir textos que no llevan al cuestionamiento, a la interrogación, sino a la no-respuesta; o, dicho de otra forma, al mantenimiento de una actitud pasiva en los destinatarios virtuales. La actividad sólo se da en el nivel de la imaginación que, en apariencia, tiene muy poco que ver con la realidad circundante. La tendencia más general es la de reproducir un mismo código, un producto ya "estandarizado" donde no tenga cabida la realidad inmediata, y mantener el tipo de lectura (mecánica, pasiva, por diversión) que el aparato educativo (4) se ha encargado de enseñar a practicar.

El mantenimiento de lo simbólico: ¿Por qué la gran mayoría de los "strips" y de los álbumes corresponden a una visión monolítica, legitimadora y jerarquizante del mundo y sus relaciones, donde el poder está arriba, en la magia o el misterio, donde existe un maniqueísmo que se repite, donde todo es eternizante, ahistórico y monológico, donde los

significantes no son más que representación de un todo, de un universal? Hasta hace poco tiempo predominaban las muestras en las que se reproducía lo que Julia Kristeva nombró ideologema del símbolo (5). Ciertamente, a medida que se adentra el siglo XX, se producen, por una parte, muchos más textos exponentes del ideologema ambiguo del signo, histórico y cambiante, caracterizador de personajes y mostrador de conflictos, y por otra, algunas en que se muestra ya el trabajo de producción (el ideologema de la productividad). Así, las prácticas (6) en que predomina el signo (transformativas), exponentes de la comunicación y el intercambio, llegan a ocupar hoy un lugar preponderante, sin que esto equivalga a decir que las sistemáticas o simbólicas desaparezcan (la mayor parte de la historieta conservadora lo sigue siendo), ni que no existan algunas prácticas textuales donde, a través de la búsqueda de nuevos recursos pictóricos, tipográficos y técnicos, se muestre el trabajo de producción.

La historieta frente a los otros "media": ¿Por qué la historieta se puede considerar un medio de comunicación que ofrece ventajas en relación con los otros medios de comunicación de masas? El mismo problema que se manifiesta para la definición de la novela -que alcanza los niveles más inverosímiles-, se presenta en el momento de definir la historieta, rubro dentro del cual se incluyen los estilos, tendencias y técnicas más diversas. Por eso se hizo necesario escoger una delimitación lo suficientemente amplia: "un relato dibujado o impreso (o susceptible de serlo)", al que se le agregó "la existencia casi obligada del balón y la repetición de personajes y/o acontecimientos" (7), que permitiera incluir, por una parte, textos muy disímiles entre sí, y por otra, diferenciarlos de otro tipo de prácticas significantes. Es importante, sin embargo, poner énfasis en la trascendencia que tiene el hecho de que la historieta se constituya por la combinación de tres códigos primarios diferentes, bien definidos (icónico, lingüístico y tipográfico), y de dos códigos sugeridos, o secundarios (movimiento y sonido), que se dan a través de los otros, y cuyo distinto juego de relaciones la conforma como arte y como medio de comunicación o de cultura de masas.

Vista como instrumento de comunicación o de cultura de masas, la historieta tiene sus ventajas (y también inconvenientes) en relación con las otras formas de arte y los otros "mass media": si se piensa en el cine, la televisión y, ¿por qué no?, en el teatro, éstos tienen la ventaja de poseer el código del movimiento y agregar al lingüístico el sonido, lo que los hace muchas veces más verosímiles o realistas; pero su desventaja está en el hecho de ser efímeros: las escenas pasan, los diálogos se consumen, y todo va quedando únicamente como huella mnemónica. Es cierto que una escena se puede detener, o se puede comprar la película, o un equipo de video-cassette para grabarla, pero esto ya desvirtuaría su función de "mass media". Si se piensa en la prensa escrita, o en los libros, éstos tienen la virtud, al igual que la historieta, de ser impresos, con todas las ventajas que esta circunstancia implica. Es cierto que la prensa escrita y los libros pueden también tener imágenes y juegos tipográficos, pero únicamente en relación desventajosa con respecto al texto escrito y con la función básica de ilustrar lo lingüístico. La diferencia es que los tres códigos no funcionan interrelacionados e interpendientes, como en la historieta. En los dos casos pueden ser periódicos, lo que les permite llegar más a menudo al público y crearse una **imagen** como producto de consumo. Comparada con la fotografía, con la publicidad y la propaganda, la historieta tiene sus diferencias: la fotografía es más analógica, y por lo tanto más verosímil; la publicidad permite más trabajo de elaboración. La propaganda, por su parte, tiene la "ventaja" de que llega siempre a los destinatarios -lo quieran o no-, incrustada en otros medios, por medio de afiches callejeros, como parte de todos los productos en una sociedad netamente consumidora. La historieta supera a las dos primeras en posibilidades, por el hecho de tener varios códigos y ser impresa, y sobre todo por haberlas incorporado dentro de su propio texto (lo mismo hace con la publicidad y viceversa). Así, por una parte, tanto las artes como los "mass media" son influidos e influyentes en la historieta; y por otra, la historieta posee una serie de características de uno u otro medio o arte, que en conjunto la hacen poseer grandes posibilidades. Piénsese sólo en su comodidad, en su relectura siempre posible, en su bajo costo (recuérdese que en América Latina, a diferencia de la mayor parte de las historietas europeas, éstas se producen en formatos y papel muy económicos), en su facilidad de apropiación de otros me-

dios y técnicas, en los múltiples juegos que puede establecer con sus códigos, pero piénsese también en su facultad de entretenimiento, su facilidad para llegar a un público de diversas edades (véase el "slogan" de Tintin, "para jóvenes de 7 a 77 años", que juega con el mito de la eterna juventud) (8), de diversos niveles sociales y grados de educación, en sus posibilidades como medio de transmisión de información y de cultura al alcance de todos, en sus posibilidades para mezclar el humor y el saber, para educar divirtiéndose.

La historieta, una práctica social: ¿Por qué, sistemáticamente, se olvida su carácter de práctica social? La historieta, independientemente de las características internas que la definen, interesa fundamentalmente como una *práctica social*, como un medio de producción de sentido (no transmisión de un sentido preexistente); como un texto que no proviene del genio de un autor sino que nace del diálogo con otros textos; un texto que, como productividad, es redistribución del orden de la lengua y es intertextualidad. Un texto que asimila en su espacio a otros textos o nace de su contestación. Un texto como ideograma, es decir, como representación del modo dominante de pensamiento de una época (9). Un texto que se nutre de la sociedad que lo produce, que es altamente textualizable (dialoga con otros textos para constituir otro nuevo, en un proceso de lectura-escritura-lectura), en el siglo XX y que se inserta en el texto general de la historia y de la cultura (10).

Concebir una producción como texto, como práctica, implica un cambio de lectura, la mostración del trabajo de producción que siempre ha estado oculto; la variación del concepto de "autor-creador" por el de trabajador de la lengua y de los textos anteriores o actuales, y la mostración de la producción de sentido en la materia misma; la posibilidad de atravesar lo simbólico (entendiendo el signo) por lo semiótico, lo pulsional (11). La historieta no se ve entonces únicamente como un medio de intercambio (producto) sino como un *trabajo*, una práctica capaz de actuar, de **modificar**, de abrir brecha dentro de la sociedad.

Prohibición y censura: ¿Por qué a través de todas las épocas, la historieta ha sido juzgada "peligrosa" o "inútil". Desde su aparición en el mercado, se promulgaron cantidad de leyes o reglamentos destinados a prohibir la entrada de una parte de la producción de historietas extranjeras, o a codificar las características que deben poseer los textos dedicados a la juventud: por ejemplo, el "Comics code", de 1954, puesto al día en 1971, o el código "Euro-press junior", de 1966, exigen determinadas características a los textos; la famosa ley N°49996, del 16 de julio de 1949, sobre las publicaciones destinadas a la juventud, que significa un bloqueo a la entrada de historietas norteamericanas en Francia, "salvo para las más edulcorantes e insignificantes" (12), como el *Journal Mickey*, que empezó a aparecer en 1952, ofreciendo, en lo esencial, historietas de Disney, "eso que es garantía de buena moralidad" (13). Al respecto, léase sólomente *Para leer el pato Donald*, de Dorfman y Mattelart.

A estas posiciones contra la ideología que sustenta la historieta, donde prevalecen razones "morales" o de "buenas costumbres", se sumaron otros tipos de censura más consciente; piénsese en la prohibición que se da en Europa durante la ocupación nazi, que impidió la entrada de las historietas norteamericanas por provenir del enemigo (como dato interesante, obsérvese cómo, en algunos países, una vez vencidos los alemanes e idealizados los "salvadores", continúa la prohibición). Un caso concreto es el que cita LIFE en 1975: "El Concejo Municipal de la ciudad de Kemi (Finlandia), prohíbe la publicación del Pato Donald porque 'ejerce una mala influencia ideológica sobre los jóvenes espíritus'. Los concejales eliminan también a Tarzán, portador de un mensaje 'capitalista e imperialista'" (14). Prohibiciones o censuras de este tipo pueden encontrarse en todos los países en que exista un cambio de poder ideológico o en períodos donde se exalte el nacionalismo, con el propósito de disminuir la influencia extranjera (el Chile de Allende, el Perú de Torres, la Argentina de Perón, La Cuba de Castro, la Nicaragua del Frente Sandinista, para sólo citar casos de la América Latina).

Existe, desde hace tiempo, una clara conciencia del papel que juega la historieta como imposición, reproducción y mantenimiento de la ideología dominante. Cuando el régimen de Mussolini prohíbe las historietas norteamericanas lo hace porque reproducen una ideología que no le conviene al

fascismo; cuando los países capitalistas dan un vuelco al socialismo, las prohíben porque también son conscientes de que a través de éste, como de los otros medios de comunicación de masas, se sostiene la ideología dominante.

Instrumento ideológico: ¿Es la historieta un instrumento ideológico? Cada vez que un país se encuentra frente a un proceso de cambio social, en mayor o en menor medida se cuestiona el papel que va a jugar la historieta: o se la elimina como medio porque se considera en sí misma enajenante (como en la Unión Soviética), o se la trata de utilizar, también, como instrumento ideológico que contribuya al cambio. Cada vez las preguntas son las mismas. Lo fueron en Cuba, más tarde en Chile, y lo son hoy en Nicaragua: ¿será posible y sobre todo eficaz utilizar un medio creado por y para el capitalismo en una sociedad que trata de salir de éste? ¿Se puede lograr el cambio con instrumentos elaborados por la tradición anterior, manteniendo la forma y cambiando el sistema de valores? ¿Es posible que sea aceptado por un destinatario que está ideológicamente condicionado "a pedir y necesitar" eso que ahora le va a ser cambiado? Y, sobre todo, ¿cuál es la mejor forma de utilizar el texto anterior?

Existe, entonces, una amplia polémica en torno a si los instrumentos o mecanismos creados por y al servicio de una ideología determinada, como los medios de comunicación de masas, pueden, en un determinado momento, servir de manera eficaz a los grupos opositores a esa ideología o si -pensados desde su origen al servicio de una "causa general", con el claro objetivo de imponer, reproducir y, sobre todo, mantener un código ideológico determinado, una visión de mundo, un sistema de valores-, al ser utilizados, actúan como instrumento de recuperación dentro de esa misma ideología "contestada". Nuestro punto de vista es el siguiente:

- a. Sea cual sea su origen, los diversos instrumentos, las distintas técnicas y artes, son formas que pueden ser utilizadas desde diversas perspectivas, intereses y puntos de vista. Es cierto que la utilización continuada y repetitiva durante un largo período lleva al público a identificar el instrumento con el mensaje que transmite, pero

también es cierto que con el paso del tiempo, se pueden establecer otras **asociaciones distintas**.

- b. Ningún medio o instrumento es, como tal, conservador de ideología o gestador del cambio, pero, dependiendo de una serie de condiciones contextuales y de características particulares, puede ser más favorable al rompimiento o a la estabilidad del sistema. En la actualidad, y en América Latina, la historieta puede ser un buen ejemplo.

La historieta y el cambio: En la mayoría de los procesos de cambio en que se ha querido instrumentalizar la historieta se han seguido dos caminos:

- a. *El empleo de los textos anteriores o sincrónicos* que respondían a una ideología dominante, para parodiarlos, negarlos o ironizar sobre ellos. La utilización de estos textos (ambientes, personajes, lenguaje), cambiando la ideología, poniendo a funcionar los nuevos valores con la intención no sólo de aprovechar ese texto, sino, sobre todo, de mantener su continuidad en el público.
- b. *La producción de nuevos textos* que, si bien aprovechaban los anteriores, lo hacen de manera aparentemente marginal, apropiándose de ellos, manejándolos, fraccionándolos: "El texto los recorre, no los ignora, se insinúa en ellos y les hace saltar en su ritmo violento, alternando el rechazo y la imposición" (15).

En algunos países se elimina la competencia, impidiendo la venta y la distribución de historietas tradicionales (Cuba); en otros, coexisten, haciéndose la competencia (Chile). De todas formas, la eliminación total es casi imposible, dada la gran cantidad de historietas que ya circulan y siguen circulando (las tiras cómicas se coleccionan, se revenden, se intercambian, se prestan...).

Los mejores resultados se cuentan en la elaboración de series, ya sea que se dediquen a parodiar, fragmentar o ironizar el texto anterior, o que

tengan por misión establecer un nuevo sistema de valores y servir a la cultura y a la educación, pasando de ser simplemente un medio de comunicación de masas, a ser un medio de cultura de masas.

La tradición o la crítica: Los orígenes de la historieta se remontan a épocas muy lejanas y a civilizaciones muy distintas; sin embargo, es sólo a partir del momento en que aparece y se populariza la imprenta que alcanza alguna importancia, y no es sino a partir del surgimiento de los sindicatos de distribución, de los monopolios y de las grandes cadenas de industrialización, que la historieta se convierte en un verdadero medio de "comunicación" de masas. Europa y los Estados Unidos compiten en la producción de historietas y de "strips", pero la comercialización y "estandarización" se le deben en primera instancia a este último país. América Latina se convirtió, en poco tiempo, en "feudo intocable de la historieta gringa" (16), la cual invadió el territorio y la mente de sus pobladores. Con pocas excepciones, toda la producción se dirigía a formar un prototipo que respondiera a las necesidades de una metrópoli con respecto a los países dependientes. La historieta nace, se desarrolla y fortalece entonces como un recurso más de la ideología en el poder. Intentos de oposición ideológica a través del mismo medio existen desde el principio, pero no llegan a alcanzar gran difusión ni una larga vida. A medida que pasa el tiempo, estas historietas "contestatarias" se fortalecen y llegan a formar verdaderos núcleos marginales dentro del sistema. La producción "underground" o *Mad* en los Estados Unidos, *Charlie hebdo* o *Hara Kiri* en Francia, para sólo citar dos núcleos importantes. Y en América Latina, sobre todo en las últimas tres décadas, se dan numerosos ejemplos: *La chiva* (Chile), *Los Agachados* (México), *Peloduro* (Uruguay), *Mafalda* (Argentina), *Fradim* (Brasil), entre otros muchos. La gran mayoría de estas historietas son marginales, producidas de manera más artesanal que industrial, pero desempeñan un papel importante en cada país.

Independientemente de los países donde se produzca, de los estilos o tipos, o de la difusión que alcance, la historieta se puede clasificar desde el punto de vista ideológico:

- a. La historieta tradicional (en este caso conservadora), cuya función ha sido la de inculcar, reproducir, legitimar y mantener el sistema, el código dominante.
- b. La historieta crítica, cuyo papel es el de oponerse a esa ideología dominante. Surge como negación del texto tradicional y como afirmación del instrumento o medio. Y exige una lectura diferente, aunque siga siendo un producto de consumo. Es este segundo rubro el que nos interesa especialmente.

La gran mayoría de estas series opositoras al sistema dentro del cual surgen, dan mayor énfasis a la *temática* que al cambio de la *lógica* que sostiene la ideología dominante. Este empleo de algunos valores diferentes y de una temática distinta, este trabajo de desmitificación y de desestereotipación, que se da sólo a un nivel superficial y no pretende romper con las bases, presenta dos peligros:

- a. El de caer continuamente en las redes de lo que contradice y niega y, con el tiempo, ser recuperado por el sistema (porque trabajan con la misma lógica que critican).
- b. El de ser utilizados por el sistema para su beneficio, debido a las siguientes razones:
 - Porque le permite "demostrar" la libertad de expresión existente.
 - Porque lo usa como una especie de "vacuna ideológica": la repetición, la enumeración de los problemas circundantes, la mostración continua de la situación de dependencia, de los mecanismos propios de una sociedad de consumo, pueden llevar a la toma de conciencia (que implica acción en algún sentido) o habituar al individuo a la situación, resignándolo a vivir en ella. Muchas veces, después de ocultar las contradicciones y de reprimir la desmitificación, el sistema termina por permitir, en parte como desahogo o catarsis, en parte para legitimar la situación de otra manera, las manifestaciones críticas en pequeñas dosis.

La historieta opuesta a la tradicional, que se ha calificado de *crítica*, incluye todos aquellos textos que pretenden salirse de los cánones impuestos (aunque a veces sean atrapados en las redes de la misma ideología que niegan) y comprende desde la simple observación social, donde se muestra lo que se vive, o se intenta revalorizar los valores tradicionales (en este caso, nacionales opuestos a foráneos), o se retratan hábitos y costumbres, o simplemente se ironiza lo cotidiano. Pasando por la problematización de la realidad circundante e internacional, por la crítica de las circunstancias del hombre del siglo XX, hasta aquellos textos verdaderamente "contestatarios", en los cuales se tiene la franca intención de desenmascarar, desmitificar y lograr la toma de conciencia de las contradicciones de un sistema dominante en apariencia coherente y unitario, donde se pretende la información clara, la comunicación bilateral, la educación y el cambio.

Tres niveles de crítica social: *Mafalda*, *Pueblo* y *Los Agachados*.

Mafalda, de Quino, *Pueblo*, de Pancho, y *Los Agachados*, de Rius (17), representan, a grandes rasgos, tres grados dentro de este intento de oposición a la historieta tradicional.

*Mafalda**, por su carácter de "strip" en blanco y negro, su visión de clase media, su espíritu crítico pero no definido políticamente, su intelectualidad, observa la realidad inmediata e internacional y, con un gran sentido del humor, a veces un poco gris, muestra algunas aristas de la realidad e invita a la reflexión intelectual. No se refiere directamente a personas o lugares concretos en el plano nacional. No se ubica ni a la derecha ni a la izquierda. No trata de acontecimientos concretos (salvo cuando tocan directamente a la Argentina), ni propone soluciones, alternativas o cambios. Enfoca los asuntos cotidianos y los grandes problemas de todos los hombres de esta segunda mitad del siglo. Hace pensar pero no dice, y eso le permitió sobrevivir diez años en una Argentina políticamente en ebullición. Y eso le permite al dibujante de "El Cuarto Reich... la reserva de occidente" (18) sobrevivir en el Chile de hoy.

* *Mafalda* utiliza elementos menos evidentes para contestar; lo semiótico (lo pulsional); el absurdo, la repetición continua, la espontaneidad de la frase atraviesa el signo (la comunicación que es la base del sistema), sin causar grandes choques, puesto que lo hace a través de *personajes-niños*.

Pueblo, marcado ya por la publicación en que está inserto y por una ubicación de su autor en la izquierda, es más directo. Le interesa mostrar los distintos problemas de la vida del costarricense medio y de clase baja, principalmente. Cuenta la anécdota diaria. El hecho revelador o significativo. Sitúa geográficamente los hechos, caricaturiza a los hombres de la vida pública, llama por sus nombres a los que ostentan el poder. Pretende desenmascarar las componendas políticas, la mala marcha de las instituciones, el poder que mantiene la iglesia y los vicios populares. Quiere que el pueblo juegue un papel y le presenta posibilidades, alternativas para luchar por el mejoramiento de su situación (sindicalismo, unión, organización popular, instrumentos legales a su servicio, etc.). Es mucho más popular que *Mafalda* y la abstracción es mínima, pone el dedo en lo concreto: "La verdadera reflexión parte de lo concreto y nos remite a lo concreto" (19).

Los Agachados, por su parte, publicada también por una editorial progresista y con un autor más politizado, con los límites naturales que impone un sistema que juega "el juego de la democracia y de la libertad", y atrapado, algunas veces, como los otros, por la ideología del sistema donde está inmerso, se puede clasificar como una **historieta** "contestataria". Sistemáticamente, de manera explícita y clara, desenmascara el código dominante, desmitifica los valores y pone al servicio del pueblo un instrumento de educación y cultura a través de una forma agradable y humorística. Rius, su autor, va más allá de la historieta. Incluye dentro de ella lo que con Monique HUENS (20) llamaremos *información ilustrada*, en la que, a través de un personaje o introducido directamente (si no se enmarca en el mundo ficticio de Chayotitlán, con sus personajes, que se repiten de una historia a otra), trata de manera clara, didáctica y amena, un tema de interés, de diversa índole, cuya misión es la de informar "objetivamente", oponiendo su versión a la de la -como **el autor mismo la llama**- "prensa vendida": "El conflicto existe, pero hay que asumirlo en la conciencia" (21).

En los tres casos se trata de historietas para adultos, y las dos últimas se podrían definir como periodismo en imágenes. El hecho de que *Ma-*

falda se dirija a un público más restringido y más intelectualizado (entendiéndolo aquí como poseedor de una mayor preparación académica) en comparación con *Los Agachados* o *Pueblo*, no garantiza como consecuencia una menor influencia popular; ésta depende, en gran medida, del grado de textualización (su capacidad de entrar en diálogo con los otros textos, de participar de la intertextualidad): si éste es muy alto, en ese proceso de lectura-escritura-lectura entrará a formar muchos otros textos, es decir, producirá un efecto multiplicador.

No puede marginarse dentro de este tipo de historieta crítica, un grupo de tiras cómicas (rescatables) dirigidas también a los adultos y que no responden a los valores dominantes. Con una intención muy distinta a la de las historietas de sátira o crítica político-social, ellas también cumplen de manera diferente una función desmitificadora, rompen el signo, el tabú, el mito, a través de lo pulsional, de lo semiótico, del sexo y de la muerte (22).

Un último factor que no debe olvidarse, por la importancia que reviste, es el formal: la búsqueda de nuevas técnicas, de nuevas combinaciones, de nuevos rasgos, de nuevas posibilidades de combinación de códigos, de efectos visuales. En resumen, de algunos factores específicos de la historieta, como:

- La importancia que se le da a la *actualidad* (Pancho y Rius, por ejemplo, utilizan los otros tiempos siempre en función del presente; *Mafalda* se mantiene en él).
- Su alto grado de textualización, que provoca un efecto multiplicador.
- El hecho de ser en parte concebidos para ser incluidos en otros medios de comunicación de masas.
- La cualidad de poder lograr el mismo efecto, o dar la *misma* información de manera más directa, en menor espacio y con menor esfuerzo.
- La gran cantidad de recursos técnicos y artísticos que utiliza.

- . El poseer una "continuidad cortada", que abre la posibilidad a la corrección, al cambio, y posibilita la asimilación de un gran número de textos a lo largo del tiempo en que se publica.
- . El ser un texto que compete a la *palabra*, al signo, con personajes que adquieren su independencia lingüística a través del balón y cuya forma dialogada lo hace más mimético, más verosímil.
- . La pluralidad de destinatarios (distintas edades, distintas clases sociales, etc.).
- . Su facilidad de comprensión, capacidad de entretenimiento y atracción, le condicionan como un excelente medio de educar divirtiendo.
- . El juego de la parodia, la ironía, el humor, el absurdo, que se logra en la combinación de los códigos.
- . Su rápida producción (necesitan mantener una continuidad en el público), que los hace ser espontáneos, menos pulidos que otras prácticas significantes.
- . Su soporte material y su carácter impreso, que permiten su relectura.
- . La interdependencia de los códigos (formando un texto unitario) y su relativa independencia. (Se podría mantener el código icónico y cambiar el lingüístico, por ejemplo. Eso fue lo que se hizo con *Los Supermachos* de Rius, cuando la Editorial Meridiano los continuó con una ideología diferente de la que había concebido el dibujante desde sus orígenes).

Estas características nos permiten concluir que:

- a. La diversidad de códigos y sus posibles combinaciones, hacen más fácil la mostración del trabajo de producción en la materia misma de lo significado que en los textos escritos, como sería el caso de los de Vanguardia estudiados por Kristeva y su grupo.

- b. Es más evidente la intertextualidad, la red de textos anteriores y sincrónicos que constituyen el nuevo texto, no como creación individual y transmisión de sentido pre-existente, sino como una palabra (texto) que se refiere a otra palabra (texto).
- c. Por su espontaneidad y rapidez de elaboración, no es tan fácil ocultar que se trata de un *trabajo* y no sólo de un producto listo para el intercambio y la comercialización.
- d. Lo semiótico puede atravesar lo simbólico (el signo) y dejar salir lo pulsional, las prácticas ocultas, lo irracional, y con ello contribuye al derrocamiento de la estructura jerárquica y monológica impuesta.

Todo ello convierte a la historieta (sobre todo la crítica) en un instrumento favorable para ser utilizado en un proceso de rompimiento o de cambio social, en un instrumento al servicio no de la llamada "comunicación de masas", con su carácter de comunicación piramidal, jerarquizante e impositiva, sino al servicio de la "cultura de masas", entendiéndolo por ello una relación bilateral, integradora, destinada a ser un medio de conocimiento y transformación. Un instrumento de cultura de masas, donde el saber logre desplazar la ignorancia y con ella el poder de las pocas manos que hoy lo detentan.

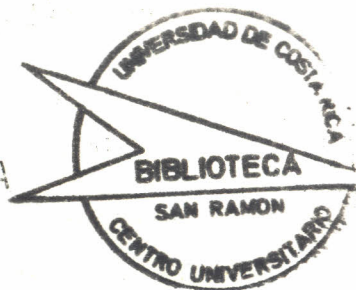
NOTAS

1. El movimiento surge a partir de la Revolución Cubana. Existen dos núcleos de estudio en torno a la creación de una estética latinoamericana, uno en Cuba y otro en América Central, alrededor del CSUCA. El seminario latinoamericano realizado en Bruselas en 1975, cuyas ponencias y discusiones fueron publicadas ese mismo año en *I-déologies, littérature et société en Amérique Latine* (Editions Université de Bruxelles) deja clara constancia de esas inquietudes.
2. Couperie, Pierre y otros. *Bande dessinée et figuration narrative*. Paris: Musée des Arts Déco, Louvre, 1967.
3. Nómez, Naím. "La historieta en el proceso de cambio social", en *Revista de comunicación y cultura*, N°2, Segunda Edición. México: Editorial Nueva Imagen, 1978.
4. F. Vernier, en *L'écriture et les textes* (Paris: Editions Sociales, 1977), analiza la enseñanza de la lengua como imposición de códigos ideológicos y critica la actitud pasiva que se forma hacia la lectura.
5. Para la definición de *ideologema*, confróntense los textos de Julia Kristeva, especialmente *Texte du roman*, La Haya: Editorial Mouton, 1970, y *Semiótica I*, Madrid: Editorial Fundamentos, 1978, especialmente en su artículo "El texto cerrado". Aquí nos contentamos con definirlo como el modo **dominante** de pensamiento de una época.
6. La definición de *práctica* y sus distintas clasificaciones pueden encontrarse en las dos obras de Julia Kristeva ya citadas. Otra tipología de las prácticas significantes, basada en Lacan, puede consultarse en otro libro de la misma investigadora: *Revolution du langage poetique*. Paris: Editions du Seuil, 1974, pp. 85/100.

7. Renard, Jean-Bruno. *Clefs pour la bande dessinée*. Paris: Editions Seghers, 1978; p. 10.
8. Tintin es una de las historietas y de las empresas de historietas más importantes de Bélgica. El personaje Tintin, que nació hace más de 25 años, continúa siendo trabajado por su autor, Hergué.
9. Ver referencia 5.
10. Para la concepción de texto como intertextualidad, consúltese la producción de Julia Kristeva, sobre todo los dos primeros libros, citados en la referencia 5.
11. El grupo Tel-Quel (Julia Kristeva entre ellos), dio importancia fundamental a este aspecto, al estudiar los textos límites -Lautreamont, Mallarmé, Roussel, Bataille, Sollers, Celine- quienes pretendían romper con la base del pensamiento occidental, aunque no fueran necesariamente revolucionarios en los temas que trataron.
12. Michel, Pierre. *La bande dessinée*. Paris: Larousse, 1976, p. 21.
13. Renard, Jean-Bruno. *Op. cit.*, p. 74.
14. Michel, Pierre. *Op. cit.*, p. 149.
15. Kristeva, Julia. *La révolution du langage poétique*, p. 98.
16. Del Río, Eduardo (Rius). "Las historietas", en *Los Agachados*. Tomo 2, N°66; México: Editorial Posada, 1974.
17. Lavado, Joaquín (Quino). *Mafalda*. 10 tomos. Argentina: Editorial La Flor, o en México: Editorial Nueva Imagen. Ambos comprenden la recopilación del "strip" hasta 1973. Del Río, Eduardo (Rius). *Los Agachados*, revista quincenal que se publica en México desde 1968. Díaz, Hugo (Pancho), *Pueblo*, historieta publicada en la última página del semanario del mismo nombre, hasta 1979, año de desaparición del mismo.

18. "Strip" de corte social, elaborado actualmente en Chile. Nuestras muestras fueron recogidas de *Franja*, revista del colectivo latinoamericano de trabajo psicosocial, Colat, en Bruselas, en 1980-1981.
19. Freire, Paulo. Conferencia dictada en Lovaina, Bélgica, en noviembre de 1981.
20. Huens, Monique. *Analyse de la lutte politique d'une bande dessinée mexicaine*. Memoire en Journalisme et Communication Sociale, Université Libre de Bruxelles, 1980, p. 9.
21. Freire, Paulo, en la conferencia citada.
22. Para la definición de lo simbólico y lo semiótico, y el análisis del rompimiento del signo, confrontense, básicamente, las siguientes obras de Julia Kristeva: *La révolution du langage poétique*, ya citado, y *La traversée du signe*. Paris: Editions du Seuil, 1975, así como *Polylogue*. Paris: Editions du Seuil, 1977.

LA HISTORIETA Y SU ROL EN AMERICA LATINA



Las historietas: el método más barato para EMBRUTECERSE... (o cultivarse ... según...).

RIUS (1)

La lectura de una historieta de *Los Agachados*, del mexicano Eduardo del Río (Rius), que tiene por objeto de análisis su propio sujeto*, y el enfoque que en ella se da de la historieta misma, de la influencia y comercialización que ha tenido como medio de comunicación de masas, sumado a nuestro interés por la tira cómica como instrumento educativo y concientizador y al conocimiento de estudios específicos sobre este tipo de producción cultural, nos llevó a la elaboración de este artículo.

Son cuatro, básicamente, los aspectos del llamado "noveneno arte" que pareció importante enfatizar: en primer lugar, su carácter contradictorio (subestimación y popularidad); luego, su definición en sí mismo y como "mass media" -influyente e influenciado por los otros medios-; en tercera instancia, los tipos de estudios que se han realizado sobre él y las distintas "intenciones" con que se le utiliza, y, por último, analizar su producción y reproducción en América Latina, en relación con la de América del Norte y la de Europa, oponiendo la tira cómica reproductora de ideología dominante a la tira cómica "contestataria" (y/o autóctona).

Nuestro interés no es el de analizar exhaustivamente el tema. Además, por lo reducido del espacio, nos hemos visto obligados -sobre todo en la última parte, en que se utilizó una bibliografía muy heterogénea y vasta-, a reducir las referencias a un mínimo para poder abarcar, resumiendo, un máximo.

302.22
P438h

086609

* El dibujante señala en la introducción de la revista, que ella "es a su vez una especie de historieta, se mete precisamente con las historietas... Su origen, su historia, sus autores, sus logros y fracasos y su influencia más negativa que positiva, sobre los millones de gentes que en todo el mundo (excepto en los países socialistas), se divierten o se idiotizan con su lectura... SALE! "

Si bien la bibliografía es muy amplia, se presenta también una serie de observaciones empíricas que importa señalar, como, por ejemplo, el análisis de la publicación de "comic strips" de diarios de diversos países.

1. LAS HISTORIETAS: UNA CONTRADICCION DESDE SU ORIGEN

La tira cómica, desde sus inicios, aparece como una contradicción: durante un largo período fue objeto de un descrédito casi generalizado; se le consideró como un producto diseminador de la violencia, de la vulgaridad; como un discurso pernicioso, inferior y aceptado únicamente como subliteratura dirigida a los ignorantes y a los niños. Por otra parte, se convirtió en muy poco tiempo en uno de los medios de comunicación de masas de mayor difusión y popularidad (por ejemplo, en México, en 1974, se publicaban "600 tipos de historietas, o sea, 28 millones de ejemplares mensuales") (2).

Esta posición contradictoria de rechazo hizo que, hasta hace sólo poco más de una quincena de años, los estudios sobre la tira cómica fueran casi desconocidos y que, luego de haberse mantenido en el olvido casi total, ese "campo iconográfico, el más vasto y el más rico que la historia conoce" (3), empezara a provocar una superproducción de estudios específicos. Todavía hoy se escuchan algunas voces reticentes a aceptarlo como "el noveno arte", pero son millones y millones las revistas y los "strips" que surgen y se reproducen diariamente en todas partes del mundo, y son numerosos también los libros y artículos que se ocupan de ellas.

Si se toma en consideración la extensa bibliografía sobre el tema, se llega a la conclusión de que la mayor parte de los estudios son de carácter descriptivo o arqueológico (recolección y ordenamiento de viejos ejemplares); otros de carácter referencial -entrevistas de dibujantes, relación con hechos reales-, o, a lo más, se encuentran algunos de carácter científico, como los basados en la semiología comunicacional, los que trabajan desde el punto de vista multi o pluridisciplinario (sociológico, psicológico, etc.) y los que parten de la semiología de la productividad.

Así pues, el material escogido se centra sobre un fenómeno que ha alcanzado una gran importancia y amplitud en esta época, centrada en torno a los "mass media": "que esto sea al nivel comercial de la producción, al nivel artístico de las adquisiciones en el dominio concreto de la tira cómica (grafismo, escenario, cortes), al nivel de su desarrollo como valor de colección y, en fin, al nivel de los estudios y de los trabajos teóricos que son hechos a su sujeto" (4).

2. UNA DEFINICION ENTRE OTRAS

2.1 COMO ESTRUCTURA PARTICULAR

La diversidad que existe dentro de la producción que se ha llamado en conjunto historieta o tira cómica ("comic strip", "comic book" o "bande dessinée"), ha llevado a proponer numerosas definiciones de corte muy diverso: desde la amplísima propuesta por Gérard Bachelard en su libro *Historia de la tira cómica*, para quien ésta sería simplemente la historia en imágenes --"una definición más literal, permitiéndonos incluir tanto los bajos relieves de la columna de Trajano como la Tapicería de Bayeux, los frescos de Assise como ciertas imágenes de Espinal, los álbumes de Töpffer como aquellos de Tarzán o de Asterix" (5)--, o la sintética y amplia de Francis Lacassin, que la define como "literatura gráfica" (6), o la de Pierre Couperie que lo hace, en forma parecida, como figuración narrativa (7), hasta otras concepciones más restrictivas que excluyen de sí una no desdeñable producción: "consiste en un procedimiento narrativo que utiliza una sucesión de viñetas en imágenes, incluyendo o no un texto, donde todo o parte se escapa de los personajes por intermedio de una "burbuja", llamada también balón" (8). Otras definiciones restringen el propósito de la historieta a su facultad de distraer y olvidan su vocación didáctica, publicitaria o revolucionaria; o se basan en el público a que van dirigidas; o toman en cuenta únicamente el género a que pertenecen, etc. Desde nuestra perspectiva, la definición que aparece como suficientemente amplia y caracterizadora a la vez, es la

que adopta J. Renard en *Clefs pour la bande dessinée* y que puede ser resumida en pocas palabras: "un relato dibujado o impreso (o susceptible de serlo)" (9). Su autor considera que pueden agregarse dos características valaderas para la mayoría de las historietas: "la presencia de un texto que se combina de una manera o de otra con la imagen, y la aparición periódica de relatos en los cuales los héroes se repiten de episodio en episodio o de aventura en aventura" (10).

2.2 COMO INSTRUMENTO DE DIFUSION COLECTIVA

Son numerosos los estudios acerca de la comunicación masiva, sus influencias -nefastas o positivas-, sus características, su desarrollo, su importancia. Cada vez que aparece un nuevo medio de comunicación de masas o se perfecciona otro, surgen una serie de nuevas obras y se enfatiza sobre su repercusión en el público. En América Latina existe un conjunto de textos que analizan estos "mass media" como instrumentos de penetración ideológica y de dominación cultural (los escritos por ejemplo por Antonio Pascualí, Armand Mattelart, César Zibecchi, Vance Packard, Herbert Schiller, etc.), en los que se incluye el instrumento historieta como uno de los más importantes.

El carácter impreso de la historieta insiste en la comodidad del soporte material, y la liga al conjunto de los "mass media" o las técnicas de difusión colectiva. Como se ha señalado antes, la tira cómica no puede verse como fenómeno cultural o social aislado, ni puede considerarse que no existe contaminación entre este medio y los otros medios de comunicación colectiva: "La tira cómica es unas veces influida, otras veces influyente en relación con los otros medios de expresión que la rodean" (11). Históricamente se encuentran numerosos ejemplos de la influencia sobre la tira cómica del dibujo animado (la mayoría de los personajes de W. Disney, Félix el gato), del arte pictórico (todos los movimientos de vanguardia, el arte "pop"), del cine (sus técnicas de expresión, planos, héroes:

James Bond, Laurel y Hardy), de la televisión (en lo estético, de los procedimientos y del contenido), de la literatura, de los ídolos de la canción o de los trucos de la publicidad. Pero es más notoria aún la influencia de la tira cómica sobre los otros medios de expresión dirigidos a las mayorías: adecuación en dibujos animados (Lucky Luke, Superman, Hardy, Charlie Braun); en películas directamente adaptadas al cine o a la televisión (Barbarella, Batman, Los supermachos); espectáculos de diversos tipos como comedias musicales, ballets, café-teatros, canciones, etc., sin hablar de la pedagogía, la publicidad, el folclore popular, la propaganda ideológica, la influencia de la moda, el lenguaje hablado, etc.

Así, la tira cómica, además de ser definida como un relato dibujado e impreso, puede serlo como un medio de comunicación de masas que mantiene una gran interrelación con los otros medios y que, junto a ellos, en gran parte define la cultura de nuestro siglo: "Sociedad de masas, cultura de masas y medios de comunicación de masas, arrastrados por tecno-estructuras, ya señalan un hecho histórico de la humanidad" (12).

3. UN PRODUCTO CULTURAL Y SU ANALISIS IDEOLOGICO

3.1 ESTUDIOS DE LAS HISTORIETAS REPRODUCTORAS DE IDEOLOGIA DOMINANTE

Si se toman en cuenta los análisis interdisciplinarios, se constata que, en general, carecen de rigurosidad metodológica. Son pocos los que parten de la estructura del texto tira cómica y lo ubican dentro del texto general de la historia y de la cultura (13) con verdadera base científica. En su mayoría se trata de estudios en los que interesa el corpus como un producto terminado -no como productividad-, listo para el intercambio y el consumo en el sentido comercial y "comunicacional". *Superman y sus amigos del alma*, de M. Jofre y A. Dorfman; *Para leer al pato Donald*, de A. Mattelart y A. Dorfman; *La société des bulles*, de W. Leguebe; *La bande dessinée*, de M. Pierre, por ejemplo, toman como material de análisis las historietas tradi-

cionales, lo que les permite mostrar la imposición de ideología dominante a través de un medio tan adecuado para reproducir, de manera **subrepticia**, más emocional que racional, esa ideología. Esos autores conciben la tira cómica como un instrumento -importante en relación con los otros medios de comunicación de masas-, como una forma de penetración y conservación de la ideología dominante.

En su artículo "La cultura de masas. Semiótica, sociología y praxis social" (14), el cubano Desiderio Navarro hace un planteamiento basado en los semióticos soviéticos, donde relaciona la sociología y la realidad (los hechos culturales), y **critica** la falta de método de *Para leer al pato Donald*, de Mattelart y Dorfman, aunque la considera interesante. Para él, la semiótica de la cultura -"la única semiótica que Saussure podía concebir"- es "aquella rama de la sociología -y también de la culturología- que estudia la cultura como esfera de la semiosis social, como conjunto estructurado y dinámico de prácticas semióticas sociales" (15). Muestra además, cómo para algunos investigadores soviéticos de la Escuela de Tartu (16), el sistema semiótico es modelante, es decir, que "todo sistema semiótico creado por el hombre, además de ser un medio de **transmisión** de información, es, en su totalidad, la descripción de un determinado modelo del mundo" (17). Así, la manera de asegurar la dominación de una clase -que posee los medios de producción- sobre otra sólo podría ser garantizada con el control de "los sistemas semióticos usados en la colectividad" (18); por eso "una de las principales tareas de la lucha ideológica contra la clase dominante sería la revelación e impugnación de los modelos de mundo de que se vale para controlar a los dominados" (19).

Es eso precisamente lo que pretenden los análisis de tipo semiológico -sociológico, a través de los cuales se puede establecer la axiología que sustenta la tira cómica tradicional (reproductora de la ideología dominante): "la defensa de la propiedad privada -"el mal sueño, el único aspecto de la ofensa a la propiedad privada" (20)- y del individualismo; la mostración de un mundo sin contradicciones de clase, donde todo se presenta como natural, un mundo donde también se oculta el trabajo y aparecen los productos siempre terminados -como surgidos de la magia-, donde

lo que interesa es el intercambio, el consumo; el mundo de la no evolución y por lo tanto de la no historia, de la competencia sustentada en valores de fuerza bruta o de riqueza; el mundo del status subordinado de la mujer; una "realidad" donde los trabajadores y los dominados son sustituidos por buenos salvajes o por delincuentes o por seres folclóricos, extraños, donde el dinero no se gana sino que se encuentra en la aventura o por la casualidad; donde la visión de las personas es maniqueísta; donde la lucha siempre es moral (*mal-bien*), no social; donde todo tiene fácil solución gracias al paternalismo o a la ayuda foránea; donde siempre existen relaciones verticales de dominio, nunca horizontales de cooperación; donde hay una clara fragmentación de la realidad, y, en general, el sentido es unívoco, y donde las estructuras se repiten, se reproducen en cada tipo de historietas. En síntesis, tiras cómicas que pretenden una legitimación continua del sistema.

La intención explícita de todos estos estudios, en primer término, es la de "desnudar los mecanismos ideológicos que animan a estos productos ficticios que la industria de la cultura propaga" (21); en otras palabras, hacer evidente el código con que trabajan; y, por otra parte, mostrar la pertenencia de esa ideología a un grupo social determinado, en este caso la burguesía: "Se trata de unir, muy esquemáticamente, las ideas contenidas, abiertamente o no, en las tiras, a un contexto social, de precisar que la tira cómica vehicula una interpretación del mundo propia de una clase social, la pequeña burguesía. Es necesario poner el acento sobre esta pertenencia de clase, porque la burguesía difunde siempre su ideología como si se tratara de una verdad universal; así, esta ideología logra infiltrarse en las otras clases" (22).

3.2 UN ESCASO ANALISIS DE LA PRODUCCION MARGINAL LATINOAMERICANA

En cuanto a estudios que utilicen como material de análisis las producciones marginales que pretenden una toma de conciencia, que critiquen y muestren la "realidad", no conocemos muchos sobre la tira cómica; los hay, pero son producto de trabajos de fin de curso o tesis.

Por otra parte, su difusión es casi nula y son difíciles de obtener. Ciertamente existen algunos comentarios en periódicos, pero no alcanzan la rigurosidad necesaria para ser tomados en consideración. En algunos libros que se refieren a la tira cómica en general se hacen comentarios sobre la producción marginal --sobre todo la europea y norteamericana--, pero en el caso de América Latina apenas se encuentran algunas alusiones.

3.3 LAS PRODUCCIONES "TRADICIONALES", LAS MARGINALES Y EL RECEPTOR

Antes de continuar, es necesario aclarar que, si bien se habla de imposición y reproducción de ideología dominante a través de la tira cómica, no se puede olvidar que llega un momento en que esa ideología se vive y lo que se hace es atizarla, mantenerla. La mentalidad ya está formada, y lo que se da al lector es lo que el lector espera: he aquí uno de los factores más importantes del éxito y de la demanda casi febril de este tipo de historieta.

Vivimos la época de la imitación, de la importación. La época donde, como lo señala Alain Touraine en *Les sociétés dépendantes*, hasta los mismos cambios se pretenden llevar a cabo con ideas foráneas (23). Esta cultura de reproducción y de no creación forma un círculo vicioso; todo intento de mostrar los procedimientos de producción que podrían llevar al cambio, a la creatividad, a la vuelta a lo autóctono, son ocultados celosamente. Es cierto que al principio encontramos un dominio económico, técnico, pero en poco tiempo éste se traduce en la formación integral del hombre: se llega, entonces, a pensar, a **creer**, e incluso a sentir de una manera determinada.

Pero también hay un factor que permite a la producción "contestataria" anclar en la mente del receptor: a pesar de aceptar una visión de mundo determinada, existen en él un descontento, una intuición, una certeza de que algo no marcha bien; existe una insatisfacción ante la injusticia o ante las diferencias de oportunidades; existe, sobre todo, una avidez de saber y es esto, precisamente, lo que recogen los intelectuales-dibujantes, lo ordenan y lo plantean en sus tiras cómicas desde una perspectiva diferente.

3.4 DISTINTOS REGIMENES LATINOAMERICANOS Y DIFERENTES TIPOS DE "CONTESTACION"

Es claro que en la América Latina no todos los países tienen un mismo régimen político, ni las burguesías imponen su dominio de manera semejante. Althusser en *Ideología y aparatos ideológicos del estado* (24) -como Navarro en el artículo ya mencionado- afirma que el poder sólo se puede conservar si se tiene el dominio de los aparatos ideológicos del estado (familia, organizaciones, religión, educación, aparato de información y de cultura) y dice que las clases en el poder pueden dominar de dos maneras: con un predominio de la violencia (represión) sobre la persuasión (a través de la imposición subrepticia de ideología) o viceversa. Las producciones "contestatarias" se dan entonces a diferente nivel y dependen de la situación del país respectivo, es decir, del régimen del momento. No pueden compararse las "contestaciones" permitidas en las dichas "democracias" latinoamericanas, donde se valoran la libertad y la igualdad de derechos, y donde la censura y el permiso funcionan positivamente hacia el individuo (hasta el momento en que sus manifestaciones se consideren peligrosas), con las de los regímenes totalitarios, donde la poca "contestación" que puede manifestarse se hace de manera mucho más agresiva, y donde la intelectualidad se reprime con la cárcel o el exilio. Pero tampoco son comparables estos dos casos con la producción de historietas en el Chile de Allende o las que se publican en Cuba* o en la Nicaragua de hoy. En este último caso, las historietas que eran originales del país -y otras nuevas-, pasaron a ocupar un lugar importante, no sólo como demostración de la ideología dominante, como "antipropaganda", sino también como medio de imposición de una nueva visión del mundo, con un carácter fundamentalmente didáctico.

En aquellos países en que se permite o que se tiene prevista una cierta oposición cultural ("contestación") como desahogo, la tira cómica aparece, no revolucionaria y violenta, como en el caso de

* "En Cuba se practica en primer lugar el 'choteo' del comic gringo: usando personajes como Supermán, Joe Paaloka o los monos de Disney: los cubanos han hecho sabrosas parodias, en las que los amolados (al fin) son ahora los superhéroes gringos" (25).

los países represivos, sino mostradora pero reformista: las ideas se presentan o a un nivel muy intelectualizado (como el caso de *Mafalda*, de Quino, en Argentina), o se asume una posición paternalista y evidentemente didáctica (como en *Los Agachados*, de Rius), o simplemente se trata de presentar la realidad de lo cotidiano (*Los superlocos* y *La familia Burrón*, ambos de Gabriel Vargas) o de entretener educandos (*Chanoc* en México).

Son muy raras las ocasiones en que se da una "contestación" demasiado agresiva. Esta circunstancia quizás se explique por dos razones diferentes: o porque se tenga conciencia de los límites del permiso "contestatorio" (en el momento en que la publicación se considere peligrosa para el sistema viene la represión) o porque, al no haber represión violenta, los intelectuales piensan en la mayoría de los casos en una evolución progresiva para alcanzar la justicia social y en el cambio pacífico de estructuras. Lapierre, en su artículo "¿Qué es la ideología?", explica el tipo de tolerancia que el sistema acepta frente al desahogo "contestatorio": "La tolerancia es un lujo de una ideología dominante bien establecida, que no se cree amenazada o la reivindicación de una ideología **naciente**, que **sus** adeptos sienten frágil y amenazada" (26). No es difícil, sin embargo, encontrar casos de censura después de un período de relativa libertad de publicación. Si se toma el caso de México, cuyo gobierno lucha por mantener exteriormente su imagen de democracia y libertad, el **PRI (Partido Revolucionario Institucional)**, en el poder desde 1928) se apropió, a través de peripecias judiciales, de la historieta *Los supermachos* -que había fundado Rius en la Editorial **Meridiano**- y continúa publicándola con la colaboración de un equipo de dibujantes, pero con otra estructura de pensamiento y otra filosofía: como reproductora de ideología dominante. En México mismo, el ejército hizo desaparecer de un día para otro las instalaciones, incluida la rotativa, donde se publicaba la revista *¿Por qué?*, que dirigía desde Cuba el periodista mexicano Mario Menéndez, luego de haberla aceptado por varios años. Y en Argentina, Joaquín Lavado, QUINO, que publicaba abiertamente *Mafalda* en la época anterior a Videla, con la dictadura se ha visto obligado a acogerse al exilio (voluntario) para continuar con sus caricaturas en España o en Italia.

Páginas atrás se expuso una síntesis de los valores fundamentales que transmite la tradicional tira cómica norteamericana o la surgida en América Latina pero con influencia de la norteamericana. Más adelante se planteó brevemente la tira cómica producida en Latinoamérica como producción marginal: desde una perspectiva intelectualizada o eminentemente didáctica e informativa, esa historieta latinoamericana pretende el cuestionamiento o la parodia de la ideología dominante (de los valores que esta reproduce continuamente), la problematización de la realidad cotidiana, la crítica de los vicios de la sociedad y, al mismo tiempo, la exaltación de lo autóctono. En el próximo apartado el interés no va a centrarse sobre el contenido enajenador o "desenajenador" de las diferentes producciones sino sobre la producción en sí y la distribución; se tomará en cuenta la tira cómica europea y norteamericana como puntos de comparación con la producida en el subcontinente. Se estudiará, sobre todo, desde el punto de vista de producto-mercancía en su red de comercialización.

INTERRELACIONES ENTRE LA TIRA COMICA EUROPEA Y NORTEAMERICANA Y LA AUTOCTONA DE LA AMERICA LATINA

1. EUROPA Y ESTADOS UNIDOS, DEFENSA Y LUCHA POR LA IMPOSICION; AMERICA LATINA, UN CAMPO NECESARIO Y PROPICIO

El origen, fortalecimiento, evolución y estilo de las historietas europeas y norteamericanas es muy diferente hasta los años treinta, época en que se da una verdadera invasión de los "comics" norteamericanos en toda Europa, invasión capaz de ahogar "parcialmente los gérmenes de una historieta original y específicamente europea" (27) y establecer una imitación a todo nivel*.

En el caso de la América Latina, donde los países no han tenido

* Al contrario, en los últimos años, en Francia, se ha producido una gran cantidad de historietas eróticas (*Barbarella, Valentina, Scarlet Dream, Saga, Jodelle*), que han sido muy imitadas en Estados Unidos.

tiempo de recuperarse de su primera "independencia" y donde la producción original es prácticamente nula en este campo, el bombardeo de los "comics" norteamericanos causa, como es de suponer, un impacto tan grande que ni siquiera permitió pensar en la creación nacional.

La prohibición, durante la guerra de ocupación nazi, de la entrada de "comics" norteamericanos en los países ocupados (provenían de un país enemigo), y la continuación de la restricción que han mantenido casi todos los países europeos durante algunos años (ley N° 49956, de julio de 1949 en Francia, por ejemplo), es un importante factor que permite, por una parte, el resurgimiento de las historietas de estilo y características europeas (muy importante, por ejemplo, la tira cómica de la Edad de Oro franco-belga, que se funda alrededor de tres escuelas: Charleroi, Bruxelles y París) y, por otra, la penetración más intensa en el mercado de América Latina, procurando colocar ahí el excedente desplazado de Europa. Para ello se intensifica la propaganda, se popularizan aún más los formatos, se aumentan las facilidades de adquisición de las publicaciones periódicas, las ventas de derechos de publicación dentro de cada país, se diversifica hacia un público de diferentes edades, y, por supuesto, existe preocupación por darle al consumidor lo que este "necesita", o más bien, lo que espera.

Es claro, sin embargo, que no se puede ver el fenómeno únicamente desde el plano de la "perdida del mercado-intensificación de otros mercados": Europa era un continente viejo, consolidado, con personalidad propia; América Latina venía de adquirir su "independencia" (al máximo, un siglo antes), y estaba constituida por países de economía pre-capitalista, con un alto índice de analfabetismo, donde reinaba el desconcierto y el desorden. Esto le convierte en un campo propicio para multiplicar las inversiones económicas, para consolidar las transnacionales, para establecer una nueva manera de ver el mundo, favorable al sistema, que a la larga redundaría en grandes beneficios económicos y políticos a nivel internacional. Así, los medios de comunicación de masas, entre ellos la tira cómica, se ponen, en esa coyuntura, al servicio de la "causa general".

4.2 LA EDAD DE ORO DE LA HISTORIETA NORTEAMERICANA Y EL CONSERVATISMO EUROPEO

Al lado del factor económico de industrialización y distribución, sobre el cual se hablará más adelante, no pueden olvidarse las características especiales de la tira cómica norteamericana de la Edad de Oro, que le permitieron integrarse y enraizarse con tanta fuerza en el público (cosa que sigue logrando en las nuevas generaciones). En Europa, la historieta pecaba de cierto conservatismo y de falta de innovación (el resurgimiento viene varios años después, sobre todo en la zona francofona, con la Edad de Oro franco-belga, y en segundo lugar en Italia y Gran Bretaña). Las tiras cómicas existentes se dirigían a un público joven que se aficionaba, y que, al convertirse en adulto, ya no tenía qué leer; por otra parte, se caía en una gran monotonía que contrastaba con las maravillosas aventuras de todo tipo (sentimentales, policiales, exóticas, de ciencia ficción, de vaqueros, de misterio, de detectives, de aviación) de los "comics" norteamericanos; y, para terminar, no presentaban ni las técnicas, ni los colores vivos, ni la imaginación ni la fantasía que pudieran oponérsele. Por otra parte, es la época de los héroes y superhéroes del Norte (muy diferentes a los propuestos hasta la fecha al consumidor*), que permiten la identificación fácil y el sueño evasivo frente a los problemas cotidianos. Es el período del florecimiento del gran artista Walt Disney, con su sugerente y aparentemente inofensivo mundo de animales humanos.

4.3 UN RECUENTO DE LOS "COMICS STRIPS" EN VARIOS DIARIOS LATINOAMERICANOS DE GRAN CIRCULACION

A pesar de los cambios, de las tiras cómicas de otros tipos que han aparecido en los Estados Unidos, la influencia mayor sobre hispanoamérica la sigue teniendo la producción de la Edad de Oro y sus

* Antes de 1934 la historieta fue cómica, es decir, con personajes dibujados siempre en forma de caricatura.

descendientes: aventuras, héroes y superhéroes, y Walt Disney. Esto es fácil observarlo en los "comics books" y aún más en los "comics strips" diarios y semanales de los periódicos. A. Mattelart hizo en 1968 un análisis de los "strips" publicados ese año en los diarios más importantes de Chile -país donde el aporte de tiras nacionales es escaso- y obtuvo exactamente el mismo resultado que el nuestro al hacer el análisis de dos diarios costarricenses, "La Nación" y "La República", de dos argentinos, "La Nación" y "La voz del Interior", de Córdoba, de uno ecuatoriano, "El Comercio de Quito", y de otro chileno, "El mercurio", todos ejemplares de fines de 1978 y primeros meses de 1979. En el diario de mayor circulación de Costa Rica, "La Nación", aparecen numerosas tiras cómicas de origen norteamericano: *Blondy*, de Young; *Rip Kirby*, de Prentice; *La Navidad*, de W. Disney; *Olafo*, de D. Browne; *Justo y Franco*, de Thaves; y sólo dos latinoamericanas: *Mafalda*, de Quino; y *El artillero*, de C. Pedrazzini y A. Grassi. El caso del suplemento dominical es aún más patente: el ciento por ciento de las publicaciones son de origen norteamericano; no hay una sola producción nacional, ni siquiera latinoamericana. "La República", de Costa Rica, publica: *Roldán el temerario*; *Brick Bradford*, de Norris; *Mandrake*, de Falk y Davis; *Quintín*, de B. Weaver; *Prof. Fiasco*, de Bell Yates; *El Fantasma*, de Falk y Barry; *Don Abundio*, de Jones y Ridgeway; *Winípu*, de Disney; *Daniel el travieso*, de Ketcham, lo que da un promedio parecido. "La Nación", de Argentina, muestra un equilibrio de tiras de autores nacionales y norteamericanos: *El corazón de Julieta*, de Stan Drake; y *Ríase la gente*, de Bob Weber; *Pequeñas delicias de la vida conyugal*, de Kavanagh y Campos, se publican junto a Heredia, E. Miranda, y A. Broccoli, todos dibujantes del país. Mientras, la muestra de Ecuador ofrece una historieta latinoamericana y el resto norteamericanas (*Pillín*, de W. Disney; *Rip Kirby*, de Prentice; *Mandrake*, de Falk y Davis; *Blondy*, de Young; *Olafo*, de Dick Brown; *El príncipe valiente*, de Foster; *Los sobrinos del capitán*, de Dirks, y *Mafalda*, de Quino). Pero este resultado no sorprende ante la constatación, por ejemplo, de que los periódicos belgas, como "Le soir", presentan una proporción parecida: *Rip Kirby*, de Prentice; *Guy L'Eclair*, de Dan Barry; *Hagar du nord, le viking*, de Dick Browne; *Max l'explorateur*, de G. Bara y Barelli, de Bob De Moor.

Tres observaciones deben hacerse en este momento: por una parte, estos periódicos, que poseen una circulación muy amplia en sus respectivos países, pertenecen a las clases poderosas; muchos de ellos han construido inmensos monopolios de información y mantienen una estrecha colaboración y dependencia de los Estados Unidos, sobre todo en lo que se refiere a información internacional y servicio de historietas y otras formas de entretenimiento. Por otra parte, hay que observar también que varias de las tiras cómicas nacionales que aparecen en estos diarios son reproductoras de la misma ideología y, a la par de algunos elementos propios, utilizan el mismo código que las producidas en los Estados Unidos. Finalmente, en cuanto a las producciones latinoamericanas, se trata prácticamente en todos los casos de tiras cómicas de humor, donde se permite la crítica superficial o muy intelectualizada y donde se integra un pensamiento completo. No se encontraron en la muestra tiras cómicas de aventuras confeccionadas por nacionales, aunque se sabe de la existencia de un número bastante reducido.

4.4 LA PRODUCCION MARGINAL "CONTESTATARIA" EN LA EUROPA Y LAS DOS AMERICAS

En lo que se refiere a las producciones contestatarias, la mayor parte de ellas son publicadas en diarios de izquierda o progresistas que comparativamente son marginales en cuanto a la producción y distribución. En Hispanoamérica han existido también varios intentos de producir revistas de tiras cómicas nacionales (*El satiricón* o *Patarusí*, de Argentina; *La chiva* de Chile, cuyo contenido se trató de reformular durante la administración de Allende; *La familia Burrón* y *Los supermachos*, de México) que reúnen producciones de un grupo de dibujantes que se apartan un poco de los lineamientos del sistema. En la mayor parte de los casos, este tipo de historieta "contestataria" ha terminado por fracasar comercialmente frente a la competencia: "América Latina es aún feudo intocable de la historieta gringa: ninguna historieta criolla ha cruzado las fronteras para establecerse más allá de su lugar de origen. Quizás sólo lo han logrado en poca escala las tiras argentinas" (28).

Desde luego, no es sólo en América Latina o en los países marginales donde ha surgido la historieta contestataria, de crítica, de desmitificación de héroes y de comportamientos. En los Estados Unidos existen revistas de gran tiraje y trascendencia, como *Mad*, donde se crean una serie de parodias que atacan a las tiras cómicas más célebres -"Kutzman emprendía, con su equipo, una empresa de desmitificación de los héroes y de los valores de Norteamérica, que iba a ejercer una influencia durable en el mundo entero" (29)- o se dedican a la crítica dura contra los medios de comunicación, haciendo un llamado, desde luego, a una cierta complicidad del lector, que debe reconocer las referencias culturales que se critican. En la revista francesa *Pilot*, junto a las historietas tradicionales, se encuentran las parodias, donde "los adolescentes son inducidos a apreciar una crítica social dibujada, un humor de contestación, bajo una forma más actual" (30). Y en este mismo país, no se debe olvidar la creciente importancia que va adquiriendo en los estratos medios y universitarios la publicación de izquierda *Charlie hebdo*. Muy importante, también, es la producción "underground" de los Estados Unidos, basada en la parodia y la crítica, y cuya difusión, por sus características de violencia, de sexualidad e incluso vulgaridad en el dibujo, es, al principio, clandestina y luego llega a constituir inclusive un sindicato (Universal Press Syndicate), el cual les permitirá una más amplia y segura distribución. Por otra parte, no pueden dejarse de lado las producciones intelectuales que también cuestionan, aunque de otra manera, el sistema (el caso de *Peanuts* o *Pogo*).

Todos estos ejemplos críticos surgen en la segunda mitad del siglo XX; anteriormente existieron también historietas contestatarias pero no alcanzaron el nivel de interés ni de difusión necesarios. Los países comunistas han reaccionado de manera muy distinta ante el medio "tira cómica": desde su prohibición como medio de comunicación en la Unión Soviética, hasta su utilización con miras pedagógicas, didácticas o de "anti-propaganda", como en Cuba, en China y en Argelia.

5.5 LOS MONOPOLIOS, LA INDUSTRIALIZACION Y LAS REDES DE DISTRIBUCION

En toda esta penetración de la tira cómica norteamericana existe en la base un aspecto fundamental: el problema económico (los monopolios, la industrialización y sus redes de distribución). Fueron los norteamericanos los primeros que perfilaron la tira cómica como negocio, hasta que llegó el momento en que lo único que interesaba era vender, incluso a costa de la violencia, de la pornografía, del terror o de la baja calidad. "¡La historieta se había convertido en industria, la industria de la perversión!" (31).

Para facilitar la difusión de un producto ya abundante y hacerlo más rentable, fueron creados los sindicatos, "agencias ligadas a los órganos de prensa, que tienen bajo contrato los dibujantes o las series, y los que, mediante la percepción de derechos a menudo elevados, proporcionaban "comics" a cientos de periódicos, tanto en los Estados Unidos como en el mundo entero. En 1914 Hearst creó el King Features Syndicate y algunos años más tarde fue constituido el United Features Syndicate (por Pulitzer), los cuales se aseguraron la casi totalidad de un mercado que ellos controlan todavía" (32). "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" (33). Si se observan las muestras de los periódicos latinoamericanos, se comprueba que el noventa por ciento de las historietas están distribuidas por el King Features Syndicate y el diez por ciento restante por el United Features Syndicate.

La creación de esos poderosos monopolios va a tener varias consecuencias: los tirajes se vuelven millonarios, los álbumes se popularizan y se traducen a varios idiomas, se aumenta la propaganda que, desde luego, baja los costos al hacerse a través de los sindicatos, los cuales se encargan de reproducir las tiras cómicas antiguas, de mantener en producción las que tienen mayor aceptación y de retirar del mercado las que no dejan utilidad. Ellos compran los derechos de autor y ejercen una autocensura continua, y mantienen un cuerpo de di-

bujantes que trabajan como asalariados. Por otra parte, se produce una división absoluta del trabajo intelectual y el manual, y dentro del manual -el dibujo propiamente dicho-, cada quien hace una parte.

El éxito logrado por los "comics" periodísticos es la base para el nacimiento y popularización de las revistas de historietas o "comics books" se empieza con las reediciones de las tiras cómicas publicadas ya en los periódicos y que se regalan como publicidad (en la época de la crisis de 1929), para pasar más tarde a la publicación comercial; pero su verdadera popularidad se alcanza con la creación de los temas de aventuras, a los que se debe, sobre todo, la extraordinaria difusión de las tiras cómicas norteamericanas.

Al principio, las historietas son creaciones personales pero, cuando por alguna razón el dibujante no puede seguirla, los sindicatos la continúan con otros dibujantes. Hoy es muy poco frecuente el caso del dibujante plenamente dueño de sus medios de expresión y libre de condicionamientos directos. En general, éste es una pieza que forma parte de una compleja organización donde se plantea la colectivización y, por supuesto, se llega a lo impersonal. En muchas ocasiones el dibujante se ve encadenado a un estilo que ha sido establecido por el creador original de la historieta y entonces lo que hace es imitar y reproducir, no crear. En el caso de varios autores hispano-hablantes contestatarios, la situación es diferente. El hecho de no poseer los instrumentos para una verdadera industrialización ofrece la ventaja de que la producción se mantiene artesanal: el autor idea la historia, hace los textos y la dibuja, e incluso escoge los colores. Así, el trabajo intelectual y manual se unen en la misma persona, y esa "personalización" permite más fácilmente salirse del código impuesto y de los lineamientos trazados. Ciertamente, la fase de la impresión y de la distribución no les pertenece, pero sí la de producción primera y definitiva.

Las redes de comercialización y de distribución establecidas por los sindicatos a nivel internacional tienen la ventaja de que, por trabajar en grandes cantidades, pueden abaratar los costos (sale más bara-

to pagar el servicio que contratar dibujantes para la elaboración de las tiras cómicas diarias). Por otra parte, el sentido comercial les lleva a producir obras "estandarizadas" que posean cierta homogeneidad y de donde se eliminan todos aquellos aspectos que puedan "molestar o chocar con la sensibilidad del consumidor" (para eso tienen equipos especializados que estudian sus productos antes de lanzarlos al mercado; así analizan el por qué de los éxitos y fracasos de tal o cual historieta). Dos consideraciones pueden desprenderse: primero, que la "estandarización" lleva a la tira cómica a posiciones conservadoras en tanto se ve obligada, por razones de mercado, a reflejar la opinión de una burguesía o de una clase media, las dos capas sociales potencialmente consumidoras; y, en segundo, que el propietario de la historieta no es su autor, sino el empresario capitalista que las puede comercializar, es decir, aquél que las emplea como un medio para obtener utilidades y que retribuye al dibujante-asalariado.

5. CONCLUSION

En una sociedad basada en la circulación de productos y en el intercambio, en una época en que los medios de comunicación de masas invaden el mercado y tienen por objetivo la reproducción de la ideología dominante con miras al mantenimiento de las estructuras del sistema, la historieta aparece como un arma de doble filo. Por sus características de fácil asimilación, por su poder de convicción, su verosimilitud, su habilidad para mezclar lo real y lo imaginario, su función de entretenimiento y diversión, su invitación a la evasión de lo cotidiano, sus grandes posibilidades como medio didáctico e informativo y, sobre todo, su enorme seducción, las historietas sirven a un doble propósito: el dominio o la concientización. La metrópoli las ha utilizado como medio de imposición de ideología a los países dependientes, y la clase dominante, como instrumento para mantener su preponderancia sobre las otras clases. América Latina se ha visto invadida por los "comics" del Norte y, en cada país, se han hecho numerosas publicaciones con el mismo sistema de valores foráneos. Es interesante señalar -como lo hace Rius al final de su análisis de las historietas- cómo

cada país defiende la edición de una serie de revistas de baja calidad con el argumento de que en países más cultos se publican las mismas cosas, o de que eso es lo que el público pide, o de que la industria editorial da de comer a muchas personas, o de que los ministerios de educación pública y de cultura de los diferentes países aprueban, o por lo menos no cuestionan, su publicación (34). Por otra parte, si hacemos un recuento de las tiras cómicas verdaderamente hispanoamericanas, verdaderamente autóctonas, debemos llegar a la conclusión de que en este campo existe un desbalance en relación con las foráneas; sin embargo, no se pueden negar una serie de esfuerzos, una serie de intentos "concientizadores" que subsisten a la altura de cualquier otra producción semejante en el mundo. Es duro constatar, empero, que las series que se mantienen lo logran a costa de grandes limitaciones y de manera marginal, y las que no se publican más, han dejado de hacerlo no por falta de aceptación, sino por no tener en sus manos una red eficiente de comercialización. La América Latina está en proceso de cambio, y la historieta -como otras producciones nacionales- trata de reforzar el camino. Más tarde su misión será consolidar una sociedad más justa.

NOTAS

1. Eduardo del Río (Rius). "Las historietas", en *Los agachados*, tomo 2, N°66. México, serie clásica de la Editorial Posada, 1974.
2. Ibid, p. 40.
3. Ouvrage collectif. *Bande dessinée et figuration narrative*. Paris:Ed. Musées des Arts Décoratifs, 1967; p. 4.
4. Mince de Fontbaré, Gustave et Sohet, Phillipe. *Discours sociale et production culturelle du medium bande dessinée*. Travail de fin d'études. Université Catholique de Louvain, Institut de Sociologie, 1973; p. 10.
5. Blanchard, Gérard. *Histoire de la bande dessinée*. Belgique: Marabout Université, 1975; p. 5.
6. Lacassin, Francis. *Pour un 9 ème art: la bande dessinée*. Paris:U. G.E., 1971; p. 187.
7. Couperie, Pierre y otros. *Bande dessinée et figuration narrative*. Paris: Editions Serg, 1976.
8. Pierre, Michel. *La bande dessinée*. Larousse. Collection "Idéologies et sociétés", 1976.
9. Renard, Jean-Bruno. *Clefs pour la bande dessinée*. Paris: Editions Seghers, 1978; p. 10.
10. Ibid, p. 11.
11. Blanchard, Gérard. *Op. cit.*, p. 187.
12. Zibecchi, César. *Comunicación humana y comunicaciones masivas*. Argentina: Editorial Plus Ultra, 1974; p. 211.

13. Kristeva, Julia. *Le texte du roman*. The Hauge: Mouton and Co., 1970; y *Semiotiké, recherche pour un sémanalyse*. Paris: Coll. Tel Quel, Ed. du Seuil, 1970.
14. Navarro, Desiderio. "La cultura de masas. Semiótica, sociología y praxis social", en revista *Casa de las Américas*, La Habana (fotocopia sin fecha); p. 61.
15. Ibid, p. 58.
16. Tartu, Ecole de. *Travaux sur les systèmes de signes*. Bruxelles: Editions complexe, 1976.
17. Navarro, Desiderio. *Op. cit.*, p. 65.
18. Ibid, p. 65.
19. Idem.
20. Eco, Umberto. "Le mythe de Superman", en *Communications* N°24, 1976, p. 39.
21. Dorfman, Ariel y Joffre, Manuel. *Supermán y sus amigos del alma*. Argentina: Editorial Galerna, 1974; p. 15.
22. Leguebe, Wilbur. *La société des bulles*. Belgique: deuxième tirage, Editions Vie Ouvriere, 1978.
23. Touraine, Alain. *Les sociétés dépendantes*. Belgique: Edit. J. Duculot, 1976; p. 57.
24. Althusser, Louis. *Idéologie et appareils idéologiques de l'Etat*. Paris: "La pensée" N°151, 1970; p. 15.
25. Río, Eduardo del (Rius). *Op. cit.*; p. 37.

26. Lapierre, Jean-William. "Qu'est-ce qu'une idéologie?", en *Les idéologies dans le monde actuel*. Paris: Cahiers de l'ISEA (M20), N° 150, 1964; p. 22.
27. Renard, Jean-Bruno. *Op. cit.*, p. 10.
28. Río, Eduardo del (Rius). *Op. cit.*, p. 36.
29. Pierre, Michel. *Op. cit.*, p. 21.
30. Blanchard, Gérard. *Op. cit.*, p. 282.
31. Río, Eduardo del (Rius). *Op. cit.*, p. 28.
32. Pierre, Michel. *Op. cit.*, p. 15.
33. Blanchard, Gérard. *Op. cit.*, p. 194.
34. Río, Eduardo del (Rius). *Op. cit.*, p. 43.