



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Buenos Aires

G

El humor gráfico. Un estudio preliminar.

Volúmen 3

Autor:

Levín, Florencia Paula

Tutor:

Lobato, Mirta Zaida

2009

Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Licenciatura de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires en Historia

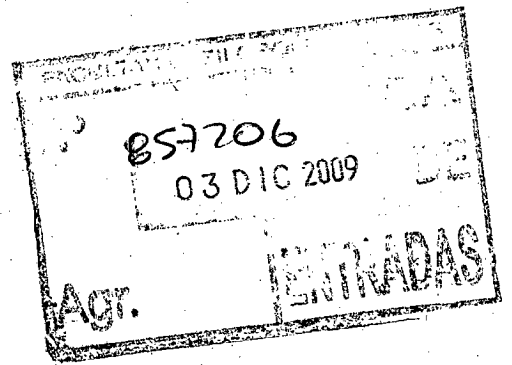
Grado



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras

FILODIGITAL
Repositorio Institucional de la Facultad
de Filosofía y Letras, UBA

Tesis
14-4-4-3



EL HUMOR GRÁFICO. UN ESTUDIO PRELIMINAR

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Dirección de...

Indice

I. El humor gráfico como género.....	3
1. Entre el <i>comic</i> y el <i>cartoon</i> : la delimitación del humor gráfico como objeto de estudio.....	3
2. El <i>comic</i> /historieta. De genealogías y especificidades.....	6
3. El lenguaje del <i>comic</i> /historieta y el <i>cartoon</i>	8
3.1. Imagen, palabra y convenciones propias del género.....	9
3.2. Un lenguaje altamente estandarizado.....	10
3.3. Elementos componentes y convenciones del género.....	11
3.4. Principales recursos expresivos.....	15
3.5. Montaje y estructura narrativa del <i>comic</i>	18
3.6. Algunos dispositivos retóricos del <i>cartoon</i>	21
4. Codificación, estandarización y lectura.....	22
II. Humor gráfico e historieta. Breve reseña histórica.....	25
1. Historia universal del <i>comic</i>	25
1.1. Sobre genealogías y dataciones.....	25
1.2. La historia de <i>Yellow Kid</i> y los orígenes del <i>comic</i>	27
1.3. De los suplementos dominicales al surgimiento de las tiras diarias y el nacimiento del <i>comic book</i>	30
1.4. Estandarización, censura y exportación.....	34
1.5. Del mercado del entretenimiento a la propaganda política.....	37
2. Historia del género en la Argentina.....	40
2.1. Antecedentes de la caricatura política y el <i>cartoon</i>	41
2.2. Revistas y magazines en orígenes del género.....	42
2.3. Tiras y <i>cartoons</i> en la prensa diaria.....	43
2.4. El mercado historietístico nacional.....	48
III. La historieta y el humor gráfico como objeto de estudio.....	57
1. El <i>comic</i> como objeto de interés académico en el ámbito universal.....	57
1.1. Principales temas y problemas en el análisis del <i>comic</i>	60
2. Los estudios sobre el género en la Argentina.....	74
2.1. La historieta como objeto de estudio académico y de polémica ideológica. La semiología estructural y la crítica marxista.....	74
2.2. "Historieta y humor". El circuito extra-académico.....	81
2.3. La re-academización de las miradas. La historieta y el humor gráfico como objeto de estudios en los últimos años.....	84
Bibliografía.....	93

I. El humor gráfico como género

1. Entre el *comic* y el *cartoon*: la delimitación del humor gráfico como objeto de estudio

Dado que generalmente se otorga al término “humor gráfico” un uso convencional, consuetudinario e inespecífico, que conlleva un amplio margen de ambigüedad (Steimberg, 2001) es necesario establecer algunas aclaraciones semánticas que contribuyen a delimitar y recortar el universo empírico de esta tesis.

En primer lugar, utilizo el término “humor gráfico” de modo genérico para referirme a un tipo particular de discurso social, cuyo rasgo característico es la conjugación de la palabra escrita con el dibujo. A pesar de la ambigüedad de esta noción, considero pertinente su utilización puesto que es así como el diario *Clarín* nomina la página que dedica al género (aún cuando ese espacio incluya historietas serias, de aventuras o históricas) y como refiere al mismo en diversos anuncios, entrevistas y comentarios que publica en distintas secciones.¹

Dentro del uso genérico y amplio del término “humor gráfico” distingo dos sub-géneros, diferentes pero estrechamente emparentados, que conviven en las páginas de diarios (tal es el caso de *Clarín*), revistas de interés general y revistas especializadas: el *cartoon* o caricatura humorística y el *comic*² o historieta. Como ambas familias de términos se caracterizan por definir difusamente diversos tipos de géneros -por cierto, tanto la palabra *comic* como la palabra *cartoon* también se utilizan para aludir al dibujo de animación televisiva-, se impone, nuevamente, la introducción de precisiones.

Con la palabra *cartoon* estoy haciendo alusión al dibujo de humor que en un único cuadro o viñeta (también denominado pictograma o panel) “transmite una idea humorística de raíz política, sociológica o filosófica”. Se trata de un género gráfico que aparece

¹ Del mismo modo, cuando hable de “lenguaje humorístico” o de “humoristas” estaré utilizando el término para referir al lenguaje específico del género analizado y a sus autores respectivamente.

² El término “*comic*” es uno de los más difundidos para referir al género en cuestión aunque, ciertamente, no es el único. La palabra *comic* proviene del habla inglesa y es, específicamente, la denominación que recibió el género en los Estados Unidos cuando surgió a fines del siglo XIX. Esa marca de origen, junto con el hecho de que el inglés es un idioma que ha penetrado profundamente otras lenguas, ha hecho de la palabra “*comic*” un término de uso habitual en distintos países. Sin embargo, muchos de ellos tienen, además, términos específicos propios tales como *bande dessinée* en Francia, *fumetti* en Italia o *quadrinho* en Brasil, *tebeo* en España y *comiquitas*, *monitos* y *muñequitos* en algunos países latinoamericanos. En el mundo de habla hispana el término *comic* está muy difundido y coexiste, generalmente como sinónimo, con el de *historieta* y con los otros términos autóctono (Merino, 2003: 33).

habitualmente inserto en diarios y revistas de noticias y que encuentra su tema, por lo general, en los asuntos políticos y sociales de actualidad. El *cartoon* ironiza casi siempre sobre el tema tratado, convirtiendo a sus personajes en vehículo de una proposición conceptual original acerca de la situación (Steimberg, 1977: 97). Muchas veces los *cartoonistas* –en nuestro caso particularmente Landrú– incorporan la representación de personajes de la realidad mediante el empleo de la caricaturización de sus rasgos.

Por su parte, con los términos *comic* e historieta me estoy refiriendo a una secuencia de viñetas -compuestas generalmente en su interior por una combinación de texto y dibujos- entre las cuales se crea algún tipo de unidad de sentido.³

Sin embargo, tal como afirma Juan Sasturain, el *comic* y el *cartoon* se interpenetran en tanto y en cuanto los mecanismos del chiste unitario o *cartoon* han “contaminado” la historieta del mismo modo que “en los largos diálogos de ida y vuelta (como puede observarse por ejemplo en la obra de Crist y de Fontanarrosa) el proceso es inverso: el chiste puede ser una tira condensada y conversada (Sasturain 1987: 192), del mismo modo que la famosa tira de Quino, Mafalda, puede considerarse una suerte de versión en varios cuadros del *cartoon* (Steimberg, 1977: 30).

El género de la historieta puede desagregarse en una inmensa variedad de géneros narrativos (desde la ciencia ficción, la aventura, el terror, el realismo, etc.) que comparten la modalidad de estructurarse de acuerdo con la famosa fórmula “continuará” o, eventualmente, desarrollando la historia a lo largo de decenas o centenares de viñetas en una entrega. Mientras que el *comic* o historieta y el *cartoon* comparten páginas de diarios y de revistas de actualidad, el primero se ha desarrollado, además, como género autónomo a través de revistas especializadas y *comic books*⁴ de entregas periódicas, *fanzines*⁵, etc.

³ No existe un acuerdo universal sobre los límites entre géneros y subgéneros. Así, mientras que para algunos el *comic* se reduce exclusivamente al género humorístico eligiendo, por tanto, la palabra *historieta* o alguna de las versiones específicamente nacionales para designar el género en su nivel más abarcativo (Birmajer, 1988) para la gran mayoría de los autores el *comic* es un término genérico y amplio que abarca tanto las tiras de humor como las de acción, aventuras, ciencia ficción, terror, etc. Estos desacuerdos tienen que ver con que en sus orígenes, el llamado *comic* tuvo un carácter preponderantemente humorístico y de allí deriva su nombre que incluso se ha trasladado a las formas de denominar las publicaciones de la historieta seria: *comic book* (Martignone y Prunes, 2008).

⁴ Se trata de publicaciones específicas del género. Los primeros *comic books* aparecieron en los Estados Unidos hacia los años cuarenta. Según Steimberg, “se diferencia de las revistas del género por la supresión de la variedad de las creaciones incluidas (habitualmente sólo trae una o dos por número) y por la organización gráfica general, destinada a apoyar o adornar la comunicación de esa historieta única o casi única” (Steimberg, 1977: 111).

⁵ Abreviatura de *fanatic magazine* (revista de aficionados). Se trata de revistas alternativas de la contracultura, realizadas de modo independiente, generalmente rudimentarias, cuyas autores suelen ser al mismo tiempo los editores y distribuidores. Los *fanzines* escapan a los circuitos comerciales de distribución y, dado que no son rentables, suelen sostenerse con aportes o esfuerzos de los propios

Dentro del género historietístico suelen incluirse las llamadas tiras cómicas o tiras de humor que, sin embargo, tienen características peculiares y propias que las alejan de aquellas y la emparentan con el *cartoon*.⁶ Para empezar, las tiras cómicas se caracterizan, precisamente, por su objetivo de producir un efecto cómico o humorístico. De hecho, el término *comic* (no así el de historieta) guarda una relación semántica directa (en su idioma original pero también en castellano) con la de “cómico”, “comicidad”.⁷ Por otra parte, tienen la especificidad de ser auto conclusivas, es decir que la idea se presenta, se desarrolla y se concluye en tres, cuatro o cinco viñetas, por más que sus personajes puedan tener gran continuidad y que existan líneas temáticas o argumentativas que se continúen a lo largo de varias entregas, a diferencia de la fórmula “continuará” adoptada por las historietas (tal es el caso, por ejemplo, de Caloi, Bróccoli, Tabaré y Viuti dentro del universo que se analiza en esta tesis). Otra peculiaridad de las tiras de humor es que suelen ser, igual que los *cartoons*, obra de un único autor, a diferencia del resto de los *comics* o historietas, que suelen estar elaboradas conjuntamente por guionistas y dibujantes (De Santis, 1998)⁸ –aun cuando existen excepciones a esta regla como por ejemplo en la tira de “Diógenes y el linyera” cuyos guiones estuvieron escritos por mucho tiempo por Carlo Guinzburg y Carlos Abrevaya-. Finalmente, otro rasgo que acerca a las tiras de humor al *cartoon* y las aleja de las historietas serias, al menos de las historietas publicadas en sus formatos más conocidos en nuestros días, tiene que ver con el hecho de que estas tiras fueron incorporadas exclusivamente en la prensa periódica mientras que ya hacia los años '30 las historietas serias comenaron un desarrollo autónomo en el mercado de los *comic books*. Por todos estos motivos, posiblemente la palabra “*cartoonists*” y localmente la de “humorista” suelen

autores-editores. Los fanzines se asocian con la contracultura y se suelen aprovechar como “lugares de experimentación, para un público al que no lo conforman los cánones tradicionales” (Gociol y Rosenberg, 2001: 51).

⁶ Pablo De Santis, por ejemplo, emplea genéricamente el concepto de historieta para abarcar lo que él denomina, también genéricamente, tiras de humor y tiras de aventuras (De Santis, 1998: 17). Por otra parte, este uso abarcativo de la palabra historieta se debe a que ambos subgéneros provienen de una historia en común y tienen los mismos orígenes en la famosa tira de Outcalt, *Yellow Kid*.

⁷ Esto tiene que ver con el hecho de que el *comic* surgió en los Estados Unidos de fines del siglo XIX como género humorístico, característica que se mantuvo por varias décadas. Recién en 1929 se comenzó a publicar Tarzán, de Harold Foster, considerado como el primer *comic* realista. A partir de entonces comenzaron a proliferar series de aventuras, ciencias ficción, etc.

⁸ Más aún, muchas veces la producción de una historieta supone una división del trabajo más específica: por ejemplo, se pueden encargar trabajos a dibujantes para que se dediquen específicamente a hacer los fondos, mientras que otros se encargan de los personajes, etc. Incluso muchas veces las series continúan cambiando su dibujante principal (el primer ejemplo de esto lo da el propio *Yellow Kid*, considerada la primera historieta moderna). Todo esto hace que muchas veces se contrate a un dibujante para que trabaje “al estilo” creado por otro (Gubern, [1972] 1981: 91).

emplearse para referir tanto a los autores de tiras cómicas como a los de chistes unitarios o *cartoons* (Martignone y Prunes, 2008: 26).⁹

Por lo antedicho, en esta investigación se considera a las tiras de humor como un subgénero intermedio, o de transición (no cronológica sino estilística) entre el más antiguo chiste gráfico o *cartoon* y la historieta propiamente dicha.

Entonces, dado que la denominación de los subgéneros del relato y el humor dibujado no es precisa (Steimberg, 2001), al referirme al “humor gráfico” de *Clarín* en el marco de esta tesis estoy aludiendo conjuntamente, a los *cartoons* y a las tiras de humor publicados por el diario tanto en la página especialmente destinada al género y denominada “humor” (particularmente, a la obra de Crist, Fontanatrosa, Ian, Aldo Rivero, Caloi, Dobal, Taberé y Viuti) como a los *cartoons* de Landrú publicados en distintas partes del cuerpo del diario.¹⁰

2. El *comic*/historieta. De genealogías y especificidades

Luego de haber trazado la delimitación del humor gráfico como un género adentro del cual se pueden distinguir dos subgéneros diversos pero emparentados —el *cartoon* y las tiras de humor— y de haber analizado las vinculaciones y las relaciones de similitud y diferencia entre el humor gráfico y el *comic* o historieta, vale la pena detenerse en algunos debates sobre genealogías y especificidades del género historietístico.¹¹

Algunos autores definen el *comic* estrictamente a partir de determinadas características formales consideradas determinantes como ser la combinación de texto e imagen desplegada de modo secuencial de modo que encuentran antecedentes en los relieves de Egipto y Mesopotamia. Otros autores, en cambio, sostienen que además de la consideración de los aspectos formales la definición de *comic* está íntimamente relacionada con consideraciones de carácter histórico que hacen a los modos de producción, difusión y

⁹ Como aseveran Martignone y Prunes, por otra parte el prestigio y reconocimiento público del cual gozan los “humoristas” suele ser inmensamente mayor del que recae en los historietistas. Así, mientras el trabajo de los “humoristas puede ser discutido por filósofos, semiólogos, psicólogos y teólogos (...) o provocar cada tanto un escándalo político nacional, ninguna historieta de superhéroes es noticia a menos que sea llevada a la pantalla de cine” (2008: 26).

¹⁰ En algunas ocasiones, y por cuestiones de estética discursiva, emplearé el término “chiste” como sinónimo del genérico “humor gráfico”.

¹¹ Un desarrollo más detallado de esta delimitación se encuentra en la Introducción de la tesis.

consumo del género.¹² En este caso, es unánime la vinculación entre el *comic* y la producción para un mercado capitalista competitivo y, más allá de que existen algunas disputas genealógicas, se ha establecido mayoritariamente su nacimiento “oficial” a partir de la aparición del famoso personaje de Richard Outcalt, *Yellow Kid* en la prensa norteamericana en el año 1895, episodio que se relaciona, además, con la fuerte competencia por el mercado entre dos grandes cadenas de periódicos neoyorquinas: *The New York World*, de Joseph Pulitzer, y *The New York Journal*, de Randolph Hearst.¹³ En todo caso, más allá de la larga lista de antecedentes, Outcalt es reconocido como el “padre de las historietas” por haber creado un personaje de tal éxito y aceptación que echó los cimientos de la continuidad y la permanencia del género (AAVV 1974: 46 y 47).

De este modo, la definición del género se relaciona, además, con determinadas condiciones técnicas de producción y distribución. Hoy en día, a partir del surgimiento de nuevos canales de vinculados con la posibilidad de utilizar nuevos soportes informáticos, particularmente Internet, el concepto de *comic* se ha extendido para abarcar el llamado *net-comic*, hecho que ha abierto nuevos campos no sólo para la exploración artística y las formas de consumo sino también para la investigación y la indagación académica.¹⁴

Otro tipo de discusiones en relación con el *comic* se vincula con la consideración del aspecto narrativo como condición excluyente o no del género. En efecto, ientras que algunos han definido al *comic* como “narración gráfica en forma de viñeta”¹⁵ o como “estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de viñetas” (Acevedo, 1984: 73), otros autores, a pesar de que ponderan el aspecto narrativo como un carácter distintivo del género, advierten que algunos *comics* pueden ser descriptivos y no narrativos. Anne Magnussen, en un interesante aporte a esta discusión, advierte que en nuestra cultura

¹² Ver, por ejemplo, Acevedo (1984), Barbieri (1993), Coma (1978), Gasca (1966), Gubern (1981[1972], Gubern (1974), Steimberg (1977), etc.

¹³ Básicamente las disputas genealógicas se dan entre autores (generalmente europeos) que consideran que el *comic* es una creación europea que se remonta, por ejemplo, a la Alemania a fines del XIX y a la aparición de la famosa tira de Wilhem Busch “Max und Moritz” (1865), que luego servirá de modelo a la norteamericana “Los sobrinos del Capitán” (ver, por ejemplo, Claude Moliterni en Gubern 1981 [1972]). Más allá de estas disputas, existen varios antecedentes dignos de consideración que se remontan, por ejemplo, a la Suiza de 1829 donde Rodolph Töpffer realizó varias historias en imágenes (“Los Amores de Monsieur Vieux-Boix”, “Viajes y aventuras del Doctor Festus”) que algunos reconocen como los antecedentes más inmediatos de las historietas. También se suele mencionar la aparición de *The Punch* (1841), revistas inglesa humorística en donde comienzan a insinuarse las “tiras” (AAVV 1974: 46 y 47).

¹⁴ Roger Sabin, por ejemplo, ha visto en el *net-comic* una oportunidad para la exploración y la independencia artística así como una vía posible para sortear las frecuentes crisis comerciales a las cuales el género queda sometido. Sin embargo, Sabin argumenta que de ningún modo se puede aplicar una visión evolucionista según la cual el *net-comic* estaría destinado a desplazar a las ediciones de papel. Las diferencias estilísticas y materiales entre uno y otro medio de difusión garantizarán, de acuerdo a su perspectiva, la convivencia entre ambos (Sabin, 2000).

¹⁵ Llegando incluso a considerar el *comic* como sinónimo de “literatura dibujada” (Gasca, 1966: 21).

existen “estructuras narrativas” que son activadas ni bien un lector se encuentra ante un *comic*. De acuerdo a estas estructuras, el lector de *comics* intentará crear una coherencia global entre cada viñeta a partir de inferencias en relación con las acciones, tiempos y espacios que componen el relato. De este modo, argumenta Magnussen, aun cuando los *comics* no narrativos (es decir, que activen estructuras cuya coherencia no descansa en los parámetros de la acción, el actor, el tiempo y el espacio) son posibles, ellos van contra la idea convencional de lo que es un *comic* en nuestra cultura (Magnussen, 2000: 198-99).

En suma, a la hora de delimitar el género existen algunas divergencias relacionadas no sólo con el establecimiento de los rasgos y características propios del mismo sino, asimismo, con el contexto socio histórico al cual se lo asocia. Particularmente, a pesar de la arbitrariedad que cualquier tipo de decisión conlleva, creo importante rescatar tanto el establecimiento de la relación entre *comic*, capitalismo y medios masivos de comunicación por un lado¹⁶ como la consideración de la existencia de esquemas narrativos que de algún modo despiertan en los lectores la expectativa de que aquello que se está por comenzar a leer es una historia con principio, desarrollo y final.

3. El lenguaje del *comic*/historieta y el *cartoon*

En este apartado se aborda una sucinta presentación de los principales aportes de la semiología con relación al lenguaje del *comic* ya que los mismos nos han permitido analizar y caracterizar la obra de los humoristas de *Clarín*, sus elecciones estéticas y el modo en que éstas se asocian a determinadas preferencias enunciativas. La utilidad de presentar esta perspectiva se relaciona asimismo con el hecho de que no se ha dado un desarrollo similar en la descripción semiológica del *cartoon* por lo que resulta de sumo provecho tomar en préstamo algunas de estas herramientas para abordar nuestro objeto de estudio.

Por lo tanto, en este apartado se presentarán de modo somero los principales desarrollos que desde la semiología estructural se han realizado a propósito de la descripción del lenguaje del *comic* y el análisis de la interrelación de sus diversos elementos. Asimismo, se incluirán algunas consideraciones semiológicas específicas del *cartoon*.

¹⁶ Más allá del hecho evidente de que, avanzado el siglo XX, los países del llamado “bloque socialista” también conocieron la producción y difusión del género, muchas veces utilizado como medio para la propaganda oficial y el adoctrinamiento.

3.1. Imagen, palabra y convenciones propias del género

El *comic* y el *cartoon* son géneros híbridos constituidos por la conjunción de palabras y dibujos que interactúan de un modo específico y único de acuerdo con una serie de reglas ampliamente codificadas. Sin embargo, al menos en principio, esta convivencia no supone una relación de competencia sino, más bien, una división de funciones.¹⁷

Existen distintas modalidades de interacción entre ambos lenguajes. Puede haber, por ejemplo, un nivel mínimo de complementariedad, cuando la palabra expresa una postura que el dibujo es incapaz de explicar en todos sus implicancias. Pero también puede ser una relación de una “excedencia pleonástica” de lo hablado, que interviene para aclarar aquello que en realidad ya ha sido explicitado por el dibujo, dando el característico efecto redundante del *comic*. Finalmente, y esto es muy frecuente en el *cartoon*, entre uno y otro lenguaje puede haber distintos tipos de independencia que generalmente redundan en efectos irónicos (Eco, 1965: 157).

Si bien este carácter mixto le da una riqueza única al género, siendo que texto y dibujo cumplen funciones diversas, la convivencia de ambos no es del todo sencilla y ha planteado una serie de problemas para los semiólogos. Según Roman Gubern, el primer problema que aparece es la existencia de un contraste entre la relativa indiferencia expresiva del texto de los diálogos y la forma acabada en que los datos gestuales, fisonómicos, ambientales, etc. de las imágenes vienen dados al lector de acuerdo con un código aceptado. Esto significa que los niveles de participación creadora del lector son distintos en la lectura de ambos lenguajes. Otra cuestión que apunta Gubern es la contradicción lingüística que se da entre la temporalidad del diálogo y la instantaneidad congelada de la expresión icónica lo cual, muchas veces, se traduce en una sincronía entre gestualidad estática y expresión del discurso verbal e incluso entre varios personajes cuando la gestualidad de unos corresponde al inicio del diálogo y la de otros a su fin, lo cual obliga al dibujante a elegir en cada representación el momento gestual más significativo de sus personajes (Gubern 1981 [1972]: 117-120). Este tipo de dificultades se acrecienta en el caso del *cartoon*, en donde la acción transcurre de principio a fin en su solo recuadro.

Más difícil todavía resulta la delimitación precisa entre ambos lenguajes ya que, si bien a primera vista el texto y el dibujo aparecen claramente diferenciados, su coexistencia

¹⁷ Como apunta Gubern, “el signo icónico posee, en relación con la realidad a la que reemplaza y representa, mayor concreción que el signo verbal, cuyos sonidos pueden evocar la imagen de un ser o de un objeto designado pero no pueden ofrecerlo como presencia óptica [que es, generalmente], informativamente más completa” (Gubern, 1974: 56).

en el interior de las viñetas hacen que la división de tareas no se de siempre de acuerdo con las leyes que texto y dibujo cumplen en otro tipo de géneros. Tal como dice Pablo de Santis a propósito de esta coexistencia, “a medida que entramos en la página [del *comic* –y, podríamos agregar, en el recuadro del *cartoon*-] perdemos la certeza de dónde empieza y termina cada uno de los dos territorios” (De Santis, 1998: 11).¹⁸

3.2. Un lenguaje altamente estandarizado

Una de las principales características del lenguaje del *comic* y *cartoon* es su alto grado de estandarización. Por un lado, esto se debe a que, siendo un lenguaje bidimensional y estático, carente de sonidos, olores y sabores, debe arreglárselas para representar una realidad compleja, mucho más rica, dinámica y tridimensional. Este tipo de “limitaciones” ha impulsado la creación de un lenguaje sumamente rico en recursos expresivos originales mediante los cuales el movimiento, las percepciones sensoriales e incluso las emociones han podido ser incorporados a partir de una serie de convenciones fuertemente estandarizadas que le imprimen su peculiaridad.

Por otra parte, el hecho de que algunas historietas sean leídas a intervalos, por entregas y muchas veces con otras historietas y tiras cómicas que se desarrollan en la misma página de un diario, ha impulsado el empleo de estándares reconocibles que ayudan al lector a poder seguir la ilación de una historia (y esto es válido tanto para las historietas de aventuras como para las tiras cómicas que aunque son auto conclusivas, muchas veces retoman al día siguiente y por varios días un mismo tema o motivo). Este hecho constituye, así, otro factor más que explica el alto nivel de estandarización del lenguaje del *comic* (Eco, 1964: 168) y el *cartoon*.

Veamos entonces cuáles son los principales elementos, recursos expresivos y códigos de este lenguaje.

¹⁸ Esa dificultad por separar claramente ambas funciones ha llevado a muchos investigadores a reemplazar la semiología de Saussure por la noción de signo de Pierce (que establece una distinción entre *icono*, *índice* y *símbolo*) ya que, se argumenta, la misma permite dar cuenta de modo más acabado e inequívoco del tipo de signos y sus interrelaciones en el interior de las viñetas. De acuerdo con Pierce, el *icono* representa el objeto gracias a su similitud con el mismo (pudiendo tratarse de una *imagen*, un *diagrama* o una *metáfora*); el un *índice* lo representa debido a que es afectado por éste; y el *símbolo* lo hace gracias a una convención (Magnussen, 2000: 196).

3.3. Elementos componentes y convenciones del género

Uno de los elementos que por excelencia distinguen y para algunos incluso definen el *comic* es el “globo” (o también *balloon* o “bocadillo”), encargado de encuadrar los diálogos y pensamientos de los personajes. Al parecer, los globos son un perfeccionamiento de las filacterias¹⁹ o bandas usadas en ciertas pinturas medievales para escribir en su interior el texto de los personajes representados (Gubern, 1974: 58; Acevedo, 1984: 98). Incluso, algunos especialistas utilizan globo y filacteria como sinónimo. La denominación “globo” proviene de la forma prototípica de este elemento, aunque muchos “globos” tienen forma cuadrada, o rectangular, o pueden tener únicamente algunos trazos de línea. Existen incluso ejemplos de textos no rodeados por línea alguna denominados “globos-cero” (Fresnault-Deruelle, 1970: 186).

El globo está compuesto, en principio, por dos elementos: el *continente* (cuerpo y rabillo o apéndice) y el *contenido* o signos que éste alberga. El *cuerpo* es la forma delimitada en la que están contenidos los textos del diálogo o los pensamientos del personaje, y el *rabillo* es un apéndice que indica cuál es el personaje que expresa ese contenido. Sin embargo, la silueta que resulta de la conjunción de cuerpo y rabillo no es únicamente un *continente* ya que significa, en sí misma, voz o sonido cuando se refiere al discurso hablado, o la mente cuando está referida al pensamiento (Acevedo, 1984: 102).

Este último tipo de globo suele denominarse, específicamente, “globo de sueño” (en inglés *dream balloon*) ya que expresa imágenes mentales. Suele tener la forma de una nube propiamente dicha, y en lugar del rabillo hay una secuencia de globos pequeños que apuntan al personaje emisor de tales imágenes, proporcionando un carácter evanescente e inmaterial al globo. Al parecer, este recurso proviene de una tradición iconográfica popular y religiosa, particularmente de la forma en la que se representaban las revelaciones celestiales (Gubern, 1974: 59-60).

Por otro lado, el *continente* no es neutro ya que existen una serie de convenciones que adjetivan su contenido (Gubern, 1974: 58). Por ejemplo, un delineado en dientes de sierra advierte que la locución procede de un altavoz, una radio, un teléfono o una televisión, o expresa la irritación del personaje emisor; un globo delineado con pequeñas líneas interrumpidas significa poca intensidad en el volumen de la voz; un globo delineado con línea temblorosa significa temblor en la voz; un globo cuyo rabillo no muestra el final

¹⁹ Del griego *phullakterion*: pequeña caja atada a una venda fija alrededor de la cabeza o el brazo; los hebreos guardaban en ella fragmentos de los pergaminos en los que estaban inscriptas las plegarias (Fresnault-Duruelle, 1970: 182).

sino que es interrumpido, significa que quien emite la voz no está mostrado en la viñeta; un globo cuyo rabillo no muestra el final sino que se une a otro globo significa que este otro globo pertenece al mismo personaje, sólo que es pronunciado en una instancia siguiente; un globo que presenta varios rabillos significa que la voz proviene de varios emisores al mismo tiempo; un globo cuyo rabillo se forma de pequeños círculos o burbujas significa que el texto no ha sido pronunciado sino que es puro pensamiento (muchas veces en estos casos el cuerpo del globo está contorneado como si fuera una nube, acompañando este efecto de las burbujas), etc. (Acevedo, 1984: 103-110).

Por su parte, el texto que integra el *balloon* no cumple únicamente la función de comunicar algo por medio de un lenguaje escrito sino que además puede tener efectos expresivos: por ejemplo, letras de mayor tamaño que el usual significan un volumen más alto de voz que el normal. Y si se añade una línea temblorosa, es una expresión de alarido. En cambio, la letra de mayor tamaño que la usual pero sin temblor sirve para expresar una actitud resuelta decidida. Y la letra más pequeña que la usual significa un volumen de voz más bajo que el de la voz normal y se suele usar para expresar una actitud tímida y/o confidencial. También hay tipos de letra que describen un “ritmo visual”, generalmente ondulado, que expresa que el texto es cantado (y muchos veces se acompaña, incluso, con signos musicales). Por su parte, la letra que es “a mano” suele usarse para resaltar la psicología del personaje (Acevedo, 1984: 111-115).

Como puede apreciarse, el *balloon* es un elemento sumamente complejo y largamente tematizado y problematizado por los estudios semiológicos. Algunos investigadores, por ejemplo, han otorgado al globo una función metalingüística. Umberto Eco, entre ellos, destaca el hecho de que “las historietas emplean como *significante* no sólo términos lingüísticos, sino también términos iconográficos que tienen un significado unívoco”. Desde el momento en que están encerrados en el *balloon*, dirá Eco, dichos términos “asumen unos significados que con frecuencia tienen validez sólo en la esfera del código del *comic*. En este sentido, pues, el *balloon*, más que elemento convencional perteneciente a un repertorio de signos, sería un *elemento de metalenguaje*, o, mejor dicho, una especie de señal preliminar que impone la referencia a un determinado código, para el descifre de los signos contenidos en su interior” (Eco, 1964: 157). Como puede apreciarse, esta característica es compartida, también, por el *cartoon* en tanto y en cuanto incorpora el globo en sus recuadros.

Por su parte, ante la complejidad del *balloon* como signo, algunos semiólogos han optado por trabajar el género a partir de la teoría de Pierce, quien distingue, como se

mencionara, entre *icono*, *índice* y *símbolo* para describir los distintos tipos de relación que el signo puede tener con el objeto y sus relaciones recíprocas. De este modo, la interrogación acerca de si el *balloon* es un elemento del lenguaje textual o icónico queda superada en la medida en que puede apreciarse que el mismo es, al mismo tiempo que un elemento *simbólico*, un signo *indicial* en la medida en que el rabillo apunta al personaje que habla, e *icónico* en tanto y en cuanto el rabillo expresa el tono de voz y la emoción del hablante (Magnussen, 2000).

En cuanto al contenido de las viñetas también se destaca de modo característico la incorporación de sonidos inarticulados y onomatopeyas. Las onomatopeyas son fonemas con valor gráfico que se han emancipado del globo. Sugieren el ruido de una acción o el sonido emitido por un animal. Las onomatopeyas en el *comic* poseen un doble valor: gráfico o plástico, debido a su estallido visual en el interior de la viñeta y fonético por su traducción acústica. Casi todas las onomatopeyas usadas en los *comics* proceden del inglés, idioma rico en sustantivos y verbos fonosimbólicos (*To ring, to click, to crack, to cknock*, etc.). Su importante valor plástico y generalmente su gran tamaño, así como el hecho de estar liberadas del globo, han hecho que al ser exportados estos verbos fuera imposible su eliminación (de hecho, el texto de los globos era eliminado y reemplazado por la traducción). De este modo, las onomatopeyas norteamericanas tuvieron una gran difusión y fueron adoptadas por dibujantes europeos y más tarde hispanohablantes, convirtiéndose en códigos de validez universal (Gubern, 1974: 60-63).

Otro rasgo propio del lenguaje del *comic* es el empleo de metáforas visuales, las cuales pueden dividirse en metáforas anímicas y metáforas cinemáticas. Las metáforas anímicas fueron ideadas para expresar el estado psíquico de los personajes mediante signos icónicos de carácter metafórico o metonímico tales como las estrellas en torno de la cabeza del personaje que denotan que éste ha recibido un golpe; el signo de interrogación sobre la cabeza de un personaje para expresar su perplejidad; la lamparita ubicada en el mismo lugar para expresar el surgimiento de una gran idea (una idea "luminosa"), el corazón como símbolo de pasión, etc.²⁰ Muchas de estas metáforas son metonimias procedentes del

²⁰ Una descripción y una enseñanza "práctica" de estas variantes puede encontrarse en *Para hacer historietas*, donde Juan Acevedo –recogiendo su experiencia de haber llevado a cabo el "Taller de Historietas de Villa El Salvador", en Perú, entre 1975 y 1976– explica cómo se construyen las expresiones básicas de los rostros (alegría, tristeza, enojo, serenidad) y cómo se conjugan los básicos (particularmente el tipo de cejas y la expresión de los labios) para conseguir expresiones "derivadas" (malicia, ingenuidad, etc.). Acevedo también encara el tema de la acentuación o intensidad de las expresiones, de los signos básicos que las apoyan, de las perspectivas, el movimiento, el dibujo del cuerpo, la caracterización "psicológica" de los personajes, de las reglas y estructuras de composición y montaje, etc. (Acevedo, 1984).

lenguaje verbal (la lamparita, el corazón). Otros proceden de la censura social (por ejemplo sapos y culebras para significar malas palabras) (Gubern, 1974: 63-64). En algunas ocasiones, incluso, como en el ejemplo del serrucho cortando un tronco, se trata de una metonimia construida a partir de una metáfora construida a partir de una metonimia. Sin embargo, como advierte Masotta, estas secuencias no forman cadenas largas, como ocurre con el inconsciente freudiano (o, en términos lacanianos, las “cadenas significantes”): “la necesidad imitativa y de hacer posible la información coloca a estos procesos en las antípodas del inconsciente de los psicoanalistas: aquí los simbolizantes se constituyen para informar y visualizar” lo simbolizado, y no para ocultarlo y tornarlo invisible (Masotta, 1976: 211).

Asimismo, las figuras cinéticas o cinemáticas son convenciones gráficas usadas en el *comic* para expresar la ilusión de movimiento o trayectorias móviles: línea punteada que describe la trayectoria de una bala; constelación de líneas paralelas que señalan el vacío espacial recorrido por un cuerpo en desplazamiento veloz, etc., las caídas en el vacío se subrayan con líneas verticales (Gasca, 1966: 58). Seguramente fueron adaptaciones de la llamada “foto movida” (o técnica de “arrastre” o “barrido” en fotografía) y han permitido dar la idea de movimiento a signos icónicos de naturaleza estática (Gubern, 1974: 65).

Finalmente, existen otro tipo de convenciones, compartidas con otros lenguajes y que por cierto tienen que ver con patrones culturales más generales, que se relacionan con las formas en que se dibujan prototipos de los personajes.²¹ En esos dibujos, brazos, piernas y rostro suelen ser las sedes de las principales variantes gestuales de los personajes del *comic* así como de los del *cartoon*. En relación con el rostro, se han ido adoptando una serie de signos esquemáticos o “*analogon*” simplificados de la gestualidad facial humana: cabello erizado para mostrar terror, cejas altas para indicar sorpresa, cejas fruncidas para señalar enojo, ojos muy abiertos para señalar sorpresa y bien cerrados para mostrar sueño, nariz oscura para señalar ebriedad, boca sonriente mostrando dientes como señal de

²¹ En el caso de las historietas de aventuras lo frecuente es ver a los héroes como seres físicamente agraciados y, contrariamente, a los malos como personajes revulsivos, como si lo corpóreo tradujese los rasgos morales de los personajes (Gubern, 1974: 65-66). En el *comic* clásico norteamericano, que ha influenciado fuertemente la producción en otros países, los personajes generalmente remiten a estereotipos hollywoodianos. Como advierte Umberto Eco a propósito del personaje de Steve Canyon, la simpatía de su rostro no se funda en una virtud plástica sino en su calidad de “signo” que nos remite a una serie de tipos estándar, a ciertas ideas sobre virilidad que forman parte de un código conocido y compartido por el lector. Estas ideas y estos valores, sin embargo, son traducidos en el *comic* a su lenguaje específico y sometido sus propias reglas estéticas (Eco, [1965] 2001: 147; 155). Estos comentarios no valen para caracterizar a las tiras cómicas ni a los *cartoons* en tanto ambos están característicamente protagonizados por personajes caricaturescos.

hipocresía, comisura de labios hacia abajo como señal de pesadumbre, etc. (Gubern, [1972] 1981: 137).

Desde el punto de vista de su cualidad semiológica de mensaje, los personajes del *comic*, y más particularmente los personajes de las tiras de humor y del *cartoon* son, siguiendo a Gubern, “personajes elípticos” en la medida en que “el sistema significante que los representa parte de una simplificación y reducción de la realidad humana, omitiendo muchos rasgos accesorios”. Cualquier análisis de los personajes fijos de los *comics* debe partir por constatar la “estabilidad” de su representación, basada en la permanencia de ciertos signos esenciales que los individualizan fuertemente y los hacen fácilmente reconocibles al lector, pudiendo variar en cambio de un modo muy amplio sus signos secundarios (Gubern, [1972] 1981: 134).

Por último, en la composición interna de las viñetas también intervienen el decorado y el vestuario de los personajes, el cual puede concebirse como prolongación del decorado (tendencia decorativista) o bien utilizarse como elemento definidor de la tipología de los personajes (Gubern, [1972] 1981: 134; Acevedo: 1984: 92-94).

3.4. Principales recursos expresivos

En el *comic*, dibujos y palabras aparecen integrados en el interior de lo que se denomina viñeta (o también paneles o pictogramas), que constituyen las “unidades de montaje” que componen el relato o la trama. La viñeta puede definirse como una “superficie de papel acotada que ofrece pictográficamente el mínimo espacio y/o tiempo significativo (...) de la narración” (Gubern, 1974: 56). En el caso del *cartoon* que, como se dijo, está compuesto por un solo pictograma, el mismo constituye la unidad total de narración. Como todo elemento del *comic*, las viñetas suelen estar estandarizadas, siendo generalmente, pero no necesariamente, de formato rectangular.

La viñeta se define, en primer lugar, por la delimitación bidimensional del espacio representado, lo que se denomina *encuadre*, y que se refiere a dos órdenes de espacios distintos pero inseparables en la medida en que uno no puede existir sin el soporte del otro: el de la superficie del papel sobre el que se dibuja o imprime la viñeta y el del espacio figurativamente representado (Gubern 1981 [1972]: 124).

Esto implica que la viñeta representa “un espacio que, en la operación de lectura, adquiere también una dimensión temporal que propiamente no posee por su condición de

imagen fija. Tal dimensión nace de la acción representada, a la que el lector atribuye imaginariamente una duración real y, más todavía, de la lectura de los textos de los diálogos ya que toda locución discurre a lo largo de un tiempo, que es el que se supone representado en la viñeta.”²²

La terminología y herramientas que desde la semiología se emplean para definir el encuadre (comenzando por la misma noción de *encuadre*), así como para referir a otra gran variedad de otros recursos del género, provienen del lenguaje técnico cinematográfico.²³ En el *comic* existen, entonces, distintas modalidades de encuadre: el *primer plano*, que muestra un detalle de una figura u objeto pequeño, el *plano medio*, que ofrece un personaje cortado por la cintura, el *plano tres cuartos* o *plano americano*, que corta la silueta a la altura de las rodillas²⁴ y el *plano general*, que muestra la figura completa. Cada una de estas opciones tiene consecuencias expresivas que son seleccionadas por el dibujante. Porque el encuadre lo que hace, precisamente, es elegir unos objetos o figuras excluyendo otros; es decir, subraya las figuras encuadradas llamando la atención sobre éstas y dejando fuera, o en segundo plano, otras. Por tanto, el encuadre añade a la imagen este subrayado: transforma un fragmento de lo representado en un punto del discurso (Barbieri, 1993: 135). Por otro lado, el llamado “encuadre subjetivo” es aquel en el cual el dibujante reproduce el punto de vista de un personaje, generalmente desde una perspectiva insólita, que permite de introducir al lector en la subjetividad de los personajes (Gubern, [1972] 1981: 130).

Además del espacio bidimensional, en la historieta y el *cartoon* existe, al igual que en el cine, un espacio virtual que se denomina *campo en profundidad* y que es el que permite construir la idea de perspectiva y que es, también, un recurso de gran potencialidad expresiva. El tipo de perspectiva elegida por los dibujantes es tributario del tipo de perspectiva pictórica que, luego del renacimiento, ha conquistado un modo de figuración del mundo muy similar a la del ojo humano inmóvil que contempla una escena. Pero el *comic* y el *cartoon* no sólo se han valido de la perspectiva renacentista sino que, asimismo, ha aprovechado sus reglas para desobedecerla con fines expresivos, caricaturizándola, a la manera como el pintor belga M. C. Escher se ha valido de ella para crear espacios imposibles, paradójicos.

²² La intuición ha llevado a los dibujantes a identificar expresivamente un lapso breve de tiempo con un espacio pequeño, y a la inversa (Gubern 1981 [1972]: 116).

²³ El parentesco entre el cine y el *comic* es tan grande que en inglés “viñeta” y “fotograma” se designan con la misma palabra: *frame* (Gubern, 1981 [1972]: 157).

²⁴ Este plano también se ha llamado plano de la conversación, dado que cuando conversamos, estamos atentos al rostro de nuestro interlocutor y los límites de nuestra percepción visual parece diluirse a la altura de las rodillas (Acevedo, 1984:82).

Finalmente, en pos del objetivo de simplificación estética, el dibujo humorístico y el *cartoon* se han valido de la ausencia de perspectiva. Dicha simplificación se debe a que en el *comic* de humor del mismo modo que en el *cartoon*, “la esencialidad es una característica importante [por lo que] (t)odo aquello que no contribuy(a) al efecto que se quiere obtener puede ser eliminado” (Gubern, [1972] 1981: 123). Pero la perspectiva, en el lenguaje del *comic*, no sólo tiene la función de representar la profundidad del espacio sino que puede emplearse, también, para representar el tiempo.²⁵

En cuanto al material plástico que se organiza dentro del encuadre, éste puede ser globalmente adjetivado mediante recursos formales que generalmente proceden del cine y que producen efectos expresionistas que enfatizan el clima dramático o distorsionan la composición. Entre estos recursos se encuentra la angulación, la cual refiere a la incidencia angular del eje del objetivo sobre los personajes. De este modo puede encontrarse el *ángulo medio* (o *angulación horizontal*), cuando la acción es observada como si ocurriera a la altura de los ojos, el *ángulo picado*, cuando la acción es enfocada desde arriba hacia abajo o el *ángulo contrapicado*, cuando la acción es enfocada de abajo hacia arriba. Por su parte, el efecto de *gran angular* exagera las perspectivas lineales y refuerza el dinamismo de los movimientos representados (Gubern 1981 [1972]: 64). Tal como apunta Barbieri, existe una regla según la cual la angulación horizontal es expresivamente “neutral” y mientras que la oblicua (ángulo picado y ángulo contrapicado) es subjetiva. Sin embargo, como el mismo autor apunta, esta regla no es universal y todo depende de la organización del conjunto de los recursos expresivos utilizados por el artista (Barbieri, 1993: 139-142). En todo caso, la utilización de angulaciones enfáticas es típica del *comic* de aventuras y de terror y relativamente poco frecuente en el *comic* humorístico y en el *cartoon* que tienden a elegir la angulación horizontal.

Finalmente, las líneas y rellenos del dibujo, como así también la utilización del color, pueden utilizarse como recursos expresivos. A diferencia de la *línea pura* que es meramente denotativa, la llamada *línea modulada* permite, a través del uso de distintos grosores, la creación espacios tridimensionales, el énfasis gestual de los personajes y la iluminación de la escena. Por su parte, el relleno –tanto blanco y negro como a color– agrega información sobre cómo son los personajes y objetos representados y permite resaltar los elementos más importantes de una escena y para construir la situación luminosa de modo que sombras pronunciadas, claroscuros, contraluces, etc. producen distinto tipo

²⁵ Piénsese, por ejemplo, en una viñeta que muestra un trineo que está terminando su descenso de una alta montaña que se alza a sus espaldas.

de efectos expresivos y se usan para enfatizar o reforzar la trama narrativa (Barbieri, 1993: 29 y subs.).

En el caso particular de las viñetas y tiras de humor, a lo largo de las décadas se ha producido una radical simplificación gráfica tanto del dibujo como de las escenas. En efecto, el dibujo humorístico tendió a preferir la línea pura y los trazos simples y concisos acordes con las exigencias de inmediatez comunicativa y el poco espacio disponible (Barbieri, 1993: 78). Por su parte, las escenas tendieron a llenarse fundamentalmente con los personajes, siendo sumamente escasos los fondos, los decorados y el mobiliario, que generalmente se reducen a pocos trazos. Del mismo modo, las tiras cómicas suelen caracterizarse por el abandono de la perspectiva. En ambos casos, estas decisiones redundaron en la gran presencia y fuerza expresiva asignada a los personajes (Barbieri, 1993: 125).

3.5. Montaje y estructura narrativa del *comic*

Como ya ha sido expresado, el *comic* tiene un componente narrativo fundamental y si bien es cierto que pueden existir *comics* no narrativos, existen estructuras narrativas que se activan automáticamente ni bien el lector está frente a una página de *comic*, como ha expresado Ann Magnussen. Por lo tanto, habitualmente el *comic* debe dar cuenta de acciones que se desarrollan a lo largo del tiempo y tiene que, por tanto, ingeniárselas para representar el tiempo en el espacio de la página (Barbieri, 1993: 101), cosa que logra no sólo a partir de los recursos expresivos expuestos más arriba sino también mediante una estructura narrativa dotada de sus propios códigos y leyes.

La estructura narrativa del *comic*²⁶ está formada por una concatenación de viñetas que se adicionan yuxtaponen. De acuerdo con las convenciones de la escritura occidental, las viñetas se leen en secuencia de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, modalidad que también rige para la composición interna de la viñeta, donde la parte superior de la izquierda representa el “antes” de la acción y la inferior derecha el “después”.²⁷

²⁶ En este caso, la mayoría de los atributos que vamos a describir son válidos para la tira humorística pero no para el *cartoon* (salvo los que se refieren a la secuencia narrativa interna de la propia viñeta).

²⁷ Como apunta el propio Gubern, la llamada *línea de indicatividad* designa la “línea ideal que ordena el trayecto de la lectura (...) siendo su significado semántico el de una traducción del espacio en tiempo”. Como apunta Gubern, “este principio narrativo rige también para gran número de chistes gráficos” (Gubern, 1974: 57 y 1981 [1972]: 121-123).

El único tiempo verbal del lenguaje icónico es el presente indicativo (incluso los *flash-back*, desde el momento que comienzan su relato, pasan a ese tiempo verbal (Gubern, 1981 [1972]: 109). Es un rasgo típico de las historietas y de las tiras de humor el que se eluda la dimensión macrotemporal de modo tal que los personajes del *comic* nunca envejecen, registrándose solamente los cambios de estaciones o los distintos momentos de día en sus acciones a lo que, en algunos casos, se agrega una ubicación temporal frecuentemente ambigua y desconectada de cualquier definición contextual o definición estilística.²⁸ Sin embargo, sobre todo en las tiras de humor insertas en las páginas de los diarios, es frecuente la incorporación de alusiones contextuales más o menos directa.

El montaje en viñetas constituye la sintaxis del *comic*, y de su articulación nace la estructuración de su narrativa que es en gran medida deudora de la codificación cinematográfica (Gubern, 1974: 68).

El montaje del *comic* puede ser abordado desde el punto de vista gráfico o desde el punto de vista narrativo. El punto de vista gráfico se refiere a las modalidades de montaje de las unidades gráficas: montaje de página, montaje en el interior de las páginas, montaje de las tiras diarias, montaje de las viñetas, con todos los problemas relativos a la compaginación y a la plástica del montaje. La importancia del montaje en el que son publicados los *comics* es fundamental ya que la elección del formato tiene una gran importancia para la estética y el contenido del *comic* influyendo, por tanto, en las expectativas de los lectores así como en las posibilidades y limitaciones del artista (Lefèbre, 2000).²⁹

El montaje en cuanto estructura narrativa tiene que ver con “la selección de espacios y de tiempos significativos, convenientemente articulados entre sí para crear una narración y un ritmo adecuados durante la operación de lectura”. En este caso, se suele aplicar la teoría del montaje cinematográfico, cuyas unidades narrativas y dramáticas son la «secuencia», definida por su unidad de acción dramática, la «escena» -la cual a su vez se define por su unidad de tiempo y/o lugar- y el «plano» y la «viñeta», que guardan cierta analogía funcional entre sí.

²⁸ Idea elaborada a partir de Steimberg, 1977: 111.

²⁹ Son muchos los ejemplos que dan cuenta de los trastornos narrativos que produce un cambio de formato en un *comic* (entre distinto tipo de formatos de diarios y/o entre distintos formatos de *comic books* o álbumes). Un ejemplo interesante puede verse en el mencionado ensayo de Umberto Eco sobre “Steve Canyon” en el que se demuestra cómo estos cambios alteran el ritmo y los clímax narrativos (Eco, [1965] 2001).

Por otro lado, “la progresión del relato puede operarse mediante la «narración lineal», caracterizada por la progresión cronológica de las unidades de acción, o mediante la «narración paralela», que permite alternar dos o más acciones que ocurren en lugares distintos y se suponen simultáneas, técnica tradicional de la narrativa novelesca” (Gubern, 1981 [1972]: 163). Esta última posibilidad es poco frecuente en las tiras cómicas.

Según Roman Gubern, la secuencia narrativa (al igual que en la fotonovela) está basada en el principio de *elipsis*³⁰ u “omisión de espacios/tiempos intermedios, de escaso interés narrativo, que idealmente enlazarían en continuidad dos viñetas”. Este tipo de montaje también es propio del cine y permite suprimir redundancias y tiempos muertos en la articulación de viñetas significativas y propone al lector la restitución ideal del *continuum* narrativo (Gubern, 1974: 67).

La forma de articulación entre viñetas puede seguir razones lógicas o ser completamente arbitraria.³¹ Entre las formas de conexión lógica se destacan: los *espacios contiguos*, que muestran en las viñetas sucesivas espacios que se suponen contiguos, creando la ilusión de continuidad espacio temporal las *fusiones* o *fundidos*, que consisten en una alteración progresiva de los valores tonales de la imagen en viñetas sucesivas; las *apoyaturas* o textos integrados en las viñetas que cumplen la función de aclarar o explicar su contenido a veces en la forma de un comentario de narrador; los *cartuchos* o apoyaturas ubicadas entre dos viñetas consecutivas análoga a los rótulos del cine mudo; y la *voz en off*, mediante la representación en una viñeta de un sonido procedente de un lugar próximo, mostrado en la viñeta siguiente o anterior (Gubern, 1974: 67).

Estas leyes de montaje guardan estrecha analogía con el montaje de los planos en las películas cinematográficas, con la diferencia de que en un caso los signos icónicos son móviles y en el otro fijos. “Atendiendo a un criterio espacial, el paso de una viñeta a la siguiente puede estar regido por el criterio de una ampliación (o alejamiento) o concentración (o acercamiento) óptica del tema representado. La gama comprendida entre el plano general y el primer plano concreto ofrece todos los matices para que la *planificación*³² del relato sea funcional en relación con el interés o las exigencias dramáticas de cada momento de la acción”. Un caso particular lo ofrece el llamado «montaje analítico» en

³⁰ Elipsis: “Figura retórica que consiste en omitir un elemento del discurso, que puede ser fácilmente supuesto o sobrentendido por el destinatario del mensaje” (Gubern, 1974: 143).

³¹ La yuxtaposición de ambas formas plantea algunas posibilidades gráficas que ofrecen cierta analogía con lo que en cinematografía se denomina *raccord* (voz francesa que señala acoplamiento, unión: continuidad correcta entre un plano y el que sigue) (Gubern, 1981 [1972]: 163 y 180).

³² Planificación: “operación de descomponer un relato iconográfico en encuadres de diferente magnitud” (Gubern, 1974: 143).

el cual la escena se descompone minuciosamente en sucesivos primeros planos de sus detalles más expresivos. En cambio, de acuerdo con un criterio temporal, y pese al carácter meramente espacial de sus unidades, el montaje “puede proceder a una artificiosa distorsión de la ilusión que dura un tiempo normal en el lector”, lo cual se logra mediante la acumulación de viñetas, propia del montaje analítico, que al demorar el desarrollo de la acción sugiere una impresión de *ralenti* que produce la impresión de que una acción dura más de lo que ocurriría en la realidad (Gubern, 1974: 143). También constituyen una forma de montaje temporal las convenciones conocidas con el nombre de *flash-back* (evocación del pasado) y *flash-forward* (anticipación del futuro), cuando se realizan mediante yuxtaposición de viñetas que transportan al lector desde el presente hasta el pasado o el futuro, generalmente en calidad de vivencia, pensamiento o relato de un personaje (*flash-back* y *flash-forward* psicológicos), pero, más raramente, como insertos objetivos del autor, para documentar al lector acerca de un hecho pasado o anunciándole lo que va a ocurrir” (Gubern, 1974: 67-68).

Casi todas estas modalidades de articulación entre viñetas, salvo la llamada articulación de espacios contiguos, son características típicas del *comic* de aventuras siendo prácticamente inutilizadas por la historieta humorística.

3.6. Algunos dispositivos retóricos del *cartoon*

Aunque, como se dijera, no existe un desarrollo tan profundo de la semiología del *cartoon*, en los últimos años algunos aportes han aparecido para determinar algunas especificidades propias del chiste unitario, por lo que nos detendremos en recoger algunos de sus principales aportes. En particular, es de interés para esta tesis la consideración de algunos procesos retóricos que afectan el contenido del *cartoon* propuestos desde una aproximación estructuralista por el investigador canadiense Ray Morris.

De “El arsenal de cartoonista”, de Gombrich, Morris retoma las nociones de *condensación* y *combinación*. La *condensación* se relaciona con la comprensión de un fenómeno complejo a partir de una imagen que es presentada como capturando su esencia gráficamente de modo de transformar lo complejo en lo simple, lo único en el arquetipo. Por su parte, la *combinación* se refiere a la mezcla de elementos e ideas de diferentes dominios en una composición nueva que es claramente identificable como algo que contiene cada uno de sus elementos. Es, por tanto, un significante dual o múltiple, que pertenece simultáneamente a dos o más palabras distintas. Se trata de un proceso muy

usado por los cartoonistas, quienes suelen mezclar elementos reales con elementos míticos (por ejemplo, cara de políticos con cuerpo de animales), elementos materiales con elementos morales, etc. (Morris, 1993: 200).³³

Asimismo, toma de Goffman la noción de *domesticación* para referir al proceso mediante el cual el *cartoon* presenta situaciones, ideas o personajes lejanos para la experiencia cotidiana de sus espectadores como si fueran familiares, cercanos. En otros términos, la domesticación supone “convertir lo nuevo y difícil de entender en un lugar común subrayando algunos elementos y enmascarando otros, focalizando en patrones repetitivos para minimizar la novedad y el ajuste mental” -como por ejemplo, presentar a Saddam Hussain con los rasgos de Hitler- (Morris, 1993: 200-201).

4. Codificación, estandarización y lectura

Según Steimberg, la historieta (en nuestros términos, el *cartoon* y las tiras de humor) posibilita a su público la posibilidad de aprender nuevos modos de resolver una tensión ideológica. Para explicar esta función del género, Steimberg propuso la noción de “interpretador” para dar cuenta de las modalidades a partir de las cuales la historieta proporciona a su público modos de conceptualizar cada nuevo aspecto de lo que tanto ella como su público consideran realidad. Se trata, así, de un “acuerdo ideológico básico —una visión de parroquia, similar a la que Freud describía como condición del chiste- que funda ese acto previo de compartir una concepción de lo real” (Steimberg, 1977: 115). La noción de interpretador que propone abarca tanto a signos icónicos o verbales cuyos significantes se ofrecen puntualmente a la percepción, como a niveles de organización retóricos o del relato. Así, los interpretadores se localizan en distintas áreas de significación: estructura del relato, figuras retóricas, articulación retórica entre texto e imagen, mezcla de jergas y códigos, constantes estilísticas, etc. En tanto lista de interpretadores, dirá, “una historieta no impone ideología; propone, a receptores en los cuales esa ideología ya ha sido impuesta, modos de actuar ideológicamente en la producción y recepción de la significación. Mediante procedimientos de concatenación, desplazamiento, supresión, adjunción, condensación o sustitución estructurados y jerarquizados de un modo y no de otro, enseña

³³ Este proceso no tiene sólo que ver con la metáfora (dos políticos con cuerpo de perro y de gato respectivamente) sino también con la metonimia (identificando a cada político con un animal respectivamente, más allá del contexto particular y la relación entre ambos).

a poner en obra esa concepción general. Naturalmente, ni lo explícito ni lo conciente ocupan, en esta transmisión, un lugar de privilegio (*Ibid.*: 115-117).

A pesar del aparente automatismo de la lectura del *comic* y el *cartoon*, todos estos rasgos sumamente estandarizados y codificados hacen de su fruición una actividad compleja que demanda una serie de aprendizajes previos necesarios para poder decodificar y comprender su lenguaje. De acuerdo con Roman Gubern, podemos desagregar analíticamente la lectura del *comic* en los siguientes pasos: 1) lectura de la imagen de la viñeta; 2) lectura del texto (conversión de la escritura en mensaje fonético); 3) integración de los mensajes fonético e icónico que permite una comprensión global de la viñeta y en donde el lector debe recrear el tiempo representado en función de la extensión de los diálogos y de la acción expuesta; y en el caso de las historietas tanto humorísticas como de aventuras, 4) enlace lógico con la viñeta que sigue a través de nuevas operaciones 1), 2) y 3) (Gubern, 1974: 70).

Más allá de estas complejidades, la “estructura iterativa” de este tipo de lenguaje “facilita enormemente (por su redundancia y previsibilidad) la operación de lectura y garantiza su popularidad como medio de comunicación intelectualmente asequible”, rasgo éste de todas las narrativas populares (Gubern, 1981 [1972]: 178).

En lo que atañe al consumo de historietas y humor gráfico en revistas especializadas, se trata de otro tipo de lectores que van a buscarlos porque son un objeto de placer específico y muy fuerte. Entre estos últimos se puede diferenciar, por un lado, a “chicos y preadolescentes, adultos con escaso nivel de alfabetización” y, por el otro, “intelectuales, profesionales cultos, exquisitos de distintas categorías sociales”. Se trata de

“dos extremos en términos del manejo de la información, que por otra parte corresponden a dos tipos de revistas bastante diferenciadas. Pero en ambos casos nos encontramos con que se trata de gente que por una razón o por otra se coloca en una situación como de mirada exterior con respecto a la cultura. En una palabra: se trata de un goce de los límites. Podría decirse que esta exterioridad con respecto a los fenómenos culturales que, en un caso, es por baja pertenencia, por bajo manejo, y en otros por una hiperpertenencia y por una súper riqueza de manejo, encuentra en la historieta un lugar particular de placer. Un placer siempre algo exterior y crítico, siempre dudando entre aposentarse en el corazón o en la cabeza” (Steimberg, entrevista en Odile Baron Superville, s/f, s/p).

Ahora bien. Es importante señalar que en lo que respecta a las publicaciones específicas de historietas y humor (y más particularmente en el de historietas) el mercado se encuentra fuertemente segmentado existiendo publicaciones especialmente dirigidas al

público infantil, otras al juvenil, otras al adulto diferenciando muchas veces el mercado femenino del masculino. Asimismo, se trata de formatos que se prestan para un tipo de consumo de mediano plazo que invita al acopio y la relectura.

En cambio, en lo que hace específicamente al humor gráfico (*cartoons* y tiras cómicas) incorporados en la prensa diaria, se trata de un tipo de consumo que está fuertemente determinado por ese tipo de emplazamiento: se lee y se tira y, en cierto sentido, está poco determinado en términos etarios ya que es un espacio que propone lecturas accesibles a miembros de la familia que no acostumbran a leer el diario, como niños y jóvenes que encuentran en las tiras y viñetas de humor otros recorridos y mensajes distintos a los elaborados por los adultos.

II. Humor gráfico e historieta. Breve reseña histórica

Como todo objeto cultural, el humor gráfico tiene una historia propia. Como intentará demostrarse a partir de esta apretada reseña histórica, que recorre tanto la historia universal del género como así también su derrotero en la Argentina, el nacimiento del humor gráfico ha estado asociado al desarrollo de la industria periodística moderna y sólo paulatinamente se ha ido emancipando de la misma y creando espacios propios a través del mercado de revistas especializadas. En cada uno de sus soportes -prensa escrita, suplementos, publicaciones especializadas- el género ha encontrado distintos condicionamientos éticos, políticos, morales, comerciales y estéticos, así como también distintos márgenes para el desarrollo creativo.

La historia del *cartoon*, de las tiras humorísticas y de la historieta se entrecruzan y se superponen, de modo que se intentará dar cuenta de dichas articulaciones y convergencias. Por otra parte, dado el objeto de estudio de esta tesis, el recorrido histórico que se presenta hace especial hincapié en la historia del género dentro de la prensa diaria y, asimismo, en el caso argentino también en la de algunas publicaciones humorísticas en cuyo seno debutaron los principales humoristas que más tarde integraron el espacio humorístico de *Clarín* -particularmente *Tía Vicenta*, *Hortensia* y *Satiricón*-. No se profundiza, en cambio, en el desarrollo de otros formatos y soportes, como así tampoco en la historia del llamado *comic book*, de los *fanzones* (abreviatura de *fanatic magazine*) o de las revistas especializadas de historietas, objetos sobre los cuales sólo se dará cuenta de manera panorámica y sintética.

1. Historia universal del *comic*

1.1. Sobre genealogías y dataciones

Tal como se dijo, existen algunas diferencias a la hora de trazar las genealogías del género. Así, quienes sostienen que el *comic* se define estrictamente a partir de determinadas características formales (combinación de texto e imagen desplegados de modo secuencial), suelen encontrar viejos ancestros y antecedentes en las más remotas culturas. Desde esta perspectiva, algunas formas artesanales tales como los relatos iconográficos sobre papiros egipcios, cerámicas griegas se consideran precursoras estéticas del *comic*. Algunos autores elaboran genealogías del género que llegan hasta las pinturas y gravados precolombinos e,

incluso, las pinturas rupestres de la prehistoria si a las consideraciones formales se les resta, como algunos hacen, la inclusión de textos.³⁴

Otros estudios acercan la genealogía a la narrativa popular de la Europa moderna. Así, por ejemplo, en el siglo XVIII se desarrollaron en Francia las *images d'Épinal*, cuentos para niños ilustrados con viñetas al pie de las cuales figuraba una leyenda oriundos de la ciudad de Épinal, que algunos toman como principal ancestro del género. De las *images d'Épinal* derivan las *aleluyas*³⁵ así como *histoires en image* de todo tipo. En todos estos casos, se advierte ya la sucesión de viñetas que narran alguna idea (Gasca, 1966, Gubern, 1974). Sin embargo, en las *aleluyas* el texto literario aparece divorciado de la ilustración, casi como si fuera un subtítulo, y cumple una función explicativa redundante o complementaria con la imagen (Gubern 1981 [1972]: 105).

Algunos autores (Marco, 1977; Merino, 2003) proponen como otro antecedente del *comic*, también dentro del marco de la literatura popular, los pliegos de cordel en la España de los siglos XVIII y XIX. Dichos pliegos eran obras populares (novelas cortas, romances, comedias, etc.) que se imprimían y se colgaban en unos bramantes colocados horizontalmente en los portales de las tiendas. Se caracterizaban por ser de bajo precio, no estar encuadernados y estar dirigidos a una lectura rápida y por contener grabados además de texto, aunque no siempre había una relación de correspondencia entre ambos (Merino, 2003: 28). Al igual que el *comic* inserto en los periódicos, los pliegos de cordel eran de consumo rápido y efímero.

Sin embargo, más allá de estos objetos que pueden ser considerados ancestros del género, la gran mayoría de los investigadores concuerda en que el *comic* nació hacia fines del siglo XIX como género subordinado al medio gráfico por lo que su historia está asociada al desarrollo de los medios de comunicación.³⁶ Asimismo, existe un amplio consenso en que sus orígenes están asociados con el desarrollo y la competencia de la prensa en los Estados Unidos, como se verá un poco más adelante.

³⁴ Ver, por ejemplo, McCloud (1993), quien aborda la producción de *comics* entre la cultura Mixteca de los siglos XIV a XVI d. C., o, también, el trabajo de Jesper Nielsen y Søren Wichmann, (2000) quienes consideran como perteneciente al género a pinturas y grabados del período Clásico de la cultura maya (siglo III d.C.) por lo que datan la aparición de "*comics* americanos" varios siglos antes que McCloud.

³⁵ De acuerdo con Ana Merino, que rastrea el término en el *Diccionario de la Real Academia*, estrictamente, las *aleluyas* eran estampas de asunto piadoso arrojadas al pastor en las procesiones, aunque por extensión se utiliza para referir a cada una de las estampitas que, formando serie, contiene un pliego de papel, con la explicación del asunto, generalmente en versos pareados que suelen ser de carácter popular o vulgar (Merino, 2003: 27).

³⁶ De hecho, es hacia 1895 (mismo año en que nace el cine y poco antes que el intento de la radio en 1896) que el *comic* comienza a adoptar sus características típicas y distintivas (Gubern 1981 [1972]: 15).

Por su parte, a partir de los mismos ancestros (*aleluyas, images d'Épinal*) el *cartoon* reconoce orígenes previos a la industria periodística norteamericana del novecientos, orígenes que varios autores concuerdan en remontar a los dibujos satíricos y la caricatura política de la prensa europea (Martignone y Prunes, 2008).³⁷ En tal genealogía, los tres “maestros” del dibujo humorístico serían: el suizo Töpffer (1799-1846), creador de “Cryptogramme”, publicada en *L'Illustration* en 1845, el francés Christophe (1856-1945), autor de “La familia Fenouillard”, primera historieta francesa aparecida en 1889 en el *Petit Français* lustré y el alemán Busch (1832-1908), creador de los famosos *Max y Moritz* (que luego alcanzó gran popularidad en Estados Unidos hacia 1870), aunque ninguno de estos tres usó el *ballon*, que fue usado por primera vez por Outcalt (Masotta, [1970] 1982: 121-124). De ahí habría pasado a los Estados Unidos encontrando un espacio importante de desarrollo en las revistas *Puck* (1877), *Judge* (1881) y *Life* (1883). A partir de entonces, el *cartoon* comenzó a ser solicitado por los periódicos bajo diversos módulos: el *cartoon deportivo*, ilustrando caricaturescamente el mundo de los “sports”, el *cartoon político*, satirizando la actualidad desde el punto de vista editorial del diario, el *cartoon chiste* o gag-panel (es decir, una viñeta con remate cómico), etc. (Coma, 1978: 47-50).

1.2. La historia de *Yellow Kid* y los orígenes del *comic*

La historia “oficial” del *comic* se remonta a los Estados Unidos del último cuarto del siglo XIX, momento en que se observa un gran auge del periodismo al calor de los avances tecnológicos y de la fuerte competencia por el mercado de las comunicaciones en el contexto del capitalismo industrial (Gubern, [1972] 1981). Y es la famosa criatura de Outcalt, *Yellow Kid*, la que se ha canonizado como el hito de surgimiento del género. Más allá de la arbitrariedad que puede significar esta canonización³⁸, como cualquier otra, es de

³⁷ La caricatura satírica, por su parte, tiene antecedentes en la pintura. Al respecto, Masotta menciona al pintor inglés William Hogarth (1697-1764), autor de grandes telas con pinturas en serie que fueron luego trasladados a grabados populares, como una importante influencia para los caricaturistas políticos e ilustradores que prepararon, hacia principios del siglo XIX, el nacimiento de los populares *Tom y Jerry*, ideados por Pierce Egan y dibujados por George e Issac Cruikshank ([1970] 1982: 121). Es evidente, por otra parte, que estos antecedentes también confluyen en el *comic* y que las genealogías específicas entre *cartoon* y *comic* no siempre son fáciles de trazar. Así, para Gubern el *cartoon* político anglosajón y francés es un ancestro del *comic* y también del dibujo satírico norteamericano (Gubern 1981 [1972]). Del mismo modo, Eduardo Romano ubica en la caricatura y el dibujo humorístico el principal ancestro de la historieta (Romano, [1985] 1990: 89).

³⁸ Ciertamente, fuera de la historia que asocia el surgimiento del *comic* con *Yellow Kid* pero partiendo de la idea de que el *comic* nace inserto en medios de difusión masiva durante la era de plenitud del capitalismo industrial, se reconocen otros hitos en su historia. Por ejemplo, en 1829, en Suiza, Rodolph Töpffer realizó varias historias en imágenes (“Los Amores de Monsieur Vieux-Boix”, “Viajes y aventuras del Doctor Festus”) que algunos reconocen como los antecedentes más inmediatos de las historietas.

utilidad reseñar los avatares de esta tira ya que hablan del contexto de surgimiento del género, que sin dudas marcó muchas de sus principales características.

Por otra parte, como advierte Javier Coma, el interés intrínseco que despiertan los *comics* norteamericanos no descansa únicamente en su extensa producción y en el hecho de que la misma implantó grandes hitos estéticos sino que, sobre todo, se debe a la existencia de una infraestructura sociológico industrial que encaminó, desde el primer momento, los *comics* hacia lectores adultos a través de la prensa, mientras que en la mayoría de los otros países productores de *comics* durante muchas décadas el *comic* fue considerado un medio de expresión destinado a los niños.³⁹

En el último cuarto del siglo XIX el periodismo norteamericano aparece como el más dinámico y avanzado del mundo (Gubern 1981 [1972]: 19). En ese período existía en ese país una gran variedad de periódicos humorísticos (196 títulos entre 1800 y 1900) a los que poco a poco se fueron agregando ilustraciones.⁴⁰ Fue en ese marco que se formaron los grandes dibujantes, entre ellos el creador de *Yellow Kid*, Outcault⁴¹ y que “se fraguó la

Asimismo, se destaca la aparición de la revista inglesa humorística *The Punch* (1841), donde comienzan a insinuarse las “tiras”. Por su parte, en Alemania, el pintor W. Busch crea los personajes *Max y Moritz* (1865), que luego servirán de modelo a los famosos “Sobrinos del Capitán” y en 1889, con el seudónimo de Christophe Georges Coloma, crea en Francia la célebre *Familia Fenouillar*.

³⁹ De hecho, en Gran Bretaña, Francia, España e Italia fue recién en los años '60 que la producción autóctona comenzó a editar sus más célebres producciones. Hasta el momento, la mayor parte del consumo fue satisfecho con la importación de las tiras norteamericanas las cuales muchas veces fueron adaptadas para satisfacer los requerimientos del público infantil, principal destinatario del *comic* hasta entrados los años '60. En Gran Bretaña muchos periódicos comenzaron a imitar a los norteamericanos insertando tiras diarias a partir de la primera guerra (como es el caso del *Daily Mirror*, del *Daily Express* y del *Daily Sketch*) y pronto desarrollaron una producción local de cierta envergadura. Por su parte, la producción franco-belga, salvo algunas excepciones como el caso del célebre *Le Professeur Nimbus*, hasta los años '60 en donde aparece, por ejemplo, la célebre *Barbarilla*, dirige su producción fundamentalmente para el público infantil. Algo similar ocurrió con la producción italiana, luego famosa por las célebres obras Hugo Pratt y Guido Crepax (Coma, 1978: 193 y subs.). En cuanto al caso español, lo destacable es que como Barcelona permaneció hasta enero de 1939 al margen de la conquista franquista pudo mantener mayores conexiones con el mundo exterior y fue hasta ese momento seno de la recepción de *comics* norteamericanos pudiendo desarrollar una producción local durante los años '40 hasta que el franquismo aniquiló esas y otras formas de expresión y censuró la producción norteamericana importada, la cual muchas veces debió sufrir modificaciones en su contenido para poder circular localmente (Birmajer 1988: 127).

⁴⁰ La inclusión de imágenes en los periódicos no era nueva y que en los Estados Unidos el primer periódico con ilustraciones fue el *New York Mirror* (1823) (Gubern, [1972] 1981: 28). Sin embargo, hasta el momento de la aparición de *Yellow Kid* el dibujo en los periódicos estaba orientado fundamentalmente a la caricatura política y a alguna serie didáctica para niños (Steimberg, 77: 29).

⁴¹ Richard Felon Outcault estudió bellas artes en París y en 1894 fue contratado por Morrill Goddard, responsable del diario dominical *World*, para realizar dibujos científicos populares. Entre sus obras se destacan, además del mencionado personaje, “*Hogan's Alley*”, viñeta que lanza el *New York World* en 1895 y que describe la vida cotidiana de un barrio proletario de Nueva York, cuyo protagonista es un niño orejudo y pelado vestido con un largo camisón del que asoman solos su cabeza, manos y pies, que fue la primera versión del famoso *Yellow Kid* (Gubern, [1972] 1981: 20).

original concepción gráfica que habría de conducir a la aparición de los *comics*” (Gubern 1981 [1972]: 19).⁴²

De acuerdo con Oscar Steimberg, en ese momento el gran periodismo norteamericano estaba inventando no sólo los lenguajes del periodismo, “sino también las orillas del lenguaje periodístico, mediante las cuales el periódico se aseguraba la relación con otros lenguajes sociales y presentaba a sus lectores ese necesario parpadeo que todo medio de comunicación masiva debe tener en términos de su propio lenguaje y de su apertura hacia otros. Esto es lo que sucedió por primera vez en la historieta norteamericana, en la historieta de diarios”, con la aparición de *Yellow Kid* (Steimberg en Odile Baron Superville, s/f, s/p).

La asociación entre esta tira y el género tiene que ver con tres características: la narración secuencial en series de viñetas, la permanencia de un mismo protagonista en una “serie” de publicación periódica y la presencia de globos o *balloons* que introducen la locución de los personajes, características que se reunieron por primera vez en *Yellow Kid*. Outcault resolvió la necesidad de incluir textos para expresar pensamientos y sentimientos de sus personajes mediante la introducción de letreros, pancartas y, particularmente, inscripciones sobre el camión de *Yellow Kid* (lo que se considera como el antecedente del *balloon*, que un poco más tarde el propio Outcault iba a adoptar sin abandonar los recursos ensayados previamente) (Gubern 1981 [1972]: 17-21).

La historia de *Yellow Kid* está asociada a la encarnizada competencia entre dos magnates de la prensa neoyorquina por atraer nuevos lectores: Joseph Pulitzer, dueño del *New York World* y William R. Hearst, a cargo del *The New York Journal* y con grandes inversiones en el negocio. De hecho, su aparición fue concebida como herramienta de arma publicitaria para atraer lectores dentro del marco de esa competencia. Asimismo, su suerte se remonta a la novedosa estrategia ensayada por la prensa en ese entonces de lanzar un suplemento dominical como elemento publicitario que apuntaba al tiempo libre (Gubern 1981 [1972]: 20). El 9 de abril de 1893 Pulitzer, imitando la exitosa fórmula arriesgada por el *New York Recorder* días atrás, lanzó un suplemento dominical en el que introdujo una página en color con dibujos de grandes proporciones. Aunque su idea original era reproducir obras de arte famosas, el suplemento se convirtió en el espacio para que un equipo de dibujantes, entre los que se destacó de Outcault, publicara sus obras.

⁴² De acuerdo con Steimberg, otro hito importante en el nacimiento del género fue la publicación de Mutt (luego en la clásica pareja con Jeff), primera historieta en tira simple de tres o cuatro cuadros consecuencia del objetivo de aumentar la lectura de la página de carreras de un diario norteamericano (ciertamente, Mutt era un carrerista) (Steimberg, 1977: 29).

Unos años más tarde, el 16 de febrero de 1896, en ese mismo suplemento, los editores del *New York World* incorporaron el personaje a *Yellow Kid*, en una viñeta de tres cuartos de página, ensayando sobre el camión del personaje el empleo del color amarillo cuya impresión hasta el momento no había sido técnicamente bien resuelta (Gubern 1981 [1972]: 21).⁴³

Unos meses después, la historia de *Yellow Kid* se traslada a la competencia, cuando William Randolph Hearst decidió invertir grandes sumas de dinero en el mercado para hacer frente a la competencia (incluso yendo a pérdida con tal de ganar clientela) y apostó también a los suplementos dominicales para ganar posiciones. Hearst logró incluso arrebatarse al *New York World* de Pulitzer el tan codiciado muñequito amarillo, que desde octubre de 1896 pasó a integrar el *The New York Journal*, diario que pronto se convirtió en el diario más importante del país (Gubern 1981 [1972]: 23).

Sin embargo, la batalla por el niño amarillo no terminó allí: Pulitzer contrató a otro dibujante, George Luks, quien continuó dibujándolo con el mismo estilo para el *New York World* inaugurando, de este modo, una singular característica de los *comics*: la permanencia de un mismo protagonista y de un estilo a pesar de los cambios de dibujante. Por su parte, en 1897 Outcault abandonó a Hearst para seguir su carrera en el *New York Herald* (Gubern 1981 [1972]: 24; Acevedo, 139).

1.3. De los suplementos dominicales al surgimiento de las tiras diarias y el nacimiento del *comic book*

A partir de *Yellow Kid* y sus dibujantes el *comic* ingresó como una herramienta poderosísima en el mercado periodístico y muy pronto pasó a formar parte inextricable de ese medio, mientras que los diarios se convirtieron en el vehículo masivo que garantizó su inserción en la cultura de masas (Gubern, 1974: 18).

Según Oscar Steimberg, había algunas razones de índole sociológica y otras de índole semiológica que hacían atractiva la inclusión de las historietas en los diarios. Las de índole sociológica se relacionan con el hecho de que muchas de esas primeras historietas, comenzando por el propio *Yellow Kid*, funcionaban como un documento social acerca de la vida en los barrios humildes, al tiempo que permitía la toma de distancia con ellos y “los

⁴³ De ahí el origen del término “prensa amarilla” para referir a los diarios sensacionalistas (Steimberg, 1977: 29).

convertía en motivo de chistes y sátiras muy poco piadosas, hasta surrealistas” (aunque a la larga se haya hipertrofiado ese carácter de crítica o de documento social).

En cuanto a las razones de índole semiológica, las mismas tienen que ver con la familiaridad del público con el lenguaje icónico, de modo que las historietas funcionaban como un “puente entre las noticias y la parte icónica del diario o los signos icónicos que nos rodean más allá de los diarios”, permitiendo el acceso a relatos no periodísticos cercanos al folletín y la publicidad (Steimberg en Odile Baron Superville, s/f, s/p).

Posiblemente una de las claves del éxito de la incorporación de tiras e historietas en los diarios se deba a que los *comics* “ofrecían un pasatiempo ideal para vastas capas de inmigrantes que dominaban mal el inglés y no leían libros ni iban al teatro” (Gubern, 1981 [1972]: 25). Asimismo, al haber tenido su auge en plena crisis del 29 y la Gran Depresión, también jugaron un rol “consolador” actuando como estimulante evasión compensatoria de la rutina y las frustraciones cotidianas padecidas por el público lector (Gubern, 1974: 22).

Desde sus inicios, el género fue orientándose hacia dos formatos distintos que durante las primeras décadas encontraron su espacio exclusivo en las páginas de la prensa diaria: las tiras cómicas y las historietas serias, de aventuras y ciencia ficción, protagonizada generalmente por los famosos superhéroes -género, este último, que encontró un tiempo más tarde espacios propios y autónomos para desarrollarse- (Martignone y Prunes, 2008: 12).

Durante los primeros años, las páginas a color de los suplementos dominicales de los diarios fueron el principal soporte (primero cubriendo cada serie una página completa bordeada por un rectángulo, luego dos series compartiendo mitad y mitad la página) (Gubern, 1974: 50). Pero poco después, a partir de *Augustus Mutt*, el famoso apostador hípico creado por el dibujante Bud Fisher para las páginas deportivas del *San Francisco Chronicle* (1907), se desarrolló la tira diaria (*daily strip*),⁴⁴ cuyo antecedente puede encontrarse en los *cartoons* que proliferan en la prensa norteamericana a fines del siglo XIX (Rivera, [1985] 1990 a: 70).

⁴⁴ Más tardíamente las tiras diarias se desarrollaron en Europa: en 1921 en Inglaterra con *Pop* de John Millar para el *Daily Sketch* y en 1934 Francia con el famoso *Professeur Nimbus* creado por Daix (Gubern, 1974: 51-52). En esos países la prensa diaria no solió incorporar historietas (ni serias ni cómicas) sino que las mismas se desarrollaron en revistas semanales especializadas y eventualmente fueron recogidas en álbumes lujosos de tapa dura. Contrariamente, en Europa existe una larga tradición de incorporar dibujos satíricos, caricaturas políticas y *cartoons* en la prensa, esparcidos en distintas secciones y no en un espacio específico y autónomo destinado al género (Martignone y Prune, 2008: 16-17).

A diferencia de las tiras de los suplementos dominicales, las *daily strip* abarcaban un número menor de viñetas, se publicaban en blanco y negro (generalmente dispuestas para la lectura horizontal) y aparecían en la página de misceláneas (chistes, pasatiempos, secciones deportivas, etc.). Algunas, de carácter humorístico, contenían un episodio completo cada día mientras que otras, las de aventuras, introdujeron la estructura serial con la fórmula “continuará” adaptando la técnica decimonónica de la novela de folletín (Gubern, 1974: 50).

Al principio, las tiras diarias aparecían dispersas por las páginas del diario hasta que, en 1920, *The New York American* decidió agrupar ocho tiras en una misma página y en 1922 creó un verdadero suplemento ilustrado diario, con fotos y *comics*, titulado “*American Pictorial*”. Finalmente, en los años ‘30 se consolidó la fórmula actual de una página completa y a veces parte de otra dedicada al *daily strip* (Gubern, 1981 [1972]: 41), fórmula que sería replicada en infinidad de diarios de todo el mundo.⁴⁵

Este origen estrechamente ligado al periódico impuso sus particulares condicionamientos, sobre todo referidos al espacio disponible por el dibujante y a opciones estéticas que nacen de la administración de tal espacio, originando una particular estructura de montaje (Gubern 1981, [1972]: 35-36).⁴⁶ Y es este origen y su implantación en el medio periodístico el que ha conferido al género una peculiar y asombrosa constancia, permanencia e invariancia, con tiras y personajes que sobreviven por décadas, en el marco

⁴⁵ En realidad, la codificación decantó en un proceso complejo a partir del cual se fueron reglamentando las distintas fórmulas en las siguientes modalidades: 1) series a color en los suplementos dominicales; 2) series diarias (salvo los domingos) en blanco y negro (muchas veces su éxito les valió su incorporación a las páginas dominicales); 3) series diarias en blanco y negro cuyo episodio del sábado se continúa en la página de color del domingo (fue abandonada porque mucha gente no compraba el diario los domingos); 4) serie diaria en blanco y negro cuyo episodio del sábado es continuado el lunes mientras que los episodios dominicales en color continúan independientemente otra historia, de domingo a domingo; 5) los “*comics* sincronizados”, fórmula mixta creada por el *Chicago Tribune* en la cual la serie se continúa (incluido el domingo) pero con tal habilidad que puede ser leída, sin lagunas, tanto por los lectores que no compran el diario los domingos como por los que únicamente compran los ejemplares dominicales (Gubern 1981 [1972]: 42; Coma, 1978: 9-10).

⁴⁶ La gran popularidad de los *comics* en los diarios tuvo un efecto paradójico: los diarios comenzaron a acumular series en sus páginas, con la consecuente reducción del formato, lo cual impactó en la estética de la producción (reducción de la imagen y aumento relativo del tamaño de los *balloons*; establecimiento de tope de palabras por *balloon*) afectando sobre todo a las tiras realistas más que a las humorísticas, que admiten mejor la simplificación y el esquematismo gráfico. Esta tendencia también afectó los suplementos dominicales, que aumentaron considerablemente la cantidad de series por página. (Gubern 1981 [1972]: 43). Los problemas se agravaron con la difusión de los periódicos de formato tabloide (nacidos en Inglaterra a principios del XX y pronto difundidos en Estados Unidos) que planteaba serios problemas a los dibujantes debido a que el material creado para las tradicionales páginas de gran formato debían reducirse a la mitad y el de media página pasaba a ocupar la página tabloide pero obligando a un remontaje de las viñetas. Esto derivó en la adopción de algunos recursos, tales como la inserción de viñetas inútiles y suprimibles, lo que perjudicó el ritmo narrativo y coartó la libertad de creación del dibujante (Gubern 1981 [1972]: 47).

de un proceso de desarrollo capitalista en el cual los productos, incluyendo los culturales, suelen tener un tiempo de vida útil suficientemente corto como para impulsar los engranajes de la industria e impulsar el incesante flujo productivo. En efecto, al ser una parte fija de los diarios, las historietas, como las necrológicas, el pronóstico meteorológico y la cartelera de espectáculos tienen por función asegurar diariamente al lector una idea de continuidad e invariancia (Martignone y Prunes, 2008: 19-20).

Según Oscar Steimberg, el hecho de que el *comic* apareciera en diarios sensacionalistas primero y se expandiera hacia los “serios” después (que lo usaban como mero elemento de promoción comercial), marcó el posterior aspecto material del género: la función de entretenimiento, que junto con la informativa y la “formativa” componía la función total de un diario para los ideólogos prácticos del periodismo, “fue cumplida limitando los alcances del nuevo género, o lo que aquella denominación genérica parecía señalar. Cierta carácter anodino y como entontecido de muchas historietas provino de la necesidad de utilizarse, simplemente, como el ‘buenos días’ de los grandes [periódicos], que consideraban útil intercalar una pausa amable en las noticias o halagar directamente los gusto más superfluos del lector” (Steimberg, 1977: 31).

En 1929 aparece el primer *comic book* (fascículos mensuales, generalmente a color, con un contenido básico de *comics* que se despliegan a lo largo de un número variable de páginas) y a partir de entonces los *comics* se emancipan de los diarios, aunque éstos no se hicieron verdaderamente populares hasta los años ‘40.⁴⁷ El tránsito del periódico al *comic book* permitió una diversificación de géneros y productos orientados a distinto público lector. Cuando el *comic* dependía del periódico, su contenido era más controlado y debía ser atractivo tanto para el público adulto, masculino y femenino. La inclusión de protagonistas

⁴⁷ Al emanciparse de los diarios, sus contenidos pudieron ser más violentos y agresivos. Fueron adoptados en Europa con el nombre de *álbum* (*albo* en Italia, *album* en Francia) pero no necesariamente con el mismo tipo de formato que los norteamericanos. Durante los primeros años de la Gran Depresión los *comic books* fueron usados como regalo publicitario para estimular las ventas (se repartían como premios a compradores de determinados productos) y luego se convirtieron en una costumbre publicitaria en los años inmediatamente posteriores a la crisis de 1929 (Gubern 1981 [1972]: 49) hasta que en 1934 y 1935 salieron los primeros libros que publicaron material original especialmente para esta modalidad editorial: *Famous Funnies* (1934) y *New Fun* (1935), con historietas humorísticas, aunque no fue hasta la segunda mitad de los años ‘30 que esta fórmula consagró su éxito con la publicación de aventuras épicas (*Detective Comics*: 1937, *Action*: 1938, *All Star Comics*: 1940) alcanzando una gran difusión durante los años de la Segunda Guerra y convirtiéndose en la lectura predilecta de los soldados norteamericanos (Gubern, 1974: 52).

infantiles pronto atrajo la atención de los menores. A partir de la introducción del *comic book*, la producción se fue especializando en función de distintos segmentos del mercado.⁴⁸

Según Gubern, “la generación de superhéroes de los *comic books* debía explicarse en razón de un intento para superar las propuestas aventureras de los *comics* periodísticos tradicionales, con ideas más extravagantes y, a veces, más agresivas, al no estar sujetos a la tutela conservadora de los rotativos y tener que competir, sin publicidad en sus páginas o con muy poca, con los numerosos personajes de ficción que ya invadían el mercado” (Gubern, 1974: 25).⁴⁹

Sin embargo, y a pesar de este desarrollo autónomo, los superhéroes no abandonaron los diarios y las tiras serias de aventuras y ciencia ficción vivieron incluso un importante apogeo en ese medio con clásicos como *Terry and the Pirates*, de Milton Caniff, *Flash Gordon*, de Alex Raymond o *Dick Tracy* de Chester Gould (Martignone y Prunes, 2008: 16).

1.4. Estandarización, censura y exportación

En sus orígenes, los *comics* fueron patrimonio de un diario determinado o de una reducida cadena, por lo que podían ostentar tantas ideologías como publicaciones los sustentaban. En todo caso, cada *comic* publicado era una solución de compromiso entre la empresa editora y el autor. Sin embargo, a partir de la Primera Guerra se desarrollaron en los Estados Unidos los famosos *Syndicates* o agencias de distribución, que cumplieron un rol importante en la estandarización del género y la tendencia hacia la uniformidad ideológica.⁵⁰

⁴⁸ A partir de entonces, el *comic* norteamericano vive una “edad de oro” que cuyo primer hito es la aparición de “Tarzán” (de Harold Foster) en 1929.

⁴⁹ En la década de 1960 hubo una proliferación de *comics* relacionados con el *underground*. En efecto, hacia la segunda mitad de los años 50 la juventud protagonizó en los Estados Unidos una explosión en contra de las normas de vida que el maccartismo y la guerra fría habían intentado profundizar. En ese contexto, algunos grupos decidieron romper más específicamente con la cultura dominante impulsando una voluntaria marginación que dio origen a diversas expresiones artísticas que se ubican dentro del *underground*, entre las que se incluye una nueva escuela de jóvenes dibujantes que crearon sus propios periódicos y medios de difusión entre ellos Robert Crumb (autor del célebre *Fritz the Cat*). En una evolución paralela a la que habían experimentado bajo las industrias periodística y editorial del sistema comercial, comenzaron a surgir en la prensa «subterránea» publicaciones *underground* donde los *comics* (diferenciados como «*comix*») llegaron a constituirse en un verdadero *boom* (Coma, 1978: 28-29). El florecimiento del movimiento *under* redundó en la creación de un *syndicate* destinado a abastecer a estas publicaciones: *el Universal Press Syndicate*, que se encargó de suministrar material a las publicaciones de vanguardia, de los hippies, etc. (Gubern, [1972] 1981: 79-80). A principios de los años 70 estas producciones *under* se convirtieron en una moda elitista, en un objeto de culto por lo que fueron pronto comercializados en por los circuitos tradicionales (Coma, 1978: 29).

⁵⁰ El primer *syndicate* fue el *International New Service*, creado por Hearst en 1909 como agencia nacional para uso exclusivo de los diarios de su cadena. La Primera Guerra Mundial le creó problemas debido a su

Los temas prohibidos eran, esencialmente, la violencia, el erotismo y las cuestiones raciales.⁵¹ Este fenómeno, que fue paralelo al proceso que experimentó el cine de Hollywood, respondió a las necesidades comerciales de la industria de los *comics*: un *comic* sería tanto más productivo en términos económicos cuanto mayor fuera la cantidad de diarios que lo comprara (Coma, 1978: 133-4). De modo que las grandes diferencias culturales entre los distintos estados norteamericanos hizo que los sindicatos establecieron una línea de pensamiento común, susceptible de encajar dentro de las más variadas tendencias, decisión que contribuyó a la difusión del llamado *american way of life* (Coma, 1978: 134, Acevedo, 1984).⁵²

Esta exportación de usos y costumbres tuvo como principal eje las llamadas *family strip* (tira familiar) que brindaban frescos sobre la vida cotidiana, generalmente urbana y centrada en familias de clase media.⁵³ Estas famosas tiras norteamericanas contribuyeron, junto con el cine hollywoodense y la literatura norteamericana, a propagar ritos, estilos, valores y costumbres. A diferencia de las tiras épicas, que fueron consumidas preferentemente por público masculino, éstas se orientaron al femenino, mercado tan amplio que dio origen a las llamadas *girl-strip* (Gubern, 1974: 32 - 40).

Los *Syndicates* contrataban dibujantes y ofrecían las tiras ya elaboradas a los periódicos oficiando, por tanto, de obligados mediadores entre ambos. Como vendían las tiras a diarios de distinta tradición ideológica e incluso a diversos países, procuraron una "homogeneización conservadora de cara al mercado internacional, eliminando los aspectos críticos que pudieran alejar a clientelas de otras naciones o creencias. De este

tendencia pro germana, lo que le valió que los gobiernos de Inglaterra y Francia le negaran el uso de sus servicios telegráficos. En 1915 Moses Koenigsberg creó un nuevo sindicato, también de la organización Hearst, el *King Feature Syndicate* (cuyo origen se remonta al *Hearst's International Feature Service*, 1912), primero de envergadura internacional ya que fue destinado a la distribución de material gráfico y literario a la industria periodística a periódicos norteamericanos y del extranjero y que con el tiempo se convirtió en el más importante distribuidor mundial de *comics* (Gubern 1981 [1972]: 70-71; AAVV, 1974: 47; Acevedo: 138).

⁵¹ Esta censura, sin embargo, tenía distinto peso en los suplementos dominicales y en las tiras diarias en tanto y en cuanto los primeros llegaban a una mayor cantidad de público infantil con lo cual estaban más estrictamente controlados.

⁵² Sin embargo, esta exaltación de las costumbres norteamericanas tuvo sus variantes y matices tanto a nivel de los sindicatos como en a nivel de los autores (en el reducido marco de la libertad ideológica del que gozaban). Esto se reflejó, por ejemplo, en las distintas producciones comercializadas durante los años '20 y '30 por el conservador *Chicago Tribune-Daily New Syndicate*, que propagó una versión más puritana y reaccionaria del *american way of life* y las vendidas por el más progresista *King Features Syndicate* (Coma, 1978: 134 y subs).

⁵³ Entre ellas se destaca "*The Newlweds*" ("Los recién casados", 1904), sátira doméstica creada por George McMans y del mismo autor la célebre *Bringing up Father* ("Educando a papá", 1913), protagonizada por una familia de inmigrantes irlandeses enriquecidos en donde sobresale el carácter autoritario de la esposa y tuvo su apogeo con la famosa *Blondie* (1930) de Chic Yung que llegó a muchos países del mundo, entre ellos la Argentina.

condicionamiento, no sólo derivó una estandarización formal de las tiras (formas, dimensiones, etc.) sino también otra conservadora de temas y situaciones mostradas lo que, en realidad, suponía una auténtica autocensura sobre los productos ofrecidos” (Gubern, 1974: 41).⁵⁴

Sin embargo, la censura no era ejercida únicamente por los sindicatos; la autocensura de los autores, junto con la censura ulterior ejercida por los diarios (que no encontraban difícil cambiar alguna frase del diálogo o tapar alguna superficie de los dibujos), completó la labor emprendida por los sindicatos.

La mayor parte de los países receptores, carente aún de una sólida escuela, aceptaron los *comics* importados, incluyendo muchos diarios argentinos como *La Nación* y *Crítica* que a partir de los años '20 comenzaron a comprarlos a los *syndicates*. Muchos de los diarios que los compraban veían en la importación una importante ventaja económica (comprar una tira o un *cartoon* a un sindicato era más barato que pagarle a un dibujante por sus originales) y además generalmente compartían el modelo que propugnaba la producción norteamericana (Acevedo, 1984: 141).

El panorama va a cambiar hacia la segunda mitad del XX. Por un lado, porque en Estados Unidos surgen algunas historietas que manifiestan tendencias y sensibilidades distintas, como por ejemplo “*Polgo*” (1984) y “*Peanuts*” (1950), que despiertan el interés de un público más intelectual. Por otra parte, porque en la segunda mitad del siglo y sobre todo a partir de los años '60 prolifera la producción en otros países que comienzan, además, a exportar sus propios productos y competir en el mercado mundial (Acevedo, 1984: 141).

A diferencia de las tiras editadas en periódicos, cuyos contenidos estaban férreamente controlados por los sindicatos y por los editores de los periódicos, los *comic books* se regían por lógicas diferentes. Por un lado, no dependían de la publicidad y, por otro, la competencia para ganar mercado y costear gastos era enorme. Además, estaban emancipados del imperativo de erigirse como “conductores de la opinión pública” (Steimberg, 1977: 32). En consecuencia, la combinación de menos control y más

⁵⁴ En 1946 se creó la *Nacional Cartoonist Society*, organización creada por siete dibujantes norteamericanos y destinada a defender los intereses de la profesión y enfrentar el poder de los *syndicates*. Asimismo, la NCS se encargó de entregar todos los años el Reuben, estatuilla equivalente al Oscar, para premiar la labor de los dibujantes (entre los que lo recibieron: Caniff, Crapp, Raymond, Feiffer).

competencia fue el abordaje de temas y situaciones más atrevidas y más violentas que ganaron mucho público entre la juventud militarizada durante la guerra (Coma, 1978: 24).⁵⁵

Sin embargo, en 1955 se creó el *Newspaper Comics Council*, cuyo objetivo era diferenciar la producción destinada a los periódicos de aquella orientada a los *comic-books*. Por su parte, la *Comics Magazine Association of America* (creada en 1953) creó el *Comics Code* (1955), código de preceptos morales que se constituyeron en una suerte de normas de autocensura obligatoria para sus editores miembros, haciendo explícita y por escrito una práctica que ya era habitual en la producción para los periódicos (Gubern, 1981 [1972]: 79).⁵⁶

1.5. Del mercado del entretenimiento a la propaganda política

Más allá de sus orígenes vinculados fundamentalmente con la competencia periodística y con propaganda comercial, lo cierto es que los *comics* también fueron utilizados como un poderoso medio de propaganda y fueron utilizados con fines políticos, sobre todo en torno a la Segunda Guerra Mundial y la posterior división del mundo en dos bloques. Diversos ejemplos, algunos de los cuales serán someramente comentados, dan cuenta de estos usos.

Antes de la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo, Japón utilizó el *comic* para exponer sus ambiciones expansionistas, como en *Las aventuras de Dankichi*, de Keizo Shimada, un niño japonés naufraga con su mascota en una isla del sur del Pacífico, en la que será coronado rey por los nativos que, mediante este gesto, reconocen la hegemonía nipona (Gubern, 1974: 26).

⁵⁵ Al no estar bajo el control de los *syndicates*, los *comic books* se convirtieron en potenciales espacios para la experimentación. Sin embargo, una vez establecidas las directrices maestras de cada editorial, las empresas emprendieron una rígida política de producción asimilable a la de las agencias distribuidoras: el espacio para la ruptura de los moldes fue sustituido poco a poco por una rutina laboral. Asimismo, gran división del trabajo y frecuente sustitución de dibujantes y escritores que derivó en la gran heterogeneidad estilística e incluso incoherencia de muchas series (Coma, 1978: 21).

⁵⁶ De acuerdo a este código, los crímenes no deben ser presentados detalladamente, ningún acto delictivo puede ser glorificado, ningún delincuente puede resultar atractivo, los representantes de la ley deben siempre ser respetados, debe excluirse la extrema violencia y, por supuesto, el bien siempre debe triunfar y el mal debe ser castigado. En otro orden, ese código legisla sobre la forma en que deben ser representadas las figuras femeninas, sobre el respeto que debe profesarse por el matrimonio y el hogar y sanciona que deben evitarse malos usos del lenguaje así como la incitación a consumir licores o tabaco (Monsiváis, 1965: 13). Por supuesto que estas reglas tienen también sus excepciones siendo, por ejemplo, que los *pocket-books*, destinados exclusivamente a un público adulto, fueron eximidos de cumplir estas normas. Gubern, 1981 [1972]: 79).

Asimismo, en 1938, en Italia, el gobierno fascista prohibió la publicación de *comics* norteamericanos, juzgados como contrarios al “espíritu nacional y fascista”. Sin embargo, como sus personajes habían arraigado en el público, dibujantes y guionistas italianos relanzaron los personajes con nombres nativos: *Flash Gordon*, por ejemplo, siguió publicándose con dibujos de Giove Toppi y guiones de Federico Fellini (1938). En ese mismo año Carlo Cossio (dibujante) y Vincenzo Baggioli (guionista) dieron vida a *Dick Fulmine* (que luego perdería el componente inglés de su nombre -“Dick”- cuando Italia se enfrentó a los angloamericanos en la guerra) héroe que al que se hizo combatir en la guerra civil española y en los frentes del África colonial y la Unión Soviética⁵⁷ (Gubern, 1974: 26-27).

En España, por su parte, la guerra dio origen a batallas entre *comics* de los bandos republicanos y nacionalistas: finalizada la guerra, la revista falangista *Flechas* se fundió con la carlista *Pelayos*, dando vida a *Flechas y Pelayos* (1937) con clara intención ideológica. Con esa intención también nació en 1938 *Chicos* y luego *Roberto Alcázar*, cuyo personaje, además del significativo apellido, tuvo un rostro inspirado en José Antonio Primo de Rivera (fundador de la Falange) (Gubern, 1974: 27).⁵⁸

Finalmente, si volvemos a los Estados Unidos, encontramos que la politización fue también allí sumamente visible a raíz de la Segunda Guerra Mundial, cosa que no había ocurrido durante la Gran Guerra sobre todo por la tardía entrada de ese país al conflicto bélico y porque en ese entonces los *comics* tenían sobre todo un contenido humorístico (Coma, 1978: 157).⁵⁹ Al igual que las películas de *Hollywood*, los *comics* se convirtieron en una poderosa arma de propaganda, lo que se hizo evidente en la militarización de varios personajes.⁶⁰ El ataque japonés a Pearl Harbor en 1941 agudizó este fenómeno que se hizo

⁵⁷ En los años '40, *Dick Fulmine* tuvo su versión española (*Juan Centella*) y también francesa en el período de ocupación (*Alain La Foudre*) (Gubern: 1974: 27).

⁵⁸ Sobre los vínculos entre el género y regímenes fascistas y “totalitarios” puede consultarse Carabias, 1973; Martín, 2002 (específicamente los capítulos “Humorismo en la España de Franco” y “La transición democrática y el humorismo gráfico”); Pelloile, 2006; Segado Boj, 2006 y 2007; Sarría Buil, 2007.

⁵⁹ Por supuesto que esta afirmación admite matices y tendencias. Ciertamente, durante la Primera Guerra alguna que otra serie, como por ejemplo la ya mencionada *Mutt and Jeff*, reflejaron la atmósfera bélica aunque no a la manera militarizada en que lo hicieron los *comics* de la Segunda Guerra. Asimismo, en algunos *comics*, particularmente en el caso de la tira de Knerr, *The Katzenjammer Kids* y su doble, *Hans y Fritz*, de Rudolph Dirks, muestran un declarado rechazo a la germanización en un contexto de arribo de masivo de inmigrantes alemanes a los Estados Unidos (Coma, 1978: 157-160).

⁶⁰ Por ejemplo, *Joe Palooka* (boxeador robusto y generoso creado por Ham Fisher en 1931) en el año 1941 va a aparecer pidiendo desde las páginas del “*New York Mirror*” la intervención norteamericana en la guerra, mientras que desde el *New York Sun*, el comandante *Don Winslow of the Navy* (dibujado por Carl Mammond) estimulaba el reclutamiento en el cuerpo de marines y *Terry Lee* (de Milton Caniff) convirtió sus aventuras contra piratas asiáticos en luchas racistas contra japoneses y *Secret-Agent X-9* pasaba de la persecución de delincuentes a la caza de espías alemanes (Gubern, 1974: 27-29).

masivo en la irrupción de tenientes de aviación, paladines de la lucha anticomunista, héroes de la guerra contra los japoneses en diversas historietas (Gubern, 1974: 30).⁶¹ De este modo, se inauguró en el *comic* norteamericano la tradición bélica mezclada con motivos racistas, que se extendió luego a los conflictos de Corea y Vietnam y que adquirió un tono característico durante los años de la “guerra fría” (Gubern, 1974: 31-32). Junto con las motivaciones políticas, la difusión de propaganda anticomunista en estos *comics* se debió a que como los países socialistas no producían ni consumían *comics*, no había ningún mercado que perder (Gubern 1981 [1972]:72).

Incluso los militares utilizaron el *comic* con fines propagandístico y encargaron algunos para los boletines del ejército, editados en diversos puntos del globo en donde estaban asentadas las tropas norteamericanas y el Pentágono llegó a controlar y supervisar algunas producciones en el marco de la guerra. El caso famoso lo constituye la tira *Terry and the Pirates* cuyo itinerario argumental estaba decidido, en muchos casos, por los mandos militares que proporcionaban a Milton Caniff, su autor, información y documentación necesaria para actualizar la tira y darle un tinte de veracidad. Terminada la Segunda Guerra, las vinculaciones de Caniff con el tema bélico continuaron a propósito de la Guerra de Corea en la famosa serie de su autoría, *Setev Canyon* (Coma, 1976: 162-3). Según Umberto Eco, la tira llegó a tener 30.000.000 de lectores diarios (Eco, 1965: 141).

La politización del *comic* a propósito de la guerra no fue exclusivamente en una línea oficialista. El director de la famosa revista *Mad*, Harvey Kurtzman, dirigió dos *comics* basados en el tema bélico (*Two Fisted Tales* -1950- y *Frontline Combat* -1951) para la progresista *EC Comics* en donde desplegó un discurso opuesto a las consignas oficiales y a la propaganda militar, lo que le valió el cierre de las publicaciones en medio de la caza de brujas desatada por entonces (Coma, 1978: 165-6).

Pero esta politización del *comic* no se observa únicamente a nivel de las relaciones internacionales norteamericanas sino también a nivel de la misma política interna y esto puede ejemplificarse a partir de los clásicos *Little Orphan Annie*, que expresó los intereses ultraderechistas y conservadores que se opusieron a las medidas aplicadas por Roosevelt para enfrentar la crisis económica en contrapartida por las simpatías expresadas por *Mickey Mouse* respaldando las medidas del presidente (Coma, 1978: 141). “Tendría que pasar

⁶¹ Así, muchos superhéroes de los *comic-books* reorientaron su violencia hacia los nuevos objetivos políticos (que le valió a *Superman* ser tildado de judío por el ministro de propaganda nazi, Goebels) e incluso nacieron nuevos personajes como *Captain America* especialmente para combatir contra el Eje (1941) (Gubern, 1974: 30; Coma, 1978: 22). Incluso personajes difíciles de sustraer de su ámbito territorial específico, como *Tarzán*, recibieron al enemigo a domicilio (Coma, 1978: 161).

bastante tiempo antes de que en la protesta contracultural sectores de la juventud estadounidense, en el seno del movimiento *underground* (...) asistiese a una politización de los *comics* de signo inconformista contra los valores y las consignas del *establishment*" (Gubern, 1974: 32).

Por su parte, los países socialistas produjeron historietas que desarrollaron posiciones "revolucionarias". A partir de la década de los setenta, en efecto, se concentraron esfuerzos por formar movimientos de historietistas con una nueva conciencia de su papel en la sociedad, tal como el Grupo P-ELE, impulsado por la agencia Prensa Latina, que concentró a creadores de los distintos continentes. Otro ejemplo lo constituye la editorial chilena Quimantú que, entre mayo de 1971 y septiembre de 1973, reunió a varios dibujantes y especialistas en ciencias de la comunicación que produjeron historietas "populares" tales como "El manque", "Los cinco de la aurora", "La firme", etc. (Acevedo, 1984. 142).⁶²

2. Historia del género en la Argentina

En la Argentina, la historieta y el *cartoon* han crecido más que otros géneros de la comunicación masiva. Dibujantes y guionistas argentinos o formados en la Argentina ocuparon un lugar a nivel mundial seguramente desproporcionado en relación con el lugar internacional que ocupa el país en otros órdenes (Steimberg, 1977: 12). Para muchos investigadores de la historieta, la Argentina se presenta como un caso paradójico: semillero de grandes guionistas y dibujantes y, al mismo tiempo, país de crisis y continuas discontinuidades políticas e institucionales que influyeron negativamente en las posibilidades de crecimiento del género. Los avatares de la historia nacional habrían producido entonces fenómenos contradictorios tales como, por un lado, una producción de gran calidad reconocida internacionalmente y, por otro, la emigración de guionistas y dibujantes que encontraron en mercados externos mejores ámbitos para desarrollar su profesión. Al decir de Barreiro, dentro del panorama de la historieta latinoamericana, posiblemente el caso "más interesante de estudiar sea el caso de Argentina, por ser patria

⁶² Sin embargo, desde muchas décadas atrás el género había sido utilizado como arma de lucha y propaganda ideológica por sectores radicalizados en contra de la expansión capitalista. Al respecto se puede consultar, por ejemplo, Cohen, Michel (2007), donde se analiza la política de masas de "radicalismo popular" durante las dos primeras décadas del siglo XX y sus vínculos con los cuestionamientos y desafíos al capitalismo en los Estados Unidos a partir de publicaciones proletarias y socialistas que apelaron a la recreación de valores anticapitalistas en conjunción con series reconocibles de iconos con el objetivo no sólo de provocar la risa sino fundamentalmente con objetivos ideológicos y doctrinarios.

de algunos de los mejores historietistas de la historia y por ser sede, también, de modelos de gobierno represivo de carácter intermitente.

2.1. Antecedentes de la caricatura política y el *cartoon*

En relación a la caricatura política y el *cartoon* político propiamente dicho, algunos autores hablan de los “antecedentes” del género y los remontan a los tiempos de las guerras de independencia o incluso a los tiempos del Virreinato del Río de la Plata en donde circularon diversos panfletos, volantes, hojas sueltas, periódicos de vida efímera y dibujos con versos satíricos. Carlos Trillo y Alberto Bróccoli, por ejemplo, encuentran el primer antecedente del género en el contexto rioplatense en una ilustración atribuida al sacerdote franciscano Francisco de Paula Castañeda (autor, luego de la revolución de mayo, de varios periódicos de corte costumbrista y polémico) que mostraba a un burro gritando “¡Viva el Rey!” (es decir, Fernando VII) presuntamente de 1806.⁶³ Esta imagen ha sido interpretada de diversas maneras, desde afirmar que constituía una ofensa para el monarca, o argumentar que era una expresión del descontento de muchos comerciantes americanos por la asfixia del sistema colonial hasta que el elogio del burro podría representar una forma sutil de penetración ideológica inventada por los ingleses para denostar a la corona española y debilitar su vínculo con la colonia. Duramente más de 15 años Castañeda publicó hojas de humor político con componentes gráficos dirigidos, a menudo, en contra del “mulato” Rivadavia, o contra el ejército español, sobre ciertos generales criollos e, incluso, sobre sí mismo. En ese entonces también circulaban diversos “suelos” en contra de uno u otro “bando” durante las guerras de independencia (Bróccoli y Trillo, 1972: 7-8).⁶⁴

La caída del gobierno de Rosas abrió un período en donde no sólo floreció la prensa seria sino que también comenzaron a publicarse algunos periódicos humorísticos (como *El Trueno*, *El Diablo de Buenos Aires*, *El Chimborazo*, *La Bruja Duende...* todos ellos de vida efímera), que se integraron a esa forma típica de participación política y partidaria que era la prensa (Sabato, 1998).

⁶³ Vázquez Lucio, en cambio, encuentra el primer antecedente en una caricatura aparecida el 8 de marzo de 1824 en el “Suplemento de Argos”, en la que se aprecia una cabeza de burro titulada “Viva la Religión”, a continuación de lo cual se inserta una proclama del general Pedro Antonio Olañeta a los pueblos del Perú a los que intenta convertir a la fe católica (1986: 9).

⁶⁴ Ya en ese entonces era muy frecuente la caracterización zoológica de los personajes públicos, como por ejemplo la representación de San Martín como un leopardo ávido de sangres que decapitaba a sus propios amigos para ser coronado rey (Bróccoli y Trillo, 1972: 8) Que mucho más adelante Landrú popularizará por ejemplo con la representación de Álvaro Alsogaray como un cerdo, de Aramburu como una vaca o de Frondizi como un ave flaca y con sed de petróleo.

En suma, entre fines del siglo XIX y principios del XX el humor gráfico se “institucionalizó”: a partir de entonces, “ninguna publicación carec[er]ía de caricaturistas políticos o dibujantes costumbristas” (Bróccoli y Trillo, 1972: 19). Según Bróccoli y Trillo, *Sarrasqueta* fue el primer personaje gráfico del humor nacional, realizado de acuerdo al estilo inaugurado por los grandes periódicos norteamericanos al estilo de *Yellow Kid*.

2.2. Revistas y magazines en orígenes del género

En la Argentina el humor gráfico se origina en el siglo XIX en revistas facciosas, dedicadas expresamente a la caricatura política, cuya herencia recorre este subgénero durante todo el siglo XX. En cambio, la historieta “seria” se funda en la republicación de material extranjero (particularmente norteamericano pero también inglés) y luego en la utilización de ciertos géneros característicos tales como el *western*, la ciencia ficción, la novela de aventuras y la narrativa histórica y gauchesca (Reggiani, 2005: 3).

Los *comics* llegan en la Argentina relativamente tarde a las páginas de los diarios. En cambio, su desarrollo se dio, desde comienzos del siglo XX, fundamentalmente en los modernos *magazines* como *Caras y Caretas* (1898) y *PBT* (creada en 1903 por el mismo fundador de *Caras y Caretas*) y un poco más tarde *Pif Paf*, *El Tony* y *Patoruzito* (Rivera 1979 s/p).

Las planchas de Acquarone, publicadas en *Caras y Caretas* en 1901 son consideradas por varios especialistas como el umbral para el desarrollo de la tira cómica en el país. A partir de entonces, tanto la caricatura como los *cartoons* o chistes dibujados y la historieta irán ganando espacio y diversificando sus campos temáticos y estilísticos a través de la observación costumbrista, la crítica social, la parodia, el grotesco, las aventuras, etc. superando de este modo la casi exclusiva concentración en la caricatura política de las decimonónicas *El Mosquito* (1863-1893) y *Don Quijote* (1883-1903) (Rivera, [1985] 1990 b: 106-107).⁶⁵

A principios del siglo XX *Caras y Caretas* y *PBT* apostaron a la novedosa incorporación de material fotográfico, publicidad, ilustraciones, notas literarias y humor y

⁶⁵ Se trata de dos famosísimas publicaciones satíricas del siglo XIX que en el contexto de periodismo faccioso (Sabato, 1998) exploraron y desarrollaron ampliamente la crítica política a través de la caricatura y que habrían tenido importante participación en el escenario político de momento alineadas la primera con el roquismo y la segunda con el radicalismo. Para un análisis detallado de estas publicaciones ver, además de la bibliografía general que aborda la historia del género, Matallana, 1999 y Cibotti, 1993 para *El Mosquito* y Malosetti Costa, s/f y Vázquez Lucio, 1988 para *Don Quijote*.

que incorporaron a los pioneros del género en el país, tales como Mayol, Cao, Ribas, Redondo⁶⁶, Sirio entre otros. Aun cuando en la mayoría de los casos no son todavía observables el globo o *balloon* y las tradicionales metonimias gráficas (estrellas, signos de intensificación expresiva, etc.), ya están presentes varios rasgos estilísticos así como precursoras exploraciones y juegos con los variados mecanismos de comunicación y significación del medio (Rivera, [1985] 1990 b: 107-108). En forma paralela, y muchas veces en las páginas de las mismas publicaciones, irá desarrollándose la historieta nacional, en principio de inspiración norteamericana.⁶⁷

En las páginas de *Caras y Caretas* se produjeron importantes mutaciones que impactarían en el periodismo y el humor gráfico nacional. Particularmente, el humor empezó a incursionar en temas menos conflictivos y menos politizados, basándose fundamentalmente en la observación costumbrista de una sociedad en pleno proceso de modernización, la crítica social, la parodia, la narración de aventuras, etc. (Rivera, 1986 a: 18) al tiempo que el dibujo comenzó a cambiar el estilo realista por el esquematismo (Burkart, 2008: 52). *Caras y Caretas* supo lograr una síntesis entre lo cómico y lo serio, entre la información y el entretenimiento que se convirtió en una impronta que fue luego retomada y reformulada por proyectos como los de la revista *Humor*. Por otra parte, la revista funcionó como un canal para la elaboración de los problemas introducidos por las contradicciones de una sociedad aluvional. En este sentido, *Caras y Caretas* contribuyó a suavizar y a procesar los aspectos conflictivos de la convivencia social a partir de lo divertido y de lo cómico como formas apuntando a desdramatizar los problemas.

2.3. Tiras y *cartoons* en la prensa diaria

Entre los primeros diarios que incorporaron tiras e historietas se destaca *La Nación*, que en 1920 publicó una traducción de la mencionada tira norteamericana de George McManus, "*Bringing up Father*", con el nombre de "Pequeñas delicias de la vida conyugal".⁶⁸ De acuerdo con Rivera, originalmente la tira "debió vencer la resistencia de lectores poco afectos a la introducción de materiales no 'compatibles' con la austera personalidad gráfica

⁶⁶ Autor, entre otros, de don Goyo Sarrasqueta (1912, iniciada en *Caras y Caretas*, 1913), considerado por muchos como el primer protagonista de humor nacional.

⁶⁷ Como la famosa "Viruta y Chicharrón" de Redondo (1912, iniciada en *Caras y Caretas*) que fue la primera historieta argentina en utilizar el *ballon* (Masotta, [1970] 1982, : 141).

⁶⁸ Muy poco antes en 1918 *Mundo Argentino* había comenzado a publicar "Tijerita", creación de Arturo Lanteri y que constituyó el antecedente de "Las venturas de don Pancho Talero", que *El Hogar* iba a comenzar a publicar a partir de 1922 (Bróccoli y Trillo, 1972).

del diario". Sin embargo, al poco tiempo el público demostró una buena acogida y por lo que en 1926 *La Nación* sacó una segunda historieta, "Betty", de Chales Voight agregando en 1928 "Cosas que suelen ocurrir", también de Voight y "Caritos", de G. Byrnes, que en 1937 y siempre en *La Nación* se convertirá en "Carlitos y su barra" (Rivera, 1979, s/p).

Por su parte, el diario porteño *Crítica*, de Natalio Botana, se convirtió hacia fines de los años '20 y durante toda la década del '30 en uno de los espacios más abiertos y predispuestos a publicar tiras tanto extranjeras como nacionales. "Moderno e indiscutiblemente popular, ávido por captar la atención y sostener el interés de sus numerosos lectores, el diario de Botana aportará lo mejor del género, servido por una tecnología gráfica de primer nivel para la época" - Ciertamente, *Crítica* contaba desde 1927 con una rotativa a cuatro colores- (Rivera, 1979, s/p). De modo que por sus páginas desfilarán unas cuantas producciones nacionales como las tiras costumbristas del Mono Taborda y algunas de las creaciones más famosas de Dante Quintero como por ejemplo "Un porteño optimista" (que hizo su aparición en octubre de 1927 y que luego sería rebautizada como las "Aventuras de Don Gil Contento") y aparecerá por primera vez el famoso indio Patoruzú (cuyo gran éxito motivó la creación por parte de Dante Quintero de la homónima revista lanzada en 1936).⁶⁹ También en las páginas de *Crítica* se editaron tiras de corte gauchesco (como relatos de Pedro Ramage sobre ideas o textos de José Hernández, Eduardo Gutiérrez y Guillermo Hudson) y tiras históricas (como "El último Inca", de Premiani). Entre las series extranjeras editadas por el diario se destacaron dos versiones de Tarzán (una diaria y en blanco y negro creado por Rex Mason y otra en colores y dominical dibujada por Burne Hogarth).⁷⁰

Asimismo, en 1932 *Crítica* editó un suplemento cómico en colores en el que se publicaron algunas historietas nacionales (como "Blanca Nieve" y "Pío-Pío") y otras importadas por el *United Features Syndicates* y *NEA Service* cuyos textos fueron traducidos y adaptados por el poeta Horacio Rega Molina y entre las cuales sobresalieron "Popeye" de Elzie Segar (traducido como "Espaguetti"), la famosa "*Blondie*" de Chic Young (traducida

⁶⁹ Para el análisis de Patoruzú se puede consultar el ensayo de Oscar Steimberg "1936-1937 en la vida de un superhéroe de las Pampas" (en Steimberg 1977), donde el autor describe las características iniciales de la tira cuando pasó a ser publicada en la revista que llevó su nombre, para proponer que en ese pasaje emergió un fondo "serio" en el humor de Patoruzú. Ver también el artículo de García y Ostuni Rocca, que analiza el personaje para apreciar las fluctuaciones de la realidad política social de la Argentina afirmando que Patoruzú fue golpista durante el golpe de Uriburu en 1930, que fue socialista durante la década del '40, que fue moderando en el primer gobierno de Perón para terminar "eclipsando sus propias virtudes al ser adoptado como mascota del Proceso de reorganización Nacional" (García y Ostuni Rocca, 2003: 75).

⁷⁰ Esta estrategia de publicar una misma serie en versión diaria y dominical fue adoptada de la tradición norteamericana (Rivera, 1979: s/d).

como “La pebeta del pasaje”), y la memorable “*Krazy Kat*” de George Herriman (conocida como “El gato loco”).

Crítica también destinó algo del espacio de su famoso suplemento literario, la *Revista Multicolor* -dirigida por Jorge Luis Borges y Ulises Petit de Murat que apareció los días sábado entre 1933 y 1934-, a publicar algunas tiras nacionales tales como “Nuevo Rico” de Héctor Rodríguez y también a editar entregas de la famosa “*The Katzenjamer Kids*” traducida como “Los sobrinos del capitán” (Rivera 1979: s/p) así como “Peloponeso y Jazmín”, historieta basada en *Alley Oop*, de Vincent Hamlin, presuntamente reescrita por el propio Borges (Louis, Annick en Gutiérrez, 2003: 17).

Este modelo impulsado por *Crítica*, que supuso una masiva incorporación y jerarquización del *comic* en el diario, fue luego reproducido por la prensa popular. Abarrotadas y anónimas, estas páginas de humor compartían con otro tipo de información de relleno (horóscopos, pronóstico climático, adivinanzas, crucigramas) un espacio de evasión deshistorizado y sin emisor a la vista. Mientras tanto, los diarios tradicionales como *La Nación* y *La Prensa* soslayaron la narración gráfica y sólo mantuvieron unas pocas tiras importadas (Sasturain, 1987: 187).⁷¹

Hacia fines de los años '20 y sobre todo durante los años '30, otros diarios copiarán la inserción de tiras gracias al éxito demostrado por las experiencias pioneras de *La Nación* y *Crítica*. Así, *La Razón* editará “Don Julián de Montepío” de Quintero (1928)⁷² y “Avivato” (1940), mientras *La Opinión* aparecerá con “Ramona” de Lino Palacio (1930), *La Prensa* con “Don Fulgencio” del mismo Palacio (1934) - que luego se trasladará al diario *La Razón*-, *El Mundo* con “Tancredo” de Fantasio (1938) y *Clarín* con “Doctor Merengue” de Divito, por citar algunas de las más famosas (Rivera 1979). Estas tiras nacionales convivieron en el cuerpo de los diarios con una variedad de tiras importadas a través de los *syndicates* que, por muchas décadas, ocuparon un lugar prominente en la oferta. De modo que los años '30 serán de gran importancia para la afirmación de las tiras en la prensa nacional (Rivera, 1986 b: 42). Según Juan Sasturain, a partir de entonces, y durante décadas, “la presencia de

⁷¹ En las páginas de *La Nación* cobrarán vida a inicios de los años '40 los famosos “Grafogramas” de Medrano, en donde se esbozará una suerte de pequeña sociología dibujada de la vida porteña, catálogo de tics, fantasías y debilidades y pesadillas de esos seres que se apiñan y se ofuscan en la gran ciudad (Rivera, 1986 b: 43).

⁷² Julián de Montepío se convirtió luego en el legendario Isidoro y al tiempo que siguió integrando las andanzas de Patoruzú también tuvo sus publicaciones propias a lo largo de varias décadas. Trillo y Bróccoli atribuyen esta larga e inusual supervivencia del personaje a que “no es muy difícil transformar a un chico bien, a un “jailaife”, en un *play boy*. Si antes tiraba manteca al techo en el Chantecler, ahora baila música rock en Mau Mau. Por eso sobrevive intacto, porque haciendo lo mismo, pensando igual, sigue siendo un tipo aprovechable como personaje” (Bróccoli y Trillo, 1972: 31).

historietas apiladas en los diarios ha de ser síntoma inequívoco de sensacionalismo –como la prioridad otorgada a las policiales y el deporte en primera plana...- y un gesto prolijamente evitado por los matutinos de ‘respetable opinión’” (Sasturain, 1987: 187).

Los años ‘40 traerán como novedad el agrupamiento de las tiras, hasta entonces dispersas, en una misma página que pronto se convirtió en el punto de partida para la lectura del diario (Rivera 1979: s/p).⁷³ Asimismo, se observa entre los humoristas una tensión entre el acento puesto en las peculiaridades del carácter local, en la anotación de circunstancias históricas, culturales y sociales específicamente nacionales (acompañando de este modo el acento que en el terreno literario ganaba la preocupación por lo nacional y lo local) por un lado, y la insistencia en construir personajes y prototipos “universales” -como el avaro, el envidioso, el celoso, el distraído- por el otro (Rivera, 1986 b: 42). Así, a comienzos de los años ‘50 “las tiras criollistas que publica Walter Ciocca en *La Razón* prolongarán la añeja vertiente folletinista de Eduardo Gutiérrez, para hacer eclosión en una tira de sostenido interés como «Lindor Covas, el Cimarrón», que se prologan en el tiempo y enlaza las primeras tentativas criollistas de Ramauge con tiras gráficamente documentadas, como «El Capitán Ontiveros» de Arancio (*Clarín*, 1970) y «Fabián Leyes», la tira dibujada por Enrique Rapela para *La Prensa*” (Rivera, 1986 b: 42). En esos sentidos, la Segunda Guerra Mundial dificultó las importaciones alentando el desarrollo de la producción nacional (Gutiérrez, 2003: 17).

Por su parte, los años ‘60 y ‘70, a su vez, brindarán materiales nuevos, aunque sus líneas generales no aportarán novedades. Entre las tiras importadas se destaca la famosa creación de Schulz “*Peanuts*”, traducida como “Rabanitos” y publicada por *La Prensa* hacia 1968, y entre las nacionales la memorable “Mafalda” de Quino, inspirada sin dudas en la tira de Shultz y publicada en el diario *El Mundo* entre 1965-1967 y en los semanarios *Primera Plana* (1964-1965) y *Siete Días* (1968-1973) (Rivera, 1979). Por entonces, la gran mayoría de las tiras publicadas por la prensa diaria nacional corresponderá a material comprado a los sindicatos norteamericanos. Y dentro del pequeño porcentaje destinado a producciones nacionales se destacaban Lino Palacio en *La Razón*, Robles en *La Prensa*, Vilar y Heredia en *La Nación* y Ian en *Clarín*.

⁷³ Asimismo, en esa época comenzó la exportación de algunas producciones argentinas fueron exportadas tempranamente a Estados Unidos, como “Patoruzú”, que tuvo su publicación neoyorquina en 1941, el “Hernán el Cosario”, de José Luis Salinas, contratado a fines de los 40 por el *King Features Syndicate*, varias tiras de Oesterheld junto a los dibujantes Pratt y Breccia, los chistes de Mordillo, Copi y la célebre Mafalda de Quino entre otros (Coma, 1978: 195).

Es en este contexto que se puede hablar de una creciente expansión y nacionalización del género en la prensa aunque este fenómeno no ha sido homogéneo y será *Clarín* el diario que tome por primera vez la decisión de convocar únicamente a humoristas argentinos para integrar la contratapa. La tendencia que se observa en general en las tiras nacionales es una producción que arrastra los mecanismos humorísticos de décadas pasadas (el personaje soporte de situaciones múltiples o el personaje unidimensional clásico) junto con las nuevas formas reflexivas y grotescas de los dibujantes de los años '70 (Rivera, 1978).

Entre los cambios que Sasturain (1987) apunta para el humor en los años 70 se encuentra: la complicidad e identificación como dos ejes sobre los que se edifica lo mejor del humor (cuyos prototipos son Landrú y Calé), la preeminencia de lo verbal y el retroceso del clásico chiste mudo, con una paradójica “liberación” del dibujo y el manejo de zonas cada vez más amplias de información. Todo esto produjo un ensanchamiento del campo de lo humorístico posible (Sasturain, 1987: 187).

Esta será la impronta hasta la nacionalización de la página de *Clarín*. “La simple y aparente ‘nacionalización’ de esos mensajes (...) es un proceso mucho más rico que el simple –y saludable– cambio de firma al pie del cuadrado. Implica un crecimiento en la conciencia de las posibilidades del género, en la integración entre lectores, autores, personajes y esa informe ‘realidad’ que nos implica a todos” (Sasturain, 1987: 194).

A diferencia de los Estados Unidos, en donde los autores publican sus trabajos a través de los *syndicates*, que funcionan como nexo obligado e intermediarios entre autores y prensa, en la Argentina cada diario elige a sus autores, tiras y *cartoons* de acuerdo con el perfil que busca, reservándose el derecho de aceptar o rechazar sus propuestas. Paradójicamente, al tratarse de un mercado tan pequeño, los autores argentinos cuentan con un mayor grado de libertad creativa y negociación que los norteamericanos. La relación entre los humoristas y el medio es directa y existe la posibilidad de discutir y ajustar criterios con los editores. En el mercado local juegan entonces las recomendaciones personales y las trayectorias más que la capacidad de estandarizar o ajustar un producto. Estas características explican las grandes diferencias estilísticas que se observan en las producciones de los diversos autores ya que, al no estar sujetas a las pautas homogeneizantes de los *syndicates* permiten y al mismo tiempo alientan la búsqueda y el desarrollo de estilos personales (Martignone y Prunes, 2008: 80-81).

2.4. El mercado historietístico nacional

La Argentina experimentó un importante crecimiento de la industria de revistas especializadas en historietas de gran calidad y en muchos casos convertidos en preciados bienes de exportación, fundamentalmente hacia el mercado europeo. El mercado historietístico vivió un gran crecimiento durante los años del primer peronismo registrando un verdadero “boom” recordado como la “edad de oro” del género.⁷⁴ Para esos años, nacieron *Patoruzito* (1945), *Intervalo* (1945), *Salgari* (1947), *Aventuras* (1948), *Misterix* (1948), *Rayo Rojo* (1949), *Cine Misterio* (1950), *La Revista del Superhombre* (1950) y *Fantasia* (1950) y ya entrada la década del ‘50, Héctor G. Oesterheld creó al legendario *Sargento Kirk* y la primera versión de la mítica historieta “El Eternauta” en *Hora Cero Semanal* (1957).⁷⁵ Este crecimiento estuvo asociado, fundamentalmente, a la ciencia ficción, lo que se observa en la impregnación de los guiones por motivos vinculados con la guerra fría y la paranoia comunista, el terror a la bomba atómica -que se va a prolongar durante los 60- y el tópico de platos voladores y los extraterrestres. Para Juan Sasturain, estos son componentes del imaginario de la época que se reflejaron, por ejemplo, en “El Eternauta”.

Sin embargo, la producción historietística tradicional comenzó a decaer hacia los años 60, en gran parte como consecuencia de la competencia producida por la importación de *comics* mexicanos, así como de la competencia que implicaban las ofertas laborales y los sueldos en Europa (fundamentalmente Inglaterra e Italia), que llevaron a muchos dibujantes y guionistas a abandonar el mercado local. Lo que estaba muriendo, asevera Oscar Steimberg, era cierto tipo de historieta, los subgéneros relacionados con el “relato fuerte” que comenzaron a ser suplantadas en la lectura masiva por el cine y la televisión (Steimberg 2000). En cambio, estaba creciendo el género de autor que volvió a traer sobre el tapete la oposición entre cultura “cult” y cultura “popular”.⁷⁶ En sus nuevas búsquedas,

⁷⁴ Ese *boom* puede apreciarse, en el tiraje de las revistas de historieta en esos años: hacia la segunda mitad de los 50, se editaban aproximadamente 1.000.000 de revistas semanales que circulaban por un público joven. Se puede hablar de una verdadera industria de la historieta. Esto no es nada si comparamos con el tiraje de *Fierro*, por ejemplo, que en los ‘80 editaba unos 5.000 o 10.000 ejemplares.

⁷⁵ *Hora Cero*, junto con *Frontera*, fueron famosos y exitosos emprendimientos editoriales de Oesterheld, que brillaron fundamentalmente a fines de los años ‘50 y principios de los ‘60. Dedicadas sobre todo a historietas de aventuras cuyos guiones los escribía el propio Oesterheld y dibujadas por Hugo Pratt, Solano López y Alberto Breccia. De ahí surgieron, junto con “El Eternauta”, las memorables y mundialmente reconocidas “Ernie Pike” y “Mort Cinder”.

⁷⁶ Entre las publicaciones más destacadas, cabe mencionar la revista *Skorpio* que aparece en 1974 en Editorial Récord, publicación que fuera representativa de las nuevas tendencias. Incluso editorial Columba, característico “centro de producción de las revistas de vieja factura”, saca publicaciones como *Nippur* (1972), de Robin Wood y Lucho Olivera, “más coincidente con las tendencias del momento”. En las dos décadas siguientes se van a profundizar todos estos rasgos, incluyendo “intentos editoriales de articulación de la nueva etapa historietística con públicos juveniles cada vez más divididos internamente en sus hábitos de lectura. Revistas como *Fierro* unirían la difusión de nuevos trabajos, con componentes

la historieta comenzó a tematizarse a sí misma con ironía buscando nuevas formas expresivas, y cultivando las citas estilísticas (lo que puede apreciarse, por ejemplo, en el expresionismo europeo en Alberto Breccia, Solano López, Hugo Pratt) o en el ilustracionismo americano en Horacio Altuna, efectos de velocidad en Oswald).⁷⁷

Asimismo, en la década del '60 se va a configurar un nuevo tipo de lector "que empezaba a relacionarse con la historieta a través de búsquedas y recorridos propios del experto o el crítico" y aparecieron librerías especializadas y "clubes de *comi*" que no llegaron a institucionizarse en centros de investigación ni en espacios de archivo y consulta de funcionamiento regular pero sí a la instauración de una frecuencia sin precedentes en la realización de muestras y debates (Steimberg, 2000).

La Argentina también experimentó algunos ejemplos de politización del género historietístico, área en donde se destaca sin dudas Héctor Oesterheld. En efecto, en febrero de 1974 el diario *Noticias* sacó "La Guerra de los Antartes" de Héctor Germán Oesterheld (quien la firmó con el seudónimo de Francisco F. Vázquez) con dibujos de Gustavo Trigo. La tira quedó inconclusa cuando el diario fue clausurado por orden del PEN a principios de septiembre de 1974. En esta tira se retoma la idea de la invasión extraterrestre pero con un aditamento político explícito: la traición a Sudamérica por parte de las potencias del Norte y el tema de la solidaridad tercermundista ante el imperialismo (Depetris, 2005: 110).

Asimismo, y en el marco del retorno de la democracia, apareció en septiembre de 1984 la revista *Fierro* (que fue publicada hasta diciembre de 1992 reapareciendo en 2002) que marcó un refloreCIMIENTO del género —en efecto, llegó a tener una tirada de 25 mil ejemplares (Di Meglio et al, 2005: 97) y en cuyas páginas la historieta sería se encontró por primera vez con los problemas políticos y de extrema violencia vividos recientemente por la Argentina (De Santis, 1992; Rommes, 2005).

Los años '80 ya marcan el inicio de una nueva etapa. Desde entonces, la historieta se va a encontrar en la encrucijada de un "género que se supone popular y que, cuando

experimentales, a la inclusión de relatos de los grandes dibujantes y guionistas que habían definido el cambio historietístico a partir de los '60" (Steimberg 2000).

⁷⁷ Todo esto redundó en el tratamiento del diseño de página "quebró la linealidad de la secuencia gráfica, la ironía y el humor invadieron la historieta "seria" y se articularon con la aventura y el horror, y las citas y las autorreferencias se multiplicaron introduciendo llamados a un saber artístico, ensayístico y político que en ocasiones se mostraba como difícilmente abarcable, o interpretable sólo en el fragmento". Asimismo, el experimentalismo puede apreciarse en que algunas de sus oposiciones internas características pasan a tomar la escena, como la de texto/imagen y globo/texto fuera de cuadro: se expanden, por ejemplo, los párrafos al pie escritos en una prosa levantada, que por momentos se descuelga del dibujo, como venía ocurriendo en historias de Oesterheld desde la última parte de la década del '50.

muestra altos grados de calidad, pierde lectores en igual cantidad. En los hechos queda, así, convertida en un género de culto, seguido sólo por lectores especializados en descifrar códigos complejos” (Gociol y Rosemberg, 2001: 55).

2.5. El mercado de revistas humorísticas

2.5.1. El surgimiento de *Cascabel* y *Rico Tipo* en los años '40

Los años '40 fueron testigos del surgimiento de dos importantes empresas editoriales basadas en el humor: *Cascabel* y *Rico Tipo*.

En 1941 salió a la calle la revista *Cascabel*, publicación semanal creada por Jorge Piacentini, que reunió a los humoristas en ascenso más importantes del momento (como Oski y Landrú), como así también a un importante grupo de periodistas. Encuadrada en el marco de la Segunda Guerra Mundial con el bando de los aliados, *Cascabel* se convirtió, por un breve lapso, en sede de la “risa antiperonista” (Steimberg, 1986).

Por su parte, *Rico Tipo* fue uno de los emprendimientos más logrados de Guillermo Divito. Fundada en 1944, *Rico Tipo* llegó a tener una tirada de 300.000 copias semanales. Una de las mayores virtudes de esta revista radica en el hecho de haber logrado un producto muy uniforme y parejo, destinado a un lector de clase media con aspiraciones de ascenso social a quien se le ofrecieron personajes (oficinistas, empleados de comercio, cuentapropistas), situaciones y escenarios cotidianos (contiendas domésticas, cuestiones de cortejo, encuentros en bares, pizzerías, etc.) en los cuales este sector social pudo sentirse reflejado (Lindstrom, 1980: 510-512). La revista contó, asimismo, con temáticas y secciones especialmente pensadas para los jóvenes, como las famosas “chicas” de Divito, que se convirtieron en íconos de belleza acompañando los caminos de la moda.

A pesar de que *Rico Tipo* cerró en 1972, después de la muerte de su creador, su auge decayó con la caída del peronismo y con la renovación y modernización del mercado humorístico que implicó la aparición de *Tía Vicenta*, revista creada por el humorista Landrú. En efecto, los últimos años '50 y particularmente los '60 fueron el contexto propicio para un recambio y renovación del género y el mercado.

2.5.2. La revista *Tía Vicenta*

Tía Vicenta fue un semanario político humorístico creado por Landrú en 1957, en plena “Revolución Libertadora” logró captar a una masa de lectores ávidos de novedades y agobiados por las fórmulas envejecidas de *Rico Tipo* alcanzando una tirada de más de 150.000 ejemplares (Rivera, [1985] 1990 b: 122). Allí debutaron o comenzaron sus carreras muchos jóvenes profesionales, escritores y artistas (Carlos Peralta, Kalondi, Brascó, Copi, Constantini entre otros) que aportaron una óptica más intelectual y un mayor grado de sofisticación que las halladas en las páginas de *Rico Tipo* y *Patoruzú*. Asimismo, se asentaron humoristas consagrados, como Oski y el propio Landrú.

En las páginas de *Tía Vicenta* Landrú cultivó un estilo de humor absurdo y paradójico, basado en el uso del *calembour* o sinsentido y las infracciones a los hábitos lógicos y verbales corrientes, que explotará a lo largo de toda su carrera y llevará a las páginas de *Clarín* a partir de 1971. Se trata de un humor más literario que gráfico, aunque su peculiar estilo *naive* constituye una apoyatura singularmente eficaz (Rivera, [1985] 1990 b; Rivera 1986 c).

La revista de Landrú aportó al género un conjunto de experiencias desprejuiciadas e innovadoras, como sus parodias de publicaciones, sus números bilingües, sus fotomontajes, su manejo satírico y al mismo tiempo sutilmente informativo del caudal de noticias y rumores políticos o económicos (Rivera, 1986 c).

Tía Vicenta produjo una verdadera ruptura que abrió un nuevo cauce a la historia del género y su innovación se basó fundamentalmente en los contenidos temáticos que abandonaron la crónica costumbrista y el tradicional marco de lo cotidiano, el chiste convencional, para profundizar en el terreno de lo existencial y lo político, “pero de lo existencial y lo político vivido como Apocalipsis, porque en esos terrenos ya no se trata de la observación amable y poco comprometida de un Columba, de la crónica anecdótica de los años del alvearismo y del justismo, sino de una introspección deliberadamente revulsiva que toma a lo político —a través de temas como el hambre mundial, el analfabetismo, la superpoblación, la censura, la dictadura de los monopolios, la represión, el auge «alienante» de los medios masivos, etc.- como una instancia más riesgosa, profunda y compleja de la realidad” (Rivera; [1985] 1990 b: 122).

Por otra parte, *Tía Vicenta* supuso el regreso protagónico del humor político, pero de un humor básicamente oficialista que por otra parte toleró y se acomodó fácilmente a la creciente presencia de los militares en la escena política. De larga tradición antiperonista,

anticipada profesionalmente por su desempeño en *Cascabel* y demostradas ansias de vincularse con las altas esferas del poder, Landrú condujo su emprendimiento sin comprometerse explícitamente con ningún grupo o facción política pero sin tomar distancia crítica de la proscripción vigente y del creciente clima represivo (lo que le valió algunas renunciadas y rupturas con miembros de su grupo de colaboradores). Defendiendo la idea de que su humor no es *en contra de* sino *sobre*, Landrú pudo sobrevivir a los avatares y recambios políticos por varios años tomando como blanco y caricaturizando tanto a civiles como militares, a políticos oficialistas como opositores.

Tía Vicenta marcó la edad de oro del humor gráfico (que por lo tanto fue paralela a la edad de oro de la historieta). Pero la represión y la censura clausuraron esa etapa. El advenimiento de Onganía al poder supuso una importante profundización de la censura y la represión y a propósito de una caricatura de tapa en la que Landrú había dibujado a dos morsas con bigotes comentando el recambio presidencial (el bigote remitía, en este caso, al usado por el presidente de facto para esconder su labio leporino) el gobierno decidió el cierre de la revista.⁷⁸

A partir de entonces, dice Rivera, “el mejor humor gráfico, en todo caso, inició una larga invernada en el viejo refugio de la revistas sobrevivientes, o se instaló –como hicieron Quino, Kalondi, Copi, Oski, Caloi, Amengual y otros- en el albergue de semanarios como *Primera Plana*, *Panorama*, *Confirmado*, *Análisis*, *Mercado*, etc., para ejercitar todas las facetas del nuevo estilo” (Rivera, [1985] 1990 b: 126).⁷⁹

Ese nuevo estilo estará dado, en primer lugar y de acuerdo con Rivera, por el grafismo y la influencia del *pop* y del boceto publicitario de sabor *kitch* en muchos de los nuevos humoristas así como por la influencia del grabado y la neo figuración en otros. Asimismo, se va a reflejar en el impacto de “la experiencia perceptiva del cine” en el dibujo, que se aprecia en la ruptura de la clásica imagen frontal, para enriquecer y dinamizar el espacio dibujado con montajes, primeros planos, juegos con la profundidad de campo, visión de gran angular, picados, contrapicados, etc., tal como ocurre, por ejemplo, en las producciones de Caloi, Fontanarrosa y Crist (Rivera, [1985] 1990 b: 129). Por otro lado, en

⁷⁸ Luego de pasar brevemente como suplemento del diario *El Mundo* y de haberse convertido en *María Belén* y luego *Tío Landrú* –asociado a *Primera Plana*-, *Tía Vicenta* reapareció por un tiempo a fines de 1977, en plena dictadura y con su probado estilo se permitió incluso caracterizar a los miembros de la Junta. Sin embargo, la baja tirada de ese entonces llevó a Landrú a decidir su cierre (Russo, 2004).

⁷⁹ Paradójicamente, este repliegue es contemporáneo del descubrimiento erudito y el interés académico por el género, lo que se expresa por ejemplo en la realización de la Primera Bienal de la Historieta realizada en el Instituto Di Tella en 1968 y posteriormente los escasos números de la famosa revista LD (*Literatura Dibujada*) dirigida por Oscar Masotta (Rivera, 1986 d).

el nuevo estilo humorístico el texto va a ocupar un lugar mucho más destacado que antaño, asumiendo en muchos autores un valor informativo de primera magnitud, y prácticamente va a “devorar” a la imagen (la cual goza, de todos modos, de una mayor riqueza plástica) o le va a asignar el papel de discurso paralelo, a la manera de las imágenes de Epinal y de las filacterias medievales. Al mismo tiempo, el género comienza a reflexionar sobre sí mismo.⁸⁰ En cuanto a lo temático, se incorporó la vertiente del humor negro y del humor sexual y se habilitaron juegos con la lógica, lo fantástico, lo simbólico (Rivera, [1985] 1990 b: 129-130).

2.5.3. *Hortensia*, *Satiricón* y la consolidación de un nuevo estilo humorístico

La circulación de revistas humorísticas, que había descendido de 11 millones de ejemplares en circulación en 1967 a tan solo 3 millones en 1971, volvió a ascender sensiblemente en el período 1972-1973 a 6 millones casi recuperando en el 1974 los valores iniciales al alcanzarse una circulación de 10 millones (Rivera, [1985] 1990 b: 131 de acuerdo con datos de la Asociación Argentina de Editores de Revistas). Y las revistas *Hortensia* y *Satiricón* fueron en gran parte responsables de este *boom*.⁸¹ Este resurgimiento del género se dio en un contexto caracterizado por la descomposición del régimen militar liderado por Onganía y un clima de creciente apertura que concluyó en la transición hacia la democracia impulsada por el general Agustín Lanusse en 1971 y el retorno del peronismo al gobierno en 1973, así como por un altísimo nivel de politización, enfrentamientos y compromisos políticos protagonizados por amplios sectores de la sociedad argentina.

Revista local de la provincia de Córdoba dirigida por el dibujante Alberto Cognini, *Hortensia* comenzó a publicarse en 1971 y pronto se convirtió en un verdadero suceso editorial que se distribuyó exitosamente por la ciudad de Buenos Aires y que en sus períodos de apogeo llegó a tener una tirada de 100.00 ejemplares (Rivera, [1985] 1990 b: 131).⁸²

Hortensia tuvo la virtud de convocar a muchos de los humoristas más reconocidos del momento, como Roberto Fontanarrosa, quien publicó allí por primera vez sus legendarias tiras “Boogie el aceitoso” e “Inodoro Pereyra” y Crist, quien colabora con sus *cartoons* y su famosa tira “García y la máquina de hacer pájaros”, junto con Caloi, Ian,

⁸⁰ Posiblemente este atributo sea una suerte de feedback crítico del análisis y de la reivindicación del género operada desde la perspectiva de la crítica semiológica (Rivera, [1985] 1990 b: 129).

⁸¹ Otras revistas que secundariamente fueron partícipes y responsables de este *boom* y de la nueva estética son, por ejemplo, *Humorón*, *Chaupinela*, *Sátira*, *Mengano* y la rosarina *La Cebra a Lunares*.

⁸² Con altibajos y pasando por distintas etapas, la revista siguió saliendo hasta 1989.

Bróccoli (todos ellos futuros integrantes de la contratapa del diario *Clarín*), Ortiz, Amuchástegui y Peiró entre otros.

Hortensia marcó el resurgimiento de las grandes publicaciones humorísticas al mismo tiempo que significó un movimiento inverso al habitual: en este caso, no fueron los trabajadores y profesionales del interior los que se desplazaron hacia Buenos Aires en búsqueda de trabajo sino que, inversamente, muchos porteños y humoristas de otras ciudades litoraleñas encontraron en Córdoba un lugar donde arraigar.

De acuerdo con Rivera, gran parte del éxito de la revista se debió a la elección de una óptica esencialmente costumbrista que indagó en el impacto y las peculiaridades del proceso de industrialización y transformaciones sociales vivido por Córdoba que marcaron el choque entre la tradición y la modernidad y que encontraron en cierta forma de humor pícaro y criollo una válvula de escape a las dificultades del momento (Rivera, [1985] 1990 b: 132).

El otro suceso responsable de este renacer humorístico fue la aparición de la desopilante revista *Satiricón*, dirigida por Oscar Blotta (h) y que tuvo a Andrés Cascioli como director de arte. *Satiricón*, que salió a la venta en noviembre de 1972, impuso un nuevo estilo de humor que marcó toda una época y cuyas influencias alcanzaron varios años más tarde al formato y la estética la famosa revista *Humor*.

Orientada a criticar la realidad desde el humor a la manera de publicaciones extranjeras tales como *National Lampoon* o *Mad*, “su aparición causó un sacudón, no tanto en el aspecto gráfico sino en el temático, ya que tomó como base el humor negro, el sexo y la escatología” sin desdeñar el humor político (Gociol y Rosemberg, 2000: 48) y también impuso un nuevo estilo gráfico en las portadas, que estuvieron protagonizadas por las caricaturas de Andrés Cascioli. Asimismo, y como novedad, *Satiricón* incorporó un espacio para notas de actualidad que con un estilo ácido pero de lectura amena desarrolló inteligentes y profundas investigaciones periodísticas referidas a una amplia variedad de temas. En ellas participaron Mario Mactas, Carlos Ulanovsky, Alejandro Dolina, Carlos Trillo, Jorge Guinburg, Carlos Abrevaya entre otros (Burkart, 2008: 68).

En sus páginas colaboraron los ya consagrados Oski y Garaycochea junto con gran parte de la nueva camada de humoristas: Crist, Fontanarrosa, Grondona White, Limura, Izquierdo Brown, Viuti, Cascioli, Amengual, Santol, Rivero, Sanz, Napoleón entre otros - Gran parte de cuales pasarían en el futuro a trabajar en la famosa revista *Humor*.

Satiricón abordó frontal y críticamente los temas tabú de la Argentina de entonces con un espíritu insolente (Pujol, 2003: 318). En marzo de 1974 la revista alcanzó una tirada record de 250.000 ejemplares con una tendencia alcista que fue abruptamente cortada por la clausura de la publicación en septiembre de ese año a manos de la censura ejercida por el gobierno peronista (Rivera ([1985] 1990 b: 134).⁸³

De la experiencia de *Hortensia* y *Satiricón* quedó la tendencia a elaborar pastiches con autores, seriales, tendencias o subgéneros de la historieta; circulación de los personajes, que se desplazan de una tira a otra como una suerte de homenaje, de reflexión sobre el género, de afirmación del referente; también la utilización del espacio publicitario como una zona de ejercitación del humor, la creación de una continuidad de circulación que rompe las fronteras internas de la publicaciones y las fronteras internas del género (Rivera, [1985] 1990 b: 138-9). Asimismo, ambas publicaciones marcaron la consagración de nuevos humoristas (Caloi, Fontanarrosa, Crist, Ian, Bróccoli) y la consolidación de un público y un mercado. Por estos motivos, la historia de ambas revista queda inscrita como parte de un proceso de modernización y crecimiento en el cual se inscribe la política de nacionalización de la página de humor del diario *Clarín* de 1973.

Considerados más bien como una forma inofensiva de entretenimiento, y dada la crisis editorial que estaba experimentando el género,⁸⁴ la historieta y el humor gráfico no fueron un objetivo importante de las obsesionadas persecuciones gubernamentales. Tal es así que si bien es cierto que numerosos historietistas y humoristas experimentaron una fuerte sensación de censura y vigilancia y que algunos de ellos debieron exiliarse o sufrieron a manos de la represión como de Oesterheld, sólo se conoce un único memorándum de las fuerzas de represivas, el 68/81 "R", en el que los servicios de inteligencia solicitan información referente a autores de historietas.⁸⁵

Los años del último régimen militar, sobre todo el primer período, fueron años de cierre, clausura, censura y represión que repercutieron en una importante contracción del mercado humorístico. Por otra parte, la feroz inflación producida por la política económica

⁸³ Tras la clausura de *Satiricón* Andrés Cascioli reunió a varios colaboradores y creó la fugaz revista *Chapinela* la cual, al desopilante humor de *Satiricón* le agregó un espacio para la reflexión política. *Chapinela* tuvo muy corta vida y, por su parte, *Satiricón* volvió a aparecer en abril de 1976 reincorporando, por el fugaz período que subsistió, a gran parte del staff original.

⁸⁴ Ciertamente, durante los años del régimen militar la producción de historietas presentó escasas obras de carácter disruptivo y, en los casos en que se editaron obras que quebraban el silencio su relato se afianzó en recursos encubridores tales como la metáfora, la metonimia y la alegoría y, al mismo tiempo, se acentuó el potencial expresivo del dibujo por sobre el relato (Vázquez, junio 2005: 109, 119).

⁸⁵ En ese memorando los historietistas aparecen listados en el marco de una investigación sobre la revista *Superhumor*, publicación editada por La Urraca, que también contenía humor gráfico y político (Torres, 2005: 19-20).

de Martínez de Hoz produjo un gran encarecimiento del precio de tapa de las revistas contribuyendo así al proceso de retraimiento (Vázquez Lucio, 1987: 463).

Sin embargo, en pleno período dictatorial, se produjo el lanzamiento de la exitosa revista *Humor* en cuyas páginas se recrearon en gran parte el formato y la estética de *Satiricón* y se fueron abriendo espacios para el humor crítico y el disenso (ver Díaz, 2004 y Burkart, 2008), lo que se hizo más evidente a partir de la guerra de Malvinas, momento en el que las publicaciones comenzaron a tratar con mayor apertura los problemas de la dictadura (Vázquez Lucio, 1987: 507-519).

Sin embargo, y en líneas generales, con el advenimiento de la democracia y la nueva etapa que vivió el país la sátira política dejó de ser el ingrediente fundamental de las publicaciones humorísticas en parte aventajada por un destape (Vázquez Lucio, 1987: 531) que al generalizarse no encuentra el amplio eco que tuviera, por ejemplo, en la época de *Satiricón* y en parte por las auto restricciones que muchos humoristas se impusieron en su trabajo como forma de resguardar y preservar la incipiente democracia.

III. La historieta y el humor gráfico como objeto de estudio

1. El *comic* como objeto de interés académico en el ámbito internacional

El *comic* ingresó tardíamente al mundo académico como objeto de estudio durante los años '60 y los primeros '70. Hasta entonces, había constituido un campo marginal dentro de las preocupaciones y objetos estudio eruditos. En parte, esta marginación estaba asociada con concepciones elitistas o aristocráticas del concepto de cultura que tendían a homologar a ésta con el de arte y a entenderla como el conjunto de discursos, productos y prácticas elaborados por las elites ilustradas. De este modo, era extendido el desprecio por los productos destinados a un público masivo y popular. Particularmente, el *comic* fue considerado un producto marginal y “mediocre”, un híbrido mal resuelto que no alcanza ni la altura de *la* literatura ni la de las *grandes* artes visuales. Así, mientras que desde el punto de vista de la literatura el *comic* era tildado de “literatura fácil”, o “barata”, destinada a un público masivo y no culto, por el lado de las artes plásticas, fue considerado una rama “inferior” de las artes visuales (Groensteen, 2000: 35-40).

Esta marginación también se explica por la extendida idea de que el *comic* produce efectos perniciosos en sus lectores adultos y más aún entre los lectores infantiles. Esta arraigada convicción halló su expresión más acabada en obra Frederic Wertham, psiquiatra norteamericano, quien en 1954 lanzó al mercado su famoso libro *The Seduction of the Innocent* que produjo un fuerte impacto en el público norteamericano. En esa obra, y a propósito de los *comics* de horror, Wertham explicó los dañinos efectos que el *comic* podría producir en los niños, ejemplificando con casos de niños que habían aparecido ahorcados con una revista de historietas abierta a sus pies en la que figuraba un ahorcamiento, o casos en los cuales los niños, intentando imitar a *Superman* y al Capitán Marvel, habían intentado volar ocasionando gravísimos accidentes (Steimberg, 1977: 43). Sin embargo, éste no fue el único alegato negativo en relación con el *comic* y era frecuente encontrar opiniones (muchas de las cuales han tenido un largo aliento) según las cuales el *comic* empobrece la imaginación e infantiliza al público joven y adulto como así también hipótesis relacionadas con efectos psicológicos adversos ocasionados en los niños. Otros autores, contrariamente, vieron que el *comic* tenía efectos benéficos proponiendo que el mismo estimula el desarrollo infantil en tanto constituye una importante herramienta para el aprendizaje de la lectura (Ver, por ejemplo, Grassi, 1971 y Baur, 1978).

A pesar de todos estos prejuicios, hacia fines de los años '50 y fundamentalmente desde los años '60 se produjeron importantes cambios en el mundo académico que convirtieron al *comic* en un campo fértil para nuevas discusiones e investigaciones. Particularmente, el auge de los estudios sobre la comunicación de “masas”, hasta hacía poco tiempo relegados y despreciados en el mundo académico,⁸⁶ el auge de la semiología estructural en muchos países de Europa y la expansión de los estudios sobre la cultura popular impulsados por la Escuela de Birmingham (Inglaterra)⁸⁷ permitieron el ingreso de este género discursivo al mundo de los objetos legitimados y legítimos para el conocimiento.

Paralelamente, por fuera del mundo académico, el auge de la cultura *pop* y *camp*, que hicieron del *comic* una materia fértil para la creación artística adoptando personajes y onomatopeyas propios del género como material expresivo,⁸⁸ contribuyeron a impulsar este creciente interés académico en los “géneros menores” como el *comic* pero también series de acción, afiches, ilustración periodística y publicitaria, etc. (Steimberg 1977).

Todas estas transformaciones impulsaron el ingreso del *comic* al mundo académico como objeto de interés. Sin embargo, tal como lo advierte Oscar Steimberg, este auge reconoce importantes antecedentes que dan cuenta de una larga trayectoria de producción crítica con respecto a la concepción elitista de la cultura y a las jerarquías consolidadas de los géneros y los lenguajes.⁸⁹

⁸⁶ Cuando en 1965 Umberto Eco publicó su famoso libro *Apocalípticos e Integrados* hizo explícito lo que ya era un dato sabido: el fuerte rechazo que el auge de la llamada “cultura de masas” había producido en parte del mundo académico e intelectual.

⁸⁷ Según Magnussen y Christiansen, el creciente interés que la cultura popular despertó en la Escuela de Birmingham desde el punto de vista político e ideológico no condujo, en sus orígenes, a un interés similar desde el punto de vista estético y afirman que las obras de Richard Hoggart, Raymond Williams y Stuart Hall han servido de base al criticismo conservador de ciertos productos asociados con la cultura popular. Particularmente, muestran que Hoggart estaba verdaderamente preocupado por la visualización de la cultura representada, entre otros medios, en los *comics*. Ciertamente, en *The Uses of Literacy* (1963) Hoggart llegó a afirmar que los *comics* proponen una recepción visual pasiva de un arte masivo “malo” y acorde con una “edad mental muy temprana”. De este modo, Magnussen y Christiansen concluyen que sus apreciaciones no diferían demasiado de la lapidaria crítica de Wertham en *The Seduction of the Innocent* -por lo demás citada y halagada en la obra de Hoggart- (Magnussen y Christiansen, 2000: 18).

⁸⁸ Algunos artistas norteamericanos que se inspiraron en el *comic* son, entre otros, Andy Warhol, Claes Oldenburg, James Rosenquist y Roy Lichtenstein.

⁸⁹ Algunas huellas de este derrotero se encuentran, por ejemplo, en la labor de los diseñadores de la vanguardia rusa y del dadaísmo, continuados luego por la Escuela Bauhaus, quienes intentaron construir un arte razonado que consideraba la publicidad y el diseño periodístico. También se advierte en la inclusión de las obras atravesadas por la reproductibilidad técnica en la noción de arte elaborada por Walter Benjamin, en la obra de Roman Jakobson, quien elaboró una concepción de la poética susceptible de proyectarse a espacios discursivos “no artísticos”, en las preocupaciones de Leo Spitzer por el “arte popular” norteamericano, la noción de “arte radiofónico” de Rudolf Arnheim, las intervenciones de Christian Metz en las discusiones semiológicas a favor de considerar nuevos soportes narrativos e, incluso

El auge del género en el mundo académico se dio, por un lado, en paralelo con un descubrimiento “culto” del *comic* asociado a ciertas modas culturales y al surgimiento del *comic* de vanguardia que complejizó su lenguaje y se orientó a fórmulas narrativas y estilísticas cada vez más complejas.⁹⁰ Por otro lado, y paradójicamente, ese auge ocurrió justo cuando, como se verá más adelante, el *comic* tradicional -particularmente el norteamericano-, estaba atravesando un período de crisis y decadencia con la excepción de las tiras publicadas en los periódicos (Steimberg, 2000).

Posiblemente esto último se explique por el hecho de que fue fundamentalmente en Europa, continente históricamente rezagado en la producción y consumo de *comics* con respecto a los Estados Unidos, que se produjo el descubrimiento “erudito” del *comic*.⁹¹

Antes de dar cuenta de los desarrollos, discusiones y avances sobre el tratamiento del género en el ámbito académico local creo pertinente presentar los principales trazos de las grandes discusiones que se han dado en otros ámbitos nacionales ya que, como se verá, esos trazos atraviesan fuertemente las preocupaciones y producciones locales. Cabe aclarar que la selección de temas y autores utilizados para este propósito son el resultado no siempre convergente de, por un lado, la voluntad de dar cuenta de los principales ejes de tematización y debate y, por otro, de la posibilidad, siempre parcial y azarosa, de acceder a materiales extranjeros.

en la labor de escritorios prestigiosos como Borges quien se preocupó por la difusión y edición de cuentos policiales (Steimberg, 2000).

⁹⁰ Ciertamente, en los años '60 se difunde el *comic* contracultural y aparece un público lector de elite (y entre ellos unos cuantos coleccionistas), muy minoritario en relación al gran público de los *comics* tradicionales. (Gubern, 1981 [1972]: 99).

⁹¹ Esto se hizo evidente en la creación del *Club des Bandes Dessinées* en Francia (1962), con Francis Lacassin y Alain Resnais como presidente y vicepresidente respectivamente y en la creación de la revista *Giff-Wiff* (1963), posteriormente en la creación de la Asociación Internacional de Críticos de *Comics* y la Federación Internacional de Centros de Investigación de *Comics* (1966). También se expresó en la organización de una serie de exposiciones y congresos específicos como la exposición de personajes del *comic* adaptados al cine en el marco del XIII Festival Internacional de Cine de San Sebastián (1965) -y la edición de un libro del especialista Luis Gasca sobre esos personajes: *Los comics en la pantalla-*, la organización del Primer Congreso Internacional de *Comics*, celebrado en Bordighera - Italia (1965), seguido de la celebración del Segundo Congreso realizado en Lucca -Italia (1966), la celebración de la Primera Bienal Mundial de la Historieta y el Humor Gráfico, en Buenos Aires (1968) y la exposición del *comic* mundial en el Museo de Artes Decorativas - Louvre, París (1967). Asimismo, se observa en la adaptación al cine de algunos *comics* clásicos como *Modesty Blaise* (de Jim Holdaway y guión de Peter O'Donnell) realizada por Joseph Losey (1965). Finalmente, este auge tuvo una repercusión editorial importante manifestada en la edición de obras específicas, entre las que sobresale el famoso libro de Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados* (1965), que incluye varios ensayos sobre *comics*, la aparición de revistas especializadas como la famosa revista italiana de historietas para adultos, *Linus* (creada por Giovanni Gandini y Oreste del Buono y en la que Guido Crepax crearía a sus famosas Neutrón y Valentina en 1965) y en la edición de álbumes de lujo de historietas famosas (por ejemplo, *Barbarella*, de Jean-Claude Forest en 1964) (Gubern 1981 [1972]: 96-98). Según Oscar Steimberg, estas revistas, así como otras que aparecieron en Norteamérica y en América del Sur -entre las que cabe recordar a la efímera revista argentina *Literatura Dibujada-* “fueron percibidas como el síntoma del carácter intelectualizado y minoritario” de los nuevos contactos con el lenguaje del cómic (Steimberg, 2000).

1.1. Principales temas y problemas en el análisis del *comic*

Uno de los aspectos que más interés despertó fue el estudio del *comic* como tipo particular de lenguaje.⁹² Así, de la mano del *boom* sobre el estudio de los medios de comunicación de masas, hacia mediados de los años 60 el *comic* se convirtió en una importante fuente de inspiración para la semiología estructural, en pleno auge en Europa, que halló en el género una suerte de “laboratorio de investigación” en tanto y en cuanto una de sus características centrales es la permanente mostración de sus mecanismos de producción de sentido (Steimberg, 1977: 136).⁹³ En este contexto, muchos investigadores, ensayistas y académicos europeos (en particular de Francia, Bélgica, Italia y España), realizaron una gran cantidad de trabajos dedicados a describir y sistematizar las peculiares características del lenguaje del *comic*, a establecer cómo funcionan sus códigos y a explorar qué relaciones existen entre este lenguaje y otros.⁹⁴

Una de las obras más relevantes en este terreno de análisis (y en muchos otros, como se verá un poco más adelante) es el hoy clásico libro de Umberto Eco *Apocalípticos e Integrados* (1965) en el cual, articulando el marxismo crítico con la semiología estructural, el autor se va a adentrar en el estudio de la cultura de masas incluyendo, de modo novedoso⁹⁵, tres ensayos destinados a analizar el *comic*: “Lectura de «Steve Canyon»”, “El mito de *Superman*” y el “El mundo de Charlie Brown”.

Eco parte de definir al *comic* como un “«género literario» autónomo, dotado de elementos estructurales propios⁹⁶, de una técnica comunicativa original, fundada en la existencia de un código compartido por los lectores y al cual el autor se remite para articular, según leyes formativas inéditas, un mensaje que se dirige simultáneamente a la inteligencia, la imaginación y el gusto de los propios lectores” (Eco, [1965] 2001: 160).

Eco afirma que, dada la existencia de una amplia gama de convenciones que rigen el género es posible hablar de una *semántica del comic* cuyos elementos principales son el

⁹² Dado que previamente se ofreció un desarrollo de las principales características semiológicas del género, en esta oportunidad, bastan algunos sintéticos comentarios para ubicar este abordaje como campo de estudios.

⁹³ Tal como dice Steimberg, “es precisamente debido a las dificultades para el borrado de sus operaciones de constitución” que la historieta se convirtió en un “material privilegiado para la búsqueda de los modos de producción de significación” (1977: 136).

⁹⁴ Incluso llegaron a fundarse instituciones específicas dedicadas a su estudio, como por ejemplo la *Société d'Études et de Recherches des Littératures Dessinées* en Francia (1964). También en Francia, para esa época, la Sorbona contrató a Francis Lacassin para dictar un curso de historia y estética de la historieta (Merino, 2003).

⁹⁵ Novedoso en tanto ha sido una obra pionera en transformar el *comic* en objeto de interés académico.

⁹⁶ Que son, de acuerdo con este autor, el nivel de la trama, el de los medios estilísticos, el de los valores imitativos y el de los valores ideológicos.

globo o *balloon* -signo convencional que significa “manifestación hablada” o “pensada”-, y el signo gráfico utilizado con función sonora de acuerdo a una ampliación de los recursos onomatopéyicos de la lengua (que en muchos casos se tratan de verdaderas onomatopeyas, dotadas de significado en inglés y exportadas a otros países). Por otra parte, afirma que la forma en que se articulan y concatenan los sucesivos encuadres da cuenta de la existencia de una sintaxis específica, es decir, de una serie de leyes de montaje que garantizan una continuidad ideal en la mente del lector a partir de los pocos elementos esenciales representados en el *comic*.⁹⁷ Finalmente, dirá este autor, una de las características estructurales del *comic* es su esquema iterativo, es decir que se trata de un típico mensaje de alta redundancia.⁹⁸

Estos aportes de Umberto Eco a la descripción estructural del lenguaje del *comic* han sido ampliamente visitados, citados y retomados por un amplio grupo de trabajos que se han dedicado a la descripción semiológica del *comic* a partir del marco de la semiología estructural de Saussure que basa su análisis en la existencia de dos signos diversos: el icono y el símbolo.⁹⁹ Así, todos estos abordajes parten de considerar al *comic* como un lenguaje híbrido, compuesto por palabra escrita y dibujo (icono y símbolo), y regido por una serie de convenciones fuertemente estandarizadas a partir de las cuales se pueden expresar movimientos, sonidos, emociones, dimensión temporal, etc. La secuencia narrativa de este lenguaje está constituida según estos estudios por las viñetas o pictogramas, cuya adición y yuxtaposición compone el relato o desarrollo de la trama y que, siguiendo las convenciones de la lectura occidental se leen de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. Finalmente, se ha descrito la composición interna de las viñetas en las cuales intervienen los personajes, los decorados y el lenguaje simbólico. Como ya se presentara a propósito de Eco, uno de los rasgos distintivos del *comic* es la presencia de globos (*balloons*), que sintéticamente se puede describir como un signo compuesto por dos elementos: el *continente* (formado por el cuerpo del globo, generalmente redondo u ovalado, y el “rabillo” que apunta en dirección al emisor del mensaje) y el *contenido* o signos que el continente alberga, que pueden ser tanto textos y/o diálogos entre los personajes como sonidos inarticulados, onomatopeyas e, incluso, signos icónicos que funcionan como metáforas visuales de sustantivos, emociones, acciones, etc. Muchos autores se le han dedicado largas reflexiones a analizar cómo las

⁹⁷ Para una lectura más profunda de este desarrollo ver específicamente el ensayo “Lectura de «Steve Canyon»”, particularmente las páginas 141-160.

⁹⁸ De tal modo que el gusto por el esquema iterativo es, según Eco, ni más ni menos, que el gusto por la redundancia, componente presente en la mayor parte de la narrativa de masas.

⁹⁹ Ver, por ejemplo, Fresnault-Deruelle 1982 [1970], Gasca, 1966, Gubern, 1981 [1972]; Gubern, 1974, Acevedo, 1984 y más recientemente Barbieri 1993 [1991], entre otros.

fronteras entre escritura y dibujo se difuminan dentro del espacio del *balloon* y cómo, además, éste último tiene incluso connotaciones temporales (ver, por ejemplo, Fresnault-Deruelle, 1982 [1970]).

Además de estos desarrollos descriptivos, el *comic* también incentivó dentro de los estudios semiológicos la exploración del tipo de relaciones que guarda el *comic* con otros lenguajes (entendidas fundamentalmente como relaciones de similitud y/o diferencia). Particularmente, se ha hecho un gran hincapié en la relación entre *comic* y cine, pero también se ha abordado su relación con la fotonovela, la literatura (de ahí que una de sus denominaciones sea precisamente “literatura dibujada”) y, en menor medida, con el teatro, la fotografía, la caricatura y la pintura.

La relación entre *comic* y cine ha sido, de lejos, la más explorada, tematizada y discutida. Para empezar, todas las descripciones semiológicas del *comic* han tomado en préstamo muchas categorías del lenguaje técnico del cine para describir y sistematizar una serie de características del *comic*: tipo de encuadre, de angulación, etc. Por otro lado, es frecuente encontrar la hipótesis de que el *comic* es en cierto modo deudor o subsidiario del cine. Sin embargo, también es cierto que otros estudiosos han invertido la ecuación, proponiendo que el *comic* ha sido una importante fuente de inspiración para el desarrollo del primer cine narrativo.¹⁰⁰ Finalmente, algunos autores se han interesado más bien en destacar las diferencias entre ambos lenguajes que en resaltar las similitudes y en subrayar las características estéticas específicas del *comic* (ver por ejemplo Christiansen, 2000). De un modo similar se ha trabajado la relación del *comic* con otros lenguajes, buscando cuánto comparten, en qué se asemejan y en qué se diferencian (ver por ejemplo Gubern, [1972] 1981 y 1974; Barbieri, [1991] 1993; Coma, 1978).

Dentro de este terreno de búsqueda de relaciones de similitud y diferencia entre distintos lenguajes Daniel Barbieri, en una obra más reciente, ofrece un punto de vista original ya que su objetivo no es encontrar las especificidades y las diferencias entre lenguajes ni, mucho menos, establecer las relaciones de deuda e inspiración sino que se propone, más bien, encontrar cuáles son sus puntos de interconexión recíproca. La originalidad de su propuesta radica, por un lado, en considerar los lenguajes no como un medio o instrumento para comunicar algo, sino como *ambientes* que en gran medida determinan lo que *queremos* y lo que *podemos* comunicar (bastardillas del autor) interviniendo,

100 Un ejemplo de esta postura, apuntada por Magnussen y Christiansen, es la obra de Tom Gunning: *D.W. Griffith and the narrator-system*, Michigan, U.M.I., 1986 (Magnussen & Christiansen, 2000: 15).

por tanto, en la formación de las ideas.¹⁰¹ Por otra parte, su originalidad se relaciona con el planteo de que los lenguajes no constituyen mundos separados sino que representan aspectos diversos del ambiente global de la comunicación y están, por lo tanto, en una permanente interacción recíproca. Esto implica que cada lenguaje-ambiente posee, además de sus características específicas, reglas que comparte con algunos e incluso con todos los otros lenguajes-ambiente.¹⁰² En el trasfondo de este planteo prevalece la convicción de que las características que cada lenguaje puede reivindicar como totalmente propias (que en el caso del *comic* posiblemente sea el *balloon*) son en sí mismas insignificantes en comparación con las particulares formas en que cada lenguaje conjuga y articula los elementos -ya sean específicos y/o compartidos- (Barbieri, 1993: 15-16).

A partir de lo antedicho, Barbieri establece las relaciones que el lenguaje del *comic* guarda con otros lenguajes y postula que el lenguaje del *comic* nace como derivación de otros lenguajes (*generación*) tales como la ilustración, la caricatura y la literatura ilustrada compartiendo, en consecuencia, muchas de sus características aunque por naturaleza sea muy distinto a cada uno de ellos. Por otra parte, afirma que el *comic* forma parte del lenguaje general de la narrativa, por lo que comparte una serie de características comunes a todos los lenguajes narrativos (*inclusión*),¹⁰³ al tiempo que guarda relaciones de parentesco horizontal (*convergencia*) con algunos lenguajes con los que comparte antepasados comunes (como es el caso de la pintura, la gráfica y la fotografía) o con otros con los que mantiene áreas expresivas en común (como es el caso de la poesía, la música, el teatro y el cine). Finalmente, sostiene que el *comic* guarda una importante relación de *adecuación* con el lenguaje cinematográfico, lo que quiere decir que lo "cita" en su interior, reproduciéndolo, para utilizar sus posibilidades expresivas (Barbieri, 1993:14).

Todos estos avances y líneas de trabajo abiertas por la escuela de la semiología estructural en Europa han sido de algún modo retomados y discutidos por abordajes más recientes inscritos dentro de las corrientes postestructuralistas y postmodernas y los

¹⁰¹ Quienes consideran el lenguaje como un instrumento suponen que primero nos formamos una idea que queremos comunicar, y luego utilizamos el lenguaje para comunicarla. En cambio, desde la perspectiva "ambientalista", se entiende que no existen ideas que no hayan sido formadas dentro de un lenguaje. Por lo tanto, el lenguaje en el que estamos pensando acá y ahora no tiene solamente las características de un instrumento utilizado para transmitir una idea, sino que es precisamente el *ambiente en que nos encontramos* mientras la formamos, de modo tal que el lenguaje *en que* estamos pensando tiene un efecto directo sobre nuestros pensamientos. (Barbieri, 1993: 11-12. Bastardillas en el original).

¹⁰² Barbieri resalta que, incluso, existen zonas fronterizas entre dos o más lenguajes en las cuales se puede jugar con las reglas de ambos. Así, existen lenguajes que son partes de otros, o que constituyen zonas específicas de lenguajes genéricos mientras que otros pueden ser el producto de una separación de lenguajes ya existentes y guardar de este modo relaciones de parentesco tanto con el lenguaje del que se han desprendido como con otros que también se han desprendido de éste (Barbieri, 1993: 11; 13).

¹⁰³ Aunque este aspecto es el que menos le interesa desarrollar en la obra.

estudios de la cultura popular a partir de los cuales el *comic* ha sido también abordado, no ya para develar las estructuras de significado de los productos populares sino, contrariamente, para destacar sus tensiones, contradicciones, disrupciones.¹⁰⁴

Dentro de este grupo de trabajos podemos mencionar, por ejemplo, el de Ole Frahm quien, retomando a Judith Butler y a Gile Deleuze, apunta a cuestionar la estabilidad del signo, propia de la tradición de la semiológica estructuralista clásica para afirmar, contrariamente, que los *comics* son parodias de referencialidad de los signos poniendo al descubierto la contingente relación entre signo y objeto o, lo que es lo mismo, entre signo y realidad (Frahm, 2000: 177). Profundizando en este terreno, Frahm aborda la noción de identidad de los personajes del *comic* para proponer que los mismos tienen una identidad tensionada por una contradicción básica: mientras que, por un lado, esos personajes tienen una identidad que existe sólo en su repetición material, por otro lado, aunque el personaje se llame del mismo modo y aparezca repetido viñeta tras viñeta no es siempre el mismo. Siendo siempre otro, dirá el autor, el personaje debe ser repetido para preservar su continuidad.¹⁰⁵ De este modo, concluye el autor, uno podría leer las diferentes repeticiones que se dan en el *comic*, por el motivo de que cada una es diferente, como la confirmación de un objeto común de referencia o como trasgresiones a la referencialidad: la lectura del *comic* siempre trabaja en ambos sentidos. Y es paradójicamente esta simultaneidad entre repetición estabilizante y repetición desestabilizadora lo que las parodias y los *comics* tienen en común. En otros términos, la ambivalencia de la constelación de signos en el *comic* crea y al mismo tiempo frustra el deseo de identidad produciéndose siempre una disonancia paródica (Frahm, 2000: 189).

Así, la mirada posiblemente más simplista según la cual las discontinuidades propias del género son unificadas en la mente del lector (Eco), son complejizadas y tensionadas por este tipo de abordajes.

Otro ejemplo dentro de este mismo tipo de iniciativas es el trabajo del norteamericano Donald Ault quien retoma, pero intenta superar, el marco estructuralista a partir de la incorporación de las nociones de Imaginario, Real y Simbólico de Lacan para explicar la inestabilidad y las disrupciones que se producen en la relación entre los signos del *comic*. De acuerdo con este autor, las imágenes visuales en la página del *comic* invocan el

¹⁰⁴ Ver, por ejemplo, dentro de la tradición anglosajona, la obra de Martin Barker (1989) quien plantea el carácter polisémico del *comic* y desarrolla una metodología y una teoría específicas. En la tradición franco belga ver por ejemplo el pasaje de Fresnault-Deruelle del estructuralismo al post estructuralismo.

¹⁰⁵ De acuerdo con Gilles Deleuze, dice Frahm, se trata de una "máscara" que esconde una identidad no real pero que es en sí misma una identidad (Frahm, 2000: 183).

orden imaginario lacaniano aunque de éste también participan las palabras ya que éstas son visiblemente palpables y funcionan en competencia visual con las imágenes. Por su parte, el orden simbólico se expresa fundamentalmente en la dimensión lingüística del *comic* (sus letras, palabras y sintaxis) aunque de él también participa la red de relaciones entre imágenes a partir de las leyes de sustitución y asociación (o, lo que es lo mismo, de metáfora y metonimia). Finalmente, el orden de lo real se relaciona con los espacios (generalmente blancos pero también negros o de colores) que existen entre las viñetas separándolas y al mismo tiempo enmarcándolas¹⁰⁶ en tanto y en cuanto esos espacios performan la función disruptiva de lo real: no hay nada en ellos pero son ellos los que introducen las discontinuidades en los espacios de representación que permiten a las viñetas afirmarse como fragmentos. Por tanto, esos espacios son los que estructuran la escena de lectura y permiten el cumplimiento de las funciones simbólicas (metáfora y metonimia) e imaginaria (visuales) (Ault, 2000: 124-125).

Estas breves reseñas muestran que la preocupación por el lenguaje del *comic*, el estudio de sus signos y el establecimiento de las relaciones entre los mismos es una línea de investigación que, lejos de agotarse, continúa y se ha resignificado y reorientado a partir de nuevos marcos y perspectivas de estudio.

Pero más allá del lenguaje, los signos y la estructura semántica que, tal como se ha visto, más que un ámbito de disputas y debates es uno de desarrollos acumulativos y, a la larga, de cambio de los grandes paradigmas de estudio, el tema posiblemente más polémico en los estudios sobre el *comic* es el de los efectos ideológicos que se le han adjudicado. En un mundo dividido por la cortina de hierro, ciertamente estos debates específicos en torno a la historieta se entretujeron con debates más amplios que la excedieron ampliamente.

Una importante y contundente toma de postura en este sentido es la asumida por cierta literatura marxista (por cierto, muy reduccionista) que ha visto en el *comic* un reflejo de la ideología de las clases dominantes y, por tanto, un arma de adoctrinamiento burgués. En el ámbito latinoamericano, a la luz de la revolución cubana y de la experiencia del Frente Popular en Chile, algunas de estas discusiones adquirieron un carácter manifiestamente panfletario.

¹⁰⁶ Esos espacios no deben asociarse, advierte Ault, con la expresión o representación de lo real en la definición de éste es, precisamente, aquello que resiste absolutamente la simbolización. Es más bien la función que ellos cumplen la que lleva al autor a determinar que funcionan como lo real en la página del *comic* (Ault, 2000: 125).

Un ejemplo famoso en este sentido es el conocido libro de Ariel Dorfman y Armand Mattelart *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. Publicado a poco más de un año de que la Unidad Popular hubiera asumido el gobierno de Chile, la obra adquirió un carácter político en un momento de grandes debates y confrontaciones entre la izquierda y la derecha del país.¹⁰⁷ Más allá del ámbito específico en el cual fue escrita, la repercusión de esta obra ha trascendido ampliamente el espacio nacional e incluso latinoamericano para convertirse en un hito en las discusiones y referencias sobre el tema.

Apelando a una versión en extremo simplista y maniquea de la metáfora marxista de la estructura y la superestructura, estos autores sostienen la tesis de que los medios de comunicación (entre los cuales se incluyen los *comics*) constituyen uno de los canales más importantes para la reproducción de la ideología dominante en tanto que la clase que es dueña de los medios de producción también lo es del “modo de producir las ideas, los sentimientos, las instituciones, en una palabra, el sentido del mundo” (Dorfman y Mattelart, 2002 [1972]: 152). Desde esta perspectiva, las ideas transmitidas por la tira creada por Disney (cuya gran difusión mundial es un dato del sentido común) conforman una “superestructura de valores, ideas y juicios que corresponden a las formas en que una sociedad post-industrial debe representarse su propia existencia para poder consumir inocentemente su traumático tiempo histórico” (*Ibid.*, 153). En otros términos, Dorfman y Mattelart postulan que las ideas de Disney resultan producciones materiales de una sociedad que ha alcanzado un determinado desarrollo de sus fuerzas productiva y conforman, por tanto, una “superestructura de valores, ideas y juicios que corresponden a las formas en que una sociedad post-industrial debe representarse su propia existencia para poder consumir inocentemente su traumático tiempo histórico” (*Ibid.*, 153).¹⁰⁸

¹⁰⁷ Como apunta Héctor Schmucler en el prólogo a la edición argentina (escrito, también, en un lenguaje claramente setentista), en el contexto del “enfrentamiento de clases” en el que vivía en ese entonces la sociedad chilena, y en donde toda transformación inevitablemente traería una tensión en el conjunto de la estructura existente, “la aparición de un estudio sobre el Pato Donald y la línea de personajes producidos por Dinsey, [vino] a perturbar una región postulada como indiscutible; algo así como querer analizar críticamente la belleza de un atardecer”. Aparentemente, la aparición de la obra tuvo una amplia repercusión en la prensa. Los diarios de la derecha chilena incorporaron sus comentarios sobre esta obra no en las secciones sobre bibliografía sino en las páginas sobre política. La repercusión de la obra tuvo, incluso, alcances mundiales cuando la Associated Press difundió un cable por todo el mundo. Siguiendo a Schmucler en este prólogo, la cuestión derivó, por ejemplo, en que el diario de mayor tiraje en Francia, la *France Soire*, titulara en la primera plana “El pato Donald contra Allende”. Schmucler en Dorfman y Mattelart, 2002 [1972]: 3-4.

¹⁰⁸ Aunque en este sentido no se detiene a pensar qué quiere decir progresismo y se pelea con éste en tanto descubre y reconfirma, en cada párrafo, que el progresismo no es sinónimo de revolución cuando, claro está, nunca lo fue ni tendría por qué haberlo sido. Precisamente, Hernández debería haber

Dada esta tesis, los objetivos de Dorfman y Mattelart son, por tanto, develar los mecanismos específicos por medio de los cuales la ideología burguesa se reproduce a través de los personajes de Disney, entre los cuales el pato Donald aparece como el representante paradigmático del *American Dream of Life*.¹⁰⁹ Tras estas hipótesis se hallan, claramente, no sólo las preocupaciones por los mecanismos de reproducción de la sociedad burguesa sino, además, sobre los canales y circuitos de penetración o, como apunta el título, “colonización” norteamericana de Latinoamérica.¹¹⁰

Más allá de la simpleza y vulgaridad de estos razonamientos, si pensáramos por unos instantes que efectivamente el *comic* es un medio para la difusión y reproducción de la ideología dominante, la pregunta que se impone es qué pasa entonces con la función del género dentro de regímenes comunistas o socialistas. En efecto, existe un grupo de trabajos que se ha abocado a indagar el rol jugado por las historietas durante, por ejemplo, la revolución cultural del Mao, la Cuba de Fidel Castro y la Nicaragua sandinista.¹¹¹

Esta postura manifiestamente militante y más proclive a la arenga ideológica que al estudio del género no ha sido la única que ha adquirido relevancia y difusión en las discusiones sobre los efectos ideológicos del *comic*. En el ya comentado *Apocalípticos o Integrados* de Umberto Eco se cuestiona si la saturación de los varios mensajes que reciben los consumidores a través de diversos canales comerciales pueden imponer o no determinados modelos y valores y, por tanto, servir como medio eficaz para estabilizar o cuestionar el orden existente y, más específicamente, se propone descifrar la carga ideológica del *comic*.

El minucioso análisis de los once primeros encuadres de la tira de Steve llevan a Eco a la conclusión de que en los mismos se despliega una declaración ideológica relativa a un determinado universo de valores que hacen al llamado *American Way of Life*, de modo tal

comenzado por descubrir que el progresismo se describe, probablemente, por aquellas características que él utiliza para criticarlo: algo que cuestiona pero sin poner en jaque el *statu quo*.

¹⁰⁹ Las mismas ideas fueron continuadas por Dorfman y Jofré en *Supermán y sus amigos del alma* (1974), y más tarde por Dorfman en *Patos, elefantes y héroes* (1985), en donde el acento está puesto en la penetración ideológica de las capas más jóvenes de la población del Tercer Mundo

¹¹⁰ Más allá de la gran repercusión de esta obra en innumerables trabajos, algunas críticas específicas, por ejemplo, en Martin Barker (1989), donde se cuestiona que Dorfman y Mattelart confieren al *comic* de Disney sentidos que no están presentes en el mismo y en Merino (2003), donde la autora se lamenta de que los autores de *Para leer al Pato Donald* no hayan advertido la posibilidad de pensar el *comic* autóctono como un aparato de representación de una cultura autónoma y, por lo tanto, hayan ignorado la riqueza de las producciones historietísticas chilenas.

¹¹¹ Ver, por ejemplo, Pérez Yglesias (1985), quien plantea que las historietas jugaron un importante rol como medio de alfabetización revolucionaria durante la revolución cultural de Mao, así como en el Chile de Allende y en la Nicaragua sandinista. Ver también en esta misma línea Nomes, 1974 y para el caso chino Roux, 1971.

que el personaje central y su historia se erigen como un modelo de vida para el lector medio. De este modo, su lectura sugiere la idea de un género fuertemente mitificado, en donde se despliega un repertorio mitológico “claramente instituido desde lo alto, creado por una industria periodística” que “funciona según toda una dinámica de persuasión oculta, presuponiendo en el receptor una postura de evasión que estimula de inmediato las veleidades paternalistas de los organizadores” de modo tal que “los *comics*, en su mayoría, reflejan la implícita pedagogía de un sistema y funcionan como refuerzo de los mitos y valores vigentes” (Eco, [1965] 2001: 123, 257).¹¹²

Apuntando a la misma hipótesis Eco presenta el mito de *Superman* como un ejemplo de “pedagogía paternalista” propia de una sociedad habitada por individuos “heterodirigidos”, esto es, hombres a los cuales se les sugiere constantemente, y mediante distintos canales (televisión, publicidad, campañas de persuasión y también *comic*) aquello que deben desear y cómo obtenerlo, de modo de evitarles proyectar sus vidas “arriesgada” y “responsablemente”. En otros términos, para Eco *Superman* representa uno de los tantos instrumentos pedagógicos destinados a deshabituarse al hombre de la idea de proyecto auto responsable. Por otra parte, los valores ideológicos sostenidos en esa historieta, asociados al “bien”, la “moral” y el “civismo”, no son otra cosa que el respeto y defensa del orden vigente. En todo caso, si los superpoderes de *Superman* son de tal índole que alcanzarían para alterar el orden planetario, redistribuir las riquezas y cambiar las condiciones sociales y ecológicas del planeta, la profesión del “bien” en esta historieta se limitan al respeto y defensa de la propiedad privada, a la caridad y a la sujeción a las fuerzas del orden y la ley (*Ibid.*, pp. 240-1; 253-4).¹¹³

Hasta acá podríamos pensar que, de un modo ciertamente mucho más serio y refinado, Eco llega a conclusiones similares a las de Dorfman Mattelart en el sentido de que expone la visión clásica marxista según la cual la cultura popular es un reflejo de la ideología de las clases dominantes. Sin embargo, esta contundente conclusión no lleva a Eco a extrapolar sus alcances a todos los productos del género en tanto afirma que en el *comic* es igualmente posible identificar una declaración ideológica fundada en la protesta y la oposición, en el ideal de transformación y cuestionamiento al orden establecido. En otros

¹¹² La impresionante eficacia persuasiva de esta “literatura de masas” es ejemplificada por Eco a partir de una serie de anécdotas de “histeria colectiva” ocurridas a propósito del desarrollo de la trama de las tiras de Milton Caniff durante la Segunda Guerra. (Para algunos detalles sobre los avatares de este *comic*, ver más adelante la parte de historia). Según Eco, en estas anécdotas de histeria generalizada la “comunidad de fieles” entra en una crisis psicológica “porque la imagen revestía una función demasiado importante para el equilibrio psíquico de los individuos” (*Ibid.*: 165; 225).

¹¹³ Para profundizar en el análisis de Eco sobre estos temas y sobre la historieta de Superman ver específicamente el ensayo “El mito de *Superman*”.

términos, y si bien la mayoría de los *comic* no han demostrado otra cosa más que la adhesión y la difusión de los valores conservadores predominantes, parece “imaginable, y demostrable”, dice Eco, “la perspectiva de una historieta que, haciendo uso de los mismos elementos de comunicación, exprese una visión distinta” (*Ibid.*, 160; 165-6).¹¹⁴ Y el ejemplo que el autor elige para ejemplificar esta idea lo constituye la famosa tira Schulz, *Peanuts* también conocida como “El mundo de Charlie Brown”, a la que Eco dedica el mencionado ensayo.

En estas nuevas formulaciones puede apreciarse cómo entran en colisión algunas ideas del autor dejando paso a perspectivas de análisis que, como se verá, anticipan de algún modo los nuevos aportes que se van a dar de la mano de los estudios culturales y la perspectiva postmoderna y postestructuralista.

En suma, las conclusiones que se desprenden de estos ensayos de Eco no son, en todo caso, ni “apocalípticas” ni “integradas”. Porque si bien se observa una clara adscripción a ciertas ideas propias de algunos marxismos que ven en la cultura popular el mero reflejo de las clases dominantes, sus sugerencias a propósito de *Peanuts* abren las puertas para otros abordajes del género despojados de esos prejuicios y proclives a considerar determinados productos masivos y populares como verdaderas creaciones poéticas.

Desde otras perspectivas, se ha visto en el *comic* un potencial medio para el ejercicio crítico y/o para la alfabetización revolucionaria en sociedades capitalistas. Es decir que lejos de ser un arma en manos de los grupos dominantes, ha sido vista como una herramienta para la lucha y la transformación social.¹¹⁵ Un ejemplo en este sentido lo constituye el planteo de Carlos Monsiváis quien retomando en parte los argumentos de Dorfman-Mattelart y Hernández al denunciar que el género ha sido utilizado por el gobierno

¹¹⁴ En cuanto al “Mundo de Charlie Brown”, dice Eco: “desde que el mundo es mundo, artes mayores y artes menores han podido prosperar casi siempre en el ámbito de sistema dado que permitía al artista cierto margen de autonomía a cambio de cierto grado de sumisión a los valores establecidos: y que, con todo, en el interior de estos varios circuitos de producción y de consumo se han visto surgir artistas que, valiéndose de ocasiones concedidas a todos los demás, lograron transformar profundamente el modo de sentir de sus consumidores desarrollando, en el interior del sistema, una función crítica y liberadora. Como siempre, es cuestión de genialidad individual, de saber elaborar un discurso lo suficientemente límpido, incisivo y eficaz para lograr el dominio de todas las condiciones dentro de las que, por la fuerza de las cosas, se mueve”. (*Ibid.*, 258-259). Para profundizar las ideas de Eco respecto de *Peanuts*, ver específicamente el ensayo “El mundo de Charlie Brown”.

¹¹⁵ Es interesante mencionar como ejemplo de este tipo de producciones la obra de Rius (1980) titulada, *La trukulenta historia del capitalismo*, Bogotá (inspirada en Annika Elmquist, Gittan Jönsson, Ann Mari Langemar y Pal Rydberg, “Histoire Bogen”, Demos, Suecia), obra destinada a público escolar y cuyo propósito es acercar a los niños al estudio del surgimiento del capitalismo en clave marxista (inspirada en Annika Elmquist, Gittan Jönsson, Ann Mari Langemar y Pal Rydberg, “Histoire Bogen”, Demos, Suecia).

norteamericano con fines de adoctrinamiento político, reconoce, sin embargo, que el *comic* tiene una potencial capacidad pedagógica para la causa revolucionaria. En este sentido, Monsiváis rescata, a pesar de su fracaso, a “Juan Pueblo”, experimento mexicano de *comic* de izquierda, cuyo héroe luchaba contra los capitalistas y explicaba a los obreros el significado de la plusvalía (Monsiváis, 1965: 10).

Una forma de superar esta dicotomía entre *comic* como herramienta de dominación y *comic* como arma revolucionaria ha sido el intento de distinguir, retomando de alguna manera la mirada más amplia de Monsiváis, entre “historietas tradicionales” e “historietas críticas”. De un modo similar, María Pérez Yglesias ha reconocido el potencial amplio del género historietístico y ha propuesto entonces diferenciar sus funciones a partir dos categorías “historietas tradicionales” e “historietas críticas”, siendo las primeras aquellas que sirven para la reproducción del sistema dominante y las segundas las que constituyen un medio de cultura con potenciales virtudes para el ejercicio de la crítica y eventualmente para el impulso del cambio social (Pérez Yglesias, 1985).

Este tipo de inquietudes, que fueron características de un período determinado de la historia universal previo a la caída del Muro de Berlín y a la disolución de la Unión Soviética siguen teniendo, sin embargo, algunas repercusiones o impactos en producciones más actuales. En este sentido cabe mencionar, por ejemplo, la obra del investigador norteamericano Jeff Williams quien, refinando los abordajes más simplistas y maniqueos mencionados más arriba, y retomando las categorías gramscianas de hegemonía, contra hegemonía, reproducción y reificación, así como la preocupación por el carácter subversivo o hegemónico del *comic* y llega a la conclusión de que si bien los *comics* sirven, en su gran mayoría, a la reproducción de la hegemonía, existen algunos ejemplos aislados de *comics* subversivos (Williams, 1994).¹¹⁶

Como sea, parece posible afirmar que la mayoría de estos trabajos, con la excepción de algunos aspectos de la obra de Umberto Eco, están pensando los efectos del *comic* en términos de sus postulados o contenidos explícitos con lo cual los alcances de la discusión se reducen bastante y, por otro lado, afectan al *comic* tanto como a cualquier otro tipo de discurso difundido por los canales de la comunicación de masas. Por otra parte, puede

¹¹⁶ A esta conclusión arriba luego de haber establecido una tipología de siete categorías para diferenciar los *comics* de acuerdo a su potencial subversivo y que dan cuenta de un *continuum* desde el *comic* no subversivo hasta el *comic* subversivo y luego de haber realizado, a partir de esas categorías, el estudio de siete títulos norteamericanos. Si bien su trabajo demuestra un esfuerzo por cierto mucho más rico y complejo que el de Pérez Yglesias por sistematizar y categorizar distintas funciones del *comic*, comparte con todos los trabajos anteriormente mencionados el realizar un abordaje a partir de considerar exclusivamente los contenidos manifiestos del *comic*.

posibles, cuyo control no está en manos del investigador y que, eventualmente, son abordables únicamente en términos de investigación empírica (Eco, 1965: 173-174, 178).

Como puede apreciarse, estas formulaciones tienen un correlato en discusiones más abarcativas que se estaban desarrollando en el ámbito de los estudios culturales en donde se ha puesto en tela de juicio la idea del consumidor pasivo y sujetado, distanciado de toda actividad creativa y asociado a las nociones de alienación y/o manipulación de los sectores populares por parte de las elites ilustradas (o, en su otra versión, por vanguardias político-ideológicas) para dar cabida a la idea de la polisemia e indeterminación de los mensajes (y entre ellos del *comic*), a la existencia de diversas modalidades de fruición, a una noción anti-sustancialista del sentido de los mensajes –que más que un dado se considera el producto de un encuentro entre producto y consumidor-, de un consumo creativo y a diversas formas de interpenetración y mestizaje entre la cultura popular y la cultura “cult”, de la idea de luchas por los significados, etc.

Como ejemplo de estos nuevos desarrollos puede mencionarse la obra de Christ Murray, quien en “*Popaganda: Superhero comics and propaganda in World War Two*” aborda la relación entre los textos oficiales y los populares en el contexto del ingreso de Estados Unidos a la Segunda Guerra Mundial y de la necesidad del gobierno Franklin Roosevelt de encontrar medios apropiados para informar y al mismo alentar a las tropas y motivar a la población a favor del ingreso a la guerra.¹¹⁹ Murray argumenta que las fronteras entre los textos populares y los oficiales son inestables y propone considerar la cultura popular y la propaganda oficial no como dos elementos separados que interactúan entre sí sino como un mismo tipo de discurso que él denomina *popaganda*. Murray aborda la familiaridad que existe entre la estética y las estrategias discursivas de los anuncios oficiales (carteles) de los tiempos de la guerra con las tapas de algunos *comics* famosos de la época (“*Captain America*”, “*Action Comics*”, etc.) de la segunda posguerra. Asimismo, plantea que la *popaganda* define en gran parte su tono y su posición política en los primeros superhéroes (Superman, *Wonder Woman*) que son vistos como una forma de expresión de la mitología americana de la época de la guerra. En este sentido, afirma que los mitos que aparecen en los *comics* no son creados por los *comics* sino que son mitos colectivos que circulan en distintos ámbitos de la cultura (Murray, 2000: 154).

¹¹⁹ Medios que encuentra, precisamente, en géneros populares que habían demostrado ser ampliamente aceptados por el público: el cine de Hollywood, los dibujos animados (*cartoons*), los *comics* y los carteles.

Otro ejemplo de estos nuevos abordajes, que nos retrotrae al ámbito del *comic* hispánico (España, Cuba, México y Argentina), es el presentado por Ana Merino, quien se propone trabajar el *comic* autóctono como un espacio de identidad y representación que, sin embargo, establece diálogos con influencias exteriores y, particularmente en el caso de los ejemplos trabajados, con el cómic norteamericano. Retomando las viejas discusiones sobre los efectos sociales del *comic* y recogiendo las tradiciones teóricas de Althusser y Gramsci, en esta obra Merino va a sostener que los *comics* de cada país pueden ser pensados como espacios de tensión, resistencia y sumisión en el contexto autóctono de acuerdo con la situación sociopolítica y los discursos narrativos que el cómic fabrica así como de su fragilidad como medio masivo que lo convierte frecuentemente en un medio controlado por las élites. La tesis central de esta autora afirma que los *comics* son un factor cultural capaz de representar la modernidad masiva y popular del siglo XX. “En un espacio de mitos letrados que tratan de fundar valores absolutos, los *comics* son páginas contradictorias de héroes frágiles que no aspiran a llenar las estanterías de las bibliotecas ni a pasar a los anales de la historia, aunque estén impresos en el mismo papel que los libros y los periódicos” (Merino, 2003: 9).¹²⁰

Por último, a Merino le interesa pensar el género como un espacio de legitimación de un saber masivo y popular que, al no ser reconocido como espacio de conocimiento por la cultura letrada, ha permanecido marginal y periférico.¹²¹

Finalmente, y más allá de estos grandes ejes de debate, resta mencionar antes de adentrarnos en las producciones realizadas en el ámbito local la existencia de una vasta producción de trabajos académicos y no académicos que dan cuenta de la historia del género (a veces en forma conjunta y a veces discriminando el humor gráfico y la historieta) en diversos ámbitos nacionales de los cuales, por otra parte, los dos autores mencionados son un buen ejemplo.¹²²

¹²⁰ Al centrar su mirada en los *comics* hispánicos, esta tesis la lleva a revisar el concepto de *modernidad periférica* planteado, entre otros, por Beatriz Sarlo.

¹²¹ De aquí que, para Merino, los *comics* constituyan un preanuncio de la postmodernidad en tanto y en cuanto tienen dimensiones narrativas que anuncian la descomposición de los grandes relatos. *Ibid.*: 9-10.

¹²² Uno de los casos más conocidos es probablemente el norteamericano debido a que fue en ese país en donde el *comic* surgió como género masivo y popular por lo que casi todos los trabajos que hacen una referencia general al *comic* suelen dedicar algún capítulo a referenciar la historia de género en Estados Unidos. Ver, por ejemplo, Masotta, [1970] 1982; Coma, 1978; Gasca, 1966; Gubern, [1972] 1981; Gubern, 1974; Steimberg, 1977, etc. así como abordajes específicos tales como Murray, 2000 y Davidson, Davidson, [1976] 1982, entre otros. Una obra general que aborda los casos ruso, italiano, japonés, británico, español y también argentino es la obra de Scolari (1999) que dedica secciones específicas para analizar la producción historietística en esos países durante los años '80. Para estudios específicos sobre la historieta española se puede ver, por ejemplo, Martín, 1978; Vázquez de la Parga, 1980; Martín, 2002. Para el caso de la historia del género en países latinoamericanos hay varios artículos,

2. Los estudios sobre el género en la Argentina

Si bien, como ha podido apreciarse, es posible aunque no sencillo, desagregar los estudios del humor gráfico en aquellos orientados al *comic* y los dedicados al *cartoon*, lo cierto es que en la Argentina tal diferenciación no es tan frecuente o no lo es al menos en lo que respecta a los estudios empíricos o a las antologías históricas. De este modo, si bien como se verá, existe un conjunto de trabajos asociados a los estudios semiológicos o a la crítica ideológica que en los años sesenta y los primeros setentas abordaron la historieta como género específico, en otro tipo de trabajos es muy frecuente encontrar el “humor” y la “historieta” de forma conjunta cuando no indiscriminada.¹²³ Por otra parte, como se verá, existe un amplio conjunto de trabajos e investigaciones que abordan como objeto de estudio publicaciones específicas (*Caras y Caretas*, *Don Quijote*, *Tía Vicenta*, *Humor*, *Fierro*, etc.) que incluyen en su interior la historieta, el *cartoon* y la caricatura. Por estos motivos, en lo que sigue se tomarán los géneros en forma separada o conjunta en la medida en que una u otra opción sean las más pertinentes para dar cuenta de las producciones del campo de estudios.

2.1. La historieta como objeto de estudio académico y de polémica ideológica. La semiología estructural y la crítica marxista

Al igual que los grandes trazos delineados más arriba, en la Argentina se dio, hacia fines de los años sesenta y principios de los setenta, un período de interés entusiasta por considerar a la historieta como un medio legítimo de estudios.

De modo similar a lo ocurrido en el mundo europeo, en la Argentina se organizaron varias bienales de historieta y humor gráfico (la más primera de las cuales se llevó a cabo en año 1968) y se intentó, incluso, llevar adelante un emprendimiento editorial destinado no sólo a publicar las mejores historietas no comerciales sino, también, ha hacer circular ensayos y reflexiones eruditos sobre el género. Impulsado por Oscar Masotta, y

de calidad diversa, referidos a Cuba, Chile, Colombia, Perú, México, Brasil, Argentina, etc. en los diversos números de la *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la historieta* publicada por la editorial Pablo de la Torriente de La Habana, Cuba, revista que comenzó a salir en abril de 2001. Para el caso específico de Cuba, puede también leerse AA.VV., 1992 y Avilés, 1989 y para el mexicano puede incorporarse, asimismo, Merino, 2001. Ver también Torres, 2003 para una historia del humor gráfico en Venezuela, De Holanda Cavalcanti, 2005 para el caso brasilero y Orzuj, 2006 para una historia del humor gráfico en el Uruguay. Un interesante estudio sobre el *comic* hispánico, que abarca el caso español, cubano, mexicano y argentino es el mencionado libro de Ana Merino (2003).

¹²³ Esta es la forma más habitual que muchos trabajos han elegido para distinguir el *cartoon* del *comic* y la historieta que puede prestarse a equívoco ya que algunas historietas pueden ser humorísticas. Otras veces se elige trabajar, por ejemplo, el “humor político” incluyendo en el género no sólo el *cartoon*, historietas, caricaturas y/o publicaciones específicas sino también humor televisivo, escrito, radial, etc.

con el nombre de *L.D. (Literatura Dibujada)*, este emprendimiento tuvo, sin embargo, muy corta vida y sólo llegaron a salir tres números de esta ya mítica iniciativa.¹²⁴

Por otra parte, la Argentina no fue ajena a los grandes temas de debate y a las influencias de diversas corrientes que, en distintos lados del mundo, caracterizaron los trabajos sobre el género. De este modo, a nivel local se sintieron los coletazos de los estudios semiológicos como así también de los ensayos inscritos de algún modo dentro del marxismo vulgar que abordaron el género más bien para utilizarlo como medio de denuncia de la penetración ideológica del capitalismo y la alienación. Y todo esto se dio en el marco de un clima de gran movilización política y social y de extendidas discusiones sobre la cultura y los vínculos entre la cultura de elite y la cultura de los sectores populares.

Para empezar, y dentro de la línea de abordaje enarbolada por Dorfman-Mattelart, vale la pena citar la obra de Pablo Hernández, *Para leer a Mafalda* (1975) que ya, desde el propio título, cita y emula el clásico *Para leer al Pato Donald*.¹²⁵ Abrevando no sólo en el marxismo más vulgar sino también en algunas obras del revisionismo de izquierda de matriz peronista, Hernández se dispone a leer “críticamente” a Mafalda para rebatir la tan corriente idea de que la tira de Quino es un producto que remite al pensamiento progresista. Para Hernández, el personaje de Mafalda es individualista, idealista y, al igual que el pato Donald y su familia, tiene aberración por el trabajo. Esta obra, más que un somero análisis de la tira de Quino, es una clara reiteración de algunos postulados de la izquierda peronista (apuntalados incluso con importantes citas y referencias a Jauretche, Hernández Arregui, Eduardo Luis Duhalde e incluso a las palabras del propio Perón) que reproducen las herramientas para comprender la “verdad” de la historia, de la explotación de clases y del imperialismo “yanqui”. Se trata de un panfleto, pobre en el análisis de la tira y nulo en la capacidad de sistematizar y conceptualizar, que no aporta demasiado más que la vocación inicial, verdaderamente interesante, de poner en entre dicho el supuesto progresismo de Mafalda.

¹²⁴ *Literatura Dibujada* apareció en noviembre de 1968, justos después de Primera Bienal Mundial de la Historieta (organizada por Oscar Masotta y David Lipszyc y realizada en el Instituto Di Tella en el año 1968) y sale hasta enero de 1969. LD tenía un carácter eminentemente enciclopédico: rescatar lo mejor de la historieta mundial. De este modo, publicó algún episodio de “Dick Tracy” (Chester Gould), “Valentina” (Guido Crepax) y “El rey petiso” (Slogow) entre otros. En cuanto a las historietas nacionales, sólo publicó el ya clásico en ese entonces “Mort Cinder” (Oesterheld y Breccia). “LD no reflejaba a la historieta que se hacía en el momento sino que tenía fama de museo, donde sólo se rescatan los momentos esenciales, las cosas que el tiempo no se permitió aniquilar”. (De Santis, 1992: 100).

¹²⁵ Sin embargo, es interesante apuntar que sus críticas no hacen ningún tipo de salvagedad o aclaración acerca de cómo funcionan esas hipótesis elaboradas a propósito de la importación de una tira norteamericana en el caso de una tira producida y consumida localmente.

Escrito desde la línea del peronismo nacionalista de izquierda, una de sus principales hipótesis es que "Mafalda no es una tira progresista [sino que], por el contrario, sus críticas se realizan dentro del límite tolerado por el sistema y no sólo no cuestionándolo, sino ayudando a mantener con sus tímidos comentarios la farsa conocida comúnmente como 'libertad de prensa'" (Hernández, 1975: 13). En otros términos, "Mafalda posee la ideología que los amos yanquis pretenden que posea. Es en este sentido que debe ser irremediablemente sentenciada". Sin embargo, a pesar del discurso panfletario y confrontativo, los objetivos políticos inmediatos de Hernández (que, ciertamente, ya están prácticamente derrotados aunque a él esto no se le haya hecho evidente todavía) lo llevan a matizar las conclusiones prácticas de su tesis y esto se aprecia cuando afirma que, "con respecto a la clase social a la que pertenece Mafalda (...) es lógico suponer que al menos importantes sectores de ésta se irán sumando, como algunos ya lo han hecho, al proceso de liberación nacional y social que desde hace más de un siglo viene desarrollando el pueblo argentino. Cuando éste se halle triunfador, Mafalda será sólo un recuerdo negativo. Mientras tanto, debemos enfrentarla por ser una variante más de la colonización pedagógica" (Hernández, 1975: 110).

Conclusiones similares a las de Hernández y, por tanto, a las de Dorfman y Mattelart acerca de la función del *comic*, aunque con un nivel de profundidad, sofisticación y sutileza incomparable, fueron presentados por Oscar Steimberg en una primera etapa de su producción. En efecto, en un famoso ensayo sobre Patoruzú, Steimberg consideraba al género historietístico como un "aparato ideológico" encargado de transportar mensajes ideológicos que lo trascienden y que producen regulaciones sociales (Steimberg, 1977: 10). Sin embargo, tiempo después Steimberg va a proponer otra mirada mucho más rica, profunda y compleja sobre las vinculaciones entre historieta e ideología.

Esta línea de pensamiento, que abracó pero excedió ampliamente las preocupaciones por el *comic*, se dio en forma paralela con la producción de otros trabajos, mucho más serios, que se desarrollaron en el ámbito académico argentino y, más precisamente, en los estudios semiológicos. En este sentido, es de destacar que los avances observables en este campo han tenido un importante impacto no tanto por la cantidad de obras producidas sino fundamentalmente por la naturaleza y profundidad de esos aportes. Los estudios más serios sobre el género que se produjeron dentro de este campo hacia fines de los años sesenta y los primeros setenta fueron los de Oscar Masotta y Oscar Steimberg quienes enriquecieron sus reflexiones y aportes semiológicos sobre el *comic* a

partir de los aportes del psicoanálisis (en el caso de Masotta), del estructuralismo y de versiones más serias y sofisticadas del marxismo.

Por otra parte, y embebidos en lo que se ha dado en llamar “segunda semiología”,¹²⁶ ambos autores estuvieron fuertemente preocupados por la cuestión de lo ideológico en el *comic* abandonando los análisis “contenidistas”, que enfocaban su mirada crítica en el contenido explícito de los *comics* advirtiendo que lo ideológico debía buscarse, en cambio, en el efecto de sentido producido por la estructura narrativa del mismo.

En este último aspecto ambos estudiosos recibieron los estímulos y formulaciones de Eliseo Verón, con quien compartieron muchos espacios de producción y discusión. Verón, por ese entonces formuló sus tesis sobre lo ideológico que, como se verá enseguida, influyeron ampliamente en las obras de estos autores, particularmente en las de Steimberg.¹²⁷

Sintéticamente, de acuerdo con Verón la ideología no es un tipo particular de mensaje o una clase de discurso, sino que es uno de los niveles de organización de los mensajes, desde el punto de vista de sus propiedades semánticas, que impregna todo el campo de la comunicación y que determina en forma natural y espontánea –y, por lo mismo, alejada de la conciencia– las representaciones de lo social que tienen los actores. En otros términos, la ideología no es para Verón un cuerpo de proposiciones sino un sistema de reglas semánticas que expresa un determinado nivel de organización de los mensajes, lo cual implica, por un lado, que la ideología es un nivel de significación que puede estar presente en cualquier tipo de mensaje, incluso en los mensajes científicos y, por otro lado, supone que cualquier material de la comunicación social es susceptible de una lectura ideológica. De acuerdo con su planteo, en parte deudor del Barthes de *Mitologías*, la información ideológica no se comunica sino que se meta comunica, operando por connotación y no por denotación. En relación con las discusiones en torno a los efectos ideológicos del *comic*, lo interesante es que Verón concluye que la clave para comprender cómo los mensajes controlan la conducta se encuentra en la organización de los mismos, y no en su contenido explícito y que, el carácter ideológico de los mensajes no es necesariamente producto de una “intencionalidad” o voluntad de ocultamiento o disimulación, como lo proponen los estudios clásicos sobre la ideología (Verón, [1971]

¹²⁶ Se trata de un cambio metodológico y en la definición de objeto experimentado por la semiología que, abandonando el típico estudio de los códigos tendió a convertir la disciplina en una “teoría de las operaciones de producción de sentido” (Verón, 1974 en Steimberg, 1977:135).

¹²⁷ Ciertamente, Oscar Steimberg ha sido discípulo de Masotta y Verón quienes en ese entonces formaron mucha gente y crearon muchos grupos de estudio, reflexión y producción.

1984: 141-142). Este cambio de enfoque, como se verá, fue muy productivo en los trabajos tanto de Masotta como de Steimberg.

Veamos ahora cuáles son los principales aportes de Masotta. Retomando algunas de las preocupaciones y perspectivas de análisis de Umberto Eco, y desde una mirada estructuralista, en donde la semiología dialoga permanente con el psicoanálisis, Oscar Masotta se pregunta, en “Reflexiones presemiológicas sobre la historieta: el esquematismo” por lo que hoy llamaríamos condiciones de recepción de la historieta.

Una de las novedades que introduce este trabajo es la noción de *esquematismo*, propiedad que constituye el paradigma de la presentación visual del género y que determina el primer grupo de reglas sencillas que es preciso cumplir para leer una tira. Ese sencillismo o esquematismo, dice Masotta, se asocia con una característica propia de los signos generados por el género, que consiste en que esos signos exhiben en sí mismos la evidencia del “lado palpable” que los constituye. En otros términos, la historieta tematiza permanentemente sus propias condiciones materiales, proponiendo un “código esquemático de entrada al mensaje”.¹²⁸

Otra de las peculiaridades de su abordaje reside en la importancia que le otorga al canal en la constitución del mensaje.¹²⁹ De alguna manera, va a decir Masotta, “el medio es el mensaje” (Masotta, 1976: 200). Esta preocupación por el canal sería un aporte dentro del conjunto de estudios de la lingüística estructuralista, que en su mayoría han tomado el lenguaje verbal aisladamente.

De acuerdo con Masotta, la función del canal es revelar el “espesor material” de las palabras existiendo, por tanto, signos y/o símbolos con diversos espesores de acuerdo con las propiedades y características de los distintos medios de comunicación. Particularmente, en el caso de la historieta los mensajes verbales están mediados por la escritura fonética, lo que produce una cierta distancia del signo original. Y, en relación con esto, Masotta habla de la existencia de un *ocultamiento histórico* de la distancia que separa el lenguaje de la escritura fonética (lo que equivale a decir que el espesor material del signo en la escritura fonética se define por la distancia del signo verbal en la que se constituye). Lo característico de la historieta, en todo caso, es que mientras que la escritura “oculta su distancia con respecto a

¹²⁸ Por ejemplo: adentro del globo = palabras proferidas/ afuera del globo: relato “off”; línea recta = lenguaje normal/ línea sinuosa [o en zig-zag] = lenguaje anormal, etc. (Masotta, 1976: 108, 221).

¹²⁹ Retomando, de alguna manera, la obra de Roland Barthes quien tomaba el diario mismo como canal o, más específicamente, el conjunto de mensajes concurrentes que rodean la fotografía (título, texto, leyenda, etc.).

los signos originales del lenguaje verbal, la historieta los revela, usando sus propios indicadores como indicadores de esa distancia” (Masotta, 1976: 200-207).¹³⁰

De este modo, en la historieta existe una “necesidad de ‘traducir’ un mensaje auditivo que como tal ‘desdibuja’ el espacio relativamente ubicuo de los hechos sonoros y de la comunicación cara a cara” en un nuevo mensaje que debe acomodarse a la trama espacial de la hoja de papel.¹³¹ En otros términos, “la restricción que obliga al dibujante a traducir hechos de series perceptuales distintas en un verdadero paisaje lunar sin sonidos, ruidos ni movimientos, y donde las carencias son convertidas en exageraciones y las imposibilidades en efectos, se halla en los fundamentos de una inteligencia comparativa y de una imaginación del espesor del signo” (Masotta, 1976: 213).¹³²

Estableciendo un fructífero diálogo con Roland Barthes, Masotta sostiene que la historieta comporta dos tipos de mensajes: uno denotado (el *analogon*) y otro connotado, que sería la manera mediante la cual la sociedad da a leer lo que piensa del primero, siendo que, a diferencia de otros lenguajes, los correlatos de esos *analogon* son también ellos mismos el resultado de un vasto sistema de connotación (el ejemplo más claro que ofrece el autor es el de los estereotipos hollywoodenses que son retomados y reinterpretados, o reestereotipados en las historietas). Aun cuando la historieta pueda incorporar historias y personajes reales lo hace, dirá Masotta, “a condición de trocarlos en fantasmas estereotipados”, operación que se realiza sólo a condición de mostrar los pasos recorridos para suscitar esos fantasmas” (Masotta, 1976: 208).¹³³

¹³⁰ En este punto es pertinente destacar que para Masotta el fundamento cómico del *comic* se halla en el hecho de que los símbolos generan en el interior del cuadro (o viñeta), “procesos” que se hallan a la vista. En este sentido, “el humor se revela aquí como una función del canal —esto es, del medio como medio— y no como una cláusula del estilo ni de los temas, aunque estilo y temas puedan volver sobre él y convertirlo en objeto”. Las razones del humor residen, por tanto, en “permitir que el sentido se constituya a partir de la ‘captura’ de lo que permite construirlo. La historieta es un medio ‘inteligente’ y estético al nivel mismo del contacto: hace posible una cierta contemplación de lo que hace posible construir el relato” (*Ibid.*: 212-13).

¹³¹ De todas formas, para Masotta el globo (o *balloon*) no es el rasgo que define una historieta. De acuerdo con su punto de vista, desde que hay una narración mediante secuencia de imágenes dibujadas hay historieta. Así, sostiene, las escenas continuadas de A.B. Frost (contemporáneas a los inicios del cine), sin recuadros ni globos, son ya historietas (*Ibid.*: 207).

¹³² En este punto vale la pena seguir las disquisiciones que hace Masotta acerca de las relaciones entre la historieta y el dadaísmo: aunque en ambos, afirma, existe una táctica analizadora que descompone siempre los mensajes en sus parámetros, la estética dadaísta considera siempre al contexto real como parámetro que debe ser alcanzado por la transformación mientras que la historieta conserva los resultados de sus traducciones en el interior del marco originario. La afinidad estructural viene dada, en todo caso, por una imitación estereotipada y exagerada del acontecimiento en un caso, y por su contextualización en el otro, tratándose, en ambos casos, de descubrir la inherencia de la estructura y del sentido a los parámetros materiales de la constitución.

¹³³ De ahí habría surgido, según Masotta, el interés que la historieta despertó en el arte *pop*, que consistió fundamentalmente en una reflexión sobre la distancia que separa los símbolos de sus orígenes.

Por lo tanto, si las historietas no pueden sino representar estereotipos, o relecturas de estereotipos, nunca nos van a decir que esos estereotipos representen la realidad; en todo caso, nos dirán lo que la sociedad piensa de ella. Volviendo la mirada sobre las discusiones en torno al carácter alienante o subversivo de las historietas, la conclusión a la que llega Masotta es que la historieta constituye un medio paradójico ya que, aún estando “preñado históricamente de un potencial desalienante, sirve como vehículo ideológico” (Masotta, 1976: 208).

Por su parte, y tras abandonar la línea de pensamiento más simplista según la cual el *comic* sería un medio la reproducción de la ideología dominante y abrevando en las hipótesis de Eliseo Verón, Oscar Steimberg va a proponer que lo ideológico es más bien un efecto de la producción discursiva en su conjunto (y no el resultado de afirmaciones explícitas) que puede mantener relaciones de paralelismo pero no de inclusión en otros universos de operaciones de lo ideológico (Steimberg, 1977: 9).¹³⁴ Desde esta nueva perspectiva, la historieta va a aparecer como un material privilegiado para la búsqueda de los modos de producción de la significación, lo cual sucede, dirá Steimberg retomando las ideas centrales de Masotta, debido a la dificultad intrínseca al género para el borramiento de las operaciones de su constitución. De ahí el valor subversivo que Steimberg adjudica a la historieta y que deviene de su “imposibilidad de ocultamiento de sus significantes” (Steimberg, 1977: 137).

Por otra parte, las formulaciones de Steimberg son también tributarias de los planteos de Oscar Masotta en el tratamiento que hace de la historieta humorística y, más específicamente, de aquella historieta humorística que incorpora comentarios sobre la realidad sociopolítica del momento. Este género aparece, de acuerdo con Steimberg, como un tipo de discurso que proporciona a su público modos de conceptualizar lo que tanto la historieta como el público entienden por realidad. Es decir que la historieta no impondría una ideología determinada sino que, contrariamente, propondría a unos “receptores en los cuales esa ideología ya ha sido impuesta, modos de actuar ideológicamente en la producción y recepción de la significación”. Entre la historieta y su público existiría, por tanto, “un acuerdo ideológico básico” fundado en una concepción de lo real (*Ibid.*: 115). De tal modo, lo que Masotta había formulado en términos generales, Steimberg lo circunscribe al ámbito de este subgénero específico.

¹³⁴ Esta línea de pensamiento está desarrollada, fundamentalmente, en ensayo “Lucky Luke: retórica de una intertextualidad” compilado en esa obra.

Finalmente, es de destacar que Steimberg ha incorporado la discusión en torno a la recepción o fruición del *comic*, ciertamente de un modo muy crítico con respecto a aquellas concepciones maniqueas y simplistas que toman al lector como un receptor pasivo. En este sentido sus ideas van por el mismo carril que aquellas comentadas de Umberto Eco. En efecto, Steimberg propone que existen tres placeres específicos relacionados con la lectura del *comic*: el placer de leer en dibujos; el placer (no privativo de la historieta sino de toda narración con personajes central de tipo positivo planteada para grandes públicos) de encontrar una fuga ilusoria compartiendo las aventuras de los héroes y superhéroes¹³⁵; y el placer de escuchar cuentos.

Hasta aquí los principales aportes teórico-conceptuales y discusiones que se dieron en el marco local cuando el *comic* o *historieta* ingresó al mundo académico argentino durante los años sesenta y setenta que, como puede apreciarse, si bien no han sido muy cuantiosos han sido sumamente productivos. Por otra parte, puede decirse que tanto los aportes de Masotta como los de Steimberg se convirtieron, por mucho tiempo, en una suerte de sentido común compartido en muchos abordajes, no necesariamente académicos, sobre el género, al menos durante los años previos al golpe de estado del 24 de marzo.¹³⁶ Este corto pero productivo auge de trabajos, discusiones y abordajes académicos sobre la historieta tuvo un claro punto de inflexión a partir de la oleada de censura, repliegue y crisis social, política y cultural que caracterizaron los años de la última dictadura militar. A partir de entonces, tanto los análisis teóricos como las discusiones ideológicas sobre el *comic* (y, ciertamente, sobre muchísimos otros temas) cesaron casi completamente.

2.2. "Historieta y humor". El circuito extra-académico

Junto con los mencionados aportes teóricos y conceptuales, es preciso destacar que durante fines de los años sesenta y los setenta se produjeron y circularon, por otros circuitos, trabajos no estrictamente académicos sobre la historieta y el humor gráfico que, tal como se señalara, tendieron a aparecer como parte de un mismo tipo de género junto con algunas obras antológicas centradas más específicamente en el humor gráfico (Bróccoli

¹³⁵ En este sentido, aclara que en muchos casos se busca inducir una identificación con protagonistas que son "la contraparte de las privaciones o la inferiorización [sic.] reales de una parte de la población", como es el caso de "supercholo" en Perú, de Dick Fulmine en la Italia fascista y de Patoruzú en la Argentina (*Ibid.*: 26).

¹³⁶ Ver, por ejemplo, Glusberg, 1979 y Romano 1990 [1985].

y Trillo, 1972¹³⁷ y Dell'Acqua, 1960¹³⁸, Palacio, 1993¹³⁹). Fundamentalmente, fueron las bienales y exposiciones nacionales e internacionales que se comenzaron a organizar en el país a partir de 1968 los ámbitos para el encuentro entre artistas, aficionados, críticos, ensayistas. De este modo, en los catálogos editados a propósito de estos eventos se publicaron diccionarios, antologías, reseñas históricas, comentarios críticos, etc.

Este tipo de circulación no se vio interrumpida durante los años de la dictadura militar. Muy por el contrario, esos años fueron testigos de la organización de nuevas exposiciones y bienales (que incluyeron la edición de sus respectivos catálogos) así como la edición de algunas obras antológicas y de divulgación, la mayoría de ellas muy “lavadas” o “inofensivas” en tanto y en cuanto tuvieron un abordaje más bien genérico y/o antológico sobre el humor¹⁴⁰ u otras que, si bien en un principio pueden sonar desconcertantes, una lectura rápida da cuenta de su evidente connivencia con el régimen militar.¹⁴¹ Posiblemente esta continuada actividad productiva en relación con el humor y la historieta tenga que ver con el hecho de que los militares no consideraron al género como un vehículo especialmente peligroso para la germinación de ideas “subversivas” o “disolventes”.

En los años '80 la historieta y el humor gráfico alcanzaron en el país un reconocimiento que se manifestó en cierto espacio en los medios, en la proliferación de concursos y exposiciones así como de espacios de crítica. De este modo, durante los años de la transición democrática y los siguientes continuaron las exposiciones, bienales y actividades en torno al circuito no académico, dentro de una tónica similar a cómo venía funcionando desde años anteriores (Vázquez Lucio –Siulnas-, 1985 y 1987). Lo novedoso, en todo caso, fue la inclusión del género en una serie de producciones que centraron sus objetivos y propósitos en la recuperación de formas de expresión cultural y ámbitos para la consolidación identitaria que estuvieron censuradas, marginadas y reprimidas durante los

¹³⁷ Libro antológico que rastrea y sigue las pistas del género desde el período virreinal hasta finales de los años sesenta del siglo XX.

¹³⁸ Aunque su eje sea la caricatura, el trabajo de Amadeo dell Acqua quien en su antología aborda las mismas obras y publicaciones que para muchos estudiosos, entre ellos Bróccoli y Trillo, son considerados los antecedentes del humor gráfico y revisa, asimismo, publicaciones humorísticas del siglo XIX y XX.

¹³⁹ Quien además aborda el género humorístico en otro tipo de discursos y soportes.

¹⁴⁰ Ver, por ejemplo, Trillo y Saccomanno, 1980 y AAVV, 1981 (obra prologada por Jorge Rivera que recoge textos humorístico-costumbristas de Luis Medrano, Carlos V. Warnes -más conocido como César Bruto-, Copi, Landrú, Julio Cortázar y otros).

¹⁴¹ Me refiero, en particular, a una obra sobre el humor de Landrú publicada en plena dictadura militar compuesta por pequeños artículos, ensayos, entrevistas, comentarios y una antología de humor político (no sólo el gráfico sino también el teatral, radial, cinematográfico y televisivo). Allí aparece un discurso que sin rodeos ni supuestos hace un contrapunto entre las libertades otorgadas por los gobiernos militares en contraposición con la censura y el repliegue vividos durante los años peronistas. De este modo, el régimen de Lanusse aparece como el ejemplo de apertura y libertad y se sugiere que lo mismo ocurre con aquel iniciado el 24 de marzo de 1976 que es el momento de detención del análisis (AAVV, 1977).

años de la dictadura militar. Es destacable, en este aspecto, la compilación de Aníbal Ford, Jorge Rivera y Eduardo Romano titulada *Medios de comunicación y cultura popular* (Ford, Rivera y Romano 1990 [1985]), cuya intención ha sido, explícitamente, la de constituirse en un aporte para la cultura popular argentina y la de recuperar formas culturales y valores hasta entonces condenadas a la marginalidad. En esta obra se recogen, entre otros, artículos de Jorge Rivera y Eduardo Romano sobre el humor gráfico y la historieta que si bien no aportan grandes novedades ni innovaciones analíticas o conceptuales (ciertamente, se trata de antologías y escritos más bien de divulgación y de carácter descriptivo que en todo caso retoman los aportes semiológicos de Umberto Eco y Oscar Masotta) ofrecen una mirada de conjunto reactualizada y resignificada a la luz de las preocupaciones propias de la transición.¹⁴²

A partir de finales de los años '80 e inicios de los '90, y de modo más o menos contemporáneo con el resurgimiento del interés erudito por el género, comenzaron a florecer nuevamente publicaciones antológicas, catálogos de exposiciones, etc. en el ámbito extra-académico¹⁴³ (Palacio –Faruk, 1993, Russo, 1994, Catálogo de la *Sexta Bienal. 100 años de humor e historieta argentinos*, la Biblioteca *Grandes Humoristas Argentinos* de Hyspamérica, etc.) emergiendo, como novedad, la proliferación de sitios de Internet especialmente dedicados al género que mezclan la publicación de tiras, historietas y *cartoons* contemporáneos con las de antologías, cronologías, entrevistas, historias y algunos artículos de análisis y comentario, y en donde es difícil discriminar la “nacionalidad” de las mismas.

Sin embargo, en muchos casos no es fácil trazar fronteras claras entre uno y otro espacio, como por ejemplo en la publicación de artículos sobre el tema en la revista *Todo es Historia* (Vázquez Lucio –Siulnas-, 1988) y, más aún, en la enormemente prolífica, sistemática y motivadora producción de Juan Sasturain quien, proveniente de las cátedras universitarias, generó una gran cantidad de intervenciones que nadan a dos aguas entre ese mundo y el de la circulación masiva (Sasturain, 1986, 1987, 1995, 2004).

¹⁴² Hasta tal punto no son novedosos estos trabajos que ya habían sido previamente publicados en el Centro Editor de América Latina y en la revista *Crisis*.

¹⁴³ Digo más o menos contemporáneamente puesto que el circuito extraacadémico antecedió, aproximadamente por un lustro, al renacimiento del interés académico por el género (o al menos a la publicación de sus resultados).

2.3. La re-academización de las miradas. La historieta y el humor gráfico como objeto de estudio en los últimos años¹⁴⁴

Hacia los años noventa (y con una tendencia que va *in crescendo* desde mediados de la década y sobre todo avanzado el nuevo milenio) la historieta y en menor medida el humor gráfico comenzaron a ser de algún modo redescubiertos y recuperados desde el ámbito académico pero desde nuevas miradas y nuevas preocupaciones. En efecto, luego de un período de escaso interés académico por el género, en los últimos años está comenzando a desplegarse un creciente interés por la historieta y, en menor medida, por el chiste político, lo que ha dado lugar a la elaboración de algunas tesis de grado y posgrado, la aparición de algunos *papers* académicos y la edición de algunos libros que recogen trabajos de investigación originales.

Este florecimiento obedece a un conjunto de razones en el que no son ajenos los procesos de reinstitucionalización y renovación de los diversos ámbitos académicos a partir de la transición democrática que incluyó la creación de nuevas carreras como por ejemplo Ciencias de Comunicación en la Universidad de Buenos Aires. En los nuevos grupos y ámbitos de trabajo se observa que ya no hay voluntad ni necesidad de justificación ni de reivindicación del campo de estudios, sino que se toma el género y los subgéneros como objetos legítimos y legitimados de trabajo erudito, de la mano de los cambios y renovaciones intelectuales, el auge de la semiología de la imagen, la historia de las imágenes y la iconología, el gran auge de los estudios culturales, el interés por ampliar superar los marcos y restricciones tradicionales. Por otra parte, es de destacar que el mismo responde a un creciente interés mundial por la problemática, que se manifiesta en la existencia de grupos de estudio específicos, congresos y encuentros académicos, publicaciones o números de publicaciones, etc. orientados exclusivamente al tratamiento del *comic*.

Tal como se verá, existe en las producciones académicas argentinas dos rasgos sobresalientes. Por un lado, un auge cuantitativo de las producciones y ámbitos académicos orientados al estudio del género así como una creciente cantidad de tesinas de grado y tesis de maestría y doctorado. Por otro, un abandono de la perspectiva semiológica y estructuralista y un paralelo auge de miradas orientadas al estudio sociocultural y/o histórico cultural de objetos específicos, principalmente publicaciones. Finalmente, aunque no de modo excluyente, es de destacar que gran parte de los nuevos trabajos están escritos

¹⁴⁴ Algunos pasajes de este estado del arte específico sobre el género han sido incorporados en la Introducción de la tesis en la medida en que se articularon con discusiones relativas al campo de la cultura durante la última dictadura militar.

por nuevas generaciones de investigadores provenientes de diversas disciplinas humanísticas y sociales.

Para empezar, existe un conjunto relativamente nutrido de trabajos que, en distintos formatos (tesis, artículos, ponencias, etc.) toman como centro de estudio alguna publicación humorística o historietística específica (y, en algunos casos, más de una, proponiendo un análisis comparativo). Este tipo de abordaje constituye la forma más común y extendida de aproximación al humor gráfico.

Dentro de este conjunto de trabajos, es de destacar que existen dos períodos que concitan la mayor atención de los estudiosos. En primer lugar, muchos estudios se centran en el período que se extiende desde fines del siglo XIX e inicios del XX, en donde publicaciones tales como *El Mosquito*, *Don Quijote* y *Caras y Caretas* forman parte tanto del fenómeno de expansión y consolidación de la prensa porteña. Por otro lado, existe un número creciente de trabajos preocupados por la historia reciente y su memoria y que, por tanto, centran su atención publicaciones de los años 70 y 80 del siglo XX.¹⁴⁵

En general, los trabajos que centran su mirada en las publicaciones del siglo XIX e inicios del XX, tienden a contextualizar las mismas dentro del marco de las luchas políticas y la prensa facciosa del período.

Así, por ejemplo, en una investigación sobre *El Mosquito*, Emma Cibotti se centra en el análisis de dicha publicación (aunque no aborda un tratamiento de sus caricaturas). La autora contextualiza *El Mosquito* en el marco de la prensa facciosa de la época y analiza sus relaciones con las facciones del período, dando a entender que la caricatura funcionaba entonces como arma para la desacreditación política. Por su parte, Andrea Matallana (1999) postula que existe un “campo específico de publicaciones de humor político” que se habría constituido hacia 1870 con “diversas publicaciones de características gráficas similares, cuya distinción central es el sentido político-ideológico que el humor adquiere y centra su mirada en *El Mosquito* y *Don Quijote*. Esas publicaciones, junto con la revista *Humor* –que compone el tercer corpus abordado en este trabajo–, habrían compartido, de acuerdo con la autora, la estrategia de definir un adversario político, encarnado en figuras o regímenes), construyen

¹⁴⁵ Es muy llamativo, en este aspecto, que existen francamente muy pocos trabajos dedicados a las publicaciones de los años peronistas y postperonistas, aun cuando no es un campo totalmente yermo. Al respecto, se puede ver Gené, Marcela (2008 a y 2008 b). Desde otra perspectiva, existen algunos trabajos (Gutiérrez, 2003) que se proponen rastrear el impacto que el rosismo y el peronismo dejaron en la historieta argentina contemporánea de aventuras.

una base identitaria por contraposición y se habrían asignado un rol de esclarecimiento sobre la política a partir del humor.¹⁴⁶

Una hipótesis similar pero desarrollada con mayor efectividad y sustento es la que presenta Laura Malosetti Costa, quien aborda el rol del periódico *Don Quijote* en los años finales de la década de 1880. Lo novedoso de su trabajo consiste en que en vez de tomar la caricatura como medio para trabajar representaciones colectivas, su énfasis está puesto en la praxis. En efecto, Malosetti toma al diario como un actor político (y a la caricatura política como una forma de hacer política). En particular, se pregunta cómo las caricaturas de Eduardo Sojo (Demócrito) y Manuel Mayol (Heráclito) “llegaron a adquirir un *poder* que la volvió una presencia insoslayable en la escena política que culminó en la crisis de julio de 1890” (Malosetti Costa, s/f: 2)¹⁴⁷ para concluir afirmando que “(...) podemos decir que el éxito de *Don Quijote* se basó, sin duda, en las virtudes del dibujo y la iconografía esgrimidas por Sojo y Mayol pero también, y sobre todo, a partir del escándalo (...), la provocación y el aprovechamiento de las persecuciones a su favor” (*Ibid.*: 9). A partir de esta perspectiva, vemos que el humor puede ser no solamente un vehículo que pone en juego representaciones que pueden tener consecuencias prácticas sino que además los humoristas pueden transformarse ellos mismos en actores políticos.¹⁴⁸

Sobre *Caras y Caretas* ha aparecido en los últimos años el libro de Eduardo Romano (2004) que aborda una mirada conjunta y comparativa entre la publicación argentina y la uruguaya *Azul y Rojo* hacia fines del siglo XIX y principios del XX desde el punto de vista de la convulsión en las formas de leer que su aparición supuso, como así también de la emergencia de un nuevo tipo de escritor más profesional y prestando particular importancia a los sentidos de lectura que se desprenden de un lenguaje compuesto fundamentalmente por la conjunción de lo verbal y lo icónico.

En cuanto a los trabajos abocados a las publicaciones y el género en los últimos tiempos, se destaca el interés en la revista *Humor*. En este caso, las miradas fundamentalmente se concentran en destacar el rol de la revista como un ámbito de

¹⁴⁶ A pesar de estos planteos interesantes, su trabajo se detiene en un registro excesivamente descriptivo que no logra explotar la articulación entre política y humor, como así tampoco conceptualizar la política como referente del humor y su análisis se queda entonces en una descripción de las estrategias editoriales de las publicaciones, más que en análisis de los contenidos, figuras o representaciones sobre la política que se ponen en juego a partir del humor.

¹⁴⁷ A tal punto *Don Quijote* y Sojo se constituyeron en un factor de poder que Enrique Stein, en una caricatura de tapa de *El Mosquito*, acusó a Sojo de “haber contribuido por pura vanidad a un levantamiento cuyo único saldo era la pérdida de vidas humanas” (*Ibid.*: 3).

¹⁴⁸ Ciertamente, Sojo sufrió (al igual que varios colegas suyos del siglo XIX y XX) el exilio y encarcelamientos.

resistencia hacia el régimen. Así, por ejemplo, Luciana Díaz (2004) va a afirmar que a pesar de que *Humor* no fue una revista que convocara una resistencia activa y directa contra la dictadura, representó una forma parcial de oposición enmarcada en los parámetros de la vida cotidiana que, a partir de 1980 se convirtió en un discurso combativo. Esta resistencia, dirá la autora, fue posible a través del uso del humor, el chiste y la ironía como estrategias que permitieron saltar las barreras de la censura, aunque la publicación también integró editoriales y notas de fondo que permitieron crear y conservar un importante grupo de lectores que creó, en torno a la revista, fuertes vínculos de pertenencia.

Desde una óptica un tanto distinta, Mara Burkardt (2008) va a sostener que si bien inicialmente la revista *Humor* no fue concebida como un espacio de crítica al régimen, sino más bien como una revista moderna y masiva, a lo largo del tiempo se fue construyendo y definiendo como tal a partir de la lenta pero persistente voluntad de ensanchar “las grietas de la coraza del Proceso de Reorganización Nacional y filtrar por allí nuevos sentidos, nuevos horizontes de posibilidades a los ofrecidos por las Fuerzas Armadas y sus aliados civiles” (*Ibid.*: 186). De este modo, dirá Burkardt, voluntaria o involuntariamente la revista “fue obstaculizando las transformaciones que militares y civiles intentaban imponer, erosionando la legitimidad de estos dos últimos actores y recuperando la polifonía social conculcada a partir de habilitar la emergencia de voces disconformes, disidentes y excluidas” (*Ibid.*: 187). A dicho proceso habrían contribuido también, por un lado, la polisemia y ambigüedad de la imagen, que se habría erigido por sobre la palabra, así como la apelación a los recursos del género humorístico, permitiendo formas de representación que pudieron eludir la censura y expresar “provocaciones contrahegemónicas”.

En un sentido opuesto pero complementario se han analizado otras publicaciones relacionadas con el género que han desarrollado discursos y expresado valores proclives y concordantes con los discursos oficiales de los militares. En este sentido, se destaca el trabajo de Paula Guitelman (2006), quien en el marco de las preocupaciones por la vida cotidiana durante el régimen militar, ha analizado el tipo de subjetividad infantil que la legendaria revista *Billiken* conformó en el plano discursivo durante la última dictadura y, al mismo tiempo, ha analizado las relaciones entre el ideal de niñez construido por la revista y los valores y objetivos promovidos y buscados por el régimen. Para ello, Guitelman trabaja los discursos de la revista intentando demostrar cómo los mismos, en plena

consonancia con el proyecto militar, combinan elementos de modernización con elementos reaccionarios y opta por una pretendida despolitización.¹⁴⁹

Más allá de la divergencia de perspectivas, marcos de análisis (algunos autores son historiadores, otros historiadores del arte, licenciados en ciencias de la comunicación, etc.) y de períodos históricos abordados, todos estos trabajos comparten, como se dijo, un mismo tipo de objeto: se trata análisis de publicaciones específicamente de humor, historieta y/o caricaturas. En muchos casos, pero no en todos, la principal falencia que se observa es que muchas de las investigaciones no terminan de abordar y mucho menos de agotar las peculiares características de los géneros de estas revistas.

Distinta es la perspectiva elaborada por Laura Vázquez (2009), quien ha realizado una investigación integral sobre la historia de la historieta en Argentina entre 1968 y 1984, con el objeto de estudiar el mercado historietístico fundamentalmente desde el punto de vista de la producción. En tal sentido, Vázquez no aborda las historietas como objetos en sí mismos sino como fuente para analizar el oficio, el arte y el mercado de la historieta.

En el marco de las preocupaciones por la transición democrática, algunos jóvenes investigadores volvieron sus miradas sobre las historietas de la transición y particularmente sobre las nuevas vinculaciones entre el género historietístico y la política vinculadas fundamentalmente a partir de la salida de la revista *Fierro* en 1984.

Dentro de estas preocupaciones encontramos, por ejemplo, un libro de Pablo de Santis (que, de modo similar al de Sasturain cabalga entre lo académico y los circuitos no eruditos) en el que el autor se propone rastrear no sólo lo “estrictamente político” en las historietas sino también las “marcas nacionales de un género condicionado por la lectura internacional y por el gobierno de los estereotipos (De Santis, 1992: 7). Dentro de una línea similar, Federico Reggiani (2005) trabaja las representaciones del terrorismo de estado a partir de la derrota de Malvinas en la historieta con el objetivo de examinar las estrategias utilizadas para narrar el horror por diversas historietas producidas y publicadas durante los años de transición democrática en las revistas *Superhumor* (1980) *Cuero* (1983) y *Fierro* (1984). En su trabajo, Reggiani observa que durante dicho período se ha producido un cambio en los modos de entender las formas aceptables y lo que es posible narrar en una historieta, lo

¹⁴⁹ La legendaria revista *Billiken* también ha concitado el interés académico de algunos estudiosos al margen de su articulación con la dictadura y en función de sus vinculaciones con el campo de los estudios sobre educación e infancia. Sobre esta perspectiva ver, por ejemplo, Brafman, (1992), que realiza un análisis de las primeras décadas de la revista a partir de ciertos temas como la caridad, el trabajo y el ahorro, y Varela, 1994, que compara las biografías de los grandes héroes de la historia argentina presentados por la revista con los presentados en los libros de texto escolar en las primeras décadas del siglo XX y postula que ambos estilos biográficos comprenden dos modelos diversos de modernidad.

cual, sumado a condiciones editoriales nuevas, dio por resultado una creciente incorporación de la política en el género historietístico¹⁵⁰. Sin estas condiciones de posibilidad, dirá, “el relajamiento de la censura y el final de la dictadura no habrían alcanzado para que el horror de la representación entrara en las páginas de las revistas” (*Ibíd.*: 4).

Por su parte, el trabajo de Di Meglio, Franco y Aras (2005) se propone verificar la propia concepción que los editores-autores tenían sobre la revista, teniendo en cuenta que la misma fue pensada y creada como un producto único, con una lógica y consistencia internas y no como la simple yuxtaposición de diversos *comics*. De ahí que realizan un análisis que se basa en: establecer la relación entre la publicación y su contexto post autoritario, analizar su impacto en el campo del *comic*, analizar el discurso de “lo nacional” en sus páginas y, finalmente, analizar el agotamiento de la revista como proyecto cultural.

Dentro del nacimiento de estas nuevas miradas sobre el género, cabe mencionar que el terreno más específico del humor gráfico sigue siendo todavía un terreno casi yermo. Una importante excepción está dada por la investigación de Franco Lindner (1997), cuya tesis de licenciatura se centra en el análisis comparativo del humor gráfico político en tiempos de dictadura y democracia. Proveniente del campo del periodismo, Linder ofrece un sistemático análisis comparado sobre el humor gráfico político durante la última dictadura militar y la democracia (aunque no aclara exactamente el recorte temporal que utiliza).

La hipótesis principal que sostiene esta investigación es que el humor gráfico político varía de acuerdo al régimen en que se contextualiza. A partir de un modelo comunicacional y de la tesis freudiana de “El chiste y su relación con el inconsciente” que desagrega diversas técnicas (verbales e intelectuales) que intervienen en la creación del efecto humorístico, Lindner va a centrar el grueso de su trabajo en analizar la obra de diez humoristas (seleccionados a partir del criterio de que todos ellos han producido humor gráfico durante los dos regímenes)¹⁵¹ para demostrar que, efectivamente, existen importantes diferencias en los mecanismos de construcción del humor gráfico en democracia y dictadura.

Si bien esta tesis representa un avance importante en la conceptualización y en la elaboración de preguntas e interrogantes apropiados para el estudio del humor gráfico, su

¹⁵⁰ Su análisis se centra, con mayor detenimiento, en las historietas *La Trile B*, *La Batalla de Malvinas* y *Perramus*.

¹⁵¹ Se trata de Basurto, Caloi, Crist, Dobal, Fontanarrosa, Horatius, Landrú, Maicas, Sendra y Viuti.

trabajo está concentrado casi exclusivamente en el análisis de las técnicas verbales freudianas de los chistes desdeñando la riqueza que ofrece y reclama el dibujo y su complejo vínculo con la palabra. Asimismo, Lindner no se preocupa por trabajar los contenidos de los chistes, más allá de ofrecer un comentario muy general sobre las restricciones que se observan durante el período dictatorial (en donde, apunta, sólo se podían hacer chistes sobre economía y sin mencionar a los militares) y la apertura observada durante la democracia en donde, más allá de la “autocensura responsable” y la indecibilidad del horror no habría restricciones impuestas. Finalmente, tampoco analiza el mensaje humorístico en su contexto de modo que no hay referencias a cómo interactúa el humor gráfico en el seno de las publicaciones masivas ni hay una mirada cronológica y atenta a los avatares cotidianos de la política del país.

Dentro de este campo temático pero a partir de una mirada mucho más descriptiva y desprovista de andamiajes teórico-metodológicos, podemos mencionar la tesina de María Laura Abbruzzese (2005) que, escrita en el marco de las Ciencias de la Comunicación, centra su mirada en la relectura de la guerra de Irak a través del humor gráfico de los diarios *Clarín*, *La Nación* y *Página/12* con el objetivo de demostrar que los humoristas, cuya labor consiste en apelar a la crítica y la sátira, encuentran en algunos el tema de la guerra, límites a partir de los cuales es muy difícil hacer humor. A pesar de que su investigación está anclada en diversos medios de prensa, el análisis no se detiene a analizar los vínculos entre el medio y el género (más allá de algunas anotaciones genéricas relativas a la contradicción entre el vínculo laboralmente dependiente de los humoristas con los diarios y su libertad creativa) y se queda más bien en una mirada fuertemente descriptiva.

Interesada por la problemática de las memorias de la represión en el Cono Sur y partiendo del postulado de las memorias como campos en lucha por la significación, Ludmila da Silva Catela (2000) aborda el humor político en tanto forma de expresión que se pone en juego para marcar simbólicamente eventos del pasado y sumar nuevos públicos en la construcción de la memoria de la represión. En este caso, trabaja una muestra de humor político (*20 anos de Amnistia Com Charge*) que se llevó a cabo en Río de Janeiro a propósito del vigésimo aniversario de la Ley de Amnistía en Brasil para hacer un análisis comparativo con la *Exposición por la identidad del detenido desaparecido*, muestra itinerante organizada en Argentina por Madres de Plaza de Mayo Línea Fundadora. En su trabajo, Catela concluye que “apelando directamente a la emoción y explorando el universo de la percepción sensorial, la caricatura deviene un importante vehículo de reflexión histórica,

capaz de revelar a los ojos del espectador otros sentidos de la realidad. Dotado de un fuerte poder de comunicación y de síntesis capta impresiones del momento”.

Ahora bien. Si recortamos el objeto a partir de su incorporación en medios de circulación masiva no especializada en los géneros humorísticos e historietísticos, la cantidad de trabajos disminuye sensiblemente. En efecto, se pueden mencionar muy escasos aportes, entre los que sobresale el trabajo de Depetris Chauvin (2005) dedicado al estudio de las representaciones de la resistencia peronista en el diario *Noticias*. Al respecto, en el cruce entre las preocupaciones por la memoria y la identidad política, el propósito de Depetris Chauvin es analizar los modos por los cuales el diario *Noticias* contribuyó a crear una versión de la historia y la memoria que, en el contexto de la profundización de la ruptura en el interior del movimiento peronista, operó como modo de intervención política. Así, dentro de esta inquietud general, la autora aborda las distintas estrategias comunicativas y representacionales utilizadas por el diario para difundir un retrato del pasado en el que la figura de la “Resistencia” es central para redefinir la experiencia e identidad peronista. Y entre esas estrategias incluye el análisis de “La guerra de los Antartes”, famosa historieta escrita por Germán Oesterheld e ilustrada por Gustavo Trigo y publicada en las páginas del diario, analizando sus contenidos tanto en relación con los otros mensajes insertos en el diario¹⁵² como así también en relación con otros discursos que, conflictivamente, rivalizan en la operación de otorgarle un sentido único e indiscutido a la identidad y la memoria del peronismo. En suma, retomando la hipótesis de que la historieta puede ser una estrategia comunicativa y representacional de enorme potencial ideológico, la autora concluye que “entre 1973 y 1974, tanto el diario *Noticias* como Oesterheld –con su memoria imaginada de las luchas sociales- intervienen activamente en la consolidación de una identidad política e insertan a los Montoneros en una *disputa* más amplia acerca del significado del pasado y presente del peronismo y su misión histórica” (*Ibid.*: 114).¹⁵³

¹⁵² El análisis comprende algunas referencias a los titulares y principales noticias del diario del día que está referenciado: por ejemplo, el inicio del relato de sobre la Resistencia coincide con la conmemoración de la matanza de Ezeiza.

Casi no hay referencias tratamiento del género. Se analiza únicamente su guión, el relato. Sólo alguna referencia aislada: “Muchas imágenes, reforzadas por la verbalización del guión, anclan el sentido de esa experiencia colectiva en la resistencia peronista” 113

¹⁵³ En relación con la mencionada historieta, la autora va a concluir que “La Guerra de los Antartes” “presenta una narración plagada de construcciones discursivas propias de una tradición de pensamiento crítico hacia la dependencia neo-colonial y de un sector el peronismo revolucionario. Al mismo tiempo, en relación directa con el público y su contexto de producción la historieta *vehiculiza* ciertos contenidos de una memoria popular de la Resistencia y, a la vez, *conforma* otros nuevos, articulados desde una perspectiva que sirve a la definición de un proyecto” (*Ibid.*: 115).

Finalmente, otro aporte importante que se puede mencionar en este sentido es el reciente estudio de que Hernán Martignone y Mariano Prunes (2008) que se aboca al análisis crítico de las posibilidades ideológicas y estéticas de las tiras cómicas argentinas incluidas en la prensa diaria desde los años '60 hasta nuestros días.

Tal como ha podido apreciarse, la gran mayoría de los estudios sobre el humor trabajan desde su vinculación explícita con algún actor determinado, ya sea que se trate de un sujeto individual, de un actor colectivo (por ejemplo movimientos sociales¹⁵⁴) o de un producto cultural que teóricamente encarna o representa a un grupo determinado (*El Mosquito* y *Don Quijote* como ejemplos paradigmáticos) o que tiene o se supone que tiene una vocación ideológica o política determinada que pretende expresar a través del género.

¹⁵⁴ En este sentido, se suele considerar que el humor y la risa pueden ser poderosas armas de protesta social en tanto crean un sentido de unidad a partir de la ridiculización de los poderosos. Ver, por ejemplo, Hart Marjolein't (2007).

Bibliografía¹⁵⁵

- Abbruzzese, María Laura (2005), “La guerra de Irak y su relectura desde el humor gráfico en los diarios *Clarín*, *La Nación* y *Página/12*. Análisis de los dibujos humorísticos de Crist, Fontanarrosa, Nik y Daniel Paz”, tesina para la licenciatura en Ciencias de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Acevedo, Juan (1984), *Para hacer historietas*, Madrid, Editorial Popular.
- Ault, Donald (2000), “«Cutting up» again Part II: Lacan en Barks on Lacan”, en Magnussen, Anne & Hans-Christian Christiansen (ed.), *Comics culture. Analytical and theoretical approaches to Comics*, Copenhagen, Museum Tusulanum Press – Universidad de Copenhagen: 123-140.
- Avilés, Cecilio (1989), *Historietas. Reflexiones y proyecciones*, La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Barbieri, Daniele ([1991] 1993), *Los lenguajes del cómic*, Barcelona, Paidós.
- Barker, Martin (1989), *Comics: Ideology, Power and the Critics*, Manchester University Press.
- Barrero, Manuel (2002), “Viñetas desarraigadas. La hégira de historietistas latinoamericanos a otros mercados: el caso de Argentina”, en *Revista Latinoamericana de estudios sobre la historieta*, Num. 6, Vol. 2: 93-104.
- Baur, Elizabeth (1978), *La historieta como experiencia didáctica*, México, Nueva Imagen (en Pérez Iglesias (1985: 45).
- Bergson, Henri ([1939] 2002), *La Risa. Ensayo sobre el significado de lo cómico*, Buenos Aires, Losada.
- Birmajer, Marcelo (1988), *Historieta. La imaginación al cuadrado*, Buenos Aires, Ediciones Dialéctica.
- Bróccoli, Alberto y Carlos Trillo (1972), *El humor gráfico*, Buenos Aires, CEAL.
- Burkart, Mara (2008), “Humor. El surgimiento de un espacio crítico durante la dictadura militar. 1978-1979”, Tesis de maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural, Universidad Nacional de San Andrés, Buenos Aires, *mimeo*.
- Carabias, Julio (1973), *El humor en la prensa española*, Madrid, Editorial Castilla.
- Cohen, Michel (2007), “«Cartooning capitalism»: Radical Cartooning and de Making of American Popular Radicalism en the Early Twentieth Century”, en Marjolein’t, Hart and Dennis Bos (edits), *Humour and Social Protest, International Review of Social History*, Num. 52, Cambridge University Press: 35-58.
- Coma, Javier (1978), *Los comics. Un arte del siglo XX*, Barcelona, Labor.
- Chabrol, Claude, (2006), “Humor et médias. Définitions, genres et cultures”, en *Questions de communication*, Num. 10, Paris, pp. 7-17.
- Christiansen, Hans-Christian (2000), “Comics and Film: a narrative perspective”, en Magnussen, Anne & Hans-Christian Christiansen (ed.), *Comics culture. Analytical and theoretical approaches to Comics*, Copenhagen, Museum Tusulanum Press – Universidad de Copenhagen: 107-121.

¹⁵⁵ Aun cuando la bibliografía del Anexo se halla incorporada a la bibliografía general de la tesis, se opta por incorporarla a los efectos de facilitar su lectura.

- Da Silva Catela, Ludmila (fines de 2000), "Historias de vida y humor. Dos estrategias para exponer el pasado de violencia política en Argentina y Brasil", en *Entrepasados*, Año IX, Num. 18/19.
- Davidson, Steef ([1976] 1982), *The penguin book of political comics*, London, Penguin Books.
- De Holanda Cavalcanti, Lailson (2005), *Historia del humor gráfico en Brasil*, Lleida, Editorial Milenio, Universidad de Alcalá.
- Dell'Acqua, Amadeo (1960), *La caricatura política argentina. Antología*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- De Majo, Oscar y Néstor Giunta (s/f), "Historia del *comic* en la Argentina", en http://www.todohistorietas.com.ar/historia_argentina_4.htm
- De Santis, Pablo (1992), *Historieta y política en los '80. La Argentina ilustrada*, Buenos Aires, Letra Buena, 1992.
- De Santis, Pablo (1998), *La historieta en la edad de la razón*, Buenos Aires, Paidós.
- Depetris Chauvin, Irene (2003-2004), "Historia, memoria e identidad política: las representaciones de la resistencia en Noticias (1973/74)", en *Anuario de Rosario*, N° 20, 2da época, Escuela de Historia/Homo Sapiens Ediciones, Rosario: 97-117.
- Díaz, Luciana (2004), "La revista *Humor* como forma de resistencia frente a la última dictadura militar (1976 – 1983)", trabajo de tesis para la Maestría en Periodismo, Universidad de San Andrés – Diario Clarín y Columbia University, Buenos Aires, *mimeo*.
- Di Meglio, Gabriel, Marina Franco y Silvina Silva Aras (2005), "La Argentina en cuadritos. Una aproximación a la Argentina reciente desde la Revista Fierro (1984-1992)", *Revista Entrepasados*, Año XIV, Núm. 27: 97-115.
- Dorfman, Ariel (1985), *Patos, elefantes y héroes. La infancia como subdesarrollo*, Buenos Aires, Ediciones de La Flor.
- Dorfman, Ariel y Armand Mattellart ([1972] 2002), *Para leer al Pato Donald*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Dorfman, Ariel y Manuel Jofré (1974), *Superman y sus amigos del alma*, Buenos Aires, Galerna.
- Eco, Umberto ([1965] 2001), *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen.
- Foster, David William (1974), "Mafalda: The Ironic Bemusement", in *Latin American Digest*, Num. 8, Vo.13.
- Foster, David William (winter 1980), "Mafalda, an Argentinean comic strip", en *Journal of Popular Culture*, Num. 3 Vol. XIII – XIV.
- Frahm, Ole (2000), "Weird signs. Comics as means of parody", en Magnussen, Anne & Hans-Christian Christiansen (ed.), *Comics culture. Analytical and theoretical approaches to Comics*, Copenhagen, Museum Tusculanum Press – Universidad de Copenhagen: 177-191.
- Fresnault-Deruelle, Pierre ([1970] 1982), "Lo verbal en las historietas", en AAVV, *Análisis de las imágenes*, Barcelona, Ediciones Buenos Aires.
- García, Fernando y Hernán Ostuni Rocca (junio 2003), "Vera historia del indio Patoruzú", en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta*, Num. 10 – Vol. 10, La Habana: 75-88.

- Gasca, Luis (1966), *Tebeo y cultura de masas*, Madrid, Editorial Prensa Española.
- Gené, Marcela (2008 a), “Risas, sonrisas y carcajadas en tiempos de Perón. Pasando revista al humor político”, en Soria, Claudia, Paola Cortés – Rocca y Edgardo Dieleke (comps.), *Políticas del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna*, Buenos Aires, Edhasa.
- Gené, Marcela (2008 b), “José Julián, el heroico descamisado. Una historia peronista”, en revista *Nuevo Mundo Mundos Nuevos, Debates*, Num. 8, Paris: Ecole d’Hautes Etudes, <http://nuevomundo.revues.org//index30547.html>
- Glusberg, Jorge (1979), “La historieta y el arte”, en *Primera Bienal Internacional y Cuarta Bienal Argentina de Humor e Historieta*, Municipalidad de Córdoba.
- Gociol, Judith y Hernán Invernizzi (2002), *Un golpe a los libros. Represión a la cultura durante la última dictadura militar*, Buenos Aires, Eudeba.
- Groensteen, Thierry (2000), “Why are comics still in search of cultural legitimization?”, en Magnussen, Anne & Hans-Christian Christiansen (ed.), *Comics culture. Analytical and theoretical approaches to Comics*, Copenhagen, Museum Tusculanum Press – Universidad de Copenhagen: 29-41.
- Guitelman, Paula (2006), *La infancia en dictadura. Modernidad y conservadurismo en el mundo de Billiken*, Buenos Aires, Prometeo.
- Gubern, Roman ([1972] 1981), *El lenguaje de los comics*, Barcelona, Ediciones Península
- Gubern, Roman (1974), *Literatura de la imagen*, Barcelona, Salvat.
- Gutiérrez, Rafael (2003), “El rosismo y el peronismo en la historieta”, en AAVV, *Abordajes y perspectivas. Concurso provincial de ensayos 2002*, Salta, Secretaría de Cultura - Ministerio de Educación de la Provincia de Salta: 9-132.
- Hart Marjolein’t (2007), “Humour and Social Protest: An Introduction”, en Marjolein’t, Hart and Dennis Bos (edits), *Humour and Social Protest*, International Review of Social History, Num. 52, Cambridge University Press, pp. 1-20.
- Hernández, Pablo José (1975), *Para leer a Mafalda*, Buenos Aires, Ediciones Meridiano.
- Labeur, Paula, y Griselda Gandolfi comps. (1999), *Y usted, ¿de qué se ríe? Antología de textos con humor*, Buenos Aires, Editorial Colihue.
- Lindner, Franco (1997), “Humor político gráfico en tiempos de dictadura y democracia”, trabajo final para la Licenciatura en Periodismo, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Buenos Aires, mimeo.
- Lindstrom, Naomi (winter 1980), “Social Commentary in Argentine Cartooning: From Description to Questioning”, *Journal of Popular Culture*, N° 3, Vol. XIV: 509-523.
- Louis Annick (1994), “El humorista vicario. Borges, autor de historietas”, en *Primer Plano* Buenos Aires, citado por Gutiérrez, Rafael (2003), “El rosismo y el peronismo en la historieta”, en AAVV, *Abordajes y perspectivas. Concurso provincial de ensayos 2002*, Salta, Secretaría de Cultura - Ministerio de Educación de la Provincia de Salta: 9-132.
- Magnussen, Anne y Hans-Christian Christiansen (2000), “Introduction”, en Magnussen, Anne & Hans-Christian Christiansen (ed.), *Comics culture. Analytical and theoretical approaches to Comics*, Copenhagen, Museum Tusculanum Press – Universidad de Copenhagen: 7-27.
- Magnussen, Anne (2000), “The semiotics of C. S. Peirce as a theoretical framework for the understanding of comics”, en Magnussen, Anne & Hans-Christian Christiansen

- (ed.), *Comics culture. Analytical and theoretical approaches to Comics*, Copenhagen, Museum Tusulanum Press – Universidad de Copenhagen: 193-207.
- Malosetti Costa, Laura (s/f), “Humor de ‘gallegos’: sátira política e identidades nacionales en el fin-de-siglo porteño, *mimeo*.”
- Marco, Joaquín (1977), *Literatura Popular en España en los siglos XVIII y XIX: una aproximación a los pliegos de cordel (I y II)*, Madrid, Taurus, en Merino, Ana (2003), *El comic hispánico*, Madrid, Cátedra.
- Martignone, Martín y Mariano Prunes (2008), *Historietas a diario. Las tiras cómicas argentinas de Mafalda a nuestros días*, Buenos Aires, Librería.
- Martín, Antonio (1978), *Historia del comic español: 1875-1939*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Martín, Luis Conde (2002), *Historia del humor gráfico en España*, Lleida, Editorial Milenio, Universidad de Alcalá.
- Masotta, Oscar, ([1970] 1982), *La historieta en el mundo moderno*, Barcelona, Paidós.
- Masotta, Oscar (1976), “Reflexiones presemiológicas sobre la historieta: el esquematismo”, en Verón, E. et al, *Lenguaje y comunicación social*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- Matallana, Andrea (1999), *Humor y política. Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*, Buenos Aires, Eudeba.
- Merino, Ana (Spring 2000), “Inodoro Pereyra, A ((Gaucho)) in the Pampa of paper and ink: folkloric and literary intertextuality and its reformulations in Argentina”, *IJOCA*: 191-197.
- Mc Cloud, Scott (1993), *Understanding comics. The Invisible Art*, Kitchen Sink Press.
- Merino, Ana (2001), “Comic art at the margins of hierarchy: the Mexican multicultural expression of *La familia Burrón* and *Los supermachos*”, en Castillo Debra Ann y José Edmundo Paz-Soldán (ed.), *Latin American Literature and the Mass Media, Hispanic Issues*, Vol. 22, New York, Garland Publishing.
- Merino, Ana (2003), *El comic hispánico*, Madrid, Cátedra.
- Monsiváis, Carlos (1965), “De los cuentos de hadas a los comics”, en *Revista de la Universidad de México*, Vol. XVII, Num. 11.
- Montealegre, Jorge (1997), “Historieta de Chile. Entre la diáspora y la nostalgia”, en *Revista Con eñe. Revista de Cultura Hispanoamericana*, Num 1: 20-24.
- Morin, Violette ([1970] 1982) “El dibujo humorístico”, en AAVV ([1970] 1982), *Análisis de las imágenes*, Barcelona, Ediciones de Buenos Aires.
- Morris, Ray (1993), “Visual rhetoric in political cartoons: a structuralist approach”, en *Metaphor and symbolic activity*, Laurence Erlbaum Associates, Inc.
- Murray, Christ (2000), “Popaganda: Superhero comics and propaganda in World War Two”, en Magnussen, Anne & Hans-Christian Christiansen (ed.), *Comics culture. Analytical and theoretical approaches to Comics*, Copenhagen, Museum Tusulanum Press – Universidad de Copenhagen: 141-155.
- Nielsen, Jesper y Wichmann, Søren (2002), “America’s first comics? Techniques, contents and functions of sequential text-image pairing in the Classic Maya period”, en Magnussen, Anne & Hans-Christian Christiansen (ed.), *Comics culture. Analytical and*

theoretical approaches to Comics, Copenhagen, Museum Tusculanum Press – Universidad de Copenhagen: 59-75.

- Nomes, Naín (1974), “La historieta en el proceso de cambio social”, en *Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, Num.2: 119-125.
- Orzuj, Raquel (2006), *Historia del humor gráfico en Uruguay*, Lleida, Editorial Milenio, Universidad de Alcalá.
- Palacio, Jorge –Faruk- (1993), *Crónica del humor político en Argentina*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- Peloille, Manuelle (2006), “Quitarle la máscara. Los comienzos del fascismo vistos desde «El Espejo indiscreto» de *Heraldo de Madrid* (1922-1923)”, en Marie-Claude Chapul y Manuelle Peloille (eds.), *Humor y política en el mundo hispánico contemporáneo*, Revista PILAR - Presse, Imprimés, Lecture dans l’Aire Romane, Nanterre.
- Pérez Yglesias, María (1985), “La historieta como trabajo y el trabajo crítico de la historieta”, en *Revista de Ciencias Sociales*, N° 30, Costa Rica.
- Reggiani, Federico (2005), “Historietas en transición: representaciones del terrorismo de Estado durante la apertura democrática”, en Rommens, Aarnoud (dir), *Camouflage Comics: Dirty War Images*, <http://www.camouflagencomics.com>
- Revista Latinoamericana de estudios sobre la historieta*, La Habana, Pablo de la Torriente (varios números).
- Rius (1980), *La trukulenta historia del capitalismo*, Grijalbo
- Rivera, Jorge (1978) “Popularidad del humor dibujado. Análisis de las contratapas”, en *Revista Cultura y Nación, Clarín*, 23 de noviembre.
- Rivera, Jorge (1979), “Tiras nacionales y extranjeras en los diarios argentinos” en *Primera Bienal Internacional y Cuarta Bienal Argentina de Humor e Historieta*, Municipalidad de Córdoba: 89-105.
- Rivera, Jorge ([1985] 1990 a): “Para una cronología de la historieta”, en Ford, Aníbal, Jorge Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa: 70-88.
- Rivera, Jorge ([1985] 1990 b): “Historia del humor gráfico argentino”, en Ford, Aníbal, Jorge Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa: 106-140.
- Rivera, Jorge (1986 a), “1900-1920: la sonrisa de las cosas cotidianas”, en *Sexta Bienal. 100 años de humor e historieta argentinos*, Museo Municipal de Bellas Artes “Dr. Genaro Pérez”, Municipalidad de Córdoba: 18-20.
- Rivera, Jorge (1986 b), “La década del 40: los grandes tipos”, en *Sexta Bienal. 100 años de humor e historieta argentinos*, Museo Municipal de Bellas Artes “Dr. Genaro Pérez”, Municipalidad de Córdoba: 42-44.
- Rivera, Jorge (1986 c), “El humor: renovaciones y replanteos”, en *Sexta Bienal. 100 años de humor e historieta argentinos*, Museo Municipal de Bellas Artes “Dr. Genaro Pérez”, Municipalidad de Córdoba: 64-67.
- Rivera, Jorge (1986 d), “<<...Una compadrada contra el terror>>”, en *Sexta Bienal. 100 años de humor e historieta argentinos*, Museo Municipal de Bellas Artes “Dr. Genaro Pérez”, Municipalidad de Córdoba: 78-81.

- Romano, Eduardo ([1985] 1990), "Breve examen de la historieta", en Ford, Aníbal, Jorge Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.
- Rommens, Aarnoud (2005), "C de censura: Buscavidas y el «terror del signo incierto»", en Rommens, Aarnoud (dir.), *Camouflage Comics: Dirty War Images*, <http://www.camouflagencomics.com>
- Russo, Edgardo (2004), *La historia de Tía Vicenta*, Buenos Aires, Espasa Calpe.
- Roux, Antoine (1971), "Les bandes rouges du président Mao", en *Communications*, France, Num. 12.
- Sarría Buil, Aranzazu (2007), "Sátira y caricatura desde el exilio: en torno a la figura del general Franco", en Marie-Claude Chapul (ed.), *Humor y política en el mundo hispánico contemporáneo*, Revista PILAR - Presse, Imprimés, Lectura dans l'Aire Romane, Nanterre.
- Sasturain, Juan ([1986] 1995), "La última década larga de la historieta argentina" en Sasturain, Juan, *El domicilio de la aventura*, Colihue, Buenos Aires.
- Sasturain, Juan (1987), "El humor diario: una estrategia de retaguardia", en Rivera, Jorge y Eduardo Romano (comps.), *Claves del periodismo argentino actual*, Buenos Aires, Ediciones Tarso.
- Sasturain, Juan (1998), "El corazón al sur", en www.caloi.com.ar/reportajes/sasturain.htm
- Sasturain, Juan (2004), *Buscados vivos*, Buenos Aires, Astralib.
- Scolari, Carlos A (1999), *Historietas para sobrevivientes. Comic y cultura de masas en los años 80*, Buenos Aires, Colihue.
- Segado Boj, Francisco (2006), "El reformismo franquista visto por el humor gráfico de la prensa diaria: la Ley de Asociaciones Políticas", en Marie-Claude Chapul y Manuelle Peloille (eds.), *Humor y política en el mundo hispánico contemporáneo*, Revista PILAR - Presse, Imprimés, Lectura dans l'Aire Romane, Nanterre.
- Segado Boj, Francisco (2007), "España 1975. Choque generacional y choque ideológico: juventud y madurez en el humor gráfico de la época", en Marie-Claude Chapul (ed.), *Humor y sociedad en el mundo hispánico contemporáneo*, Revista PILAR - Presse, Imprimés, Lectura dans l'Aire Romane, Nanterre.
- Steimberg, Oscar (1977), *Leyendo historietas. Estilos y sentidos en un "arte menor"*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Steimberg, Oscar (1977), "1936-1937 en la vida de un superhéroe de las Pampas", en Steimberg, Oscar, *Leyendo historietas. Estilos y sentidos en un "arte menor"*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Steimberg, Oscar (1986), "Risa peronistas, risa antiperonista", en *Sexta Bienal. 100 años de humor e historieta argentinos*, Museo Municipal de Bellas Artes "Dr. Genaro Pérez", Municipalidad de Córdoba: 45-47.
- Steimberg, Oscar (2000), "La nueva historieta de aventuras: una fundación narrativa", en Noé Jitrik (ed.), *Historia de la literatura argentina*, Vol. 11: "La narración gana la partida", Buenos Aires, Emecé.
- Steimberg, Oscar (2001) "Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico", en *Signo y Señal*, Instituto de Lingüística de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

- Torres, Ernesto (2005), "Bajo la sombra: las historietas y la cultura durante el Proceso de Reorganización Nacional", en Rommens, Aarnoud (dir.), *Camouflage Comics: Dirty War Images*, <http://www.camouflagencomics.com>
- Torres, Ildemaro (2003), *Historia del humor gráfico en Venezuela*, Lleida, Editorial Milenio, Universidad de Alcalá
- Trillo, Carlos y Guillermo Saccomanno (1980), *Historia de la historieta argentina*, Buenos Aires, Ediciones Récord.
- Vázquez, Laura (junio 2005), "La historieta argentina. Un lenguaje de masas llamado a silencio", en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la historieta*, Num. 18 – vol. 15, La Habana: 105-120.
- Vázquez, Laura (2009), *Oficio, arte y mercado. historia de la historieta argentina 1968-1984*, Buenos Aires, Paidós, en prensa.
- Vázquez Lucio, Oscar –Siulnas- (1985), *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina*, Tomo 1: 1801-1940, Buenos Aires, Eudeba.
- Vázquez Lucio, Oscar –Siulnas- (1986), "Orígenes y evolución del humor gráfico en la Argentina del siglo XIX", en *Sexta Bienal. 100 años de humor e historieta argentinos*, Museo Municipal de Bellas Artes "Dr. Genaro Pérez", Municipalidad de Córdoba: 9-13.
- Vázquez Lucio, Oscar –Siulnas- (1987), *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina*, Tomo 2: 1940-1985, Buenos Aires, Eudeba.
- Vázquez Lucio, Oscar –Siulnas- (1988), "El poder y la sátira. Don Quijote: humor opositor y malhumor oficialista", en revista *Todo es Historia*, año XXII, N° 254, Buenos Aires
- Vázquez de la Parga, Salvador (1980), *Los comics del franquismo*, Barcelona, Editorial Planeta.
- Villegas Uribe, Carlos A. (2003), "Aportes teóricos para un nuevo paradigma de la caricatura", en *Revista Latinoamericana de estudios sobre la historieta*, Num. 10, Vol. 3: 89-106.
- Williams, Jeff (1994), "Comics: a tool of subversion?", *Journal of criminal justice and popular culture*, Vol. 2, Tomo 6, 129/146, en www.albany.edu/scj/jcjpgc/vol2is6/comics.html