

EDITORIAL

LA HISTORIETA Y SUS SEMIOSIS

LUCRECIA ESCUDERO CHAUVEL

Un renovado interés por el género del cómic, producto puro de la cultura de masas, marca el espíritu *vintage* de las primeras décadas de este siglo. Género centenario que ha atravesado suficientes generaciones como para considerarlo sólidamente inscripto en el imaginario colectivo. Sin duda fue el film *Pulp Fiction* de Quentin Tarantino el que mostró cómo el cómic nutrió y arrulló a la generación planetaria del Baby Boom, con su estética de trazo grueso, mucha sangre y varios “Oops!”. Luego de treinta años de apogeo parecía que el género no tenía más refugio que el diseño de arte o la re-escritura de viejos héroes y heroínas. Sin embargo las nuevas epopeyas cinematográficas de nuestros amigos de siempre fueron acompañando estéticamente el paso de la modernidad (Superman) a la posmodernidad (Batman) para aterrizar en la hipermodernidad alucinada del Hombre Araña. Tres poderosas industrias de contenido se cruzan a partir de la historieta, produciendo un verdadero sistema de traducciones, una semioesfera de cruces y de descartes: la del cine, la del dibujo animado (los *Toons*) que reproducen los héroes infantiles favoritos, y finalmente la del video. Los personajes de historieta han alcanzado, como Madame Bovary o D’Artagnan, el sueño al que aspira todo personaje de ficción: volverse real y convivir con los humanos.

Umberto Eco analizó en *El superhombre de masas* (1976) —como ningún otro semiólogo— los valores del héroe de historieta y sus transformaciones, pero sobre todo contribuyó a crear un nuevo territorio de estudios donde esa primera semiología en-

contró un terreno fértil: el de los productos de *entertainment*, el verdadero valor cultural por excelencia de la cultura de masas, antes de ser suplantado por los valores del *consumo*. En el texto clásico y sobre todo de anticipación que fue “Lectura de Steve Canyon” (1964) es donde el *fumetto* entra por la puerta grande del análisis estructural, semiótico y cultural a la vez. Recordemos que parte del debate de esta primera semiología de los años sesenta, de la que Eco fue un precursor en la lectura de los signos de la modernidad, se centró en la historieta y su “lenguaje”, es decir, la articulación entre el plano de la expresión y del contenido, seguido muy de cerca, en esta valoración de géneros hasta entonces considerados sin peso –géneros “menores”– por el investigador catalán Román Gubern (1972) con su libro *El lenguaje de los comics*, que fue pionero en lengua española.

¿Cómo hubiéramos podido construir la enciclopedia mediática sin el cómic? Vale decir, sin esa semiosis que sigue las transformaciones históricas y los gustos de época –en las palabras de Oscar Steimberg– y que hace de cada héroe una condensación, un punto de pasaje de otros interpretantes: el neocolonialismo en Hergé, o el imperialismo del Pato Donald en la célebre lectura de Ariel Dorfman y Armand Mattelart (1973), y en un análisis narratológico, a la condensación espacial y temporal que el cómic exige. La hipótesis de Eco es que el discurso popular desde la ciencia ficción hasta el cómic procede por caracteres convencionales, lugares comunes, pre-existentes a la narración, un “topos convencional” (1964: 217-218). Luego el personaje se vuelve soporte de otros contenidos hasta independizarse completamente del género que le dio origen y cobra vida propia, como Frankenstein.

La “Lectura de Steve Canyon”, un clásico como lo fue para el estudio de la publicidad el análisis de las pastas *Panzani* en la reflexión de Roland Barthes en el mismo periodo, nos permitió ver cómo los medios y particularmente el género de la historieta operan en la construcción de mundos narrativos restringidos y compactos, hechos a grandes trazos y donde el lector llena con una enciclopedia mediática ya preconstruida, el mundo posible delineado por la viñeta, precisamente por la economía narrativa que el género impone. Estamos frente a un género con marcas de reconocimiento muy tipificadas, digamos, una “gramática de producción” que responde a leyes precisas. Al punto que todo el Pop Art –generando una nueva semiosis– y particularmente Roy Lichtenstein con sus “Comics Paintings” de 1963, han hecho de estos rasgos la base de su estética hasta llegar a John Galliano y sus colecciones para Dior Haute Couture o a Alexander McQueen, una diferente genealogía de la influencia de la historieta sobre el arte moderno y el diseño actual.

Otros dos componentes confluyen en esta semiosis. La *iteratividad* del género, que implica la serialidad y que se transforma en saga con el *comic book* que, siguiendo la reflexión de Eco sobre la dialéctica entre innovación y serialidad, distingue entre serialidad iterativa (cada nuevo episodio es una unidad en sí misma), de la saga donde los episodios se alinean en una progresión narrativa temporal. Los nuevos formatos

de las series televisivas siguen operando con esta doble distinción. Y por último la *mitización* (Eco 1964: 219) como simbolización inconsciente, proyección en la imagen de tendencias, aspiraciones, temores emergentes en un individuo, una comunidad o una entera época histórica. En este proceso de mitización, los personajes de la cultura de masas, particularmente los del cómic, son fértiles creadores de “un nuevo repertorio mitológico” (224). Daniele Barbieri, destacado semiólogo italiano sobre el cómic, trabajará ya en la década de los noventa en esta perspectiva.

Medio siglo después de estos primeros análisis de la semiótica, en este nuevo interés global por la historieta figuran el Festival de Angoulême en Francia, ya en su décima edición; el Premio *Romics* del Festival de Comic y Animación de Roma, o la cifra récord de las ventas de un original de *Tintin* (1937) que alcanzó el monto de tres millones seiscientos mil dólares y las planchas de *Corto Maltese* vendidas en casi un millón de dólares. El remate tuvo lugar en París, en 2014, en la célebre casa de remates Artcurial, venta organizada por el experto en historietas antiguas Eric Leroy. Al otorgarse en España, en 2014, el Premio Príncipe de Asturias en la Comunicación y Humanidades a Joaquín Lavado (Quino), el genial creador de *Mafalda*, en la fundamentación se reconoce, al cumplirse cincuenta años del personaje, “los lúcidos mensajes de Quino que siguen vigentes por haber combinado con sabiduría la simplicidad en el trazo del dibujo con la profundidad de su pensamiento” (Agencia EFE). Quino, de 82 años, declaró que inicialmente había ideado el personaje para una campaña publicitaria de heladeras, pero que empieza a salir como tira semanal el 29 de agosto de 1964 en el semanario de actualidad y política *Primera Plana*, para comenzar su fulgurante expansión por América Latina hasta llegar a Europa de la mano, precisamente, de Umberto Eco, que en 1969 la define como “una heroína iracunda”.

Ya en territorio latinoamericano y particularmente argentino recordemos en esta apretada síntesis el rol de Oscar Masotta, que en agosto de 1968 organiza el primer congreso mundial de la Historieta en el Instituto Di Tella de Buenos Aires con la colaboración de la Escuela Panamericana de Arte. Oscar Steimberg está ya allí con su ponencia “1936-1937 en la vida de un superhéroe de las pampas” (sobre el nacimiento de Patoruzú), continuada después a la distancia con “Isidoro: de cómo una historieta enseña a su gente a pensar”, sobre otro eterno personaje de la misma tira, publicada en el primer número de la revista *Lenguajes*, fundada por Eliseo Verón, de abril de 1974. Steimberg, el más reconocido especialista en los estudios sobre la historieta en Argentina y América Latina, recoge el desafío de actualizar las investigaciones sobre el género en este número de *deSignis* que inaugura precisamente la nueva serie *Transformaciones* de la revista. En una cuidada edición, realizada con la colaboración de su equipo de investigación en el IUNA, Área de Crítica de Arte, y de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Área de Narrativas Dibujadas, y con el auxilio del investigador venezolano Rocco Mangieri y los investigadores Federico Reggiani y Laura Vázquez Hutnik, *La historieta* está articulada en

varios subtemas. *Las artes de la historieta*, con los textos de Baetens, Petris, Vázquez Hutnik y Berone; *De la historieta y su relato* con los artículos de Barbieri, Gandolfo y Raffaelli; *El decir de la secuencia*, que señala los diferentes momentos narrativos en la reflexión de Pedrazzini y Turnes; *Historieta y sociedad* muestra las estrechas relaciones entre el consumo del cómic y la vida cotidiana con el aporte de Lopes Pinheiro Queluz, Acevedo y Ramírez Lasso; en *La historieta y sus lenguajes*, Baños Orellana, Mangieri, Martínez Mendoza, Reggiani, Sardi y von Sprecher-Pestano Rodríguez retoman la discusión teórica iniciada en los años sesenta; *Las imágenes de la violencia* muestra las transformaciones de un género atravesado por la política en los ensayos de Burkart, Dos Santos-Vergueiro, Fernández, Gené y Levín. Por último, el texto de Alejo Steimberg analiza en la sección *Discusión* lo fantástico en la historieta con un punto de vista original y renovado.

Cierran este volumen, en la sección *Perfiles*, los obituarios que Sophie Fisher y Paolo Fabbri dedican a su amigo y colega Eliseo Verón (1935-2014), a quien este número que reúne colegas y discípulos que lo conocieron quiere homenajear. Un maestro es aquel que nos permite compartir y habitar su lenguaje.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DORFMAN, A. y MATTELART, A. (1973) *Para leer al Pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- ECO, U. (1964) *Apocalitti e integrati nella cultura di massa*. Milán: Bompiani. Edición consultada 1993, Tascabili Bompiani.
- _____ (1976) *Il superuomo di massa*. Milán: Bompiani.
- _____ (1985) “L’innovazione nel seriale”, en *Sugli Specchi*. Milán: Mondadori.
- ECO, U.; NEBIOLO, G. y CHESNEAUX, J. (eds.) (1971) *I fumetti di Mao*. Bari: Laterza. [Traducción española (1976) *Los Comics de Mao*. Barcelona: Gustavo Gili.]
- GUBERN, R. (1972) *El lenguaje de los comics*. Barcelona: Península.
- MASOTTA, O. (1970) *La Historieta en el Mundo Moderno*. Buenos Aires: Paidós.
- STEIMBERG, O. (1971) “El lugar de Mafalda”, en Revista *Los Libros* n°17.
- _____ (1974) “Isidoro, de cómo una historieta enseña a la gente a pensar”, en Revista *Lenguajes* n°1, compilados después en *Leyendo historietas - textos sobre relatos visuales y humor gráfico*, 2013, Buenos Aires, Eterna Cadencia.