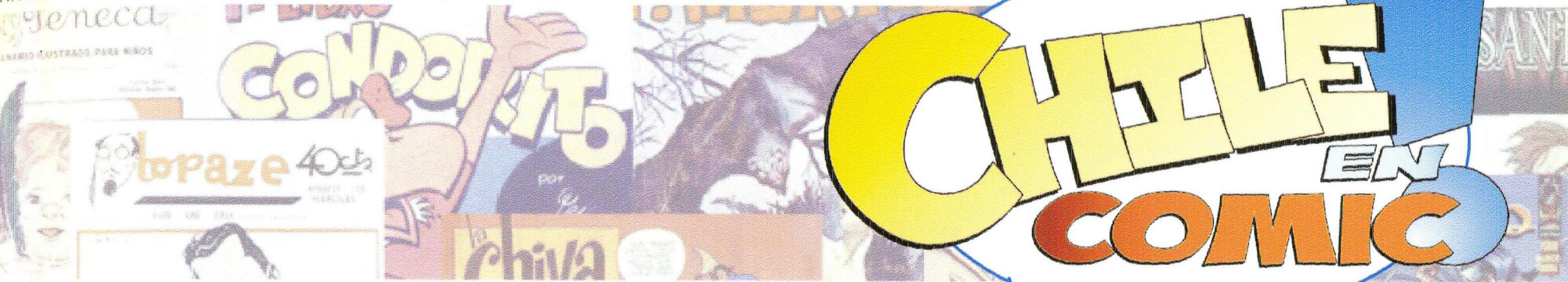




Universidad de Chile .. Facultad de Arquitectura y Urbanismo .. Escuela de Diseño, Mención Diseño Gráfico



RESCATE PATRIMONIAL DEL CÓMIC CHILENO EN TANTO MEDIO DE EXPRESIÓN Y RECURSO DE LA COMUNICACIÓN

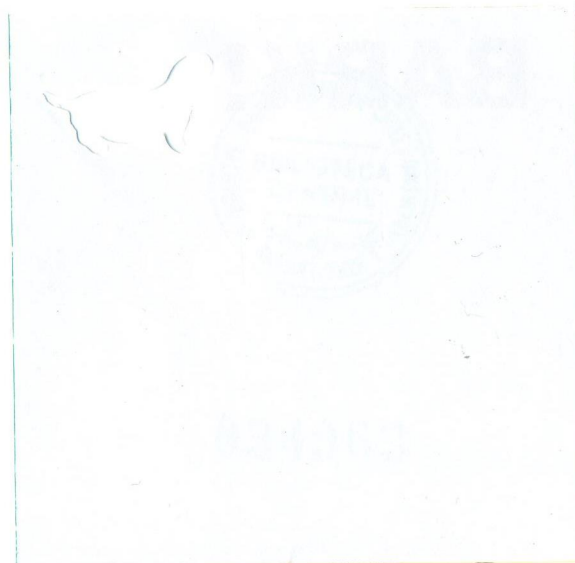
Tesis

Titulo Profesional de Diseñador Gráfico

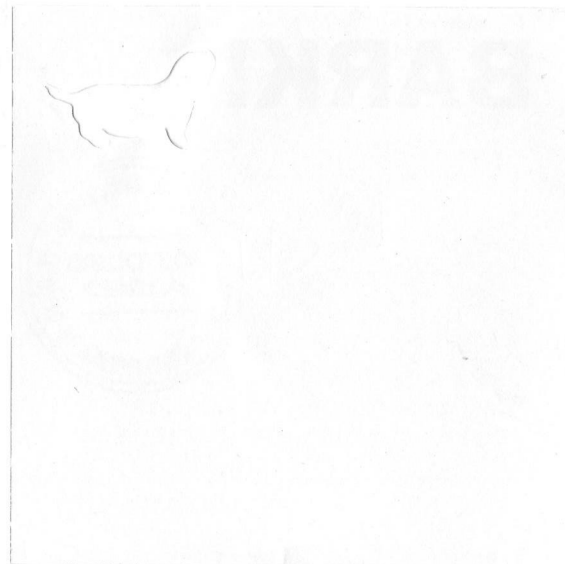
Carla Pardo Ortiz Autor

Carlos R. Morales Profesor Guía

Santiago, 12 de Diciembre de 2005



INTRODUCCIÓN	3	VI. DESARROLLO PROPUESTA	98
ANTECEDENTES	4	1. Proceso de Diseño	99
I. PLANTEAMIENTO GENERAL	6	2. Marca del Sistema	101
1. Planteamiento del Problema	8	3. Piezas Gráficas	103
2. Objetivo General	8	i. Impreso	104
3. Objetivos Específicos u Operacionales	8	ii. CD Rom	106
II. METODOLOGÍA	9	CONCLUSIONES	108
1. Plan Metodológico	10	BIBLIOGRAFÍA	109
2. Mapa Conceptual	11	AGRADECIMIENTOS	112
3. Definición del Conceptos	12	ANEXOS	113
III. ANÁLISIS DE TIPOLOGÍA EXISTENTE	13		
IV. MARCO TEÓRICO	20		
1. Cultura - Patrimonio	21		
i. Cultura	21		
ii. Patrimonio. La Historieta y el patrimonio	24		
2. Comunicación Visual	29		
i. Influencia y Vinculaciones	31		
3. Origen y Desarrollo del Cómic	38		
4. Historia del Cómic Chileno	41		
5. El Cómic como medio de Expresión	55		
6. Desarrollo de Géneros en la Historieta Chilena	66		
7. Historieta Política y Social	71		
V. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE DISEÑO	88		
1. Descripción del Proyecto	89		
2. Planteamiento de Estrategia	91		
3. Táctica y Acciones	92		
4. Definición de Comunicación Lingüística	93		
5. Restricciones y Alcances	95		
6. Identificación del Grupo Objetivo	96		





INTRODUCCIÓN

Cada vez que abrimos una revista de historietas nos sumergimos en un mundo mágico, irreal, a veces tan ajeno a nuestras vidas que utilizamos este pasatiempo para olvidarnos, por un instante, de nuestras vidas.

Pero, ¿es realmente así?

El cómic se ha valido de nuestras propias vidas para crear estas historias. Entonces surge la pregunta ¿qué es lo que nos llama la atención, si es la historia del hombre la que estamos leyendo? La respuesta es simple: hay cosas que nuestros ojos no pueden o no quieren ver de nuestra realidad, de nuestros conflictos personales y de nuestros problemas de comunidad, pero el cómic, o más bien los artistas, han sido grandes observadores y han sabido plasmar con tinta aquello que nos negamos a ver.

Es así como los superhéroes nacieron en respuesta a los conflictos de post-guerra o el comix como contestación de los jóvenes hacia los regímenes gubernamentales a finales de los ochenta.

Nuestro país es parte de esto. A través de visionarios como Coke, Hervi, Lukas se ha contado parte importante de nuestra historia como país. Una historia que nos hace reír, pero nos hace reflexionar sobre nuestros actos públicos y cotidianos.

Este proyecto pretende comunicar esta historia, que

se está perdiendo en estantes de la Biblioteca Nacional o en las cajas de recuerdos en nuestros hogares. Muchos de nosotros no conoce y no tiene como saber que la historieta chilena ha jugado un papel importante dentro de nuestra memoria de país. Por esto que es necesario rescatar, difundir y valorar esta parte de nuestro patrimonio cultural, para que las futuras generaciones y nosotros mismos podamos enorgullecernos de esta herencia, que con esfuerzo y dedicación, grandes maestros nos han dejado.

Los invito a continuación a revisar este proyecto, en donde, de una u otra manera, es posible contribuir a la mantención y resguardo de nuestra historia.



ANTECEDENTES

El cómic es un medio de comunicación, una forma de expresión, un género narrativo y artístico llamado incluso por algunos el noveno arte, pero que por lo general es considerado como una lectura de nivel inferior sin tomar en cuenta el valor social y cultural que posee, junto con la gran capacidad comunicacional que puede llegar a tener.

A lo largo de su historia, el cómic se las ha arreglado para estar a la par de los tiempos en que se desarrolla y ha evolucionado de acuerdo a las tendencias sociales. De esta manera hechos importantes de la historia del hombre como la crisis financiera de 1929, la II Guerra Mundial, los problemas raciales, o la Guerra de Vietnam cambiaron significativamente el curso de las historietas.

Antes del año '29 y de la crisis económica, los personajes eran prototipos de la forma de vida de los inicios del siglo pasado volcándose hacia el interior de una sociedad en la que se consolida el capitalismo, confiada en el futuro y satisfecha de sí misma, lo que posteriormente cambia a historias que proyectan una sociedad profundamente sacudida por el presente y temerosa del futuro, ella busca una salida a partir de un sueño, mito, aventura, como modo de evasión de la realidad social, nacen los Héroes, que se dedican a conquistar un mundo donde el ente social se dedica a ser un hombre de buena fe, de buenas intenciones con la misión central de defender el "mundo libre".

De esta manera vemos como se genera una transfor-

mación histórico social al pasar el mundo por distintas etapas de desarrollo, en donde luego de la desilusión de Vietnam y previa caída del muro de Berlín nace el cómic underground con su respectivo movimiento social en donde los temas son la droga, la escatología, la libertad sexual llegando hasta la pornografía, el holocausto. Este representa un fuerte repudio frente al orden establecido, los valores tradicionales, la hipocresía de la censura, el orden moral represivo, el colonialismo, el ejercito, la religión, destrozando el modo de vida al crear antihéroes y una anticultura tal más allá de las historietas.

En nuestro país estos cambios no son ajenos. A parte de los cambios mundiales que permitieron el surgimiento de héroes criollos, problemas políticos internos hicieron emerger publicaciones como Topaze, un cambio por las preocupaciones sociales permitieron que La Chiva viera la luz o que un nuevo gobierno hiciera lo mismo con la Firme, y en un momento de nuestra historia, el cómic chileno se convirtió en un fenómeno de proporciones, las revistas de historietas no sólo entretenían, sino también educaban e informaban a la ciudadanía.

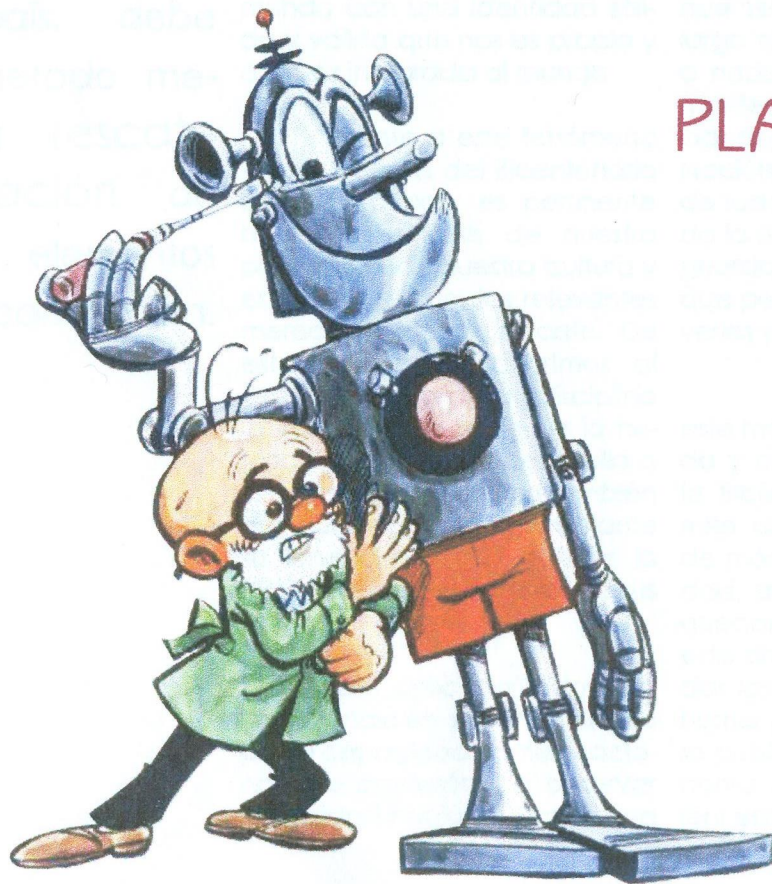
Al poco tiempo se utilizó este lenguaje para los textos de estudio y cuando surgió la Editorial Quimantú, la clase obrera se cautivó con este arte. A pesar de que las viñetas nacionales no volvieron a ocupar el lugar de antaño por muchas razones, hoy en día muchos jóvenes siguen trabajando y luchando por abrirse camino y dar a conocer su talento.

Pero lo más importante de la larga y nutrida tradición del cómic nacional es su aporte a nuestra historia como país formando parte de nuestro patrimonio ya que ha registrado, a través de distintas personas que observaron su entorno, lo que estaba ocurriendo alrededor. Estos artistas, con su obra, han podido reflejar a lo largo de los años el sentir de un país, su historia e idiosincrasia, recreando y exagerando situaciones diarias que lo transforman en un atractivo registro de la cultura chilena. Si con Topaze, por ejemplo, los personajes aparecían en el Club de la Unión, ahora esos mismos tipo aparecen conversando en un gimnasio o un centro comercial.

Las Historietas permiten descubrir el país desde lo cotidiano. A mucho de los próce-

res, presidentes o personeros públicos se les humaniza gracias a los dibujos. El Humor gráfico nos ha permitido encontrar una versión informal de la historia chilena. Esa memoria que se hace con tinta, pero en vez de escribirse se dibuja, sin importar el genero, el artista o la época en que fueron realizadas.

El patrimonio cultural e histórico de un país debe ser gestionado mediante el rescate y valoración de los bienes que lo conforman.



CAPITULO I PLANTEAMIENTO GENERAL

El patrimonio cultural e histórico de un país, debe ser generado mediante el rescate y valoración de aquellos elementos que lo componen.

En un mundo globalizado, va naciendo la necesidad de proteger nuestro patrimonio y de que diferentes disciplinas sean capaces de tomar los elementos constitutivos de nuestra historia social y sean capaces de generar proyectos que enriquezcan su conservación y su resguardo de manera que se pueda hacer frente a influencias extranjeras, para que de esta forma poder presentarse al mundo con una identidad sólida y válida que nos es propia y a la vez integrada al mundo.

Frente a este fenómeno y a las puertas del Bicentenario de nuestro país, es pertinente hacer un análisis de nuestro patrimonio, de nuestra cultura y encontrar elementos relevantes merecedor de un rescate. De esta manera descubrimos al Cómic, como una disciplina artística que es parte de la historia no solo por su desarrollo a lo largo de los años sino también por haber permitido, mediante su lenguaje propio, reflejar la Historia de Chile a través de sus páginas.

El cómic ha adquirido importancia en el mundo entero por su capacidad comunicacional y de expresión, y al observar la realidad nacional vemos que

no sólo ha contado historias sino que ha comunicado ideas, influenciado por la contingencia y ha sabido contar parte de nuestra historia a través de páginas con historietas y caricaturas

Y con tanta historia que contar, tantos dibujantes, guionistas y editores que dedicaron su vida a este trabajo, la historia del cómic chileno es bastante extensa y variada. El material que se ha ido realizando a lo largo de más de un siglo poco o nada se sabe de él masivamente. A excepción de colecciones privadas, La Biblioteca Nacional mantiene un archivo de todas las publicaciones, siendo la única entidad que los resguarda y el único medio para que personas comunes puedan verlas y revisarlas.

Por razones naturales, este material se está deteriorando y como medida preventiva la Biblioteca Nacional no permite acceder a publicaciones de más de 50 años de antigüedad, por lo que muchas están quedando en el olvido. Junto a este archivo encontramos a todas las historietas, caricaturas y humor gráfico y de editorial que se publican en diversos impresos como diarios, revistas de opinión, entre otros.

Dado lo anterior es posible detectar un problema contextual, y que tiene relación con que existe un material gráfico del cómic chileno y que está disperso, por lo que no tiene un lugar público oficial al que el hombre común pueda acceder a él sin problemas ni requerimientos. Frente a esto el Comunicador Visual, al ser un profesional multidisciplinario está capacitado para trabajar con las herramientas necesarias para no sólo diseñar formas, sino para diseñar una situación de comunicación que permita solucionar el problema, junto a un desarrollo no sólo material sino también cultural, que generará un aporte a la preservación de nuestro patrimonio y a la educación de las nuevas generaciones; para ello es imprescindible el financiamiento y la preocupación de las autoridades pertinentes, que logren comprender tanto la conveniencia social como la económica de llevar a cabo un proyecto de esta índole.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

A partir de lo anterior, es posible determinar el Problema de Diseño, el cual se enmarca en Desarrollar una herramienta comunicacional para el reconocimiento cultural del Cómic Chileno, que permita difundir y valorar el concepto de Patrimonio en esta

2. OBJETIVO GENERAL

disciplina.

Rescatar, difundir y valorar el cómic chileno como parte de nuestro patrimonio y de nuestra cultura visual contemporánea, a través del desarrollo y diseño de un material gráfico que destaque su importancia en tanto medio de expresión y de comunicación.

3. OBJETIVOS OPERACIONALES

- Definir una cronología del cómic chileno, reconociendo publicaciones, historias, dibujantes y hechos claves y fundamentales dentro de esta historia.
- Reconocer e Identificar dentro de estos hitos, aquellos con mayor valor expresivo y capacidad de comunicar ideas a través de su lenguaje.
- Seleccionar, organizar y presentar el material recopilado según lugar en la historia, genero narrativo, manifestación de temas contingentes a la publicación, y relevancia socio cultural.
- Análisis a publicaciones seleccionadas bajo criterios gráficos, narrativos y semánticos.
- Esclarecer la importancia sociocultural, junto con su influencia y vinculaciones con otras manifestaciones sociales y culturales.
- Reconocer el concepto de patrimonio en la historieta chilena para que de esta manera darle el valor y resguardo que necesita para su posterior difusión.
- Comunicar de forma clara, atractiva y eficiente el valor patrimonial del cómic chileno junto con las características principales de este, de acuerdo con los resultados obtenidos del análisis

CAPITULO II METODOLOGIA

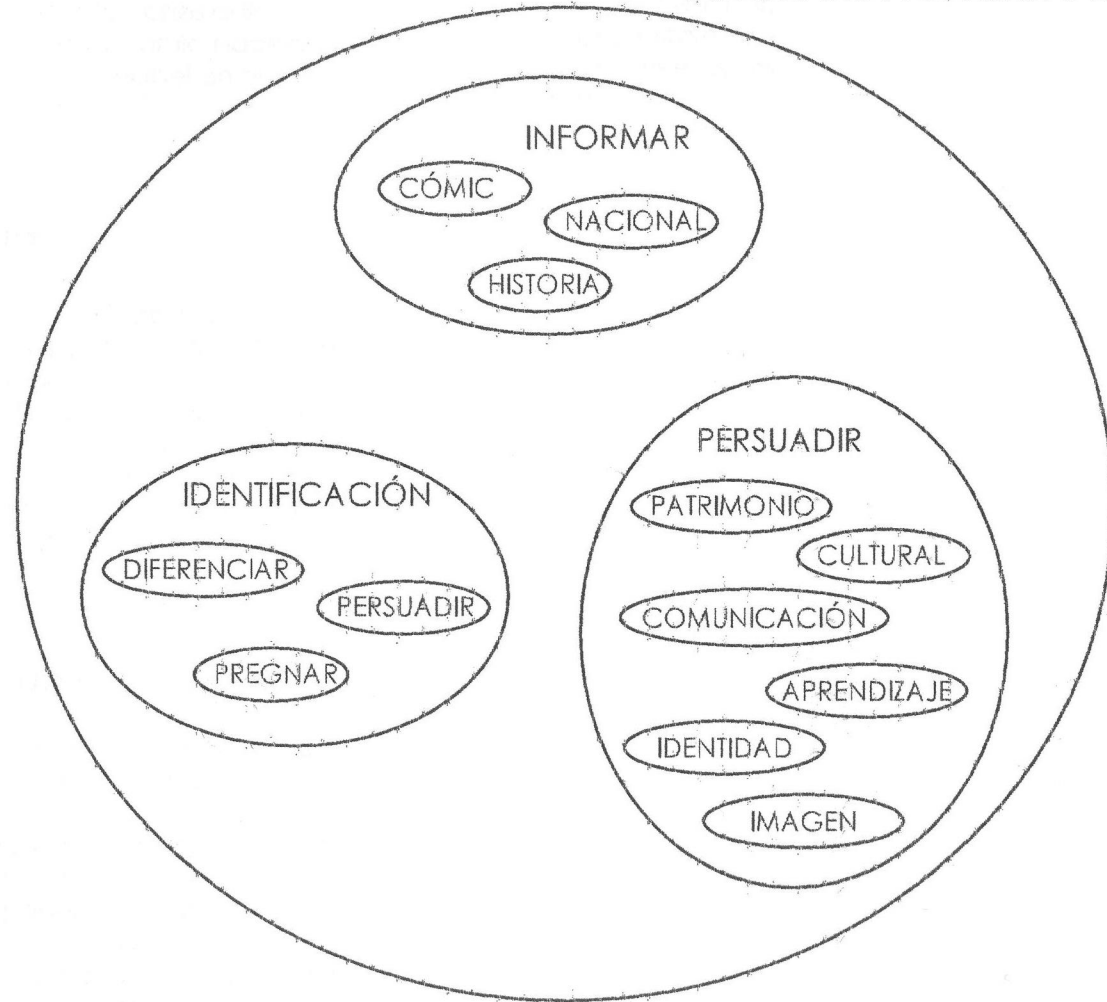


A continuación se definen las tareas a realizar, para de esta forma dar lugar a cabo el proyecto:

1. **Estructuración del Problema:** Se definen el problema a resolver, objetivos generales y operacionales
2. **Planteamiento del Proyecto:** se esboza una idea de solución al proyecto, lo cual generará los contenidos necesarios para llevar a cabo el mismo.
3. **Revisión Antecedentes:** se examinan los antecedentes derivados de la Investigación Base-Memoria, y se seleccionan los pertinentes al proyecto que se tiene en mente, para formar parte del marco teórico.
4. **Ampliación Antecedentes y Análisis:** Se extiende y completa el marco teórico, con el posterior análisis de estos.
5. **Recopilación de Material Gráfico y de Apoyo a la Producción:** búsqueda y selección de material gráfico complementario y de apoyo al marco teórico, que además es necesario para el proyecto gráfico.
6. **Propuesta Estratégica de Diseño:** Luego de tener todos los antecedentes a mano, se plantea el proyecto gráfico a realizar, se realiza la estrategia a seguir, definiendo objetivos, tácticas, grupo objetivo y conceptos a comunicar.
7. **Preparación y Análisis de Contenidos:** una vez definida la propuesta proyectual se prepara y analiza el marco teórico para comenzar la realización del mismo y definir los contenidos que tendrán las piezas gráficas.
8. **Bocetaje y Reproducción de Piezas:** como parte del desarrollo de la propuesta, se comienza el Bocetaje y el desarrollo de alternativas gráficas.
9. **Producción Final:** al tener las alternativas y sistema gráfico definido se comienza la producción final de las piezas.
10. **Evaluación**
11. **Redacción Informe Final**

1. PLAN METODOLÓGICO

DIAGRAMA FUNCIONAL



2. MAPA CONCEPTUAL

3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Informar

En este nivel se encuentran los conceptos destinados a presentar, manifestar, comunicar sin connotaciones adicionales lo que es el Cómic Nacional, su Historia y su papel en nuestra Historia como país.

mento que la refleja y pertenece a ella y se nos proyecta con una identidad propia, donde la imagen permite que se enfatice su fuerza comunicacional de, que ha permitido informar y educar, ayudando al aprendizaje de diversas temáticas relevantes para la sociedad

Identificar

Como todo producto de Diseño, este debe identificarse con los elementos centrales del proyecto, lo que implica diferenciarse en el mercado, ser preguntado en el usuario y producir el sentido de pertenencia para y con el producto

Persuadir

De Manera que un diseño adquiera un nivel superior y se convierta en un elemento de importancia es que se necesita trabajar en conceptos que puedan persuadir a los diferentes usuarios, y tienen relación con Señalar y destacar el valor de patrimonio chileno del cómic nacional apreciando el concepto de cultura como un ele-

1. Contexto

El contexto surge de la idea de un grupo de jóvenes artistas por Carlos López y tiene con el objetivo de ser un espacio de reflexión y debate promoviendo en conjunto un rol activo en el desarrollo de la ciudad por medio de algún proyecto o iniciativa pública que sea beneficiosa.

CAPITULO III

ANÁLISIS DE TIPOLOGÍA EXISTENTE

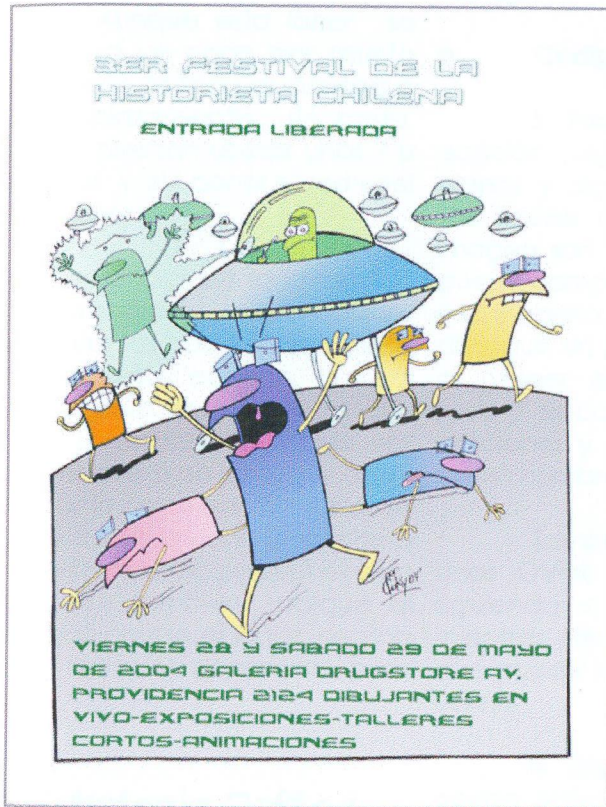
Historia Chilena

Desde el inicio que se crea el país surge un movimiento "chileno" en el que se va vivo en esa época. Por eso se crearon con la cultura del momento el lenguaje de la época. Después que hubo cambios.

2. Estrategia Comunicacional

El objetivo de esta es promover un espacio de reflexión y debate promoviendo en conjunto un rol activo en el desarrollo de la ciudad por medio de algún proyecto o iniciativa pública que sea beneficiosa.





Afiche III Festival de la Historieta Chilena

III FESTIVAL DE LA HISTORIETA CHILENA

1. Contexto

Este Festival surge de la idea de un grupo de jóvenes liderados por Carlos López y nace con el objetivo de dar a conocer el trabajo que se viene realizando en cómic, no sólo a quienes tiene conocimiento de él, aquellos que siguen a algún dibujante y compran sus publicaciones, sino también a quien no sabe que se está trabajando en este arte y que existen jóvenes que desean surgir en esto.

Dado el costo que implica publicar, llegar a promocionar masivamente la revista es casi utópico. Por esto se decide salir a las calles y dar a conocer el trabajo de los jóvenes dibujantes que están haciendo cómic.

2. Estrategia Comunicacional

Para lograr llegar a las personas que no conocen de cómic, es que la organización del evento busca lugares públicos que tengan o no una importancia cultural. La idea es que las personas que estén

realizando otras actividades se acerquen al festival y conozcan el trabajo, y de esta manera comenzar una cadena de comentarios sobre el evento.

Aunque esta labor se complica un poco por asunto de dinero, la idea es conseguir un emplazamiento sin costo, donde puedan ubicar unas 7 u 8 mesas y ahí poner el material a exponer.

Los organizadores tratan de conseguirse auspicios para solventar los costos que implica realizar estos eventos, lo cual es bastante complicado y difícil su realización. Cada vez que encuentran un lugar apropiado, la organización trata de que los apoyen con un afiche o pendón, no solo para el evento sino que también porque al promocionarse el lugar, implica más visitas y ganancias para éste.

3. Estrategia Gráfica

Gráficamente el Festival cuenta con un afiche que se realiza para cada versión, en este caso tenemos el de la tercera versión.

a. Diagramación: La diagramación

del afiche es centrada, con una imagen que cubre el formato y texto en ambos extremos verticales del mismo. El tamaño es de 472 x 650 px, a 100 dpi.

b. Código Icónico

i. Forma: Es una composición digital, con colores planos y algunas gradaciones. Las figuras que componen la imagen son amorfas, no se les puede comparar con algún animal u objeto, aunque es posible distinguir un indicio humanoide al poseer extremidades, ojos, nariz y boca, en similares proporciones y ubicación que las de un hombre.

También encontramos unos OVNI's que están persiguiendo a estos personajes, mientras ellos arrancan por lo que puede ser una calle o una colina.

ii. Tamaño: La imagen ocupa prácticamente todo el formato, ya que se deduce que el sector blanco es parte de la misma. Dado esto, sería de 12 x 16,5 cm.

iii. Color: Al ser digital, ya que solamente se publica en la red, sus colores están sobre la

base del sistema RGB

c. Código Tipográfico

i. Fuente: La fuente exacta no pudo ser ubicada, pero si se encontraron similitudes con tipografías como Aero, Denmark o Steel. La gran diferencia entre ellas y la utilizado en el afiche son las letras E, A, C, B e Y

ii. Cuerpo: El título principal está en cuerpo 12, y el texto secundario en 10

iii. Diagramación: Si bien en su totalidad está centrada, el texto está justificado en cada uno de sus párrafos.

4. Estrategia de Medios

Los medios que el evento se utilizó en el último festival, y que se viene haciendo desde hace un tiempo, fue bastante escasa, y consistió en enviar mensajes a sitios de cómic como: Ergocomics, Womics y Kotecomics. Además de referencias en sitios como dela N.A.D.A y en diferentes foros de conversación. Dado que no pueden conseguirse o no tienen recursos para otro tipo de

promoción, es muy importante para los organizadores el lugar donde se emplazará, ya que eso permitiría que el público objetivo los visite

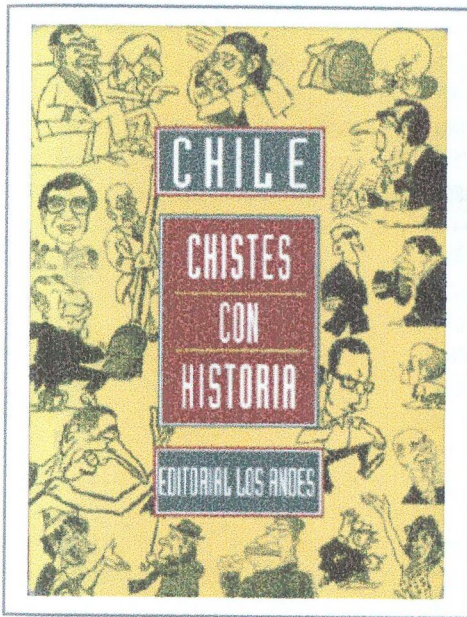


Imagen Portada

CHILE: CHISTES CON HISTORIA

Alejandria Carey C.
Magdalena Piñera M
Ed. Los Andes

1. Contexto

Como una forma de dar con una mirada distinta de nuestro siglo XX, las autoras buscaron en diarios, revistas, pasquines y libros chilenos hasta encontrarla: la del humor. Así fueron apareciendo las caricaturas de los grandes humoristas gráficos nacionales de la centuria, muchos de los cuales son infinitamente más elocuentes que algunos de los más serios documentos históricos.

2. Estrategia Comunicacional

Esta recopilación gráfica está pensada en presentar una selección de imágenes en donde la sátira y la ironía, esas que primero producen la risa para luego calar en la verdad profunda de los avatares de nuestro acontecer, es la fórmula propuesta en estas páginas para adentrarnos en lo que somos los chilenos. Y para ello, se cuenta con unos pocos humoristas gráficos que en unas pocas pero certeras pinceladas han ido dando con lo esencial.

"Basta ver las incisivas

caricaturas en torno la enemistad de Alessandri Palma con Ibáñez, o de la falta de pan, cigarros y bencina del gobierno de Allende o del plebiscito del 88 para confirmar la tesis. El humor, a veces, habla por sí solo. Personajes como Verdejo del Topaze, el Enano Maldito del Puro Chile, don Memorario de El Mercurio o el señor de anteojos oscuros de la desaparecida revista Hoy no solamente forman parte de nuestramemoria colectiva, además nos retratan sin eufemismos ni concesiones." señalan las autoras

3. Estrategia Gráfica

El ejemplar es un impreso a cargo de la Editorial Los Andes, e impresa en los talleres de Dolmen Ediciones.

a. Diagramación: El Tamaño del impreso es de 15.4 x 21.5 cms. Bajo una retícula de manuscrito y una diagramación vertical, justificada, se presentan 230 pg. Impresas por tiro y retiro en negro.

b. Código Icónico

Las imágenes que se presentan son recopilaciones de diferentes publicaciones

dedicadas al humor político y de opinión, todas ellas impresas a un color en las páginas impares, solo algunas pequeñas en las pares, cuando el texto lo permitía.

De la procedencia de las mismas y a juzgar por la calidad de algunas imágenes, muchas de ellas baja, es posible determinar que éstas provienen de fotocopias de la Biblioteca Nacional (entidad que mantiene una amplia cantidad de publicaciones). El resto de imágenes pueden haber sido digitalizadas, pero con unas pocas no se trabajo con un formato adecuado ya que se encuentran pixeladas.

c. Código Tipográfico

Con una diagramación muy simple se presenta un texto en las páginas pares con un título en la parte superior de grandes dimensiones, y más abajo el texto justificado y con letra capitular.

4. Estrategia de Medios

Este material se vende en diferentes librerías, sin una promoción o elemento que lo destaque sobre otros textos.



Ejemplo de las páginas Interiores

1. Contexto

Esta exposición se presenta como un pequeño homenaje a muchos artistas que con una obsesiva terquedad se han enmarcado en el dibujo y el guión de historieta en nuestro país, conformando un genero que, a pesar de las dificultades de sobrevivencia, se mantiene hasta el día de hoy, dando vida a una escena artística improbable pero cierta, una especie de inflamación cutánea que se mira con sospecha o se asiente con prudencia.

2. Estrategia Comunicacional

La exposición se presentó simultáneamente en las tres salas del Museo Nacional de Bellas Artes que se mantienen en los Mall Plaza Norte, Plaza Vespucio y Plaza Trébol. La muestra fue rotando entre estas salas y se mantuvo desde el 14 de Septiembre al 13 de noviembre del presente año. Una de las razones por la que se escogieron estos lugares es que el museo ha implementado un proyecto denominado "Museo sin Muros", con el propósito de llevar parte importante del patrimonio



Portada Tríptico Exposición

COMICS PARA LAS MASAS EL COMICS EN CHILE 1919 - 2005

a estos espacios públicos, permitiendo que muchas personas que habitualmente no frecuentan espacios artísticos, tengan la oportunidad de relacionarse con la actividad creativa

3. Estrategia de Medios

La exposición fue promovida mediante afiches ubicados en las estaciones del Metro de Santiago en el sector "Metro Informa", lugar destinado a la publicación de afiches culturales en forma gratuita, junto con afiches en las mismas salas. En la Sala se repartían trípticos con información sobre los autores en exposición y una breve biografía y currículum

4. Estrategia Gráfica

Dentro de las piezas destinadas a promover la muestra se encuentra un tríptico, el cual tiene las siguientes características

a. Diagramación: El Tamaño del Impreso es de 60 x 20 extendido, quedando de 20 x 20 plegado. Su diagramación es a partir de una retícula modular, en donde

se fueron ubicando las imágenes y el texto.

b. Código Icónico

En el anverso vemos en portada a un niño caminando por un camino de portadas de revistas, en el sector izquierdo se encuentra una imagen mayor que corresponde a una foto blanco y negro ampliada de tal manera que es posible ver el punto de impresión, la cual continúa en los otros sectores del tríptico, a excepción del centro que muestra las salas del museo antes mencionadas con una grafica totalmente distinta.

Al reverso se utiliza de fondo la misma imagen ampliada del anverso y se presenta una imagen encuadrada en un marco con un delta, emulando un "globo" de conversación de cada uno de los autores presentados todas ubicadas sobre un globo mayor de baja opacidad.

c. Código Tipográfico

La tipografía se utiliza mayormente para crear una textura de los nombres de los artistas en exposición tanto en la portada del anverso como en la parte inferior del reverso. Al lado de cada imagen individual se encuentra el nombre del autor

en la parte inferior y el seudónimo en la parte superior, ambos nombres con letra capitular en rojo. Entre ambos una breve biografía con algunos elementos en negritas, dependiendo del texto.



Detalle Interior del Tríptico

Entendemos entonces la cultura principal de la cultura, que es una idea más o menos abstracta, formada a partir de la práctica que realiza el individuo, por ejemplo el momento de la feria, la fiesta o el día festivo, donde lo cotidiano vive en el caso de las fiestas, donde la persona vive con la cultura, donde se organiza la fiesta, una cosa que se vive en la cultura.

CAPITULO III MARCO TEÓRICO

Cultura, es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado. El término "cultura" es usado para describir modos de vida, ceremonias, arte, tecnología, ideología, valores, patrones fundamentales del comportamiento humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevas significadas y crea cosas que le trasciendan.

Una línea más allá, las representaciones que están en el espacio vital de la sociedad y de individuos que son el núcleo de su existencia. Cultura de tradición y valores y costumbres, creencias, conocimientos y goce de los sentidos, arte, música, literatura, en una determinada época, lugar, etc.

Esta definición apunta a los elementos de la cultura, que son los modos de vida, que se expresan en el espacio en que vivimos, por lo tanto, para entender la cultura, se debe ir a todo el patrimonio cultural.



I. CULTURA Y PATRIMONIO

1.1 Cultura

1. CULTURA Y PATRIMONIO

1.1 Cultura

Cultura, es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado. El término 'cultura' engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden.

Esta definición, atiende a la característica principal de la cultura, que es una obra estrictamente de creación humana, a diferencia de los procesos que realiza la naturaleza, por ejemplo, el movimiento de la tierra, las estaciones del año. Exactamente lo contrario ocurre en el caso de las obras, ideas y actos humanos, ya que estos transforman o se agregan a la naturaleza, por ejemplo, el diseño de una casa, la receta de un dulce de miel o de chocolate.

También es el conjunto de conocimientos que cada cual tiene para decidir, de manera crítica o no, cada acto de su propia vida, de la sociedad o de cualquiera que sea el motivo de su especulación. Conjunto de los modos de vida y costumbres, así como de los conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una determinada época, grupo social, etc.

Esta definición atiende a los segmentos de la cultura, como fenómenos culturales por su especialidad, por la época en que ocurren, por la nación, por la jerarquía y así hasta englobar a todo el pensamiento y obra humana.

Sobre la Idea de Cultura

El término "cultura" tiene una denotación muy amplia. La definición que E.B. Tylor dio de la "cultura" es principalmente una definición denotativa, aún cuando contiene algunos rasgos de intención globalizadora: "La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte [incluyendo la tecnología], la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de la sociedad".

Lo interesante de esta definición reside precisamente, ante todo, en su gran amplitud denotativa. Lejos de restringir el concepto de cultura a ciertos contenidos humanos, que se oponen a otros al ser considerados excelentes, como cuando se dice: "X es una persona muy culta" o "X tiene mucha cultura"; o bien: "conviene que los ciudadanos, además de sus actividades como trabajadores, tengan acceso a las actividades culturales" (incluso instituyen al efecto "casas de la cultura", "días de la cultura", y "conce-

jales de cultura"). El concepto de "cultura" de Tylor abarca también a todo otro contenido humano en cuanto tal. No solamente el arte es una actividad cultural, sino que también lo es el trabajo manual; no solamente hay cultura en las "casas de la cultura", puesto que una casa cualquiera, aunque sea una choza, es también un "objeto cultural". Y no solamente es cultura la organización de un hospital, porque también es cultura la organización de una banda de asesinos. En cualquier caso, si la definición de cultura de Tylor no quiere ser una mera enumeración, es en virtud del supuesto de la unidad e interconexión (en el "todo complejo") de sus partes, una unidad que tendrá que ser establecida, de muy diversas maneras: desde el evolucionismo o el organicismo, hasta el funcionalismo o el estructuralismo, y no meramente postulada.

Una manera muy extendida en nuestros días de definir el concepto de cultura (de suerte que cubra tanto a los hombres como a los animales, por un lado, y que, por el otro, tenga en cuenta tanto también los componentes objetivos, fisicalistas de la cultura) es aquella que conduce a lo que podría-

mos denominar "idea subjetiva de cultura". "Subjetiva" porque el marco en el cual la cultura ahora se inscribe es el sujeto. Dado este marco, se distinguirán aquellos aspectos de la conducta que se reproducen o transmiten naturalmente, como la talla, el color de ojos, etc., y aquellos otros que se reproducen por medio del aprendizaje, principalmente por la educación, en sentido amplio como el lenguaje, la técnica de construir redes o el arte de tocar el violín. Todos aquellos contenidos que se reproducen por medio del aprendizaje, por ejemplo el mecanismo del condicionamiento de reflejos, serían precisamente los contenidos culturales.

De este modo se lograría explicar, en primer lugar, por qué también los animales pueden tener formas de cultura. Y lograríamos, de algún modo dar cuenta de la "cultura objetiva", a través principalmente del esquema del instrumento. A esta concepción subjetivista de la cultura (sin perjuicio de su naturalismo) pueden asimilarse otras muchas concepciones de la cultura que aparentemente tienen otro formato: así, la concepción de una cultura como comunicación o expresión de unos sujetos ante

los demás; o la concepción de la cultura como conjunto de símbolos, como lenguaje -dadas las conexiones entre los símbolos y los reflejos condicionados.

La cultura no parece poderse reducir ni a algo subjetivo ni a algo objetivo. Porque consta de componentes genéricos de toda índole organizados a una cierta escala. Acaso sea esta circunstancia la que le confiere al concepto de "cultura" ese carácter abstracto, "intangible", que algunos (como Herkovits) quieren atribuirle a regañadientes, pero que no es nada peculiar suyo (tan abstracto e "intangible" es el concepto de energía; y, por contra, un objeto cultural -por ejemplo, un templo- es tan visible e intuitivo, o acaso más, que un objeto natural -por ejemplo, un átomo-).

Si desapareciesen los sujetos, también la cultura: las formas culturales perderían su significado. "Nada es la torre, nada la nave, sin los hombres dentro que la habitan" (dice el sacerdote en su primer parlamento del Edipo rey de Sófocles). Pero de aquí no se sigue ningún subjetivismo. La cultura no es un mero reflejo de la sociedad, ni tampoco es un mero resultado de la conducta.

Si se suprimiesen los objetos corpóreos, desaparecería la cultura, porque las formaciones culturales ni siquiera serían cognoscibles, al reducirse a un conjunto de fantasmas mentales. "La piedra es grave, el espíritu es libre" dice Hegel; pero lo cierto es que el espíritu, la cultura, también pesa, porque pesado es el Partenón o la edición Kögel de Mozart.

Si se prescindien de la trama de las peculiares relaciones tercio genéricas según las cuales se organizan las formas culturales (las normas morales, los valores estéticos, las legalidades económicas), el reino de la cultura se convertiría en un agregado amorfo y caótico.

La cuestión estriba entonces en poder regresar a un punto tal en el que el concepto de cultura pueda abrazar normativamente a la vez a sus componentes subjetivos (conductuales) y a los componentes objetivos, sin subordinar los unos a los otros.

Clasificación

El principio interno de clasificación de formas culturales habrá de derivarse de la misma idea de cultura, que se desarrolla precisamente y toma cuerpo en tal derivación. Si en esta idea de cultura, como orden superior al de las relaciones naturales (psicológicas, sociológicas, biológicas, físicas) y moldeadora, de algún modo, de las recurrencia de esas relaciones, habíamos puesto la causalidad, y, por así decirlo, el automatismo, de secuencias dadas a una escala sui generis, aquella que conocemos denotativamente y sólo de este modo, la división de la idea de cultura podría fundarse en la consideración de los lugares o núcleos independientes aunque confluyentes.

- **Tópica:** La cultura consiste en una lista de tópicos o categorías, tales como organización social, religión, o economía.
- **Histórica:** La cultura es la herencia social, o la tradición, que se transmite a las futuras a las generaciones.
- **Comportamental:** La cultura es

el comportamiento humano compartido y aprendido, un modo de vida.

- **Normativa:** La cultura son ideales, valores, o reglas para vivir.
- **Funcional:** La cultura es la manera que los seres humanos solucionan problemas de adaptación al ambiente o a la vida en común.
- **Mental:** La cultura es un complejo de ideas, o los hábitos aprendidos, que inhiben impulsos y distinguen a la gente de los animales.
- **Estructural:** La cultura consiste en ideas, símbolos, o comportamientos, modelados o pautados e interrelacionados.
- **Simbólico:** La cultura se basa en los significados arbitrariamente asignados que son compartidos por una sociedad.

Evolución del concepto de cultura

La antropología como ciencia social ha sido la dis-

ciplina que generalmente ha efectuado estudios sobre la cultura, referidos a su definición, su significado como proceso social y dentro de una sociedad determinada, así como la descripción científica de la cultura de una sociedad.

El significado moderno y en evolución de las nuevas tecnologías ha creado el término cibercultura, que es el compendio de los cambios en la sociedad civil: formas de trabajar y medios de producción; en sí mismo es un concepto evolutivo porque cada vez abarca más campos desde la información y la documentación -funcional-, que es el más reconocido, hasta un nuevo humanismo -estructural-.

El auge de los movimientos migratorios ha replanteado la cultura como difusión y luego asimilación de valores materiales y espirituales, siendo las influencias mutuas y creando un híbrido de dos o más culturas con su expresión en el lenguaje, la gastronomía, el culto religioso, las artes populares, el folklore, etc., siempre que se den las condiciones propicias para la asimilación como serán: exposición continuada a los eventos sociales y algún tipo de interés o afinidad

entre los grupos diversos. Puede pensarse que su influencia en los cambios sociales, a tenor de la realidad observable, es poco relevante, quizás porque no hay interés o afinidad entre los grupos a causa de una insuficiente exposición o acercamiento.

La importante aportación de la psicología humanista de por ejemplo Erik Erikson con una teoría psicosocial para explicar los componentes socioculturales del desarrollo personal.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), ha propuesto un plan de protección de los bienes culturales del mundo, a través de la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, aprobado en 1972. Presenta una lista de bienes que pertenecen al Patrimonio Mundial, más conocido como Patrimonio de la humanidad.

1.2 PATRIMONIO

"La memoria es la base de la personalidad individual, así como la tradición es la base de la personalidad colectiva de un pueblo. Vivimos en y por el recuerdo, y nuestra vida espiritual no es en el fondo sino el esfuerzo que hacemos para que nuestros recuerdos se perpetúen y se vuelvan esperanzas, para que nuestro pasado se vuelva futuro."

Miguel de Unamuno

¿Qué es?

El patrimonio de una nación lo conforman el territorio que ocupa, su flora y fauna, y todas las creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado: sus instituciones sociales, legales y religiosas; su lenguaje y su cultura material desde las épocas históricas más antiguas. El patrimonio comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados; el ambiente donde se vive; los campos, ciudades y pueblos; las tradiciones y creencias que se comparten; los valores y religiosidad; la forma de ver el mundo y adaptarse a él. El patrimonio natural y cultural constituyen la fuente insustituible de inspiración y de identidad de una nación, pues es la herencia de lo que ella fue, el sustrato de lo que es y el fundamento del mañana que aspira a legar a sus hijos.

Lo que define a una nación es la comunión de sus miembros en su origen y destino. En la actualidad, uno de los dilemas fundamentales de los países, es la necesidad de construir el futuro sin dejar de preservar el pasado, de conciliar el crecimiento económico con

la cultura, de impulsar un desarrollo culturalmente sustentable. Todos los elementos del patrimonio reflejan el espíritu de una época, de una comunidad, de una nación, y de la propia humanidad. El patrimonio que se va decantando de generación en generación conforma el sello distintivo de un pueblo. Por ello el patrimonio es una manera de acercarse al conocimiento de la identidad nacional.

En un momento en que Chile requiere insertarse en un mundo cada vez más globalizado, es importante el aporte que el patrimonio hace al desarrollo de la nación, porque le permite encarar esa inserción con sello propio y fortalecido en su identidad. Además, el patrimonio aporta al crecimiento del país fuentes de trabajo en todo lo que significa restauración y conservación patrimonial, y los ingresos que deja la industria del turismo.

El patrimonio chileno conforma una parte medular de su identidad como nación. Sin embargo, actualmente presenta un importante grado de deterioro, por lo que existe la necesidad urgente de protegerlo, conservarlo y difundirlo. Para ello se necesita crear con-

ciencia en la niñez y en la juventud de que el patrimonio es lo que distingue a un pueblo como nación. Depende del conocimiento y valoración que se tenga del patrimonio, el respeto y cuidado que la gente le tenga y su preservación para las futuras generaciones.

Entendemos por Patrimonio Cultural el conjunto de objetos tangibles que dan cuenta de nuestra memoria y definen nuestra identidad, tales como museos y sus colecciones, archivos, obras de arte, elementos o estructuras de carácter arqueológico, parques, edificios, materiales iconográficos, literarios, teatrales, cinematográficos y musicales, que tengan un valor excepcional desde el punto de vista histórico, estético, antropológico, etnológico, artístico y científico para Chile.

También sumamos a nuestra definición el acervo de tradiciones, usos y costumbres, fiestas y formas de celebración que han configurado nuestra identidad y constituyen el patrimonio Intangible

Actualmente el Ministerio de Educación mantiene el "Programa Patrimonio Educativo" que busca crear con-

ciencia respecto a la importancia de conocer, valorar y preservar los vínculos con nuestra historia, ya sean materiales, como un edificio o un objeto, o inmateriales, como por ejemplo un símbolo, una tradición oral o el legado histórico de una institución. Además de conocer nuestro patrimonio es una de las formas de entender la relación entre nuestro entorno y su pasado; valorar nuestro patrimonio es comprender la historia desde una perspectiva más amplia, y preservar nuestro patrimonio permite mirar el futuro con un referente de identidad.

Conceptos y Reflexiones ¹

El término patrimonio consiste en un concepto legal que tiene que ver con el conjunto de bienes y derechos que una persona o institución posee. Al incorporar la palabra cultural especificamos un conjunto que incluye nuestra cultura y herencia, aspectos que pueden ser tangibles o intangibles.

Así Patrimonio Cultural consiste en un conjunto de as-

pectos de una cultura que es necesario rescatar y cuidar. O como bien señala un documento del Perú:

"El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios; así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias tendientes a la satisfacción de ciertas necesidades culturales de la comunidad" (INC-OEA. Documento base del Seminario sobre Información para el desarrollo cultural del Departamento de Tacna y proyección regional. Tacna, 1984).

En términos políticos se observa un escaso interés en promover la investigación, conservación y educación del patrimonio cultural. Topamos con un problema esencial, pues no sólo se puede proteger nuestro patrimonio con leyes, sino por sobre todo con actitudes y nuevas escalas valóricas acordes con la diversidad cultural que conlleva la promoción del patrimonio cultural. Es claro que

¹ Texto extraído de http://www.uta.cl/masma/patri_edu/patrim.htm

no se avanzará demasiado en este tema, si no promovemos o socializamos el hecho de que el patrimonio cultural es derecho y además obligación de todas las personas.

El cuidado y respeto por toda la amplia gama de aspectos que conforman nuestro patrimonio cultural (arquitectura, artes, ciencias, técnicas, historia, etc.) es responsabilidad de todos los ciudadanos y no sólo de las instituciones ni de quienes hacen cumplir las leyes. Todos sin necesidad de instituciones ni conocimientos especializados somos capaces de interpretar, recrear y crear este patrimonio cultural.

En términos educativos se asume que los principales responsables del escaso tras-paso de información desde el nivel científico al público general, son los mismos investigadores y junto con ellos todos los actores de la vida educacional y comunicacional del país. La búsqueda de nuestra identidad pasa por el reconocer nuestros valores, costumbres y tradiciones que nos han acompañado a lo largo de nuestra historia.

El conocer nuestro

pasado nos permitirá entender el Chile de hoy, valorar nuestras diferencias con el resto del mundo, comprender nuestros ritos y costumbres tan lejanas para nosotros. En otras palabras podremos responder interrogantes tales como por qué somos como somos, por qué actuamos de una forma en especial, por que nuestra sociedad es de tal forma, que costumbres se han perdido, que nos falta para mejorar.

El pasado es una lección de enseñanza que nos sirve para abordar el presente de mejor manera. Si nos conocemos podremos saber que nos falta y que necesitamos.

Como profesionales de las comunicaciones debemos tomar conciencia de la responsabilidad que nos compete en este tema. El reconocimiento de nuestra Identidad pasa por educar a los chilenos y para cumplir con este objetivo es imprescindible encontrar el material adecuado,

El fortalecimiento de nuestra Identidad Nacional contribuirá con el desarrollo de nuestra cultura y por ende de nuestro país.

Patrimonio, Identidad y Globalización ²

En Chile algunos sectores piensan que la globalización, especialmente en su dimensión cultural, está amenazando la chilenidad, nuestra identidad nacional. Los síntomas de esta amenaza están en todos lados. El campo chileno, sometido a dura modernización, ha dejado de ser el principal centro proveedor de trabajo y de cultura que era antes y por lo tanto los valores rurales tienden a desaparecer; muy poca gente ya asiste a los rodeos y fiestas típicas campesinas. En Septiembre de 1996 el Alto Las Condes, el mall más moderno de Santiago hasta ese momento, montó una exhibición de "chilenidad" en sus patios de estacionamiento, poniendo allí algunos fardos de paja, carretas, algunos caballos y personas vestidas de huaso de modo que los niños urbanos que nunca han visto "esas cosas" pudieran saber lo que es ser chileno. La paradoja es que, sin duda, el fin de todo esto no fue solamente un intento por recuperar una identidad que se va perdiendo en la ciudad, sino más bien aprovechar el

tema como motivo publicitario, o señuelo para que la gente consuma en las tiendas del interior. Con pretexto de salvar la chilenidad se invitaba a la gente a que definiera su identidad en función de las etiquetas y del consumo exclusivo internacionalizado. Y esto más bien remite, aunque veladamente, a un proyecto identitario futuro alternativo que refuerza el fin de la identidad chilena de origen agrario

Otros síntomas serían que la música chilena se oye cada vez menos e incluso en las ramadas diciocheras, donde la cueca y las tonadas resurgen temporalmente, la gente pareciera preferir bailes extranjeros como los corridos, las cumbias, el tango y la salsa

Los símbolos patrios han ido perdiendo fuerza: cada vez menos habitantes se molestan en poner banderas chilenas durante las fiestas patrias. Los hábitos alimentarios también han ido cambiando sometidos al bombardeo sistemático de pizzas y hamburguesas americanas, de restaurantes franceses o italianos que van lentamente desplazando los tradicionales platos chilenos. Un número cada vez más importante de actividades

² Extracto de artículo Identidad y Globalización, Jorge Larraín

profesionales, comerciales y financieras usan nombres extranjeros y operan con un lenguaje salpicado de palabras y expresiones inglesas. Los hábitos de entretenimiento de la población también han ido cambiando y muchos juegos y actividades tradicionales son reemplazados por computadores, videos y juegos electrónicos

Por otro lado, se puede sostener que la identidad nacional, bajo el impacto de la globalización, se ha ido reconstituyendo en un sentido diferente, pero de ninguna manera desfilándose o siendo reemplazada por una cultura universal homogenizada. En un capítulo del libro "Identidad Chilena" se puede ver como la tesis de la desterritorialización de la cultura y del surgimiento de una cultura universal de masas, al menos en su forma extrema, no tiene asidero ni forma parte de una comprensión adecuada de la globalización. Pero además, la actitud positiva o negativa frente a la globalización está a veces influida por el concepto de identidad que se tiene. Tal como lo hemos advertido repetidas veces, si se concibe la identidad nacional como un alma inalterable y constituida en un pasado remoto, de una

vez para siempre, todo cambio o mutación posterior de sus constituyentes básicos implica no sólo la pérdida de esa identidad sino que además una traición al sí mismo. Por el contrario, si la identidad nacional no se define como una esencia incambiable, sino más bien como un proceso histórico permanente de construcción y reconstrucción de la comunidad nacional, entonces las alteraciones ocurridas en sus elementos constituyentes no implican una pérdida de identidad, sino más bien un cambio identitario normal.

Es necesario aceptar, por lo tanto, que la chilenidad nunca ha sido algo estático, una especie de alma permanente, sino que ha ido modificándose y transformándose en la historia, sin por ello implicar una traición a un supuesto sí mismo esencial que nos habría constituido desde siempre. Por esta razón resulta tan difícil establecer con claridad la línea divisoria entre lo propio, como algo que debe necesariamente mantenerse, y lo ajeno, como algo que aliena. Se debe evitar los dos extremos. Por un lado hay que evitar una reacción de rechazo en bloque a la globalización y una propuesta de aislacionismo cultural que buscaría

salvar la identidad nacional de influencias foráneas y que, por lo demás, sería altamente ilusoria, sino imposible. En el campo de la cultura, los rasgos culturales raras veces "son" propios en el sentido de "puros" u "originales" y más bien "llegan a ser" propios en procesos complejos de adaptación. Muchos de los elementos que tradicionalmente constituyen la chilenidad fueron tomados desde afuera, negociados, adaptados, reconstituidos e incorporados en ciertos contextos históricos.

Por otro lado, hay que evitar también una reacción de receptividad acrítica que identifica la modernización con un modelo norteamericano o europeo que hay que alcanzar a toda costa y que supondría un cambio drástico o desmantelamiento sistemático de la identidad nacional. Es necesario partir de la base que la identidad nacional no fue constituida de una vez para siempre en un pasado remoto, sino que se va construyendo en la historia con nuevos aportes. Por eso la globalización no puede dejar de afectarla y, en la medida que esto significa comunicarse con otras culturas para aprender de ellas, es bueno que la afecte. ¿No sería provechoso acaso

que en algunos aspectos la identidad chilena tanto como la identidad argentina, peruana y boliviana fueran afectadas por un proceso de integración regional y tuvieran que cambiar para abrirse a las contribuciones culturales de los otros? Pero, por otro lado, no se trata de hacer tabla rasa de los modos de vida y valores que han ido formando las prácticas cotidianas y la cultura de un pueblo. De lo que se trata es de tomar los aportes universalizables de otras culturas para transformarlos y adaptarlos desde la propia cultura, llegando así a nuevas síntesis.

La Historieta y El Patrimonio

La Historieta o Cómic chileno forma parte de nuestro patrimonio porque ha registrado, a través de distintas personas que observaron su entorno, lo que estaba ocurriendo alrededor. Estos artistas, con su obra, han podido reflejar a lo largo de los años el sentir de un país, su historia e idiosincrasia, recreando y exagerando situaciones diarias que lo transforman en un atractivo registro de la cultura

chilena. Si con Topaza, por ejemplo, los personajes aparecían en el Club de la Unión, ahora esos mismos tipo aparecen conversando en un gimnasio o un centro comercial.

Los dibujantes se convirtieron en los grandes observadores de su tiempo. A través de sus caricaturas e historietas relataron parte de la historia que les tocó vivir. En ellas, recrearon situaciones vividas por la sociedad, sus problemas y costumbres. Cada uno bajo una temática o género determinado y su propio punto de vista han ido dejando un registro iconográfico de Chile.

Jimmy Scott se refiere a esto en un reportaje publicado en el Diario El Mercurio en el año 2002: "... Historiadores y estudiosos en el tema del Desarrollo del Humor Gráfico coinciden en señalar que los dibujos de prensa escrita son una de las más notables fuentes de información histórica que pueden encontrarse... Las vestimentas, los diálogos y los entornos que aparecen en los trazados suelen ser visiones muy fidedignas respecto de la idiosincrasia de un país en un momento determinado..."

Las Historietas permiten descubrir el país desde lo cotidiano. A mucho de los próceres, presidentes o personeros públicos se les humaniza gracias a los dibujos. El Humor gráfico nos permite encontrar una versión informal de la historia chilena. Esa memoria que se hace con tinta, pero en vez de escribirse se dibuja, sin importar el género, el artista o la época en que fueron realizadas.

2. COMUNICACIÓN VISUAL

En breves palabras la comunicación es el proceso por el cual un emisor envía un mensaje por un medio a un receptor con un objetivo, por tanto la comunicación visual se refiere a la realización de este proceso en donde se da especial atención al contenido y la forma del mensaje, en cuanto a formas, distancias, colores y movimientos.

Pero el proceso antes descrito no sucede en un entorno limpio, ni en ambiente lineal, sino que esta inmerso en la realidad de cada uno de los emisores y receptores de los mensajes.

Este ambiente está condicionado por la cultura, las clases sociales, actitudes, conductas, disposición económica, ambiente físico, ya sea urbano o rural, historia personal, afectos y relaciones humanas los que se constituyen en barreras y filtros que afectan de una u otra manera la emisión y recepción del mensaje, y que afecta, sin duda el cómo se lleva a cabo la comunicación y las partes puedan comprenderse e interrelacionarse.

La comunicación Visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama como tal (excluyendo su contenido), una bandera.

Imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes. Con todo, entre tantos mensajes que

pasan delante de nuestros ojos, se puede proceder al menos a dos distinciones: la comunicación puede ser intencional o casual.

La nube es una comunicación visual casual, ya que al pasar por el cielo no tiene intención alguna de advertirme que se acerca el temporal. En cambio es una comunicación intencional aquella serie de nubecitas de humo que hacían los indios para comunicar, por medio de un código preciso, una información precisa.

Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe, ya como mensaje científico o estético, o como otra cosa. En cambio una comunicación intencional debería ser recibida en el pleno significado querido en la intención del remitente.

La comunicación visual intencional puede, a su vez, ser examinada bajo dos aspectos: el de la información estética y el de la información práctica. Por información práctica, sin el componente estético, se entiende, por ejemplo, un dibujo técnico, la foto de actualidad, las noticias visuales de la TV, una señal de tráfico, etc.

Por información estética se entiende un mensaje que nos informa, por ejemplo, de las líneas armónicas que componen una forma, las relaciones volumétricas de una construcción tridimensional, las relaciones temporales visibles en la transformación de una forma en otra (la nube que se deshace y cambia de forma).

Pero dado que la estética no es igual para todo el mundo, ya que existen tantas estéticas como pueblos y quizás como individuos hay en el mundo, por ello no se puede descubrir una estética particular de un dibujo técnico o de una foto de actualidad, sino que en estos casos lo que nos interesa es que el operario visual sepa revelarla con los datos objetivos.

Establecemos estas reglas para facilitar la investigación, pero estamos dispuestos a modificarlas o a vulnerarlas ante una demostración más evidente del problema.

El Mensaje Visual

La comunicación visual se produce por medio de men-

sajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc.

Por ello se presume que un emisor emite, mensajes y un receptor los recibe. Pero el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar e incluso anular el mensaje. Por ejemplo, una señal roja en un ambiente en el que predomine la luz roja quedará casi anulada; o bien un cartel en la calle de colores banales, fijado entre otros carteles igualmente banales, se mezclará con ellos anulándose en la uniformidad. El indio que transmite su mensaje con nubes de humo puede ser estorbado por un temporal.

Supongamos que el mensaje visual está bien proyectado, de manera que no sea deformado durante la emisión: llegará al receptor, pero allí encontrará otros obstáculos. Cada receptor, y cada uno a su manera, tiene algo que podríamos llamar filtros, a través de los cuales ha de pasar el mensaje para que sea recibido. Uno de estos filtros es de carácter sensorial. Por ejemplo: un daltónico no ve determinados colores y

por ello los mensajes basados exclusivamente en el lenguaje cromático se alteran o son anulados. Otro filtro lo podríamos llamar operativo, o dependiente de las características constitucionales del receptor. Ejemplo: está claro que un niño de tres años analizará un mensaje de una manera muy diferente de la de un hombre maduro. Un tercer filtro que se podría llamar cultural, dejará pasar solamente aquellos mensajes que el receptor reconoce, es decir, los que forman parte de su universo cultural. Ejemplo: muchos occidentales no reconocen la música oriental como música, porque no corresponde a sus normas culturales; para ellos la música "ha de ser" la que siempre han conocido, y ninguna otra.

Estos tres filtros no se distinguen de una manera rigurosa y si bien se suceden en el orden indicado, pueden producirse inversiones o alteraciones o contaminaciones recíprocas. Supongamos en fin que el mensaje, una vez atravesada la zona de interferencias y los filtros, llega a la zona interna del receptor, que llamaremos zona emisora del receptor. Esta zona puede emitir dos tipos de respuestas al mensaje recibido: una interna y otra externa. Ejemplo: si el men-

saje visual dice, "aquí hay un bar", la respuesta externa envía al individuo a beber; la respuesta interna dice, "no tengo sed."

Descomposición del Mensaje

Si hemos de estudiar la comunicación visual convendrá examinar este tipo de mensaje y analizar sus componentes. Podemos dividir el mensaje, como antes, en dos partes: una es la información propiamente dicha, que lleva consigo el mensaje y la otra es el soporte visual. El soporte visual es el conjunto de los elementos que hacen visible el mensaje, todas aquellas partes que se toman en consideración y se analizan, para poder utilizarlas con la mayor coherencia respecto a la información.

Son: la Textura, la Forma, la Estructura, el Módulo, el Movimiento. No es sencillo, y quizás sea imposible establecer un límite exacto entre las partes antes enunciadas, tanto más cuanto a veces se presentan todas juntas. Al examinar un árbol vemos las texturas en la corteza,

la forma en las hojas y en el conjunto del árbol, la estructura de las nervaduras, los canales, las ramificaciones, el módulo en el elemento estructural típico del árbol, la dimensión temporal en el ciclo evolutivo que va de la simiente a la planta, flor, fruto y de nuevo simiente. Sabemos también que si observamos una textura con una lente de aumento, la veremos como estructura y si empequeñecemos una estructura hasta no reconocer el módulo, la veremos como textura.

Por ello propongo considerar el ojo humano como punto de referencia categorial, ya que nos ocupamos de comunicaciones visuales, y así podremos afirmar que cuando el ojo percibe una superficie uniforme pero caracterizada gráficamente, se podrá considerarla como una textura, en tanto que cuando perciba una textura de módulos más grandes, tales que puedan ser reconocidos como formas divisibles en submódulos, entonces se la podrá considerar como una estructura. Si consideramos también la dimensión temporal de las formas, se podrá pensar en una transformación de una textura en una estructura, o bien idear módulos con elementos internos particu-

lares tales que, acumulados en estructuras, puedan reducirse a texturas con características especiales.

2.1 Influencia y Vinculaciones con otras Manifestaciones Sociales y Culturales

El Estado de Animo de una Epoca ³

El cómic, como nueva expresión de entretención de este siglo, no sólo subyuga a los niños y jóvenes, sino que además fascina a los artistas del Pop Art, como una forma de expresar su reproducción de la década de los sesenta. El hecho de que en un primer momento el Pop Art naciera en dos grandes ciudades, como lo son Nueva York y Londres, determina en gran parte que sea un tipo de manifestación artística que refleja fuertemente la particular atmósfera de la gran urbe, su caos, el hacinamiento humano, sus historias individuales, encerradas en un departamento. No es raro entonces, encontrar a los objetos cotidianos inspirando una tela, y tampoco es de extrañarse la composición de una obra con los elementos de reproducción cotidianos de la ciudad, como la fotografía, la fotocopia, los medios de prensa y, desde luego, los cómics.

El Pop es un juego de palabras. un estilo de vida, un Término generacional: un nuevo concepto artístico, que en lo personal me subyuga hasta

³ Extraído de artículo de Hernán Garfias, publicado en Revista Diseño n° 30, 1995

emocionarme en lo más profundo de mi ser. El Pop Art no es un término estilístico, sino genérico para fenómenos artísticos que tienen que ver de forma muy concreta con el estado de ánimo de una época. Como adjetivo de arte, el Pop establece asociaciones con los diferentes elementos superficiales de una sociedad. El Pop Art mantiene el equilibrio entre las eufóricas perspectivas de progreso de una época y aquéllas pesimistas y nihilistas.

La cultura Pop y el modo de vida se enlazaron estrechamente en los años sesenta. El Pop caracteriza la reacción de una época que se extendió a la existencia, tanto en el proceso social como en el ámbito privado; un estado de ánimo que refleja su programa en el arte. En la historia del arte no ha existido antes una superposición semejante, una proximidad entre vida y arte tan evidente para todos, tan palpable y tan general. Los temas, las formas y los medios del Pop art muestran los rasgos esenciales que asociamos con el ambiente cultural de los años sesenta y el estado de ánimo de la gente.

Habría que agregar que el "Pop" es una manifestación

cultural absolutamente occidental que ha ido creciendo bajo las condiciones capitalistas y tecnológicas de la sociedad industrial. Norteamérica es el centro de este programa. Por lo tanto se produce la americanización de la cultura en todo el mundo occidental, en especial la de Europa. El "Pop Art" analiza artísticamente esta situación, visualiza un catastro de nuestras modernas conquistas industriales y su absurdo, los límites de una sociedad de masas y medios de comunicación que estalla por los cuatro costados.

El "Pop Art" vive de las grandes ciudades. Y con la estabilidad económica producida después de la postguerra, se condujo a una sobrevaloración de lo popular. Cualquiera podía adorar el mal gusto, coleccionar chucherías, leer cómics, comer salchichas, beber Coca-Cola. Lo trivial se convirtió en objeto de interés general, admitido por todas las capas sociales. Era el nuevo estilo de esa generación, que cambió el mundo para siempre. La conducta heterodoxa y provocativa, la conmoción y la alteración de lo cotidiano, la ruptura de los tabúes y el final de la mojigatería formaban parte de esta contracultura.

Este proceso puso en marcha la inversión de los valores en las relaciones humanas y cuestionó el tradicional reparto de papeles: la educación antiautoritaria, la emancipación de la mujer, las nuevas estructuras profesionales y la liberación de la sexualidad, se desarrollaron con arreglo a

esta "revolución cultural", se acabó el esconder las fotos del Playboy: un nuevo sistema de comunicación surgió a través de los periódicos marginales, los fans magazine, los posters, los canelos, etc. Todo esto condujo a un concepto nuevo del objeto y el arte.

Algunos Ejemplos



"Fui el juguete de un hombre rico", 1947. Eduardo Paolozzi.

Roy Lichtenstein

Con este pintor norteamericano queremos simbolizar la influencia del cómic en el arte de las últimas décadas. Nacido en 1923, estudió arte en la Ohio State University y muy pronto comenzó a interesarse por los personajes de las películas de Walt Disney, como Mickey y el Pato Donald, que fueron los primeros protagonistas de sus dibujos iniciales, junto con escenas de indios y vaqueros. De los años 1963 y 1964 data una serie de pinturas claramente influenciadas por las tiras cómicas. Aparecen temas relacionados con la guerra y motivos románticos en los que los protagonistas se hallan sumergidos en una nube que los aísla del mundo. En ellos pueden leerse inmensos rótulos que sirven para clarificar las escenas pintadas por el artista. Lichtenstein modifica sus modelos, tomados de los cómics, introduciendo variaciones en los originales o bien reuniendo diversas historietas en una sola.

El proceso técnico que seguía para su realización consistía en tomar un epidiascopio y proyectar sobre el lienzo las imágenes previamente esbozadas en un papel. Una vez trasladada

la imagen al lienzo, trazaba las gruesas líneas, a modo de contornos, en negro o en azul oscuro y, posteriormente, coloreaba la superficie en colores puros. La obra finalizada presenta siempre un acabado liso y brillante en el que resulta imposible detectar las trayectorias de las pinceladas. La claridad y la limpieza son dos factores fundamentales a la hora de valorar la pintura de Lichtenstein.

"A los cómics les debo los elementos de mi estilo y no los temas". Esta declaración del artista pop en una entrevista descubre una intención artística fundamental de Lichtenstein. Los cuadros del pintor pretenden objetivar y desindividualizar emociones y actitudes. Su pintura parece ser realizada mecánicamente y resulta perfecta y anónima, igual que si hubiera sido hecha por un diseñador gráfico. Quiere borrar con pintura las huellas de su firma, por ejemplo, errores, imprecisiones o cambios: "son trabajos de limpieza". De esta forma tan banal el autor describió su perfeccionismo en una conversación con John Coplans en 1967. "Soy propenso a elegir motivos del cómic muy típicos, aquellos que, en cierto sentido, no expresan ninguna idea única en

su contexto. En otras palabras: normalmente no suelo escoger aquellos motivos que representan un mensaje imponente, sino aquellos que no ostentan un mensaje de importancia o que tan sólo parecen arquetipos clásicos de su clase. Esto es lo que más me interesa; a partir de semejantes motivos alcanzar una forma casi clásica, si bien intento encontrar en el motivo algo que se encuentra fuera del tiempo, que parece impersonal y mecánico... Los cómics son campos experimentales que estimulan la fantasía". Y luego agrega: "Empleo el color del mismo modo que la línea, lo quiero hiper simplificado: todo aquello que de alguna manera puede ser rojo, de hecho se vuelve rojo. Tan sólo es un manejo del tamaño, la forma y la yuxtaposición... También quería que el objeto pictórico se opusiera a las técnicas pictóricas sobrias y reflexivas".

Otro aspecto importante en Lichtenstein es su origen muy vinculado al expresionismo abstracto norteamericano. Este movimiento de principios de los cincuenta fue el telón de fondo de nuevos movimientos que ya se habían iniciado a fines de los cincuenta, precisamente cuando Lichtenstein, un converso de

último momento, había adoptado el estilo. Según parece, él intentaba conectar con la corriente principal del mercado artístico. En 1959 expuso sus nuevas obras en Nueva York pero sin ningún resultado. Sin embargo, si Lichtenstein hubiese vivido el expresionismo Abstracto como algo propio, probablemente no habría empezado a hacer aquellos dibujitos tan raros de figuras de tiras cómicas como el Raton Mickey, el Pato Donald, Bugs Bunny y otros personajes de la escuela Disney. Envolvía a estos personajes cómicos con superficies que de otro modo habrían sido expresiones abstractas. Una vez le preguntó Coplans sobre este cambio rupturista y él contestó: "La desesperación: entre Milton Resnicky Mike Goldberg no quedaba ningún espacio (dos expresionistas abstractos de la segunda generación)". Así, pues, asegura haber recibido la influencia de las pinturas de mujeres de Willem de Kooning, en las que las figuras o cabezas femeninas habían sido configuradas con un manejo expresivo del pincel. Sus Mickeys o Donalds se burlaban de la imaginación inquieta y ásperamente erótica de Kooning. Con todo, esas primeras pinturas con personajes de cómics nunca se expusieron al

público, y fueron destruidas o tapadas con otras pinturas. De ese periodo sólo quedan algunos dibujos. El artista no tenía gran confianza en esas obras, pero, como quiera que sea, el salto de transición a los personajes de Disney no significó la exclusión de las pinturas anteriores de Lichtenstein. En esa época Robert Rauschenberg y Jasper Johns ejercieron gran influencia en su obra. Fue el artista e historiador de arte Allan Kaprow quien lo animó a abandonar la imagen del cómic tal como era, sin la interferencia del pintor.

Warhol. Oldenburg y los otros

Los instrumentos creativos y los contenidos del cómic comercial son el resultado de su función, generalizar y trivializar las emociones, las acciones, las personas y las cosas hasta tal punto que respondan a un espíritu popular. El cómic activa los sentidos humanos, dirige la acción y el movimiento, crea una atmósfera, origina una presencia corporal y animal, sugiere lo que no se ha dicho, lo pen-

sado, lo oculto. Así, la explosión dibujada de una ametralladora convierte una explosión ficticia en un hecho concebible visualmente. Es la propia puesta de sol sobre el mar la que se convierte en cuadro, como en una quietud petrificada: un fenómeno que como proceso natural ha sido también muy recurrido por el cine, la televisión y la publicidad. El lenguaje visual y la tipografía, la disposición del texto y la imagen en los cómics han ayudado a artistas como Andy Warhol y Roy Lichtenstein a trasponer eficazmente los sentimientos programados en algo real. Les han permitido rastrear las imágenes estereotipadas de la realidad de su época, manteniendo como artistas la distancia con respecto a las cosas y a sí mismos. Si, Andy Warhol es otro artista que ha recurrido a elementos provenientes del cómic, como también de la publicidad, en su obra. Su famosa lata de sopa Campbell's en cualquier momento podría ser arrebatada del cuadro por la mano enguantada de blanco de Mickey Mouse.

El método de trabajo de Warhol se basa en la reacción y la acción permanentes; los límites entre producción, producto y reproducción; entre imagen,

copia y objeto representados son difusos. En su arte parte del conocimiento de que los objetos y los hechos adquieren su importancia dependiendo de cómo se manifiestan, cómo son presentados y transmitidos. El medio es el contenido del propio mensaje. Sin embargo, la idea artística de Warhol no es sólo convertir el arte en algo trivial y vulgar, sino trivializar y vulgarizar al propio arte. Esto es, no sólo incorporar al arte los productos en serie y las informaciones de los medios de comunicación, sino también producir consecuentemente al arte como un producto de masas.

Warhol convierte lo inferior en superior y viceversa: hace descender al "arte cult" elitista a lo cotidiano, mientras que los fenómenos de la subcultura adquieren dignidad para ser presentados en sociedad. Dos fases de pintura de acuerdo con un modelo precedieron a la serigrafía sobre lienzo, trasposición mecánica de un original: una pintura libre sobre los motivos del cómic y la publicidad (1960/61), así como los cuadros "Do It Yourself" (1962) que simulan métodos de reproducción mecánica.

Algunas semanas

después de que Lichtenstein presentara sus pinturas de cómics al famoso galerista Leo Castelli, Warhol le mostró sus propias pinturas de tiras cómicas. El hecho de que ambos artistas llegaran simultáneamente al mismo tema sin conocerse es una casualidad reveladora. Ahora bien, entre los cómics de los dos artistas había una diferencia importante: los estilos. La pintura de Warhol todavía conservaba un manejo expresionista del pincel, y Castelli no aceptó su obra, decisión que el artista comprendió, ya que se había dado cuenta de que sus figuras de cómics no eran tan provocadoras como las de Lichtenstein. Cuando este último hizo su primera muestra individual en Castelli, en febrero de 1962, ésta se vendió entera antes de la inauguración.

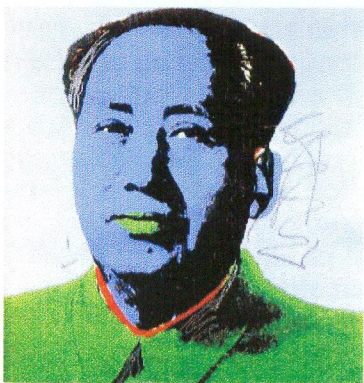
Claes Oldenburg es otro artista del Pop Art que se inspira en el cómic, en este caso tridimensional. De hecho casi todas sus configuraciones caprichosas están haciéndonos recordar las ambientaciones y los objetos que rodean una película de cómic. Su "Ratón geométrico, escala A" es una ironía del popular Ratón Mickey.

En España el grupo "Crónica" utiliza el cómic para

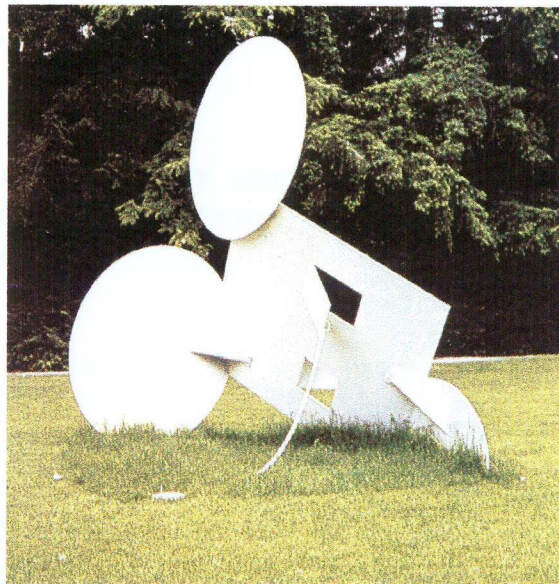
ironizar posturas ideológicas. Y más recientemente, el artista Keith Haring se apropia de los cómics realizados en graffiti, para incorporarlos a su obra llena de color.

Otros artistas, como Patrick Caulfield, Richard Hamilton, Niki de Saint-Phalle, se acercaron al lenguaje del cómic para expresar su obra. De ahí es posible concluir que el cómic ha sido una fuente de recursos importante para el arte de las últimas décadas, llegando a asentar en la historia del arte a algunos artistas, entre los cuales sobresale Roy Lichtenstein.

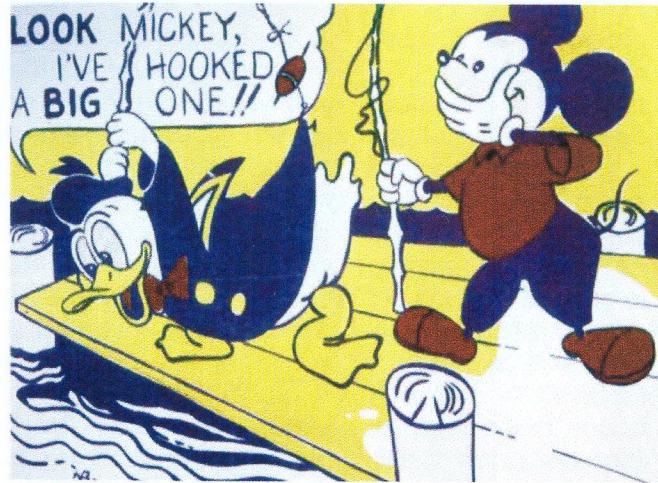
Algunos Ejemplos



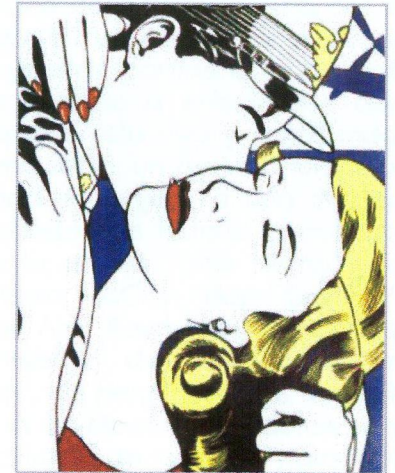
"Mao Zedong", 1983.
Andy Warhol.



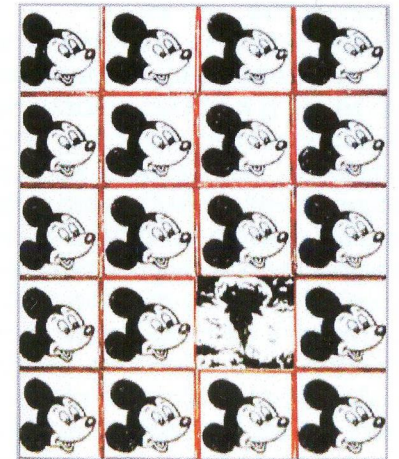
"Ratón Geométrico, escala A",
1969.
Claes Oldenburg.



"Mira, Mickey", 1961. Roy Linchtenstein



"El Beso", 1962. Roy Linchtenstein



"América América", 1965.
Equipo Crónica

BLAM BLONK & CLINKLE TINKLE ⁴

Blam Blonk & Clinkle Tinkle no es una oficina de publicidad de la Avenida Madison de Nueva York, un estudio de abogados o una cadena de locales comerciales. Tampoco lo son Clang & Slam o Gulp & Blurp. Se trata de una orquestación de sonidos, onomatopeyas inventadas y dibujadas por los maestros del cómic. Una música atrevida creada para el ojo, como una suerte de "Pulp Fiction" donde la pulpa es de puro papel y la ficción, ¡rayos y centellas!, una incuestionable realidad creativa de una literatura dibujada. Ya lo decía Marcel Duchamp al observar que el grabado, la pintura y el dibujo pertenecen al último bastión de las artes manuscritas, porque un cuadro permanece inalterado una vez que sale del taller del artista. Los manuscritos en otras artes se transforman en películas, obras de teatro, novelas, programas de televisión, videoclips, tele-novelas o campañas publicitarias. Esta cualidad de fijación de la imagen ha ido fijando también sus tácticas y su técnicas, configurando un repertorio gráfico de héroes y antihéroes de

una cultura popular con todas sus fantasías y mitos. La forma de expresión del cómic es perfectamente reconocible sus recorridos gráficos pertenecen a un código universal que se recrea en otras disciplinas. Lichtenstein, Warhol, Wesselman, Oldenburg le ponen un espejo a la cultura popular y urbana, " retratan" también el cómic, el héroe, el lugar común y los nuevos símbolos del consumo, los-multiplican, los "retocan" y los agigantan. La publicidad "reproduce" estrellas que estallan como liquidaciones de fin de temporada. Los Blam Blonk y los Clinkle Tinkle se convierte en marcas de detergente, crema dental, bebidas de fantasía o, tal vez, un grupo musical.

Superman en la Quinta Avenida, Condorito en Patronato

El globo de lectura transformado a voluntad por el artista del cómic pasa del cuadrado al círculo, se infla, vibra, se congela o explota, mientras la tipografía siempre caligráfica va agarrando el tono y la intensidad del mensaje.

El mismo globo inflado de exclamaciones y sonidos insólitos es recuperado por la publicidad para contener informaciones ni heroicas ni narrativas, tan solo la descripción de las bondades de un producto, o simplemente la indicación de una apetitosa oferta. Tipografía, globos, estrellas, empiezan a dibujar las fachadas, vistiendo la arquitectura de historietas urbanas. Superman en la Quinta Avenida y Condorito en Patronato, cada uno a su propio aire y con su propio vuelo. Sin embargo, el diseño gráfico y el mensaje publicitario, nutridos en el género del cómic, pueden dar significativos frutos cuando aparece la genialidad del famoso Push Pin Studios, con Milton Glaser y Seymour Chwast. Las fantásticas ilustraciones de Folon, Billout y Steinberg, que entran en perfecta sintonía con la colorida y transparente atmósfera de Moebius; la línea firme y precisa de Hergé y la azulada agresividad de Katsuhiko Otomo o la sensualidad y erotismo de Manara

La narrativa ingeniosa, divertida, irónica e irreverente de esta forma tan particular de construir historias. es la expresión de un arte perfectamente estructurado y autónomo, una

literatura iluminada que forma parte del paisaje cultural del siglo XX. Las historietas gustan e inquietan porque es como salir a la calle a encontrarse con lo que esta vivo y palpitando, una selva, un desierto, una ciudad sumergida o una ciudad celeste. Las Historietas con historia, como "Little Nemo", de Winsor McCay; "Flash' Gordon", de Alex Raymond, "El Príncipe Valiente", de Harold Foster; "Tin Tin", de Herge; historias fantásticas de Moebius y Jodorowsky y también de las otras, cargadas de agresividad y violentas como algunas japonesas, o irreverentes como "El Príncipe Caliente" del argentino Cognini.

No es de extrañarse, entonces, que el cómic pueda reflejarse en otras artes, que los encuadres cuadren guiones de cine para efectos especiales, que los globos sean de goma de mascar, que Mickey transpire en su castillo de plástico de Disneylandia, que Michel Graves haga edificios-patos. Dick Tracy viste abrigo amarillo y cobra su sueldo en Hollywood. Batman cambia de tenida, Umberto Eco escribe "Apocapilticos e Integrados", los pijamas bordados de los superhéroes se transforman en literatura de logos que bajan hasta las zapatillas. War-

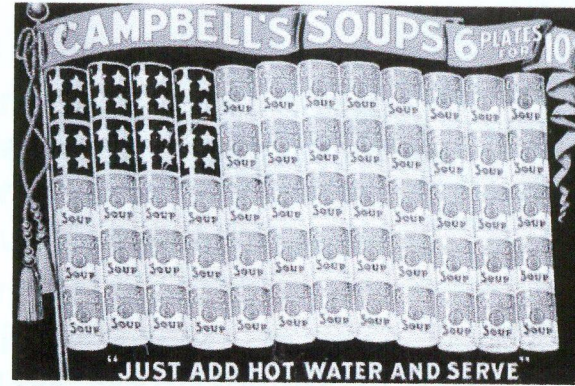
⁴ Extraído de artículo de Oscar Ríos, publicado en Revista Diseño n° 30, 1995

hol multiplica botellas de Coca Cola y retratos famosos. Oldenburg desestabiliza un geométrico ratón, mientras Mariscal se sienta en una silla Garriri a leer tebeos, con historias que hacen Clinkle tinkle en el corazón

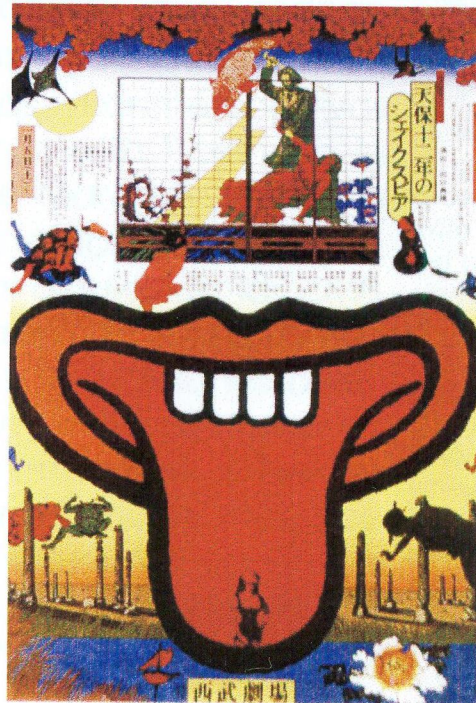
Algunos Ejemplos



Aviso publicado en la revista "Esquire" a principios de los 90, rescatando la grafica del Pop de los 60, especialmente del lenguaje de Linchstein



Afiche de Sopas Campbell de 1905, fue retirado por atentar contra la bandera norteamericana.



Afiche de los 70, de Tadanori Yokoo. Integrando elementos del cómic, de las pinturas de Wesselman y la cultura gráfica oriental



Minnie, la compañera, la novia y amiga de Mickey, entra al círculo de la moda en la revista "Vogue"



La silla Garriri, de Javier Mariscal.

3. ORIGEN Y DESARROLLO DEL CÓMIC

Si se quiere definir los orígenes del cómic debemos hablar de sus antecedentes, de lo cual es inevitable nombrar los murales egipcios a través de jeroglifos, las cristaleras, el tapiz de Bayeux, las bandas que rodean las columnas romanas conmemorativas (como la Trajana o la de Marco Aurelio), los retablos medievales, los dibujos de las civilizaciones precolombinas e incluso las primitivas pinturas rupestres. Sin embargo, su historia se relaciona más correctamente con la de la imprenta y la caricatura.

Primitivos ejemplos incluyen los grabados en madera alemanes de fines del siglo XV sobre temas religiosos, políticos y morales, pero las ilustraciones se hicieron complicadas con las técnicas de grabado e impresión de letras. "En Inglaterra, a fines del siglo XVIII Francis Barlow utilizó bocadillos parecidos a banderas en sus hojas de propaganda de "El Espantoso Asunto Infernal de los Papistas". Más tarde los vicios y disparates sociales de la época fueron satirizados en "Vida de una Cortesana", de William Hogart, la primera de sus ilustraciones morales sobre asuntos modernos, presentados en colecciones de grabados para ser leídos en secuencia como un relato. Su éxito fue una prueba del apetito del público inglés por las narraciones satíricas"⁵

El cómic, que nace casi al mismo tiempo que el cine, pronto desarrollará su particular lenguaje icónico, y las primitivas viñetas, todas del mismo tamaño y con los textos al pie o tímidamente incluidos en el dibujo, serán sustituidas por viñetas de diferentes tamaños y situación y, sobre todo, evolucionarán rápidamente los modos y alcances de los textos. Estos se incluirán, casi desde el principio, en glo-

bos o bocadillos, su particular forma, así como el tamaño y dibujo de las letras, constituyen, por sí solos, todo un modo de expresión independiente. El uso de onomatopeyas, escritas con grandes letras, ciertos símbolos ya universalmente aceptados, tienen un alcance comunicativo que difícilmente puede lograr otro medio de expresión. Inicialmente estas historietas tenían carácter cómico, de ahí el nombre: cómic-strip (tira cómica)

En la década de los 20 el cómic comienza a adquirir una importancia social relevante debido a que a parte de entretener, los contenidos estaban cargados de fuertes expresiones ideológicas y políticas, lo cual se vio potenciado al desarrollo del cine y la publicidad.

Ya en los 40 el cómic fue espacio para héroes de grandes hazañas y eternos rivales. Pero llegó un punto que comenzó a perder popularidad producto de la incorporación de otros medios de comunicación masiva como la televisión sumado a las críticas de pedagogos, médicos y asociaciones de mujeres, lo que llevó a las editoriales a mediados de los '50 a autocensurarse.

⁵ Historia del Cómic en Europa: http://www.todohistorietas.com.ar/historia_europa.htm

Nacen así nuevos estilos de las historietas entre los que se cuentan las llamadas "historietas intelectuales", aquellas protagonizadas por niños pero con mensajes para adultos como "Charlie Brown" de C. Schultz.

Otro estilo que cobró importancia fue el "comix" o "cómico underground", aquel que desmitifica los héroes, utiliza palabrotas, la sátira y el quiebre valórico en medio de fenómenos sociales.

"En vista de todo por lo que había pasado esta popular manifestación, pese a no ser de gran pasividad como lo fue en los años 30, nunca más dejó de ocupar un lugar importante dentro las diversas manifestaciones humanas. Se le consideró como un fenómeno social con todas sus letras entre intelectuales y ha sido motivo de una infinidad de reuniones y congresos del área artística, la expresión gráfica, ampliando así su espacio, produciéndose una renovación del medio y por lo tanto generando nuevos estilos"⁶

El cómic se ha desarrollado en todo el mundo, y en cada rincón con diferentes

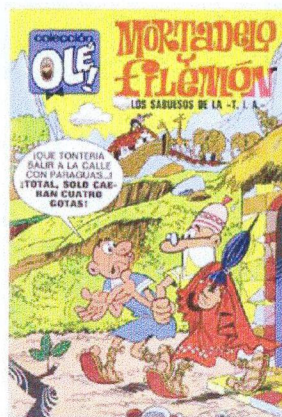
características y exponentes. De esta manera podemos encontrar las revistas en Estados Unidos, los "álbum" Europeos o las publicaciones del tamaño de una guía telefónica en Japón y las infaltables tiras en los diarios de todo el mundo.

Tal como lo conocemos ahora el cómic tuvo sus orígenes en Europa en el siglo XIX con tres pioneros, el suizo Rudolphe Topffer, el alemán Wilhem Busch y el francés Cristophe. En 1837 Topffer expresó las reglas elementales de la historieta: "Se compone, de una serie de dibujos auto biografiados al trazo, cada uno de estos dibujos va acompañado de una o dos líneas de texto. Los dibujos sin estos textos solo tendrían una oscura significación, el texto sin los dibujos no significa nada", sus obras se publicaban en álbumes horizontales con una tira de viñeta, en sus cómics "Les amours de M. Vieux Bois", de 1827. Y "Le docteur Festus".

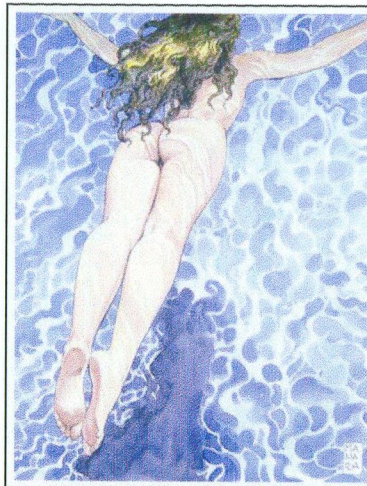
El cómic europeo aportó al cómic mundial un elemento cultural muy importante: la estructura literaria de sus relatos, son historias bien narradas con un lenguaje rico en contenido y profundidad. Estados Unidos se considera la cuna del cómic,

pues allí se inició su publicación en forma masiva en los periódicos y también se empezaron a publicar las revistas de cómics, o cómics books.

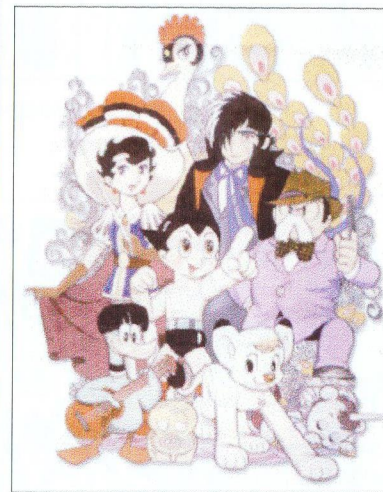
Algunos Ejemplos



Mortadelo y Filemón, Francisco Ibañez. España



Milo Manara. España

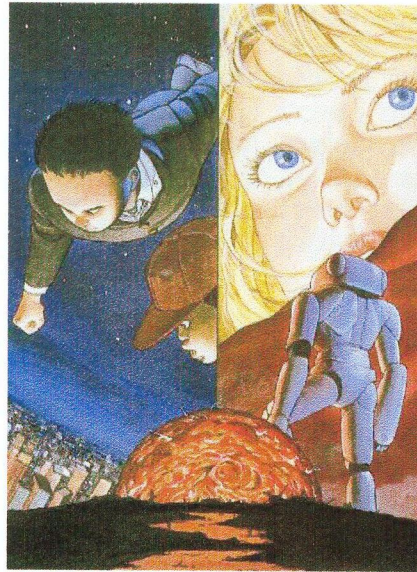


Astro Boy, Kimba, Princesa Caballero, Entre otros, Osamu Tezuka. Japón

⁶ Aguilar, Ximena.. pg 67



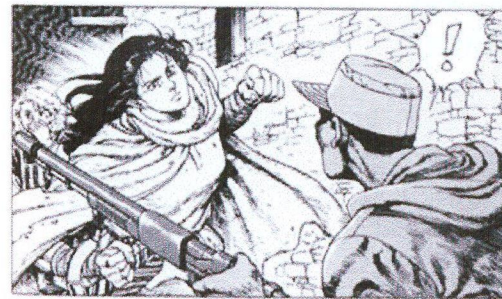
Asterix y Obelix, Albert Uderzo. Francia



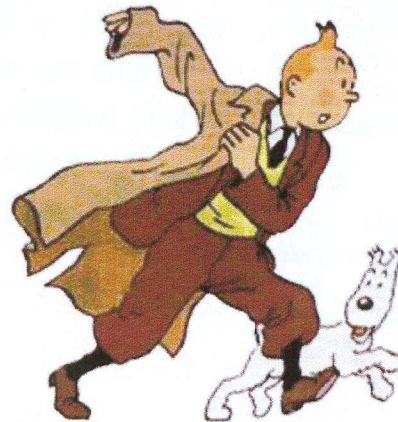
Akira, Katsuhiro Otomo. Japón



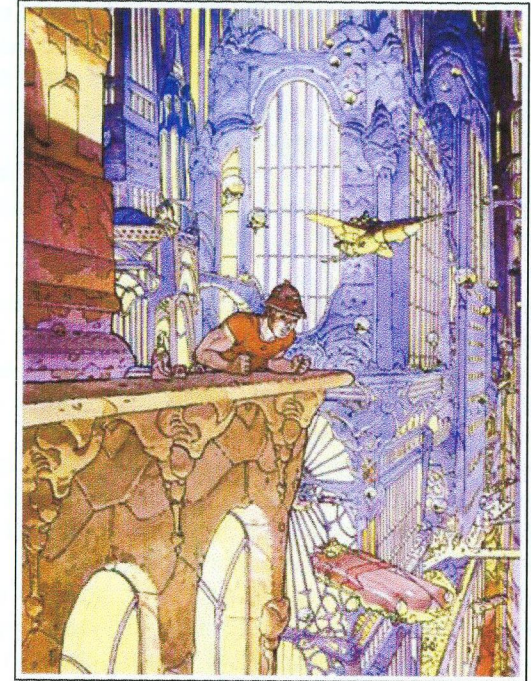
The Yellow Kids, R. Outcault. E.E.U.U.



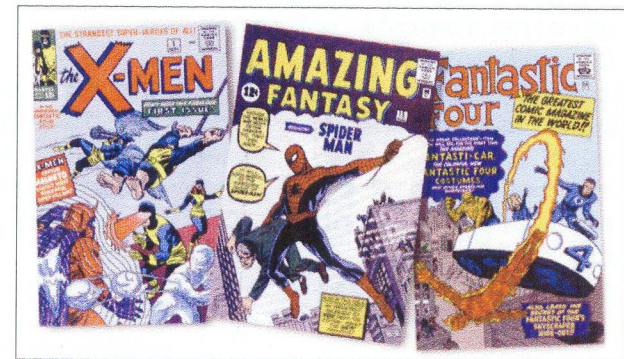
Mother Sarah, Takeo Nagayasu. Japón



Tin Tin, Hergé. Francia



Futurist, Moebius. Francia



X-Men, Spiderman y 4 Fantastico, Stan Lee y Jack Kirby. E.E.U.U.

4. HISTORIA DEL CÓMIC CHILENO

Un descontento con la política fue lo que gatillo la expresión gráfica en Chile, donde las caricaturas de los líderes de opinión fueron el material impreso a comienzos del siglo XIX. Entre 1858 y 1900, se publicaron un centenar de revistas y diarios que integraron a sus páginas el dibujo político.

En el año 1858 durante el gobierno de Manuel Montt aparece un periódico de temática política, literario e industrial, El Correo Literario. En esta publicación aparecen los dibujos de Antonio Smith considerado como el primer caricaturista chileno.

Dentro de este periódico se publican caricaturas corrosivas contra el presidente y personajes del gobierno.

En su declaración de principios publicado en la página Editorial de El Correo Literario de su primer número se cita: "El objetivo de las caricaturas es corregir las costumbres y defectos, es satirizar, poner en ridículo, si se quiere aquello que se manifiesta ridículo para procurar su corrección". Esta publicación fue clausurada en diciembre de 1859.

Durante la siguiente década, bajo el gobierno de José Joaquín Pérez existió mayor libertad de prensa lo que permitió un mayor desarrollo del dibujo político.

En esta época renace El Correo Literario bajo la promesa de ser un periódico eminentemente literario (1864). Editorial

del correo: Respecto a las caricaturas declara... "Elas serán de todas clases, de todos tamaños y de todos colores; las costumbres pueden corregirse y criticarse con lápiz y pluma".

Otras publicaciones de fines del siglo XIX fueron: La Linterna del Diablo cuya temática apuntaba a criticar la intromisión de la Iglesia en los asuntos del Estado; El Charivari que reflejaba la pugna ideológica entre radicales y liberales contra la fracción pelucona, y en donde aparecían los políticos y escritores de la época representados en dibujos anónimos; El Padre Lobos que nace para oponerse a la candidatura de don Benjamín Vicuña Mackenna; La Escoba, semanario independiente, La Dinamita que levanta banderas de lucha a favor de las clases desposeídas, entre otras. Más tarde, en La Lira Chilena, la caricatura reemplazó con frecuencia a la fotografía, en esa publicación donde a través de versos y grabados se comentaba la actualidad. Las más destacadas ilustraciones litográficas pertenecían a Luis Fernando Rojas, cuya labor se extendió al siglo XX.

Hasta el 1900 la caricatura giraba entorno a la obser-

vacación política, al chiste y a la crítica inmediata a los gobiernos de la época.

Un Nuevo Siglo

Con el cambio de siglo la pluma del dibujante comienza a desviarse por otros caminos que lo llevan a la observación de la vida diaria, a la reproducción de costumbres y tipos populares y aristocráticos chilenos. Aparece el chiste de mera diversión, con el objeto de hacer reír a los lectores.

El otro aspecto que cambia es la publicación misma. Influído por el avance del periodismo europeo, de las nuevas técnicas y de los progresos del arte tipográfico nuestras publicaciones se modernizan.

El cambio de folio trajo consigo la proliferación de las revistas de actualidades, de humor e infantiles. "La estética de los mismos estaba altamente influenciada por los conceptos de diseño europeos, así resultó un estancamiento en los criterios editoriales de la mayoría de los títulos publicados"⁷: Luz y Sombra (1900), El Diario Ilustrado (1902), La Comedia Humana

(1904), Zig-Zag (1905), La Revista de los Niños (1905), La Revista Cómica (1905), Sin-Sal (1907), Corre Vuela (1908), Chicos y Grandes (1908), La Risa (1908), El Peneca (1908), Monos y Monadas (1910). En sus páginas, estas publicaciones realizaban crítica social y contaban historias entretenidas ocupando didascalias, aún cuando ya se utilizaba el sistema de globos. Cabe detenerse en un dibujante de la época: Santiago Pulgar, el cual develó la vida íntima del Presidente Pedro Montt. Pulgar realizó una caricatura para la revista "La Comedia Humana" basándose en los rumores vox populi que decían que Sara del Campo, esposa Don Pedro Montt, lo engañaba con un político liberal llamado Guillermo Rivera. Después del incidente la revista fue requisada. La Fundación de El Diario Ilustrado en 1902, significó un importante salto adelante para los dibujantes de ese tiempo. Ya con su título afirmaba la importancia que daría a las ilustraciones, generalmente en forma de fotografías, pero en los años siguientes inició la práctica de ofrecer una caricatura en la primera página.

Fue en el diario El Mercurio, donde se echaron las bases

de Zig-Zag, la revista que fue concebida como un suplemento mercurial, ya había adquirido vida independiente y autónoma antes de salir a circulación en 1905. Zig-Zag fue un semanario de alto vuelo, y en él se reunió un selecto grupo de ilustradores, caricaturistas y dibujantes, apareciendo las primeras historietas.

Zig-Zag tuvo una gravitación indudable en el medio periodístico, al extremo que el Sr. Armando Hinojosa se sintió estimulado a crear la revista Sin Sal, parodia que duró de 1907 a 1909.

En 1906 nace el primer personaje, "Federico Von Pilsener", un emisario alemán que llega a esta "salvaje región". Lustig, su autor, narra las desventuras de este personaje con una fuerte crítica social a través de didascalias. Se dejaría de publicar en 1907 para renacer brevemente en 1940.

Otro título a destacar es El Peneca, revista dirigida por sacerdotes desde su fundación en 1908, hasta 1920, cuando asume una joven feminista, Elvira Santa Cruz Ossa, Roxane, que cambia el curso de su publicación para convertirla en

la más popular de su tiempo llegando a un tiraje de los 240 mil ejemplares, logrando triunfar tanto en Chile como en el resto de Sudamérica. La década dorada de El Peneca dura hasta 1950, cuando fallece el portadista estrella de la publicación, "Core" (Mario Silva Ossa), sobrino de la directora de la revista que en esos momentos cesa sus funciones como tal. La revista estimulaba la imaginación infantil, siendo los principales héroes en los años previos a la bomba atómica "El Capitán Luna" y "quintín el aventurero". Los primeros historietistas desarrollaban sus episodios humorísticos en varios cuadros, llenando la página, y bajo cada ilustración iba la lectura compuesta en linotipia. Para esa época se hace evidente el estancamiento generado por el uso de didascalias al llegar a Chile publicaciones extranjeras más osadas en los conceptos gráficos. A pesar de esto los "globos" no se estilaron hasta adentrados los años 30.

Los Locos Años 20 y las Crisis Políticas

De estos inicios caben

⁷ DIAZ, Cristian. *Historia del cómic en Chile (1900-1973)*.

destacar títulos como: El Pibe (1923), Don Fausto (1924), El Pibe (1931), Topaze (1931), el Suplemento Historietas del diario La Unión (1932), Weekend (1932), Topazin (1932), Verdejo (1932), El Abuelito (1934), Chascón contra Tarzan (1936), Campeón (1937), Álbum Mickey (1937), Pulgarcito (1938), El Cabrito (1941), Pobre Diablo (1945), La Pichanga (1948), La Raspa (1949), Condorito, Cuentos Ilustrados (1949), Aladino (1949), Okay (1949), Simbad (1949).

En estos títulos señalados se publicaban cómics extranjeros y nacionales, algunas veces se retocaban las viñetas para mantener el reinado de las didascalias, pero los dibujantes locales comienzan a experimentar sobreviniendo el quiebre de muchas de estas revistas.

Don Fausto era una revista en la cual sólo se publicaba una historieta en las páginas finales, y el resto consistía en largas serializaciones ilustradas principalmente por Cayetano Gutiérrez, Zayde, autor también de las portadas. El Cabrito, que se publicó entre 1941 y 1948, fue dirigido por Nenriette Morvan, siendo sus portadas más famosas aquellas realizadas por Alfredo Adduard. Ésta última pub-

licación tenía como objetivo secundario servir de auxiliar de la enseñanza, como lo era "Billiken" para los niños argentinos, por lo que abundan las láminas para recortar.

La caricatura política sigue adelante y en 1931 Jorge Délano, Coke, funda Topaze, revista de sátira política que sería el modelo a imitar en el futuro. La revista, considerada "el barómetro de la política chilena" alcanzó un nivel inigualado. Es aquí donde se descubren a autores como Pepo, Lukas y Lugoze. Eduardo de la Barra en 1989 republica Topaze para el diario La Tercera, pero solo fue un chispazo de luz, ya que si bien se publicó hasta 1996 no tuvo la relevancia que su época anterior.

El Pajarraco sale del Cascarón

Pepo, que ya trabajaba para Topaze crea en 1949 nuestro prócer de exportación: Condorito, el cual comienza a publicarse en las páginas de la Revista Okay, la Primera revista exclusivamente de historietas

que apareció en Chile, y en 1955 obtiene su propia revista, publicándose ininterrumpidamente hasta hoy en día, haciéndose de un lugar en gran parte de Latinoamérica.

Junto con Pepo, podemos destacar a otros dibujantes como Christie (Jorge Christie Mouat), un desenfadado caricaturista que no duda en recrear a los personajes de Walt Disney, así como crear los suyos propios, como Pilucho, el Pobre Pollo, siendo el más famosos "Chu Man Fú" un mago chino que junto a su hija "Flor de Cerezo" lograron posicionarse en toda Latinoamérica. "Nato" (Renato Andrade) manteniendo un particular estilo creará a Cachupín, un fanático del deporte que apareció por primera vez en 1941 en la revista "Estadio", y otros divertidos personajes publicados en muchas revistas nacionales. Y Adduard (Alfredo Adduard) es gran portadista y creador de tiras cómicas como Don Bilz, un caballero que salía airoso de cualquier problema cada vez que destapaba la bebida que le daba fortaleza y optimismo.

Siguiendo la brecha trazada por Christie tenemos a Leoncio Rojas, Leo, quien realizó

la tira "Macabeo" para "Las Últimas Noticias", un oficinista bajito, que en la calle siempre usaba sombrero, y cuyas peripecias cotidianas nada tenían que envidiar a las de sus colegas extranjeros.

En 1946 aparece la revista "Pobre Diablo" que permitió el cultivo masivo de la Historieta cómica en cuatro cuadros, siendo sus autores casi los mismos de "Topaze". Pepo fue el encargado de dirigirla y se rodeo de los mejores dibujantes disponibles. Entre ellos encontramos a Alhué, Pekén, Mono, Nato, además de nuevos dibujantes como Fernando Daza, Themo Lobos y Jocar. Entre las tantas historietas que tenía la revista encontramos a "Tontolito Jockey", realizada por Cesar Roassi, y trataba de un jinete de la hípica que jamás salió de la categoría de aprendiz, y a "Manilong, el caco perfecto" de Percy, capaz de robarle al mismísimo Sherlock Holmes su pipa o su jeringa hipodérmica con que se inyectaba morfina.

La era de Zig Zag

La gran casa editorial de

esta época y hasta comienzos de la década de los sesenta fue Editorial Zig-Zag la que emprendía acciones matonezcas contra la competencia (amenazas telefónicas, presiones a los distribuidores y quiosqueros, levantada de dibujantes). Por Ejemplo, Condorito iba a ser publicado por Editorial Buen Humor y terminó en Zig-Zag. Rompiendo el mito, Condorito fue ideado en esos días por un joven talento: Themo Lobos. Pepo adoptó al personaje "Efanor el Condorito" y lo esgrimió contra la caracterización de Chile en el avión Pedrito en el film de Walt Disney Saludos Amigos

Entre los intentos por romper este casi monopolio fue la publicación de tres revistas a cargo de una empresa formada por Carlos de Vidts, a quien se atribuye justamente, durante su paso por Zig-Zag, la idea de presionar a los suplementeros para vender sólo publicaciones de esta editorial. Esas revistas fueron una al estilo de "Reader's Digest" que competía con "Versiones Mundiales" de Zig-Zag, "Cenicienta, y "Aladino", que era como "El Peneca" en miniatura y que concedió gran importancia a las historietas nacionales. La empresa apenas

logró sobrevivir dos años a su establecimiento en 1949.

La publicación Condorito, Cuentos Ilustrados no se relaciona con el pajarraco antes mencionado. En este caso Core y otros dibujantes ilustraban los cuentos clásicos que eran acompañados por cómics locales como "El Meteoro", un pionero superhéroe, "Policoliro", un perro bocazas, ambos del mismo autor, "Jorcar", o Pedrín, el piloto invencible de Laufer (un alemán vecindado en Chile).

No se puede dejar de nombrar a Percy Englenhart, quien en 1947 creó para el difunto diario el Última Hora el personaje de Pepe Antártico (algunos aseguran que basado en su propia persona), el cual se hizo tan famoso que hasta fue representado en programas de televisión.

Un gran embajador fue Arturo del Castillo, notable autor chileno quien en 1948 se asienta en Argentina y comienza una carrera que lo llevaría a convertirse en "el único autor chileno que ha expuesto en el Louvre y que, además, ganaría en 1980 el premio Yellow Kid que se entrega en el Salón del Cómic de Lukas, Italia"⁸.

Los Cambios de Medio Siglo

De mediados del siglo XX son las revistas: Risas de Pepe Antártico (1951) que se publica hasta 1984 completando 63 tomos recopilatorios, La Ronda (1954), Barrabases (1954), Rouge (1954), Ventarrón (1956), El Pingüino (1956), Condorito (1955), Mampato (1957), Panchito (1957), Pimpinela (1958), Mi Vida (1958), Pandilla (1959), El Saquero (1959), Cine Amor (1960), Selecciones Escolares (1961), Disneylandia (1962), Aventuras Disney (1964) y Fantasías (1964).

En este periodo destaca "Lugoze" (Luis Zegarra) con el personaje "Perejil", el vago que nació durante su estadía en Argentina y que en Chile permitió ver la militancia derechista del autor; Perejil dejó de publicarse al siguiente día de salir electo como presidente Salvador Allende. Lugoze además dirigió muchas revistas como la Ronda y Rouge, que eran para adultos. En La Ronda se pueden encontrar los primeros trabajos de un joven Moebius (seudónimo del afamado historietista galo Jean Giraud).

En 1954 nace Barrabases, revista de cómic deportivo a cargo de Guido Vallejos quien la dibujó completa y logró imprimirla por cuenta propia, y que se convirtió en una verdadera institución. Themo Lobos crea para Barrabases "Máximo Chambonez", un fanático del deporte que era capaz de desatar las mayores calamidades.

Vallejos editaba además publicaciones como Mi Vida y Cine Amor, la primera fotonovela. Junto con esto dirigió hasta mediados de los sesenta una revista de humor picarescas con notas de farándula y fotografías de hermosas mujeres ligeras de ropa: El Pingüino, la cual deja de publicarse en 1969, y cuyas portadas estaban a cargo de Pepo.

El Peneca ha caído, el gran educador de chilenos cierra sus puertas a principios de los sesentas, dejando paso a Mampato el gran medio comunicador que creara Eduardo Armstrong en 1967, donde introdujo una serie del mismo nombre que al principio dibujara Oskar (Oscar Vega, padre de nuestro actual cónsul para Europa y Estados Unidos: Felix Vega, creador de Juan Buscamares) y que luego tomara Themo Lobos,

⁸ Cómic en Terra

agregándole personajes de su propia autoría, enriqueciendo una idea hasta convertirla en la leyenda nacional que es hoy en día.

Para este tiempo el lector se había hecho más exigente al poder comparar el material extranjero que se publica en el Suplemento de Historietas del diario La Unión; Pulgarcito de La Nación y Mampato del rotativo El Mercurio. Muy bien impresos, resultaban claramente más atractivos que los producidos en Chile. Sumemos a ello la presencia de ediciones mexicanas y argentinas y tendremos el caldo de cultivo que significará la muerte de muchas de las revistas en otros años populares. Así, radicalmente, editorial Zig-Zag saca al mercado revistas a todo color comenzando con material Disney para luego generar títulos y personajes que dan cuerpo a la edad del Oro del Cómic Chileno.

Viendo la historieta como poderosa herramienta educativa salen a la luz: Ases de la Novela (1965), con adaptaciones de obras famosas, y Hazañas Históricas (1965), con adaptaciones de episodios históricos de la humanidad. Forjadores de la Historia de Chile

(1965), de editorial Phoenix, fue otra excelente revista dedicada a personajes y períodos históricos de Chile.

Guido Vallejos siguió explotando las fotonovelas en títulos como Suspenso, Foto Romance y Foto Apasionada; o bien revistas pícaras como Can-Can, todas de 1965. En esta última Hervi, dibujó "Farzán", un trazo venido a menos, con ponchera y televisor. Esta Revista tuvo corta vida, y debió desaparecer luego que en debates parlamentarios se comentó la participación que entonces tenía la Iglesia Católica como accionista de la Editorial Zig-Zag. Aunque los chistes no eran para tontos graves, tampoco podía decirse que las fotos ese caracterizaban por su pudor.

La ciencia-ficción tiene por entonces a su más brillante exponente en Rocket (1965), revista dirigida por Themo Lobos, quien reúne a los mejores guionistas y dibujantes en la que puede ser considerada la mejor publicación de cómics chilena. Cuando deja de salir la reemplazó Robot (1966) conservando parte del equipo creativo. Sueños Maravillosos y Mundos Fabulosos (de 1965 ambos títulos) tocan temas similares, como

lo paranormal. Comicznauta (1966) enfoca la ciencia-ficción con humor. Rakatan (1965) es una mezcla de lo didáctico y el humor. Jinete Fantasma (1965), Jinete Justiciero (1965) -la revista Okay transformada- y Far West (1966) son la tríada dedicada al lejano oeste. Mony (1966) apunta a las travesuras infantiles, Capitán Júpiter (1966) explora el género super heroico. Agente del Silencio (1966) en su primera etapa cobijó al género de espionaje, U2, S.O.S. y Trinchera (1966) tocan episodios bélicos. El Intocable (1966) es una versión libre de Tarzan, Soledad (1966) viene dedicada al género romántico, Colección Superfantástica (1966) es un título que alternaba semanalmente a distintos personajes que lograrían títulos propios más tarde como Garra de Acero y Johnny Nero (1968), Ruta 44 (1966) está dedicada al automovilismo. Mención especial es la colaboración en este último título del gran Héctor German Oesterheld, quien además participaba en Far West y Pingüino.

Siguiendo con los títulos de la edad de oro, tenemos: Jungla (1967) con el protagonismo de Mawa, la diosa blanca del Mato Grosso; Alta Tensión 2000 (1967), para adultos y víctima

de una campaña moralista en 1968; Pequeña Biblioteca (1967), suplemento del diario Las Últimas Noticias; El Siniestro Doctor Mortis (1967), título inspirado en un popular programa radial; Jet Logan (1967), con material británico de ciencia-ficción; Espía 13 (1967) con episodios bélicos, Barrabases (1968), en su segunda etapa, y Guerra (1969), tres títulos dedicados a la II Guerra Mundial; Artemio (1968) recopila lo publicado en la prensa diaria; Icarito (1968) un suplemento del diario La Tercera que aún sigue publicándose; OO7 James Bond (1967), adaptación nacional del personaje de Ian Fleming, entre otros.

El Sinistro Doctor Mortis nace en 1967 basado en un radioteatro. Bajo la editorial Zig-Zag abriría espacio para nuevos autores como Santiago Peñailillo, Manuel Cárdenas y Máximo Carvajal.

Pero no solo Mampato dominó los rankings en aquella época. En 1968 nace lo que podría ser un antecedente dentro de la autogestión en Chile en lo que a materia de cómic se refiere: La Chiva, revista de humor político y social que nos presenta a un joven Hervi, Palomo, Pepe Huinca y Alberto Vivanco,

autores con una fuerte influencia de la revista humorística americana Mad, y que aunque tenía meritos suficientes no logró remontar en circulación. Y los involucrados en la empresa debieron vender sus vehículos para pagarle a los impresores.

El destape llegó a los cómics nacionales con Nat (1968) donde destaca el "El abuelo vitaminas", Pirigüin (1968), Viejo Verde (1970), con el émulo del abuelo ya citado, y Cosquillas (1970). En todas las revistas comienzan a mostrarse desnudos completos y chistes eróticos explícitos y vulgares. La ciencia-ficción se viste de gala cuando Zig-Zag edita 5 x Infinito, la obra de Esteban Maroto, en 1970. Al año siguiente, al asumir el gobierno de la Unidad Popular, Eos Errante, de autores chilenos trata de rescatar la estética y sentimiento del material español.

Los Bruscos Cambios de los Setenta

1971 representa un año de cambios en la vida editorial chilena. El Estado compra

parte de los activos de Editorial Zig-Zag. Los títulos que publicará Editorial Quimantú sufrirán la censura a manos de grupos de especialistas acorde al bien común de los lectores o será un claro instrumento concientizador como La Firme (1971), que hace de difusor de las tareas del gobierno, y Cabrochico (1971). Los personajes principales dejarán de serlo y se incluyen historias encarnadas por chilenos como marinos, pescadores, policías o gañanes a partir de las ediciones de agosto de 1971. En abril de 1972, los títulos son incluso cambiados. Intocable pasa a ser Guerrillero; Jungla pasa a ser Hombres en la Jungla, Jinete Fantasma será El Manque, Far West desaparecerá (ya lo había hecho Doctor Mortis), Agente Silencio será Dimensión Cero. Editorial Zig-Zag pasará a llamarse Píncel y sigue sacando títulos con material Disney o bien los Picapiedras y Don Gato y su Pandilla (1971).

Otras publicaciones que quisieron surgir fueron; La Tercera Oreja (1971), inspirado en un programa radial; El Peneca (1971), pobre rescate del otrora famoso título; Garra de Acero (1972), usando el nombre de una revista antes publicada para las aventuras de Delta

99 de Carlos Jiménez; Artemio (1972), tratando de ser una revista periódica, Far West que vuelve y se publica hasta 1974; Doctor Mortis (1972), con historias de corte fantacientífico, logrando editarse hasta 1977.

Aquí el reloj se detiene. El álgido año de 1973, en que se publican títulos como Killer, Ganso y Adan y Eva, vive cambios dramáticos cuando el aparato militar chileno asume por la fuerza las riendas del país. Se dejan de editar por un tiempo los títulos de la editorial Quimantú para luego retomar sus actividades bajo el nombre de Editorial Nacional Gabriela Mistral. El gobierno de turno utiliza como arma propagandística las revistas de historietas. Se incluyen más aventuras que involucran a las fuerzas armadas, así como efemérides de las glorias del ejército, y se incluyen al pie de página textos como: «la patria amaneció en septiembre», «las fuerzas armadas te protegen» o «haz lo correcto y estarás tranquilo».

En Chile no dejan de editarse cómics pero la censura impuesta, "la persecución de algunos dibujantes por su militancia izquierdista, las directrices inherentes al abrupto cambio de

gobierno y los cambios de hábitos con la popularización de los aparatos de televisión marcarán a las futuras generaciones de dibujantes que revitalizarán el cómic nacional teniendo como gran fuente de inspiración ese recelo hacia quienes gobiernan"⁹ generando un estrecho campo argumental pero ingenioso dejando claro que en estos años duros y citando al caricaturista Guillo: «Es humor es más fuerte».

En todo este ambiente, clásicas revistas comienzan a decaer. Mampato está a punto de ser requisada en 1974, dejando de aparecer en enero de 1978. El siniestro Doctor Mortis cesa en 1974 y Barrabases en 1979. En ese mismo año 1979, la editora Gabriel Mistral editó Jappening, basado en el programa de TV; aparte de ese ejemplar, publicó sólo materiales extranjeros. Las editoriales más importante como Lord Cochrane y Píncel dejaron de publicar revistas chilenas. Se limitaron a importar historietas extranjeras. Algunos dibujantes aislados pueden presentar sus monos en diarios y revistas, tales como Percy, Hervi y algunos otros.

Quedaron dos iconos importantes. La revista La Bicicleta

⁹ Díaz, Cristian

desde el año 1978 se dedicó a la promoción de la acción artística alternativa, principalmente, de la música del Canto Nuevo, un movimiento de neo folclor, y a las actividades de la Agrupación Cultural Universitaria. En el número dos apareció una historieta del personaje Superchifuentes de Hervi, un superhéroe nacional, bien intencionado, al estilo Chavo del Ocho, que todo le termina mal.

En 1980 el diario La Tercera presenta su suplemento dominical Historietas, asesorado por Vittorio Di Girólamo, en el que reaparecen Themo Lobos, Mario Igor, Vicar, Julio Berrios, Pepo, Manuel Cárdenas y Juan Francisco Jara.

Los Nuevos Aires de los Ochentas

Comienza a "crecer una generación sin padres que les traspasaran la experiencia y el arte nacional, creando una serie de autores que buscaron su sentido de pertenencia en el exterior"¹⁰. Así como existió el boom del rock latino, a mediados de los ochentas un grupo de

jóvenes con la influencia de la movida española traen a Chile todo el desenfado y lo contestatario que soportara el papel, e influenciados por autores mayoritariamente europeos, revistas como Matucana y Beso Negro cimientan el camino para Trauko, punto de encuentro de toda el movimiento under que sentía su desapruebo con el Chile que veía y lo que la dictadura representaba. Era una cultura de márgenes. Era el underground chileno. El cómic chileno, en su mayoría, optó por un perfil intrépido: se alimentó de la pródiga tradición de cómics transgresores y eróticos.

En ausencia de nuevas publicaciones de historietas, la mayor parte de las revistas de oposición de la época dan cabida al humor gráfico. Por sus páginas desfilan las ácidas creaciones de Palomo, Rufino, Hervi, Gus, Nacor, Albornoz, Guillo, De la Barra y otros. Muchos de ellos colaboran desde el exilio. Junto a estas publicaciones, surgen simultáneamente lugares como el Trolley y el Garaje Internacional de Matucana, que cobijan a bandas y artistas disidentes de la trova urbana y la "guitarrita de palo del Canto Nuevo". Nacen las primeras tribus urbanas y la rabiosa música de "Los

Prisioneros" marca a toda una generación.

Pronto aparecen fanzines y revistas autogestionadas: "Tiro & Retiro", en 1983 una revista que ya anunciaba la nueva escuela: Obras de autor para adultos; "Ariete", "Sudacas", "+Turbio", "De Nada Sirve" y "La Joda", en 1984. El boom de revistas independientes ya era un hecho consumado. Las influencias del momento son claras: Moebius, Manara, Crumb, el comic under norteamericano, la revista Fierro de Argentina y todo lo que se pudiera conseguir fuera de Chile o en El Kiosko, la única tienda especializada de la época y cuyos precios resultaban prohibitivos para la mayoría de los lectores. Con periodicidad irregular, hecha en fotocopias y presentando material irregular, publicaron Beso negro en 1984.

En medio de la nada, surgen nuevas publicaciones como: "Beso Negro", "Enola Gay", "Matucana", "Ácido", "La Peste", "Bandido", "Trauko" y otras que se convierten en las trincheras del underground. "El underground aparece en Chile como una necesidad más que una opción- sentencia Udo Jacobsen- El costo de la impresión de una revista de calidad nor-

mal es elevadísimo y la censura moral y política a que se ve afectado el medio no permiten otra salida. No hay, sin embargo, detrás de esto una postura política clara. Se trata, más bien, de la simple constatación. En estas revistas lo que se respira es un aire de desenfado y una gran energía caótica. Son revistas que se esconden bajo el brazo para ser leídas en comunidad encerrados en un cuarto. Algunos nombres son incluso un desafío abierto a la moral reinante. Beso Negro es quizás el ejemplo más claro de esto"

Con una línea editorial más ligada a las experiencias españolas apareció Matucana en 1984. Esta publicación se debe mayormente al esfuerzo de Alfonso Godoy (quien había, efectivamente, estado en Barcelona y colaborado con la revista Bichos); luego surge Ácido en 1987, iniciativa que parte de un grupo de amigos: Pablo Alibud, Daniel Turkieltaub, Osvaldo Sacco y Charles Smith, y logró las bases para una concepción de revista nueva en el medio. Incluyó colaboraciones de Udo Jacobsen Camus y Jorge Montealegre Iturra en torno al estudio del cómic. Sólo salieron 3 números. Antes ya había surgido "Beso Negro" (un proyecto

¹⁰ Cómic en terra

de Carlos Gatica, Udo Jacobsen y Lucho Venegas, fechada en 1986).

En 1988 nace Trauko, sus directores, Pedro Bueno y Antonio Arroyo, eran dos españoles con toda la influencia de autores europeos. En los inicios pirateaban material extranjero para luego incorporar a artistas nacionales. Con sus 38 números empiezan el camino para las futuras publicaciones. Le siguen "Bandido" (dirigida por Javier Ferreras, en abril de 1988), "El Cuete" (al mando de Patricio Zamora, en 1988) y una reaparecida "Matucana" (impulsada por Alfonso Godoy, en enero de 1990). Los contenidos son balbuceos adolescentes y no todo es de gran calidad. Muchas de estas revistas, sobre todo en sus primeras ediciones, completan sus páginas con material extranjero, publicado sin permiso de sus autores.

Autores como Martín Ramírez y su Checho López, Lautaro Parra con Blondie, Yo-Yo, Karto (dibujante estandarte en el look escolar de los ochentas) y su Kiki Bananas, y muchos más refrescaron los nuevos aires nocturnos de este país. La segunda opción fue el sueño de un joven editor llamado Javier Ferreras

quien nos proporciona Bandido, un magazine que no contenía ni pornografía ni temas tan políticos y abastecía una gran parte de autores que deseaban ver obras de otro corte distinto al Trauko. Aquí encontramos a un ingenioso Gonzalo Martínez, el metálico Marabolí, el detallismo de Martín Cáceres, en fin.

Frecuentes, en muchos trabajos de la época, son las portadas con rostros rabiosos y desencajados por un grito dado a todo pulmón y las historias con voluptuosas mujeres ofreciendo sus cuerpos a seres destrozados, personajes incapaces de amar. Sexo anómalo, enfermo, en un Chile ídem, como en el caso de "El Conde de Matucana", de Ricardo Fuentealba, especie de Vampiro sexual, ávido de tiernos cuellos y urgencias varias.

La irreverencia, la rabia, la lucha callejera, el sexo y las drogas se convierten en temáticas recurrentes de la nueva generación de creadores. De entre las pocas revistas que, saltando la valla amateur, logran llegar a los kioscos, varias de ellas padecen la censura y requisamiento de sus ediciones, consideradas pornográficas por la moral oficial. Para el dibujante y diseñador Ricardo Vega: "Ex-

istía la necesidad de expresar, de abrir la boca, de decir algo. Existía una estética, el disfraz oficial era la rabia y el modelo de la movida española, pero había también una fuerte sensación de orfandad, un no sé lo que quiero, pero lo quiero YA".

Algunos destacados creadores de la época son Félix Vega, quien da sus primeros pasos realizando portadas e historietas como "Puppet City" y "Las Entrañas de la Ciudad", camino que años después lo llevará a España para editar, a través de Norma, su saga: "Juan Buscamares". Clamton (Claudio Galleguillos) y Vicho (Vicente Plaza) son dos autores muy particulares. Ambos retratan mundos interiores con un dibujo intenso y perturbador. Vicho con un estilo expresionista pinta sus enigmáticas introspecciones con audacia y delicada sensibilidad. Clamton crea su propio universo desquiciado poblado de "...paisajes oníricos, y a veces pesadillescos, (...) llenos de alusiones conscientes o inconscientes a órganos, plantas, espinas, células, virus y seres fantásticos rodeados por la indiferencia y crueldad de una naturaleza despiadada (...). Clamton podría ser un hijo bastardo del cineasta Canadiense David Cronenberg, pues, al igual que éste, anuncia

el cambio, la mutación y la enfermedad que subyace bajo nuestra carne y dentro de nuestras mentes. Sus cómics disectan el espacio y la carne con una lucidez lapidaria. Leer a Clamton provoca y afecta". Felva, por su parte, parece obsesionado con los peces e imagina surrealistas aventuras en mundos imposibles. Juan Vásquez, dueño de un trazo poderoso, crea en sus viñetas, casi ausentes de globos y cartuchos, una ciudad de Santiago con un tinte épico y futurista. Lautaro dibuja a su inolvidable "Blondie", especie de cruza entre las fábulas apocalípticas tipo Mad Max y la violencia sexual de una dominatrix post nuclear. Escasa, pero contundentemente, Pato González hace desfilan ante los ojos del lector sus esperpénticas criaturas, especies de cartoons en clave monstruosa, mientras la aventura futurista en las calles de Santiago campea en los trabajos de Gonzalo Martínez. La historieta bélica y de ciencia ficción surge en medio de las hieráticas figuras de Martín Cáceres. Alonso Macella se dedica a dibujar sus "Historias del Fin del Mundo" y la joven Marcela, en los dibujos, y Huevo Días, en guión, provocan la ira de los conservadores con la polémica "Afrod y Ziako en Noche Güena".

La Democracia y las Nuevas Generaciones

En 1990, con el advenimiento de la democracia, una a una, las revistas independientes desaparecen para sumir a la historieta local en un letargo sólo remecido eventualmente por una escasa, pero potente producción de autores independientes. Los nuevos dibujantes fustigaron con entusiasmo la violencia, el sexo y la política de los dirty cómics de los 80. Un ejemplo, el creador de Anarko, dijo: «Matucana y Trauko firmaron su sentencia de muerte ya que salvo excepciones mostraban sólo sexo, violencia y garabatos.» Había un manifiesto táctico: ahora se haría otra cosa. Para cuando comenzó la década pasada, Trauko ya había caído y Bandido casi parecía un almanaque por los largos períodos que transcurrían entre cada número.

Jucca, Asterisco y Christiano pintan sus respectivos antihéroes, con un humor reflexivo, creando verdaderas postales de la marginalidad que, al paso de los años, han demostrado gozar de excelente salud y actualidad. Los años 90 son la década

en que los historietistas chilenos se ponen al día en la producción de comics mundial.

Este auge del cómic Chileno se mantuvo brevemente durante la década del 90, pero decayó por la inundación de cómic internacional a bajo precio. Son los años de los superhéroes norteamericanos (algunos incluso editados en Chile), son los tiempos del cómic de autor español y francés, del fenómeno manga en la historieta y en la televisión y del exceso de revistas picarescas o pornográficas en nuestro país. Una sequía de historietas invadió el país y no fue si no espacio para cultivar la auto publicación de fanzines, los que permitieron así impulsar autores como el antes mencionado Jucca, Christiano, Miguel y Rodrigo Higuera.

La avalancha abrumba y golpea a los lectores que, en pocos meses, disfrutaban con evidente retraso, de una evolución que tardó varios años en producirse. Pero los años 90 parecen ser también la década de los colectivos artísticos. El actualmente desaparecido grupo "Kiltraza" nace liderado por Rodrigo Salinas y Rodrigo Adaos. El grupo incursiona en la gráfica experimental, dejando un puñado de notables publicacio-

nes. Incursionan en la música con "Sonora Kiltraza" y en pantagruélicas performances dominadas por el azar, creando todo un mito que aún hoy cuenta con gran cantidad de antiguos y nuevos seguidores.

El principio del regreso lo marca la llegada de material norteamericano a los quioscos, lo que incentivó de nuevo a Ferreras y a un joven autor llamado Mauricio Herrera, quienes lanzan el primer cómic chileno a color digital -técnica que implementara el propio Herrera- de nombre Diablo, publicación que continúa hasta nuestros días. Y junto a esto, Avatar con guión de Ferrera y dibujos de Juan Vázquez. Es posible rescatar algunos fanzines: Dianoa de Guillermo Progro y Klaudio Huenchumil, Límite de Cristián Pérez, Experimental cómics dirigida por Jucca, entre muchos otros. Surgió un grupo que ostentaba potencia: Ficciónautas. Publicaron una revista Oxígeno, pero solo un número.

Estos nuevos aires trajeron consigo salones y festivales de cómic como un modo de mostrarse y hacer marketing directo, y esto último fue lo que caracterizó el cómic: se pensaba más en como abrir el mer-

cado que en como encantar a los reales amantes del género. De este modo se buscaba infructuosamente el auspicio de privados, y lo único que se logró fueron ediciones irregulares y un círculo vicioso que no se logró romper.

Simultáneamente, el colectivo "Ergocomics", que agrupa a dibujantes de los 80 y a algunos nuevos autores, nace gracias a la publicación de tres álbumes de historietas, bajo el título de "La Ruta de los Arcanos". Con ellos inician una serie de esporádicas publicaciones independientes: "Ojo Bizarro" y "El Antipoeta Sanhuesa", de Christiano; "Horacio y el Profesor", de Gonzalo Martínez; "La Dispersión del Afekto", de Reyes, Vega y Christiano; y el libro "Fragmentos Terminales", entre otros. El grupo mantiene, en la actualidad, un completo sitio web dedicado especialmente a la historieta chilena y latinoamericana y un evento anual denominado "El Día de la Historieta".

En medio del camino aparece Pato Lliro de Christiano Editado en fotocopias y repartido de mano en mano, realizado por Christiano y los hermanos Miguel y Rodrigo Higuera, era una humilde gaceta artesanal.

Pato Lliro tuvo otras revistas: Crónicas del Barrio Sur (1983); Saltando paredes, Pateando piedras (1995). Los fanzines de la Abuela Fuentes de Asterisco estaban en la misma línea. La abuela anda en motoneta y maltrata sus nietos. "La marginalidad y desesperación de esos monos era agobiante."¹¹

Francisco Conejeras levanta una publicación satírica: La Mancha / El Carrete y sacan 9 números. Jorge David creó la Editorial Dédalos para entrar en el mercado con nuevas técnicas digitales en el dibujo y nuevas promociones mercantiles. Al comienzo Dédalos parecía una real casa editorial con macintosh y diseñadores jóvenes. Parecía que daría que hablar. Dio que hablar. Animó la conversación y generó expectativas, aunque sin mucho espesor. Publicó Sicario, Tiro de Gracia, Rayén, Salem y Medianoche.

En 1998 un grupo de amigos de Puerto Montt, Renzo Soto, Gonzalo Jaramillo, César Maldonado y Walter Velásquez, editaron Meliwaren (cuatro guarenes), la primera revista virtual. A esto se le suman Huamulin y Womics. Con el tiempo estos serían los primeros sitios sobre cómic en Chile junto con Kolbatronics.

¹¹ PÉREZ, Omar. *Treinta años de cómics chilenos. Desde el golpe de Pinochet a hoy.*

Otro Siglo y Otros Problemas

Comenzando el 2000 se generaliza un sentimiento de desazón. Los proyectos no maduran, las editoriales no se interesan, las instituciones hacen la vista gorda. Los dibujantes luchan con sus revistas autogestionadas. En eso está hoy el cómic chileno. Pasado treinta años desde la época de oro del cómic chileno, este no se recupera mayormente.

Contra natura y gracias al influjo de quizás que extraños mecanismos, el país sigue produciendo nuevas hornadas de talentosos dibujantes, dispuestos a doblar la mano a la abulia generalizada dominada por los medios de comunicación y el exitismo barato del nuevo Chile. Rodrigo Salinas es uno de ellos. Salinas es un autor joven y fundador del colectivo "La Nueva Gráfica Chilena", autor de "Rata Galdames Land", "Morgan Shila", "Los Viajes de Massachusetts" y "Arturo Prat Is Not Dead", entre otros trabajos. En sus dibujos, flirtea con los íconos reconocibles de una chilenidad cruzada por la hibridez cultural y una seriedad extremas. Sus

comics ilustrados o sus ilustraciones "acomodadas", son juegos de palabras, llenas de guiños infantiles sazonados con un desfachatado y, a ratos, perverso sentido del humor. Salinas espera para el 2005 la edición del álbum "Calm Before the Storm", que compilará la mayoría de sus trabajos hasta la fecha.

Nicolás Silva (Niko) es otro de los destacados autores noveles a considerar, un dibujante-guionista de primer nivel, lleno de recursos que lo ponen a la vanguardia de su generación y con un par de ediciones autogestionadas a su haber.

El prolífico Carlos López (Coke) ha dado vida a una serie de estafalarios personajes muy cercanos a la sensibilidad infantil, como "Vladimir", "Chupacabras", "Sabanitas" y, su más reciente creación, "Kiwis". En sus trabajos, Coke desata una muy particular forma de entender el mundo y el humor.

Los Colectivos "Tinta Negra" y "El Informe Meteoro", con varios fanzines ya en la calle, reúnen a un puñado de autores como Sal, Ítalo, Ariel Cid, Felipe Villarroel, Gabriel Hernández, Demetrio Babul, Carlos Eulefí, Lo, Nemstrong, Niko y Huicha,

que trabajan duramente para mantener sus publicaciones circulando en ferias y en cuanto encuentro de historietas se realiza.

"El Sindicato de la Imagen", otro incipiente y entusiasta grupo, mezcla ilustración, diseño y textos, en productos de bajo costo, que incluyen un manual de instrucciones para que sus lectores se animen a construir sus propios fanzines.

Revistas literarias y políticas autogestionadas como "Casa Grande", "Barco Ebrio" y "Mercado Negro", albergan en su interior humor gráfico e historietas. Digna de mención es la revista de Humor negro "La Momia Roja", dirigida por Christiano y que cuenta, entre sus colaboradores, a Palomo, Hervi, Jorge Varas, Rodrigo Salinas, Pedro Peirano, Leonardo Ríos y a destacados artistas extranjeros, como los argentinos Langer, Mariano Ramos, Furnier y Angonoa, y el cubano Alén Lauzán. La revista incorpora una hilarante fotonovela con un staff fijo: Loreto López, Garryflex, Reyenstein y Stephens.

No obstante, Ricardo Vega, diseñador e ilustrador, recapitula el presente de la histo-

rieta chilena con cierta distancia crítica: "Pensábamos que ~~estábamos en el ensayo del~~ estallido, en el momento previo al orgasmo y que todo lo negado durante la dictadura militar iba a estallar en todos lados. Teníamos las ganas basadas en la esperanza y pensábamos que el cambio iba a ser automático, porque ya no había enemigo. Pero no hubo esa voluntad, y hoy día seguimos con intentos aislados, sin movimiento, sin escena y con el fantasma de decir lo propio en un contexto que aún no es propicio a la creación".

Para el humorista gráfico Christiano (creador de "Pato Lliro", el libro objeto "Ojo Bizarro" y las tiras cómicas "El Antipoeta Sanhueza", "Juanita Lacrimosa" y "Cucho y Cata"), en la actualidad la historieta Chilena se mueve entre dos aguas: "Continúa la misma conversa... que la crisis editorial, que los editores no pescan, todo parece viajar atrás en el tiempo, volver a los 80's y 90's, pero hay nuevos rostros, nuevas revistas y - lo mejor-renovadas ganas".

Cabe destacar que existen autores que se esfuerzan por salir adelante. De esta manera tenemos los libros El An-

tipoea Sanhueza de Christiano y Fragmentos Terminales de Carlos Reyes; la parodia Harry Potto Botella, entre otros títulos, de Jucca y Marko Torres; la revista virtual Huemulín de Galo, y un nuevo ejemplar de la revista Sólo cómics del Centro Nacional de Cómics. Rodrigo Salinas Marambio publicó Arturo Prat is not dead y Los viajes de Massachusetts de la editorial Nueva gráfica chilena, con el apoyo monetario del Estado, vía Fondo de Arte y Cultura. Chanchito Cero, un libro con historietas del suplemento Zona de Contacto del diario El Mercurio, narra las aventuras de la Escuela de Lobotomía, con personajes como el Moco Soto o el Decano Avelana, de Pedro Peirano.

Autores fuera de un circuito cultural que los rechaza, dibujantes fuera de un círculo del arte que desprecia el género, artistas lejos de la gestión de una incipiente industria editorial y más lejos aún de alcanzar la atención de un público masivo. Las nuevas expresiones se siguen desarrollando contra viento y marea y, lo que resulta más desafiante, contra toda expectativa. La historia parece repetirse, y lo que ya se dijo de los ochentas, bien podría aplicarse al presente de nuestra

historieta: "El underground aparece en Chile como una necesidad más que una opción".

La falta de apoyo económico tanto gubernamental como privado, impide que los dibujantes impriman y vendan sus productos. Si logran imprimir, lo hacen en pésima calidad, con resolución baja y en un papel inadecuado, para poder abaratar costos. Y si llegan a imprimir, la cadena de distribución que se utiliza es mínima y las ventas se reflejan con números rojos. La gran mayoría no llegan a los kioscos y terminan vendiéndose en San Diego o en las comiquerías a bajo precio. Ese es el gran problema a que se enfrentan pero no es el único. Como dijo Jucca, dibujante y editor, en una entrevista "un papel, un lápiz y las ganas, superan cualquier barrera". Pero una cosa es dibujar y otra es hacerlo bien.

La calidad artística de la mayoría de las actuales publicaciones es cuestionable. La falta de trabajo en figura humana, algo básico en cómic; guiones inconsistentes e historias poco atractivas son la tónica. Cuando sale a la venta una nueva publicación, en los sitios informativos como Kotecom-

ics.cl o Womics.cl los anuncian con bombos y platillos. Pero al tener el ejemplar en las manos vemos que tanta parafernalia era innecesaria. La calidad de dibujo es deficiente con falta de proporción, perspectiva y rostros inexpresivos; las historias son "fome", sin quiebre argumentales, complejos, y algunos hasta mal redactados e inconsistentes.

Sólo unos pocos como Mauricio Herrera con Diablo o el nuevo Berserker, las parodias de Jucca y compañía o el equipo de Santomás escapan de ese fenómeno, ya que trabajan en equipo y tienen una metodología que les ha permitido el éxito, sin contar sus años de experiencia.

Pero los intentos de hacer surgir este fenómeno continúan. Varios sitios en internet dedicados al cómic han surgido el último tiempo. En ellos podemos encontrar noticias, lanzamientos, críticas, entre otros tópicos. A esto se le suma los sitios de autores como el de Jucca o Mauricio Herrera que no solo permite conocer más de estas personas, sino además les permite darse a conocer en todo el mundo las 24 horas del día.

Es que la nueva generación, con toda la cultura mercantil, ha cambiado de visión: deseaban mostrar su trabajo, realizar sus sueños de ser dibujantes, pero al mismo tiempo debían llegar a un "mercado" exigente a presentar sus "productos", debían conocer al "usuario", definir "estrategias de promoción", es decir, tenían conocimiento de lo que iban a enfrentar.

La mejor forma de hacer publicidad era el marketing directo, presentarse con sus fanzines, revistas o lo que tuvieran a mano a cuanto festival, salón o convención de cómic se apareciera. Y si tenías más entusiasmo publicabas un sitio en internet, plataforma que los mantenía vigente las 24 horas del día en todo el mundo.

Como vemos, aunque ha mermado un poco, la larga historia del cómic chileno continúa, y está muy lejos de acabar.

Algunos Ejemplos



Ejemplar de "El Charivari".



Ejemplar de "Sucesos"



Personajes de Themo Lobos



Doña Sara y Don Guillermo bailando muy entusiasmados, mientras Don Pedro Montt toca el piano y canta: "Yo, te pago la pieza y tu la gozas..."



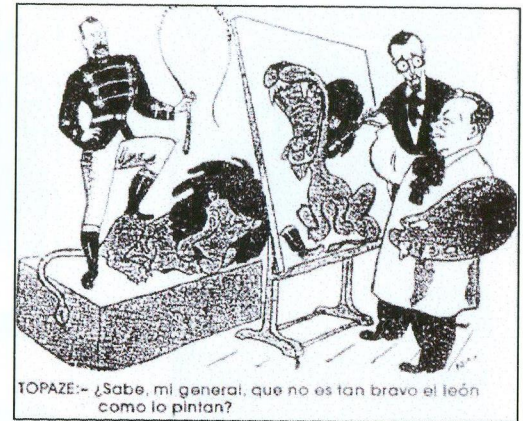
Federico Von Pilsener y su perro
Dudelsackpfeifergeselle



Condorito, primera imagen.



Cachupin, por Nato

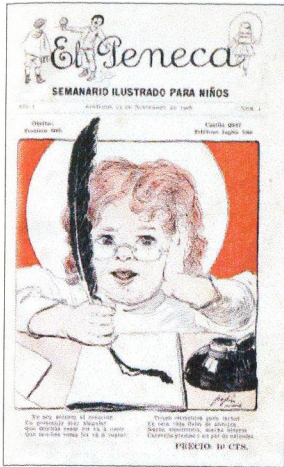


TOPAZE:- ¿Sabe, mi general, que no es tan bravo el león como lo pintan?

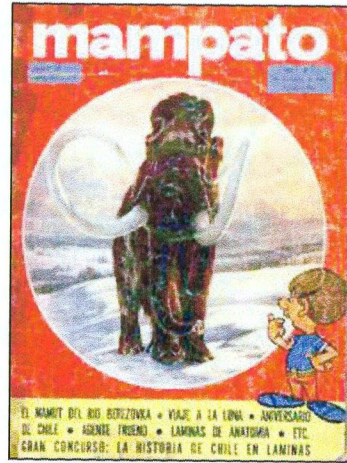
Sátira para el General del Campo y el Presidente A. Alessandri a raíz de un incidente entre ambos



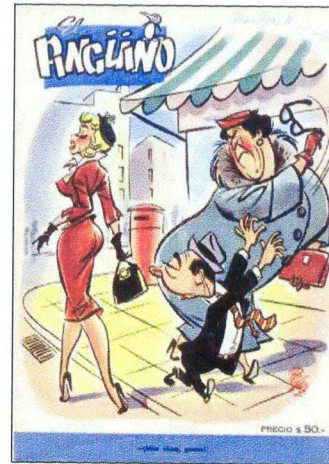
Tontolito Jockey, por Cesar



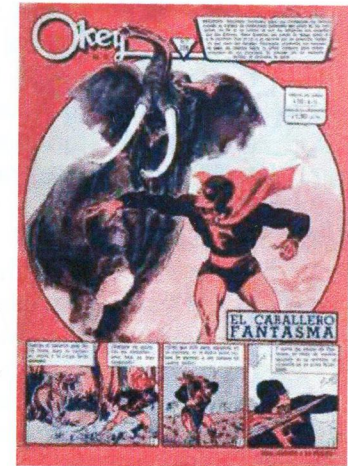
"El Peneca", n° 1



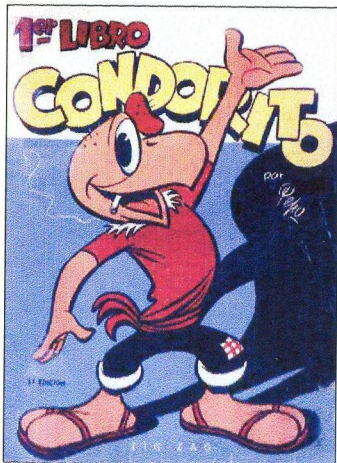
"Mampato", n° 1



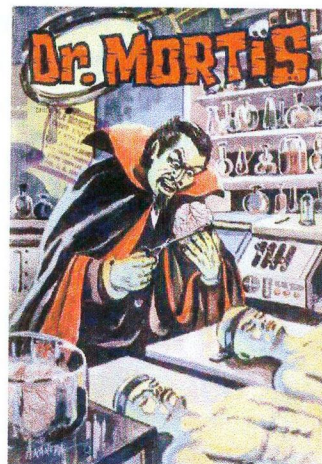
"El Pingüino", n° 1



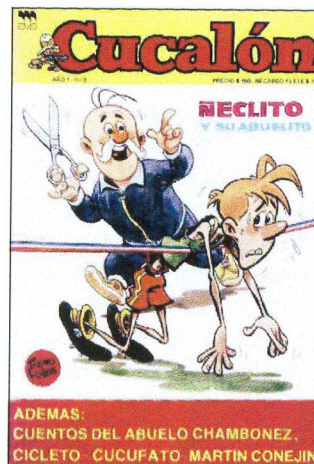
"Okey"



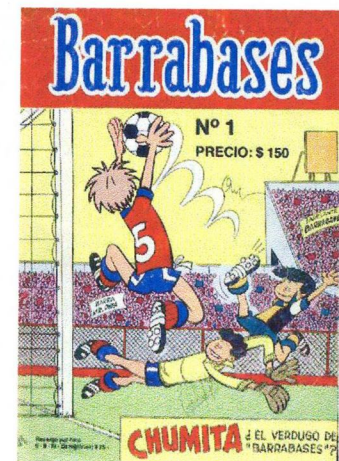
"Condorito", n° 1



"El Sinistro Dr. Mortis"



"Cucalón"



"Barrabases" n° 1, Cuarta época

5. CÓMIC COMO MEDIO DE EXPRESIÓN

Al analizar el tema de los cómics podemos ver la incidencia que estos han tenido en la sociedad occidental, ya que crean un determinado escenario que se traduce en una serie de efectos socio-culturales por el tipo de personajes, narrativa y elementos usados para tal cuestión; antes de la primera Guerra Mundial la historieta surge con tópicos muy interesantes para sus lectores debido al delirio y al valor estético de esta, personajes como Little Nemo de 1905 y Krazy Kat and Ignatz de 1911 con un fuerte contenido social y de valores del self-made-man iniciándose de tal modo el imaginario social a través del cómics.

El surgimiento de los héroes es justo durante la crisis de 1929 de ahí se propagan y multiplican en adelante, el primero es Tarzán de los monos que es una adaptación de la novela de Edgard Rice Burroughs de 1912 por Hal Foster, luego nace el primer héroe de ciencia-ficción llamado Buck Rogers in the Year 2429 publicada por Calkins, más tarde comienza la 'Edad de Oro de los cómics' desde 1930 en adelante con personajes como Dick Tracy de Ch. Gould que se basa en el triunfo de la policía sobre Al Capone, otro personaje es Brick Bradford de los autores C. Gray y W. Ritt que versa sobre las aventuras de este en ciudades las pérdidas de los aztecas e incas prosiguiendo con viajes a la historia y futuro con la serie 'el Trompo del Tiempo'.

En 1934 se produce un hecho relevante ya que se crean tres personajes por parte de un mismo autor y muy distintos entre sí, el primero es Flash Gordon en el área de la ciencia ficción, Jungle Jim en la selva de la India y el Sargento Secreto X-9 en la selva de la ciudad con el guión de Dashiell Hammet; estos personajes son considerados clásicos por su desarrollo e incidencia en la sociedad occidental, luego

nacen Mandrake el Mago de L. Falk y P. Davis, le siguen Terry y los Piratas de Milton Caniff, el Fantasma de L. Falk y Ray Moore en 1936 y en 1937 la gran creación de Harold Foster llamada 'El Príncipe Valiente'.

Los personajes de las historietas sufren un cambio notorio en este período, ya que transforman sus guiones y dibujos debido a que antes del año 1929 y de su crisis, los personajes eran prototipos de la forma de vida de inicios del siglo pasado volcándose hacia el interior de una sociedad en la que se consolida el capitalismo o un tipo de este; en contradicción a esto los nuevos cómics de la década de 1930 se dedican a conquistar el mundo que representa el sueño americano y todos sus valores donde el ente social se dedica a ser un hombre de buena fe, de buenas intenciones con la misión central de 'defender el mundo libre' junto con el estilo de vida usamericano, aquí la historieta tiene una gran utilidad por la función que ella ejerce en la sociedad y principalmente en sus diversos tipos de receptores mundiales.

Los personajes se convierten en héroes o

aventureros al representar el mito americano fuera de los E.E.U.U. tanto en Asia, Africa, en el espacio intergaláctico en América Latina o precolombina, etc. marcando así la diferencia con respecto a los del primer cuarto de siglo que son personajes cotidianos y no de tipo excepcional como los últimos. Los primeros se caracterizan por ser una expresión de una sociedad confiada en el futuro y satisfecha de sí misma, en cambio los otros demuestran una crisis de dicha fe al ser proyección de una sociedad profundamente sacudida por el presente y temerosa del futuro, ella busca una salida a partir del sueño, mito, aventura, entre otros como modo de evasión de la realidad social siendo este el contexto propicio para que surja el héroe como figura salvadora de todos sus males y conflictos.

A pesar de lo anterior el estilo de vida americano se instaura fuertemente como parte de la sociedad liberal, al ser su expresión de capitalismo e imponerse a pesar de guerras, crisis económicas, sociales, etc. Volviendo al héroe salvador vemos que este se conforma como el superhéroe el cual viene de un planeta foráneo o

bien de otra dimensión, junto con poseer una personalidad doble y poderes extrahumanos o fantásticos; dos imperios editoriales son la DC Comics y Marvel cuyas historietas son las encargadas de cumplir tales cuestiones por su creación de personajes fantásticos.

La primera a sido responsable de superhéroes como Batman, Superman, Mujer Maravilla, Flash, Linterna Verde, Flecha Verde entre otros, su icono es Superman quien aparece durante 1938 logrando un cambio notorio en el escenario universal con determinados efectos que perduran hasta hoy, a pesar de su muerte en manos de Armagedón; la segunda se caracteriza por personajes más humanos y donde los superhéroes experimentan diversos conflictos, sus personajes más destacados son Namor el submariner, El Capitán América, Los Cuatro Fantásticos, Hulk, Thor, El Hombre Araña, Los Hombres X, Wolverine, El Surfeador Plateado, entre muchos otros. Todos estos personajes contribuyen a sentar una serie de imaginarios sociales dado su incidencia en el mundo occidental, especialmente en USA y el resto de América al establecer diferentes consideraciones con respecto a

los tópicos a los cuales dedican sus editoriales y aventuras.

5.1 Incidencia del Cómic Norteamericano

El o los escenarios sociales por distintos motivos se van modificando, tal situación se relaciona por con el hecho de que la sociedad y la realidad sufren cambio en su estructura principalmente, la crisis de los héroes refleja esto ya que el concepto de superhéroe se modifica y hay una crisis de valores subyacentes a tal nivel que lo maniqueo, la ética protestante y un mundo bipolar escambiado por la globalización e incertidumbre. Un ejemplo de esto es la transformación del sueño americano es la guerra de Vietnam, al pasar a ser visto como una pesadilla y en donde los héroes dudan a cerca de su función de bien en el actual contexto y del futuro escenario que van a enfrentar por el desarrollo de los hechos.

Marvel cómics es sin duda una fuente insaciable de personajes que experimentan el conflicto de doble personalidad especialmente durante la década de 1950, llegando a sufrir profundos traumas debido a sus acciones y pensamientos con respecto al contexto en el cual se desarrollan sus historias; ejemplo de aquellos son personajes como El Castigador (The Punisher) que es un soldado de fortuna y asesino a sueldo

quien tiene su par femenino llamado Elektra, ellos son asesinos villanos inescrupulosos o no dependiendo como se les analice y comprenda.

Un elemento clave para captar la realidad social a través de los cómics ha sido Frank Miller con sus publicaciones de Batman en particular con The Dark Knight Returns, con Batman con una personalidad turbada con serias interrogantes a cerca de su destino; este autor pone acento en la modificación de la vida y de los valores americanos, al criticar la política de USA, el racismo y las políticas sociales al ver que el concepto de hombre bueno y con buenas intenciones a desaparecido, esto en su Give me Liberty (sueño americano 1990) al situarlo en un futuro próximo.

Por tal motivo vemos como se genera una transformación histórico- social al pasar a otras etapas de desarrollo, en donde el mundo occidental del siglo XX para algunos llamado siglo corto nace en 1917 con la Revolución Rusa y termina con la caída del Muro de Berlín; dentro de este espacio nace el cómics underground con su respectivo movimiento que se vincula a lo

hippie y a lo sicodélico en los años 60 en donde los temas son la droga, la escatología, la libertad sexual llegando hasta la pornografía, el holocausto. Este representa un fuerte repudio frente al orden establecido, los valores tradicionales, la hipocresía de la censura, el orden moral represivo, el colonialismo, el ejercito, la religión, etc. destrozando el modo de vida americano al crear antihéroes y una anticultura tal que llega más allá de las historietas. Ejemplo de esto son revistas como Maus, Foo, Den, entre otras y con personajes como el Gato Fritz como citar alguno.

Si bien Marvel comienza en 1960 con sus personajes que rompen el prototipo de héroe satisfecho de si mismo al sentirse enfermos, atormentados e infelices por sus vidas y acciones a través de personajes como Spiderman, La Mole, Hulk, etc. donde el genio de Stan Lee y Jack Kirby generan una nueva camada de tópicos y personajes muy intensos y reconocibles. Por su lado D.C también se vuelca hacia esto al tomar conciencia que el contexto social ha cambiado con personajes y guiones que llegan casi a la autodestrucción.

Por tal motivos es reconocible el cambio que experimentan los cómics norteamericanos, que se vinculan siempre a lo político ya que en sus inicios se dedicaban a masificar el estilo de vida americano hasta la crisis de 1929, luego se vuelcan hacia la guerra al encabezar el movimiento bélico con sus personajes y superhéroes, su tercera etapa es signo de desilusión por Vietnam, por la crisis de los valores puritanos y el termino del sueño americano a pesar de su resistencia con la publicación del Comics- Code en 1954. Este último establece como regla siempre el triunfo del bien sobre el mal, favoreciendo de tal manera los propio intereses estadounidenses, al ser ellos los buenos y los malos sus oponentes, pero esto no cunde tal efecto por el papel de los héroes y por el fracaso del sueño americano con todos sus efectos.

5.2 Cómic Europeo: Distintas Tradicio- nes

En el viejo continente la historieta recibe distintas denominaciones ya sea por sus temáticas o por el desarrollo de sus personajes, en Italia se le conoce como fumetto en alusión a la nube que contiene el dialogo, en España se le da el nombre de Tebeo a raíz de la Revista TBO de 1917 que publica historietas, por su parte en Inglaterra se le conoce como cómics strip y en Francia como Cartoon al ser un boceto que se ubica en un soporte de cartón o bien bande dessinée que significa tira dibujada. Todas estas denominaciones conducen a las historietas ya sean cómicas, románticas, de aventura, etc.

En Inglaterra si historia es antigua desde W. Hogart, pasando por el magazine Punch los cuales conforman toda un estilo de historieta, ya que se caracterizan por un humor negro, un héroe alcohólico y en donde la mujer toma roles de heroína por la trama desarrollada, es la Escuela Inglesa con un humor local de pub y de cervezas con poco impacto fuera de sus fronteras como es el caso de Andy Capp de R. Smythe, algunos que si han logrado un mayor impacto internacional son James Bond,

Judge Dreed al ser distintos en su conformación. El héroe con doble personalidad es una vieja tradición inglesa desde Shakespeare con 'Las alegres comadres de Winsor', con el personaje de Herne que es un cazador enmascarado y que es una famosa leyenda.

Por su parte Francia a contribuido a este arte con desde le siglo XIX a partir de las publicaciones de Toffler (1833) y con autores como Cham y Doré de la Escuela Belga, antes de la Segunda Guerra Mundial las aventuras de Tintín de Hergé se publican instaurando una nueva tradición narrativa y de héroe, este es un joven que es impermeable al paso del tiempo, es figura modélica, eurocéntrica que recorre todo el planeta transmitiendo todos los valores civilizadores de la Europa católica, cuyo sentido misional no deja fuera lo colonial, junto con lo anterior da pie para la imagen de otredad de estereotipos que son cercanos al racista-famantes; a la vez impone un estilo de línea clara que es muy exitoso en la posmodernidad. Otros personajes franceses por excelencia son Asterix y Obelix que sientan el sentido de identidad e imaginario social.

En España el Tebeo nace durante 1917 y en donde se juntan todo tipo de personajes cómicos o no, el tipo de personaje- héroe de tipo enmascarado no tiene una tradición muy fuerte, ya que este se sitúa al lado el pícaro o del caballero andante solo surge un personaje enmascarado durante el franquismo, el que no tiene doble personalidad al no existir como tal, debido a que es una copia de lo norteamericano y responde netamente a la ideología del régimen. A lo que apela el personaje con máscara es al guerrero que defiende los valores de cruzada y de la civilización cristiana-occidental.

La principal diferencia entre los cómics europeo y los otros además de sus temáticas es la idea de héroe y su actitud frente al otro, al ser una representación de las disidencias culturales entre dos mundos, en ámbito británico el héroe es conformado desde lo puritano y en espacio francés y español es el héroe misional de la Contrarreforma. El puritano es el superhéroe al venir de otro mundo o dimensión, al tener superpoderes y doble personalidad; su contraparte es

el superhéroe que nace como expresión de la mentalidad protestante, al tener una misión de predeterminación que se encuentra sobre la acción humana, debido a que su fuerza y voluntad todopoderosas y omnipresentes vienen a salvar a su pueblo elegido y en especial son defensores de una comunidad pequeña.

La historieta europea también experimenta cambio a raíz de los acontecimientos que suceden en el mundo, en especial con Mayo del 68 en donde surgen una serie de publicaciones como Cahrlie Hebdo que toman crítica drásticamente los valores burgueses imperantes, propician la libertad sexual, critican el sistema político y social de lo cual emana todo un discurso inconformista que los caracteriza y que convive con series más clásicas, esto se mantiene en el actual escenario dado su desarrollo.

5.3 Cómics Japoneses Influencia Social

El origen de este arte se remonta al siglo XVIII cuando el artista Hokusai, maestro del grabado y del impresionismo difundió su técnica con la cual nace la narrativa dibujada que es publicada en 1814 con una dilatada obra de quince volúmenes denominada Hokusai Manga; casi un siglo más tarde Rakuten Kitazawa introduce las técnicas del cómic norteamericano en Japón a través de un suplemento a color llamado Jiji Manga produciendo de tal modo el despeje de este medio comunicativo el cual a proporcionado muchos aportes al imaginario social por los temas que este desarrolla.

El manga o cómics nipón moderno surge al término de la Segunda Guerra Mundial, en donde el trauma unido a la miseria de la derrota generan una literatura manga de fácil acceso el que copera en la evasión de la realidad creando un imaginario social muy potente al respecto. El éxito definitivo llega con Osamu Tezuka un artista y autor de series de gran relevancia como es El Emperador de la Jungla de tal manera que él asocia el cine con el cómic creando un estilo inconfundible de corte cinematográfico, dinámico en sus encuadres,

veloz en su narración, efectivo en perspectiva, emotivo y violento a la vez con rostros infantiles de ojazos como platos. El carácter de 'ojazos' no es solamente para aproximarse a la estética occidental sino que es un recurso primordial para la expresividad, es en la pupila en donde el artista obtiene el máximo de expresividad, emociones y sentimientos con el mínimo de trazos.

Tezuka genera tal influencia en el cómic que todos los dibujantes posteriores son en cierta medida herederos de él sus personajes son de distinto tipo y uno de los principales es Astroboy, iniciando de tal manera las series de robots que invaden las revistas y pantallas, las que plantean una fuerte discusión sobre los daños psicológicos que tiene la excesiva violencia, estas historietas se dividen en dos tipos los shojo manga o cómics para niñas con temáticas definidas para ellas en donde más se alucinan al ser los ojos más grandes y shonen manga basado en circunstancias propias masculinas o de más gusto de niños. En la actualidad el manga se dedica todos los géneros tanto el humor, los animales, la ciencia-ficción, los samuráis, el

sexo, deportes, etc. con historias románticas y procaces en donde no se eluden la bisexualidad, homosexualidad, violencia, religión, etc. planteando un imaginario social tal que logra resonancia en occidente al estar cada vez más conectado con este.

El manga tiene como cimiento la solidez de su historia en donde el dibujo pasa a un rol secundario dependiendo su narrativa, a pesar de que varios le otorgan un valor artístico como por ejemplo Akira y Appleseed. Con respecto a sus héroes vemos que estos son de variados tipos y arquetipos debido a que pueden estar dotados de una fuerza extraordinaria y sobrenatural como es el caso de Dragon Ball, Cazador X, Caballeros del Zodiaco, etc. o bien puede ser una niña muy encantadora como Candy o un asesino despiadado y amoral según dependa el caso y la trama. Dichos personajes no sufren fatiga alguna porque nunca son superhéroes perfectos e infalibles, son más bien adolescentes tímidos y dubitativos, logrando de tal forma un éxito e imposición de un imaginario social en occidente al ser necesarios, ya que son personajes frescos

e innovadores que penetran y modifican las estructuras mentales de sus receptores al crear nuevos imaginarios sociales y culturales.

En la actualidad los manga constituyen una de las industrias más famosas y rentables del mundo, dado que sus personajes son productos que originan una serie de industrias de marketing produciendo una serie de efectos colaterales que son de gran relevancia en cuanto al imaginario social nacional y global, al instaurar una serie de imágenes y de lenguajes que se toman como propios al ser asimilados por distintos grupos sociales.

5.4 Cómic y Medios de Comunicación

Al aplicar todo lo antes manifestado, vemos como este arte tiene una gran connotación social al poseer una serie de elementos, que dan una visión muy rica y compleja al respecto; el cómic, tebeo, historieta o como se le denomine tienen un lenguaje propio, autónomo y muy característico que lo han posicionado de buena manera en los mass media o medios masivos de comunicación, al tener un rol relevante en el complejo social e industrial, otorgándole un sitio que es equivalente a otros medios o facetas de la civilización de masas. Este incide en otras expresiones comunicativas a nivel masivo como la literatura, el cine, entre otras consolidando una narrativa dibujada cargada de contenidos ideológicos y estéticos que influyen a los receptores de las historietas, cuestiones que han sido constantemente estudiados desde la Sociología, Antropología y Pedagogía entre otras.

Al estudiar el cómic éste expresa una serie de discursos, múltiples lecturas y estructuras narrativas tanto de imágenes como de lenguaje a tal punto que variados artistas de vanguardia como Linchtenstein,

recibió incidencia de este género a través del lenguaje, gráfica, expresiones, etc. tornándose la historieta un fenómeno de comunicación muy intenso e interesante de analizar, de tal forma que el objeto cómics propone ciertos elementos gráficos y vitales expresiones desembocan en logradas obras de arte; Linchtenstein resumen las expresiones del cine e historietas ambas con base en el estereotipo, emanando universos de rara cotidianeidad aparentemente subliminales en el cómics con un trasfondo bien fundamentado al poseer niveles de mito y la dimensión del estereotipo.

La historieta se caracteriza por captar el tono mágico que envuelve al personaje protagonista, dotándolo de un emblema que lo posiciona como el protagonista- héroe produciendo en el receptor un efecto de percepción-proyección acorde con el proceso comunicativo, junto con dar elementos bien concretos a nivel de la estructura espacial; nace de esto la interacción característica de cierto arte contemporáneo lo que se expresa en lo vanguardista al salir la fuerza de lo cotidiano,

la expresión de la masa unida al entrecruce de códigos. Todo esto tiene como resultado el apogeo del 'integrado' dentro de la obra/objeto por el avance de la tecnología por lo que ella da u ofrece siendo esto bueno para los integrados al acoger esto de forma positiva dados los aportes e influencias de la televisión, periódicos, radio, cómics, cine, etc. mediante lo cual el acceso a bienes culturales a la gran masa social es posible por tener la posibilidad de conocimiento e información en un contexto de apertura y ampliación del campo cultural, dada la circulación de un arte y de una cultura verdaderamente popular.

Lo antes manifestado guarda vinculación con el acceso por parte de la masa o grupos sociales populares a los bienes culturales subliminados y no al asedio del lado oscuro de ciertos complejos industriales, con un nivel de agresión que afecta a una subcultura espuria denominada 'Huachaca' por los temas que trabaja y por el público que es su receptor el cual recibe toda una serie de influencias, que afectan su manera de ver la realidad social; el cómics de esta forma se inserta dentro de los medios

de comunicación de masas que se encargan de integrarlo al ámbito más propio de los sujetos, a través de lo cual este adquiere dimensiones humanas al proyectar relaciones emisor-receptor que determinan niveles primarios de lenguaje y de comunicación.

Por lo tanto el cómic posee un rol social, cultural y estético que se ubica más allá del consumo de revistas, debido a que crea un mundo sutil y valórico al ser percibido a través de la crisis de la condición humana y de sus cuestionamiento a partir de los personajes que representan tal cuestión, ejemplo de esto son Mafalda de Quino y Charlie Brown de Shultz; las historietas con sus códigos analógicos constituyen una escritura que se sustenta en sus iconos entrelazados, lo que nace a partir del siglo XIX originando así una parte de la actual cultura al ser un elemento tecnológico por nacer dentro de los diarios con grandes tirajes, desarrollándose de ahí en adelante avances de gran importancia en esta industria cultural al promover una preferencia evidente por la iconografía por parte de las masas receptoras.

El discurso de los cómics de manera muy particular es producto de otras manifestaciones de la cultura de masas, debido a que se configura a desde otras artes icónicas, verbales, e iconoverbales ya que se apropia de aspectos básicos del lenguaje procedentes de soluciones expresivas de ámbitos muy diversos como la ilustración, la caricatura, la pintura, la fotografía, y el cine; la influencia de estos a sido siempre unidireccional, al crear imaginarios sociales bien concretos y otros en construcción que hace que conforme un discurso propio articulando un discurso que se define de distintos modos. Es un medio de comunicación escrito, icónico que se estructura en imágenes consecutivas (viñetas) que representan secuencialmente fases consecutivas de un relato o acción y en las que suelen elementos de escritura fonética.

Reflexiones Sobre la Historieta

Nadie podría negar hoy en día que la historieta se halla no sólo integrada a la vida

moderna, sino que constituye un fenómeno que sirve para definirla, puesto que pone de manifiesto la expansión y el crecimiento de los medios de comunicación de masas. Esto de una doble manera: por una parte, la tira dibujada es en sí misma un medio de comunicación; y por otra parte porque a través de ella existe un verdadero intercambio entre culturas. Los italianos y los alemanes leen historietas producidas en Francia y viceversa, los pueblos de habla hispánica leen tiras producidas en países anglosajones, en los Estados Unidos en su mayor parte, etc.

Pero no habría que olvidar entonces, que si bien es cierto que esta universalización de la cultura, de la cual la historieta es un nuevo testimonio, tiene ante todo un valor positivo, puesto que tiende a borrar las "particularidades" nacionales, no es menos cierto que esta universalización puede ser utilizada - y lo es sin duda - como medio de influencia por los países que, por su estructura económica, se encuentran colocados en posición de centrales.

Es a partir del fin de la segunda guerra mundial (explosión de los mass media) que el interés de los intelectuales se vuelve definitivamente hacia los productos de la cultura de masas. Giro interesante, e inevitable, del que es preciso retener algunos aspectos. En primer lugar, en la medida en que en los últimos años hay un ensanchamiento definitivo de ese interés, puesto que a una perspectiva donde esos productos eran solamente considerados como "índices" de otros hechos pertenecientes a otros niveles de la vida social (conexión entre la violencia en el cine y criminalidad, por ejemplo), sigue una perspectiva donde esos productos comienzan a ser considerados en sí mismo, de valores estéticos. De la misma manera que hace pocos años era preciso acudir a publicaciones de psicología, psiquiatría, o psicología social, para encontrar monografías sobre productos más populares de la cultura masiva, hoy es posible encontrar esos temas en revistas en nivel universitario especializadas en cuestiones de estéticas

Relación entre Texto e Imagen Analogía con el Cine

Si se realizara un estudio histórico y comparativo, a partir de los textos ilustrados, con dibujos en cuadros sucesivos, en el siglo XIX, que están n el origen de la historieta, hasta llegar a la producción moderna de tiras dibujadas, se vería que la imagen visual ha dejado cada vez más de ser una mera ilustración, seca y estereotipada, del texto. Hoy la historieta se habría convertido así en un tipo de lenguaje de imágenes, y la transmisión de los contenidos del relato, la información sobre la anécdota que a cada momento envuelve a los personajes, tiene que ser estudiada en la perspectiva de ese lenguaje específico. No habría que olvidar, de cualquier manera, la importancia correlativa y complementaria de la leyenda escrita. De esta manera el "tipo" de lenguaje de imágenes bajo el cual es preciso colocar la historieta, no es un tipo puro, sino un híbrido (los semánticos estudian hoy esos casos generalizados de maridajes) de lenguaje oral más lenguaje visual

Esa analogía, a la luz de evidentes diferencias, constituye el clima más propio, el "sabor" de la historieta. Efectivamente, hay en la construcción de una buena historieta problemas de distribución de los encuadres, de decisiones con respecto a las "tomas": planos de conjunto, plano americano, primer plano, plano detalle, son los instrumentos con los que se debe equilibrar la imposibilidad. Esto n significa que pretendamos definir negativamente al genero, por aquello de lo que carece, sino más bien señalar un aspecto de un esquema de tensiones (una ansiedad positiva) que opera en el momento n que se dibuja y que todo buen dibujante de historietas no ignora. Ese esquema de tensiones se hala en la base, seguramente, de una característica específica del género: la tendencia a "materializar" el espacio visual, esas aureolas estrelladas de atmósfera congelada que envuelve a un golpe de puño. Brevemente: técnica - que los pintores y escultores del movimiento futurista practicaron- que consiste en figurar, con medios estáticos, el movimiento real.

5.5 Crítica de la Historieta

La historieta o cómics es uno de los tantos elementos de la cultura de masas que llega a sus consumidores de manera indiscriminada, pero estos muchas veces no cuentan con los suficientes elementos, claves o capacidad para poder discernir la visión y/o ideología que posee en su guión o temática implícita y explícita; hay que tener en cuenta que dependiendo del contexto histórico estas publicaciones han sido utilizadas como mera propaganda o instrumento de persuasión para determinados fines. De todas formas la narración ubica en un tiempo y espacio determinado que no es indiferente, ya que sus personajes conservan el orden social adoptando posturas tanto de héroes como de personajes mitificados, que llegan a interpretar verdaderas pautas de conductas.

Ejemplo de lo anterior es Superman en donde la historieta tiene un rol principal en la reproducción y transmisión de un modelo de organización social concreto, este héroe como otros se caracteriza por ser un justiciero que se autoinvierte con una facultad de

castigar libremente a los sujetos que califica como delincuentes, mas como paradigma de héroe de cómics con su función ideológica es un personaje limitado por conservar el orden social establecido en su comunidad. Sus superpoderes no están al servicio de causas injustas o de carencias más universales, sino que más bien a la defensa de la propiedad privada.

El cómics no debe soslayar los distintos intereses reproductores de gran parte de la industria, que se abocan más bien a una crítica de la sociedad como lo son Mafalda, Charlie Brown, entre otros los que se agrupan en lo underground o contra cultural, por sus críticas y estilo de argumentación situándose en la vereda opuesta de las grandes industrias de masas, en especial por su contenido ideológico.

Un aspecto importante a considerar dentro de esta perspectiva es el carácter marginal que ostenta la historieta sobre todo en este nuevo siglo, ya que ella responde necesariamente al culto de la imagen que es característico de la actual sociedad de dejando fuera su soporte gráfico de virtualidad

y las nuevas tecnologías que la hacen reafirmar más aún esta connotación; esto se fundamenta por la falta de un canal comunicativo masivo en el ámbito social como lo es la televisión e internet. Al ser un medio más barato es ideal para convertirse en semillero de ideas de diversos autores e intereses.

El cómics llega de manera masiva a la realidad social y a su cultores o adeptos vía cine o televisión generalmente siendo adaptada en dibujo animado o en películas con superproducciones; sin embargo el cómics en la actualidad posee la función de productora de ideas interesantes que nunca alcanza gran notoriedad al estar en dicho formato, siendo consideradas marginales al ser consumida solo por su público de culto o especializado e ignorada y hasta despreciada por el resto de los receptores que no la entienden, comprenden ni pueden explicar sus temáticas.

A pesar de lo antes dicho su masividad llega por otra parte debido a que surgen nuevos cómics que provocan un gran efecto como es el caso del manga japonés en sus distintas versiones y publicaciones que al adaptar

al animé tiene un enorme éxito, teniendo un efecto boomerang por los diversos efectos del merchandising logrando de tal forma la masividad que no tenía, mas pierde en calidad de argumentos, valor artístico, guiones y especialmente cuando es cancelada la serie a partir de determinados objetivos, lo que hace retornar su carácter marginal a la historieta.

Todo esto conlleva a que la historieta o cómics sea cada vez más marginal al ser vista como desconcertante, malinterpretada y despreciada por sus tópicos por una porción significativa de la sociedad, esto se debe fundamentalmente al existir una admiración constante a la imagen despreciando de tal forma al soporte escrito y de papel, a lo que se suma la incidencia de las publicaciones en la web. De tal forma que el cómics se vuelve cada vez más marginal, ya sea por lo elitista que es, por su carácter de contracultural o por una masividad que le reporta solo una propagación parcial de sus contenidos artísticos donde prima la ganancia económica.

Al finalizar vemos la gran relevancia de las historietas o cómics, debido a que se

encuentran ligados al promover una visión de la realidad social que se va configurando desde su perspectiva, ya que desarrollan argumentos que se dedican a propagar visiones de mundo que se asumen como propias por la incidencia de los cómics en las mentes y conciencia de los seres humanos los cuales desarrollan y expanden los diversos imaginarios sociales colectivos, periféricos e individuales en la realidad social, sin dejar de lado las ideologías e imágenes socioculturales que se elaboran a partir de sus argumentos.

Los cómics al ser un producto cultural que se desarrolla cada vez más desde sus diversos tipos, van siendo una cuestión de culto al presentar herramientas y códigos que solo algunos entienden, contribuyendo así a que los escenarios sociales se difundan cada vez más provocando que sean vistos como algo de menor categoría por otros, sin reconocer el enorme valor de estos a nivel pedagógico y artístico por la calidad de sus argumentos y de sus dibujos, sin importar el origen de sus publicaciones lo que va unido a carácter cultural de liberar las conciencias, la imaginación y sobre todo de crítica social.

Hay que reconocer que el nexo entre un escenario social y el cómic en sus múltiples expresiones es muy estrecho, debido a que ambos se complementan de tal manera al configurar un mundo que se va imponiendo en la realidad social, al dar distintas herramientas que permiten un mejor entendimiento de este por promulgar una serie de ideologías y visiones sobre la humanidad a partir de la acción de sus personajes que van adquiriendo una misticidad tal que se encargan de propiciar un conocimiento sobre cuestiones y formas de reproducción social que se desconocen, como a la vez de instaurar modelos socioculturales que están al servicio de intereses determinados, los que trabajan por una sociedad en la cual siempre se castiga a quien cometa una mal acto; ejemplo es Superman que es para muchos el símbolo del capitalismo durante la Guerra Fría y que se opone a Batman por sus métodos de impartir justicia al ampararse en lo oscuro. Son dos paradigmas contrarios en su actuar en la sociedad y por su significado para sus receptores, del mismo modo en que Akira de K. Otomo nos presenta un

imaginario futurista de tipo fatal o apocalíptico.

Otro elemento a considerar son las distintas tradiciones de historietas y de personajes presentando especial atención los de origen europeo por el escenario social existente en referencia a sus personajes y naciones, los norteamericanos por su gran carga ideológica y los japoneses que son hoy los más apreciados por sus temas y héroes al dar un imaginario social diferente al resto por su desarrollo, en todos ellos juegan una rol relevante su origen y el contexto social en que nacen y se desarrollan presentando una serie de imaginarios sociales que son muy útiles para su comprensión.

En la actualidad se les cuestiona por la gran cantidad de violencia que entregan, mas no se repara de que son un reflejo de la realidad social y cultural de este mundo globalizado, siendo los más criticados los de tipo nipón sin reparar en las historietas de Disney que durante muchos años y hasta en la actualidad entregan una violencia subliminal que es acompañada por una serie de estereotipos sociales, unido a ideologías particulares que

han asentado determinados imaginarios sociales. Esto en contraposición del anime y mangas japoneses e historietas europeas que se han dedicado a una creación más libre y real los primeros, al dar una serie de valores sociales y culturales e incluso religiosos que en occidente eran desconocidos o mirados en menos y los segundos se centran en tópicos más cercanos a su mundo artístico y real al crear personajes e historias que los identifican con sus etnias y desarrollo sociocultural.

En fin por todo lo antes dicho, vemos que todo se conduce a que la realidad social sea explicada, entendida y comprendida de mejor manera, porque las historietas ya sea de forma consciente o no se encargan de reproducir modelos socioculturales, de vida y de sociedad que influyen en los comportamientos, actitudes, opiniones y sobre todo en la forma de enfrentar la vida y vivir las experiencias al apelar a un sentido de identificación, de aventura o bien de acción social que se va plasmando en la mente de los actores sociales, de tal forma que nacen escenarios sociales que determinan y desarrollan cosmovisiones sociales que

se traducen en estructuras mentales que promueven un acercamiento a la realidad social desde variadas aristas o prismas al ser practicadas constantemente en la sociedad por todos los sujetos sociales; Es necesario que el cómic adquiera una rol más preponderante en la sociedad porque de tal manera este aporta a que las conciencias se abran hacia nuevas experiencias y promuevan una cambio social, junto con ser una herramienta pedagógica de gran nivel al enseñar a través de ellos una serie de acontecimientos de forma amena, consiguiendo que estas publicaciones se diversifiquen y sean vistas adecuadamente y no como lecturas sin mayor relevancia dentro de la sociedad.

El, Mary Sells (Frankson) Editor Mike Ross y Ruth Lombardi y las editoriales MC y Women del Ecuador Unidos, especialistas en el tema.

La llegada del género a Chile a través de la historieta se produjo gracias a revistas mexicanas como "Cuentos de Susana" de la Editorial Prensa o SEA, y la muy recordada "El Monje loco", de Novaro y más recientemente debidas a la aparición, en un estilo más gótico, de la revista argentina "Fuerzitas Tempestad".

6. DESARROLLO DE GENEROS EN EL CÓMIC CHILENO

En esta revista se incluyeron historietas extranjeras desde su primer número. Igualmente en su mayoría se publicaron historias que hoy no podríamos calificar de terroríficas: "El fantasma de la Opera" o "El terror negro".

Otro antecedente destacable, más humorístico que terrorífico, fue el "Drácula" de Jorge Matejuna, que apareció a comienzos de 1960. Así lo vemos en "El loco gordo del Vesubio Pasquero", recopilación de historietas de 7 dibujantes, publicada el año 1961 por Editorial Lord Cochran y en la revista "El Ingálico".

En lugar de dudarlo, en la gran revista de terror chilena "El Suroeste Doctor Martín" la revista fue publicada inicialmente por Editorial Zig-Zag y luego fue invitado por editoriales Condor y El. En su primera época, que se mantuvo entre 1966 y 1971, Martín era una publicación afortunada a color, con 32 páginas, dedicada a ahondar poco a poco en 100 números. En su periodo final se publicó en ediciones en blanco y negro. Martín se abrió hacia varios países de sudamérica, incluido México, a través de editorial Novaro, con grandes niveles de venta que oscilaban

Historietas de Ciencia Ficción

Se consideran de ciencia ficción las historietas que contengan viajes espaciales o en el tiempo, robots, hombres invisibles, superhéroes, mundos paralelos o tierras post apocalípticas, incluyendo el humor y la literatura infantil de ciencia ficción, entre otras. Son los temas principales impuestos por los precusores del género: Julio Verne, H. G. Wells,

Isaac Asimov, entre otros. Este género se vio en el tiempo influenciado por Arthur Conan Doyle y sus novelas policíacas, Edgar Poe, H. G. Wells, los entornos espaciales y mundos paralelos, así como autores más modernos como Isaac Asimov.

En Chile se cultivaron muchos géneros. Terror, deporte, humor, sátira política, han nacido en estas viñetas nacionales, cada uno de ellos tan relevante como el otro.

Es en febrero de 1965 la época en que Tempo Lobos logra en Editorial Zig Zag la publicación de "Pocket", con abundancia de humor y aventuras de ciencia ficción. Hay un número especial de la revista, la importancia de la revista.

El personaje que más importancia es "Nick" obra de agente 017-01 un detective del futuro, en carácter humorístico, que protagoniza Pocket, que también coincide con otros

historia. Sin embargo, de todos los géneros que ha cultivado la historieta chilena, el humor es el más importante, en cuanto a publicaciones, personaje y exponentes que se han dedicado a éste. En cada género, en cada viñeta que se publicaba, el humor estaba presente de una u otra manera. Y es que la gente quiere reírse, ya que para dramas ya está la vida.

En el pasado fue Topaze, El Pingüino o Condorito, hoy son las parodias, y esto de la globalización comunicacional que nos invade con tragedias y guerras, nos preguntamos: ¿por qué no tomarnos un tiempo y reírnos de nosotros mismo?

La Historieta de Terror

Habitualmente se consideran como temas de terror, aunque algunos estrictamente no lo sean, las historietas que contienen vampiros, hombres lobo, monstruos de todas clases, brujas, asesinatos macabros, sabios que experimentan con humanos, extrañas criaturas y dosis de gore, entre otros elementos. Estos son los temas principales impuestos por los precusores del género: Bram Stoker (Drácula

la), Mary S  ller (Frankenstein), Edgar Allan Poe y H.P. Lovecraft y las Editoriales EC y Warren de Estados Unidos, especialistas en el tema.

La llegada del género a Chile a través de la historieta se produjo gracias a revistas mexicanas como "Cuentos de Brujas", de la Editorial Prensa o SEA, y la muy recordada "El Monje Loco", de Novaro y más recientemente debidos a la aparición, en un estilo más gore, de la revista argentina "Puertitas Terror".

Un primer antecedente lo tenemos en la revista "Okay". En esta revista se incluyeron historietas extranjeras desde su primer número. Inglesas en su mayoría se publicaron historias que hoy no podríamos calificar de terroríficas: "El fantasma de la Opera" o "El terror negro".

Otro antecedente destacable, más humorístico que terrorífico, fue el "Drácula" de Jorge Mateluna, que apareció a comienzos de 1960. Así lo vemos en "El libro gordo del Viejo Pascuero", recopilación de historietas de 7 dibujantes, publicada el año 1961 por Editorial Lord Cochrane y en la revista "El Pingüino".

Sin lugar a dudas que la gran revista de terror chilena es "El Siniestro Doctor Mortis". La revista fue publicada inicialmente por Editorial Zig-Zag y luego continuada por editorial Quimantú. En su primera época, que se extiende entre 1966 y 1971, Mortis era una publicación quincenal, a color, con 32 páginas, llegando a alcanzar poco más de 100 números. En su periodo final, se publicó en ejemplares en blanco y negro. Mortis se distribuía a varios países de Sudamérica, incluido México, a través de editorial Novaro, con grandes niveles de venta que oscilaron entre los 60 a 70 mil ejemplares por número.

Historietas de Ciencia Fici  n

Se considera de ciencia ficción las historietas que contengan viajes espaciales o en el tiempo, robots, hombres invisibles, superhéroes, mundos perdidos o tierras post apocalípticas, incluyendo el humor y la literatura infantil de ciencia-ficción, entre otros. Son los temas principales impuestos por los precursores del género: Julio Verne (viaje espacial), H. George Wells

(hombre invisible, invasión extraterrestre, viaje en el tiempo), secundados por Arthur Conan Doyle (mundos prehistóricos), Edgar Rice Burroughs (aventuras espaciales y mundos perdidos), así como autores más modernos como Isaac Asimov (robots) y Ray Bradbury (civilizaciones del futuro y colonización extraterrestre).

Las primeras publicaciones que trataban temas clásicos como viajes espaciales, en estilo folletinesco, generalmente sin bocadillos, podemos destacar "Don Fausto" de 1924, y "Viaje de la Tierra a Marte" de Juan Magre, que es citada por Moises Hasson como la primera obra de ciencia-ficción chilena en historieta.

Es en febrero de 1965 la época en que Themo Lobos logra en Editorial Zig Zag la publicación de "Rocket", con abundancia de humor y aventuras de ciencia-ficción. Hay un número especial lo que avala la importancia de la revista.

El personaje fijo más importante es "Nick Obre, el agente 000-5" un detective del futuro, en carácter humorístico, del propio Themo Lobos, que también contribuye con otras

historias más serias, firmando con el seudónimo de José Nazario. También son regulares los personajes de Cristian Pardo: "Doctor Drago" y "Stan Flaherty", con excelente dibujo realista.

El tema de los superhéroes no podía estar ausente y Zig Zag saca ese mismo año "El Capitán Júpiter", con todas las características de estos personajes: superpoderes, doble identidad, un punto débil y por supuesto, supervillanos. Rex Vane, El Capitán Júpiter, recibe sus poderes de La Patrulla del Espacio, a través de un cinturón que debe recargar regularmente. Era una mezcla de Superman y linterna Verde.

El gran esfuerzo editorial de Lord Cochrane sería la gran revista "Mampato". El personaje principal es un niño, Mampato y pese a sus historias en el espacio y tiempo, es un personaje de aventuras. Sin perjuicio de ello, la revista incluye muchos personajes de ciencia-ficción, los que con el clásico continuara nos deleitaban cada semana. Inicialmente contó con material norteamericano, pero luego se inclin   por la producción historietista Franco-Belga, sin perjuicio de ser una fuente permanente de trabajo para

autores chilenos durante casi toda la década de 1970, ya que grandes dibujantes chilenos ilustraron novelas, cuentos y artículos, así como historietas.

Historietas Bélicas

Las revistas de guerra o temas bélicos son sin duda apasionantes y por alguna extraña razón los asociamos a la Segunda Guerra Mundial y especialmente a las batallas o lucha de la infantería, incluidas todas las guerras de siglos pasados y algunas clásicas batallas o hechos de guerra de siglos anteriores e incluso algunas menciones a guerras futuras, por la calidad de sus autores

Es preciso manifestar que en Chile no ha existido una historieta de guerra que podría llamarse pionera, pero si existen algunos ejemplos en estilo folletinesco. Entre estas revistas, para nuestros efectos, cabe destacar:

La Editorial Zig Zag, en 1965, decide probar con las historietas bélicas y lo hace con tres títulos: "Trinchera", "S.O.S." y "U2", que tratan la guerra terrestre, marítima y aérea. Para

ello utiliza material preferentemente inglés, mediante convenio con la empresa Fleetway Publications Limited.

Luego de varios años, en 1969, Zig Zag decide fusionar sus tres revistas de tema bélico en una sola: "Guerra". Mientras se edita por Zig Zag se centro en la Segunda Guerra Mundial, en su aspecto terrestre (infantería, artillería y blindados), marítima y aérea. Se presentaron excelentes series, como "Ironsides", un rudo sargento norteamericano que lucha en todos los frentes, siendo ejemplo y puntal de sus soldados y en muchos casos de sus jefes, y "Fury y sus Rugientes Comandos", de la editorial americana Marvel Cómic, con una visión humorístico-heroica de la guerra. La dibujaron, entre otros, Jack Kirby y Dick Ayers. Continúan los clásicos ingleses como el aviador "Robert Britton", prontamente sustituido por "Paddy Payne", con el esquema de un piloto indestructible, lo que le resta verosimilitud.

Ocasionalmente se historietizan hechos reales y biografías, muy bien documentados y existen además decenas de unitarios, en estilo clásico, privilegiando el heroísmo individual y el cumplimiento del

deber, con un marcado menosprecio a los "nazis" y "amarillos". La mayoría del material, como es típico en el mercado inglés, sin firma. Debemos señalar que son muchos los dibujantes españoles, argentinos y chilenos que trabajaron o lo hacen para dicho mercado. Así lo ha señalado en más de una ocasión Máximo Carvajal.

Historieta de Humor Picaresco

Como el antecedente más antiguo de publicación dedicada al género humorístico picaresco, debemos citar a "Mi Kits, humor y picardía" de 1923. Se publican chistes de doble sentido y dibujos con semidesnudos.

Otra revista precursora fue "Sex Appeal", en 1939. Su publicidad la definía como "la revista que enfoca la gracia latina sin pornografía". La mayoría de sus páginas incluyen fotografías con desnudos, todas calificadas de artísticas, a cuerpo completo y bastante explícitas.

Ya en la década del cuarenta la ausencia de revistas chilenas de humor se notaba. La llegada de revistas argen-

tinias de humor picaresco, que recibían un gran aporte para el fomento de la industria editorial, bajo el gobierno de Perón. La más importante de ellas era "Rico Tipo", del famoso dibujante Divito, donde además dibujaban Toño Gallegos, Oski y otros.

En Chile, un grupo de dibujantes crean "Pobre Diablo". El contrapunto "Rico Tipo" versus "Pobre Diablo" muestra las diferencias de personalidad de los habitantes de ambas naciones, lo que no preocupó demasiado a los lectores chilenos de entonces: la imitación era notoria y el éxito esperable.

Percy, un estudiante universitario que dibujaba en el diario "Última Hora", ideó un personaje alegre, chacatero, sacador de vuelta, pillo, vividor y sobre todo mujeriego, "Pepe Antártico", que por ser intruso y patudo debía tener una nariz muy grande. La caricatura le gustó al director y el personaje quedó. El personaje se trasladaría luego al diario "La Tercera", donde estaría hasta mediados de la década del 90 y, finalmente, al diario "La Cuarta", donde aún aparece y brinda una sonrisa cotidiana a sus innumerables lectores.

Sin duda la más grande y famosa de todas las revistas del género picaresco es "El Pingüino", que se promocionaba inicialmente como "La revista de las historietas cómicas" que sale a la venta en 1956. Su humor picaresco, algo subido de tono para esos años, se expresaba en historietas y fotos, cuentos y chistes, entrevistas en broma e informaciones de espectáculo.

La revista mantuvo, desde un principio, a un selecto grupo de dibujantes chilenos y algunos argentinos, dibujando chistes unitarios o tiras con diversos personajes, algunos a página completa, con gran libertad artística y un humor típicamente chileno.

En 1964 pasa a manos de Editorial Lord Cochrane. Las fotos y su audacia aumentan, transformándose en la revista de las historietas cómicas y las chicas hermosas. El año 1969, la revista es vendida a Percy Eaglehurst quién se convierte en su director, pero no mantiene colaboraciones de importancia.

En "Las Últimas Noticias", en los ochenta, se presenta la tira "Pupi" de Carlos Miranda, siguiendo un estilo ya iniciado por "Lolita" y, en los noventa,

"La Cuarta" tiene a "Pepe Anártico" de Percy y "Palomita" de Eduardo de la Barra.

A fines de los 80, reaparece la vertiente de las revistas picarescas, casi desaparecidas desde 1973, salvo por las importaciones, generalmente ilegales. Tras la desaparición de Dinacos, que practicaba una censura de las revistas, especialmente en estas materias, comienzan a aparecer múltiples alternativas de historieta picaresca y erótica.

En definitiva, durante unos años existió un amplio mercado de este tipo de revistas, que se redujo con los años a algunas pocas, que han privilegiado, desgraciadamente, el chiste burdo y las fotografías de mujeres desnudas, en desmedro del humor.

Historietas de Deportes

El deporte no ha sido tema predilecto, pero consideramos como un precursor a Renato Andrade, Nato, que desde 1941, en Revista Estadio, mantuvo por décadas una historieta humorística llamada "Cachupín" sobre un deportista múlti-

ple, que apareció en muchas revistas de años posteriores.

Como otro antecedente de estas revistas, con un humor más adulto, sin ser picaresca, tenemos la revista "Pichanga", en donde se presentan caricaturas deportivas, con dos o tres páginas dibujadas por Pepo, que es su director, donde destaca sus portadas y la serie "Chifulin", sobre un arbitro. Además, dibujan Alhué, Nato y Más chistes diversos, Melitón la tira "Perfidio", Lugoze las tiras "Ensarte", "Don Listón" y "Chunchito".

Es en 1954 cuando un joven dibujante y guionista, Guido Vallejos, logra a pulso publicar una revista deportiva para niños, "Barrabases". La revista cuenta las aventuras de Barrabases F.C., club de fútbol de un grupo de niños, luego jóvenes, de un pequeño pueblo, Villa Feliz, que cuenta con la gran ayuda de su entrenador, Mister Pipa y su ayudante "Cacharro". El equipo lo capitanea Pirulete y el arquero es Sam. Otros jugadores destacados son: Guatón, Torito, Palmatoria (un negrito brasileño que fue un encarnizado contrincante antes de pasar a Barrabases), Pelusa, roque, Mono, Ciruelo, Bototo, Chico, Pelao, Cañoncito, etc. Otros personajes

constantes son los comentaristas deportivos, Matraca y Cegatini, que con sus característicos lentes, su Z al hablar y su indisimulado pasión por Barrabases era historia aparte. Además, el infaltable Rasca, perro mascota del equipo.

Guido Vallejos crea un mundo con los personajes, que en sus primeros años compitieron con equipos verdaderos e incluso en la Copa Libertadores. A diferencia de Condorito y Pelotillehue, Barrabases no cambia su medio, el fútbol, ya sea en su estadio o como visita, siempre con sano humor, enseñanzas de juego limpio y sano y no necesariamente con triunfos, ya que el equipo pierde de vez en cuando.

El personaje fijo más importante, luego de Barrabases, es "Máximo Chambonez", un fanático de los deportes que podía desatar las mayores calamidades en su intento por lucirse, con la ayuda de su abuelo y la desgracia del pobre alcalde.

Luego del cierre de Barrabases, "Máximo Chambonez", el deportista estrella de Themo Lobos, debió esperar largos años, hasta reaparecer en 1968 en re-

vista "Mampato", donde llego a tener hasta un número especial en 1974. Además Themo Lobos publicó en "Mampato" a "Cicleto", "Cucufato", a "Nick Obre" en una serie policial deportiva y diversos unitarios, algunos dentro de los "Cuentos del abuelo Chambonez", como una particular historia unitaria de fútbol y ciencia-ficción en el "Extraño crack"; "Brujerías", "Fútbol en la selva", "Box metálico" o dos simpáticos episodios de fútbol con protagonistas femeninas.

Luego de largos años vuelve con gran fuerza en febrero de 1970 hasta 1975. Se mantienen los personajes y el esquema, llegando a circular en México gracias a la popularidad del futbolista Carlos Reinoso, que la llevo

En 1977 se trata de publicar nuevamente Barrabases, con menos éxito y con menos tiempo.

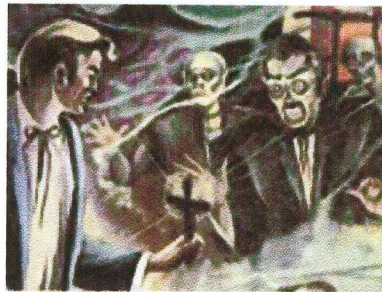
Themo Lobos, de 1986 en adelante, repone a sus personajes en la revista "Cucalón", por Impresores EME Ltda, revista a color de 48 paginas, mensual. Aparecen los clásicos "Máximo Chambonez", "Cicleto", "Cucufato" y otros.

El cuarto intento de editar Barrabases es el de más larga duración desde 1989. Con distribución por Alfa Ltda. y bajo la firme dirección de Guido Vallejos. Lamentablemente la calidad del dibujo y los guiones en menor, dedicada más un publico infantil.

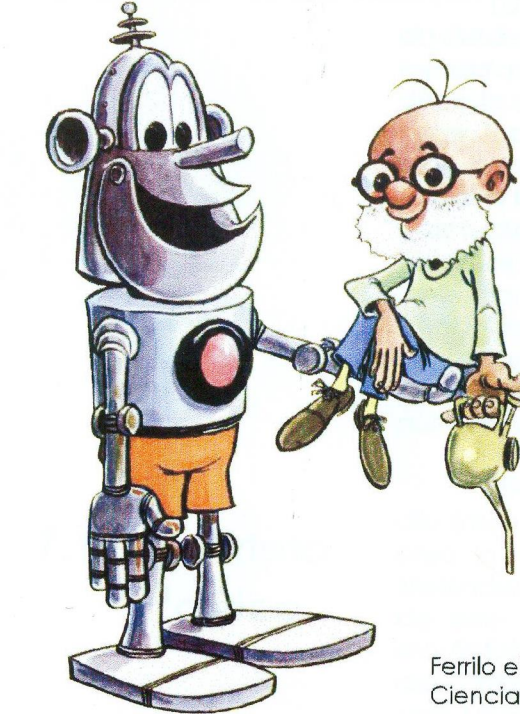
Sin perjuicio de ello, la magia de Barrabases ha estado presente en dibujos animados para televisión, durante el Mundial de Francia 98.

Como podemos apreciar el deporte en la historieta es otra de las vertientes que ha ido desapareciendo en estos últimos años.

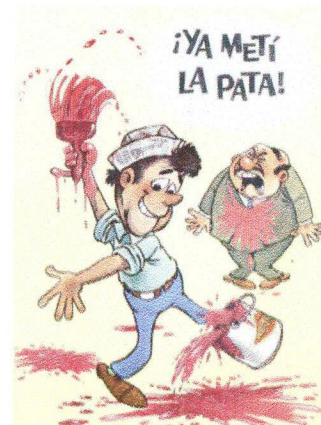
Algunos Ejemplos



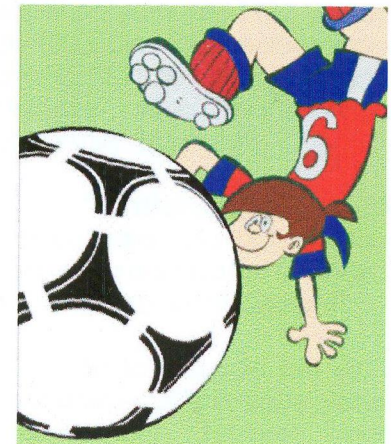
El Siniestro Dr. Mortis. Terror



Ferrilo el Automata. Ciencia Ficción



Máximo Chambonez.



de los cuales incluso presenta al Presidente Raúl Agustín García con un sombrero con verdejo, muy cerca de un ceramista, en la rumba del Frente Popular, poco antes de la muerte del presidente.

Una revista crítica era "La Familia Chilena", semanario humorístico, que circuló con 12 números entre abril y julio 1941. Su director y propietario era Gustavo Campaña, que mantenía un famoso programa radial de igual nombre.

7. HISTORIETAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Vidal, a través de su Sociedad Carlos de Vidal Ltda., presentó durante 1942 una revista de humor político llamada "La Rospa", destinada a darle rapsodia a la política. El Director era Gabriel Sarruena, el director artístico, Pappo y el subdirector, Avelino Urzúa. A mediados de año, Pappo abandona en forma repentina la revista y asume como nuevo director Avelino Urzúa. Urzúa en 51 números entre enero y diciembre del año afundió la presión de la crítica, terminó con ella.

En el diario "El Siglo" se mantenía una viñeta diaria de

"Don Inocencio", de Osvaldo Sotolongo, quien es artífice en gráfica, dibujante, pintor, grabador y profesor de dibujo Universitario en la Universidad Técnica.

Las Historietas de sátira política y de temas sociales merecen un apartado especial. Si bien son un género más dentro de los desarrollados en el cómic nacional,

estas temáticas han aportado más a nuestro patrimonio cultural que ningún otro.

Anteriormente, las historietas políticas siguen decuyendo, lo que se acentuaba por la extrema polarización política de 1964 a 1973, en que se veía dramatizado por el autor la presión de la crítica y por la falta de algunos autores.

7.1. Historieta Política

La sátira política ha existido desde un comienzo pero comenzaron a destacar hacia la década de los 30. En esa época surge Topaze y pronto la siguieron otras publicaciones dedicadas a la sátira política, humor y actualidad, como la antigua "Sucesos", que tenía al dibujante Raúl Figueroa, apodado Chao, como su principal exponente, también se encuentra "El Gallómetro", que circuló con 12 números en 1932.

"Verdejo", en la que dibujaron Fantasio y Adduard, bajo la redacción de Héctor Meléndez, verdadero creador de este personaje. Este autor era Antofagastino y ex redactor del "Pollo Tejada", de esa ciudad. La revista "Verdejo" circuló entre octubre de 1932 y mayo de 1933. De ahí el redactor pasaría a "Cambiaso" y luego a "Topaze", donde mantendría el personaje "Verdejo".

"Tontilandia", revista política para apoyar a Gustavo Ross en su campaña, en 1938, y en 1939, circuló "El Debate".

En la década del 40, la caricatura política sigue siendo liderada por "Topaze", manteniendo Coke la dirección y con notables dibujos, en uno

de los cuales incluso presenta al Presidente Pedro Aguirre Cerda conversando con Verdejo, muy cerca de un cementerio, en la tumba del Frente Popular, poco antes de la muerte del presidente.

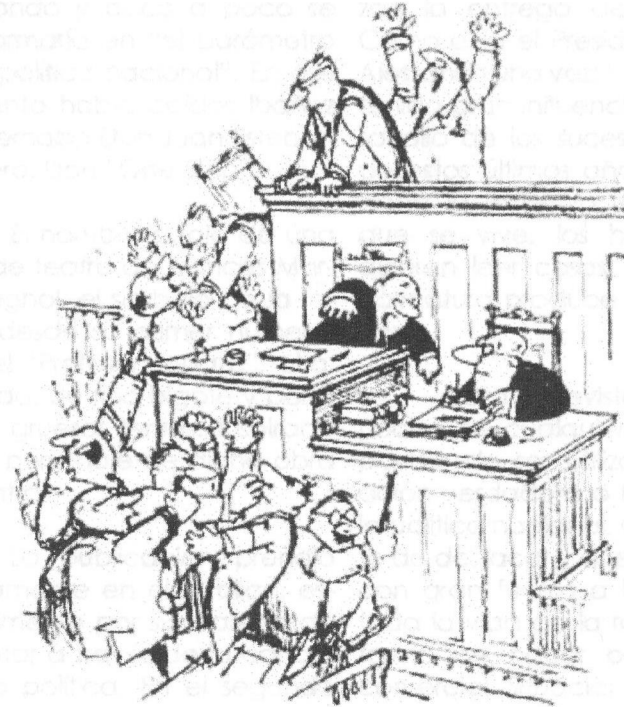
Otra revista política era "La Familia Chilena", semanario humorístico, que circuló con 12 números entre abril y julio 1944. Su director y propietario era Gustavo Campaña, que mantenía un famoso programa radial de igual nombre.

Fuera de "Topaze", y como un intento de competir en el mercado, Carlos de Vidts, a través de su Sociedad Carlos de Vidts Ltda., presentó durante 1949 una revista de humor político llamada "La Raspa", destinada a 'darle raspa a la politiquería'. El Director era Gabriel Sanhueza, el director artístico, Pepo y el subdirector, Avelino Urzúa. A mediados de año, Pepo abandona en forma relativa la revista y asume como único director Avelino Urzúa. Circuló en 51 números entre enero y diciembre del año citado. La presión de Zig-Zag terminó con ella.

En el diario "El Siglo" se mantiene una viñeta diaria de

"Don Inocencio", de Osvaldo Salas, quien es artífice en gráfica, dibujante, pintor, grabador y profesor de dibujo Universitario en la Universidad Técnica. El autor, comunista, que ya desde muchacho participaba en publicaciones de la Juventudes Comunistas, incluso en publicaciones clandestinas, durante el gobierno de González Videla, a petición de Luis Corvalán, crea el mono político del diario en 1953, durante la Presidencia de Ibañez. La caricatura es de un hombre bajo y despeinado, pantalón a cuadros arremangado, cuyo lema era "el hombre que creyó en promesas electorales". En esos años era Ibañista, pero pronto se transformó en crítico y se fue proletarizando. Durante muchos años sus trabajos no llevaban firma, hasta que se le puso "Inocentadas" firmado por Inocencio.

En la década anterior, los 60, la caricatura política sigue decayendo, lo que se acentuaría por la extrema polarización política de 1964 a 1973, en que se vio desnaturalizada por el odio, a pesar del ingenio y habilidad de algunos autores.



Anote ahí... "Hablan varios diputados a la vez"

Topaze

El primer ejemplar de *Topaze*, una de las de mayor importancia dentro del periodismo nacional en el siglo XX, apareció el 12 de agosto de 1931. Desde un inicio historietas y caricaturas políticas tuvieron significativa relevancia en la transmisión de mensajes.

La publicidad para la publicación consistió en volantes lanzados desde un avión. El éxito fue inmediato, ya que trataba sólo temas políticos en forma humorística y eso era lo que la gente parecía estar esperando y poco a poco se transformaría en "el barómetro de la política nacional". En ese momento había caído Ibáñez y gobernaba Don Juan Esteban Montero, Don "One Step".

El nombre surgió de una obra de teatro del francés Marcel Pagnol, el símbolo de la revista, desde su primer número, sería el "Profesor Topaze", alto, delgado, de fino bigote y pera, y con gruesos lentes. Inspirado en un personaje de dicha obra de teatro.

La publicación prendió rápidamente en el público, especialmente por su manera de enfrentar a través de la caricatura la política. En el segundo número, del 19 de agosto, que "sale los miércoles aunque llueva" es retomado con fuerza el tema de Ibáñez, y pese a que los nuevos aires de libertad revitalizaron el quehacer político y cultural, y hacían ver con algún optimismo el futuro, la sombra del anterior gobernante se mantuvo sobre quienes hacían

periodismo o dibujaban en esta revista.

Más allá del contenido directo, estos dibujos hacen gala de una excelente utilización de imágenes que facilitan o refuerzan la entrega de mensajes. Como diría el Presidente Arturo Alessandri una vez: "...Topaze ha tenido gran influencia en el desarrollo de los sucesos políticos de estos últimos años... porque dada la excesiva rapidez con que se vive, los hombres no quieren leer cosas largas. Una caricatura produce más impresión".

Para la revista cualquier hecho, de cualquier índole, era posible de ser utilizado en relación verdadera o ficticia, con la política nacional. Otro aspecto de destacar y que se repetirá con gran fuerza a lo largo de toda la vida de la revista, es la forma de hacer propaganda comercial. Situaciones jocosas, caricaturas o frases ingeniosas son el "gancho" que atrapa al posible consumidor, y la mayor parte de los que aparecerán en este medio tendrán alguna relación con hechos políticos.

El golpismo de los diferentes países latinoamericanos siempre llamó la atención de

Topaze, que no cesó en castigar con la pluma cada cambio de gobierno ajeno a la forma constitucional. En más de una ocasión, especialmente durante el período de elecciones, aplaudió el camino seguido por Chile.

De su antitotalitarismo proviene su antimilitarismo. La revista fue especialmente firme en atacar lo que caricaturizaba como el "gorilismo" argentino y brasilero y no cesó en llamar a la cordura cuando los rumores de golpe de estado se hacían insistentes en nuestro país.

El camino que el semanario siempre manifestó como el mejor para Chile fue el de la democracia. Siempre defendió el sistema electoral y valoró y respetó la decisión del pueblo, aunque no correspondiese con su ideal. Ello, por ejemplo, ocurrió cuando Pedro Aguirre Cerda alcanzó el sillón presidencial.

Otro punto crítico en el análisis de la historia topácica es su relación con los partidos de izquierda y el movimiento obrero. La revista representó la proyección de una clase media no revolucionaria, conciente de su importancia en el devenir

histórico. De aquí que, en muchas oportunidades, atacara duramente la lucha de obreros y políticos por obtener ciertos logros sociales y económicos,

No obstante, la derecha también fue blanca de los dardos de Topaze, muy en especial por las políticas económicas aplicadas durante su paso por La Moneda. Sin embargo, todo esto no significó siempre una inclinación hacia los partidos políticos de centro.

Hay otra decena de tópicos que la publicación repite en forma más o menos constante. Tenemos sus continuas críticas a lo que llamaba despectivamente "politiquería". Es decir, la forma de hacer política en el país, la que los dibujantes de la revista reflejaban en los largos y vacíos discursos, en las promesas electorales y en el cohecho.

Asimismo, deseamos destacar la capacidad premonitoria de Topaze reflejada en varios cartones, algunos de los cuales fueron citados en este trabajo. Ya desde los primeros números, con altos y bajos, el semanario logró acertar en su análisis de la realidad política. Más de una vez acertó en dar como ganador a tal o cual candidato de una

elección. Todo ello, creemos, se debió a una seria preocupación y conocimiento de nuestra sociedad y su desarrollo en todos los ámbitos.

Como todos los barómetros, aunque no infalible, supo medir lo acontecido con la política nacional.

Topaze continuó su trabajo de ser el medio de información política hasta 1970 a pesar que ya en los 50 había comenzado una declinación de la caricatura política, producto de un Topaze que había dejado de ser independiente y aquejado por problemas económicos. Por esto y otros problemas Coke decide vender la revista.

Después de diversos dueños, se transformó en dependiente del gobierno demócrata cristiano, porque sobrevivió gracias a la publicidad estatal y terminó con la elección de Allende, de quien fue opositor durante toda la campaña presidencial.

Coke, su autor

Coke constituye un punto neurálgico de esta historieta.

Bajo su lápiz transcurrieron más de treinta años de nuestra vida política, plasmó su dibujo y el de toda su generación y las siguientes en una revista satírico-política de larga duración, y la única en su estilo en América Latina: Topaze.

En 1911 Coke era alumno del Instituto Nacional. Seguía riéndose de los profesores, que esta vez eran Pedro Aguirre Cerda y Domingo Amunátegui. Un grupo de alumnos del curso superior a Coke decidió fundar una revista que se llamó Alma Joven, editada por Zig-Zag, y puente de entrada de Coke en la empresa. Luego dibujó en Corre-Vuela (semanario de actualidad con abundante material gráfico). Ganaba 150 pesos por colaboración cosa que lo convertía en el alumno más poderoso del Instituto, y además, de los que se ganaban el pan con el sudor de su frente. Más tarde, en Sucesos, Coke fue contratado para reemplazar a Carlos Wiedner en la dirección artística de la revista. Y luego terminó por trasladarse con cama y petacas al sitio de trabajo. En una pieza contigua a la sala de redacción, Coke instaló su hogar.

De "Sucesos" Coke pasó a integrar el equipo de funda-

dores del diario La Nación, junto a Eleodoro Yáñez, Augusto Bruna y Abraham Gatica. Allí su labor, además de dibujar, consistía en buscar ilustraciones de las revistas extranjeras para los cables que traían noticias de la Primera Guerra Mundial. En este momento Coke comienza a desarrollar un profundo anticomunismo, cuya huella quedará estampada más tarde en las páginas de Topaze.

Obtuvo el Premio Internacional de Periodismo de los Estados Unidos, María Moors Cabot, en 1952. En 1954, publicó su autobiografía "Yo soy tú". Colaboró para las revistas "Visión" y "Life", para el "Herald Tribune" y otros diarios norteamericanos y, en Chile, para el "Diario Ilustrado".

Coke, a mediados de los 60's, se declara jubilado, trabajando ocasionalmente para "El Mercurio" de Antofagasta y para el semanario "Zig-Zag". Recibe el Premio Nacional de Periodismo, mención dibujo, en 1964, siendo el primero con tal honor. Escribe dos nuevos libros, "Kundalini, el caballo fatídico", novela, y en 1965, "Botica de Turnio", nuevos recuerdos, entre los cuales se encuentra un notable capítulo dedicado a la

caricatura chilena, destacando el hecho de que aún no existían caricaturistas mujeres, ni aún en otros países.

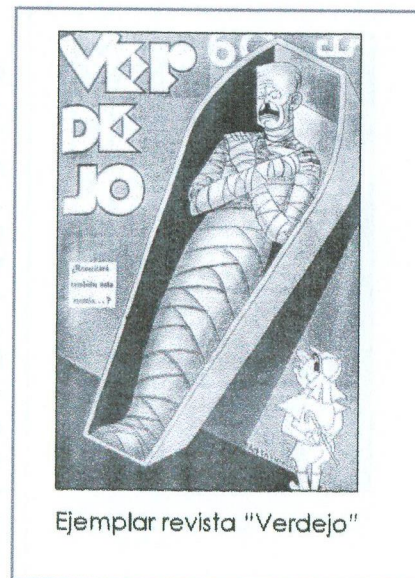
Pese a lo anterior, volvería a "El Mercurio", con su conocido anticomunismo, atacando al "glorioso partido" y causando la molestia de Pablo Neruda, quien le dedica unos versos. Su último acierto, lo que no significa que no siguiera trabajando, fue el "Naípe Español", representando a Salvador Allende en una carta de la baraja, arriba como guerrillero y abajo como Presidente del Senado y viceversa. La molestia explícita de Allende sólo logró la reproducción del naípe por parte de René Silva, director del diario.

Hernán Millas, uno de sus últimos directores "independientes", cuenta que "Topaze" pasó por diversas manos en esta década. Entre sus dueños, menciona a un grupo de "San Bernardinos", encabezados por Hugo Galvéz, luego un constructor llamado Dante Yaconi, que fue un excelente mecenas y el último que mantuvo la independencia de la revista, a pesar de sus pérdidas personales. Luego pasa a manos de Pablo Guzmuccio, quién lo despediría por una portada contra el gobierno

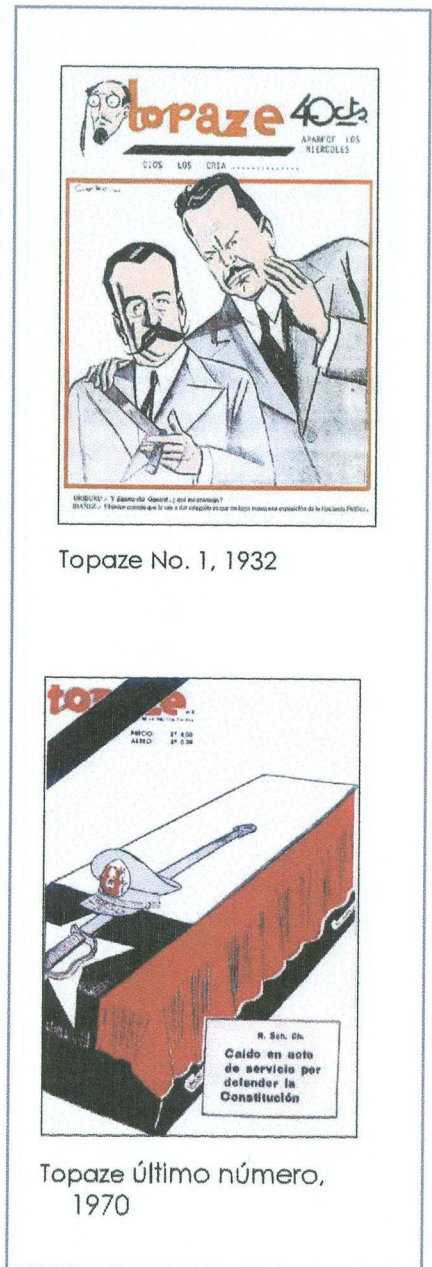
norteamericano, que afectaba los negocios que pretendía reeditar el dueño.

Como vemos, lenta y lamentablemente la revista, con impresión en sus últimos años en Editorial Zig Zag, se transformó en dependiente del gobierno demócrata cristiano, por que sobrevivía gracias a la publicidad estatal y terminó a fines del año 1970, con la elección de Allende, de quién fue opositor durante toda la campaña presidencial. Su última portada muestra el ataúd del General Schneider.

Algunos Ejemplos



Ejemplar revista "Verdejo"



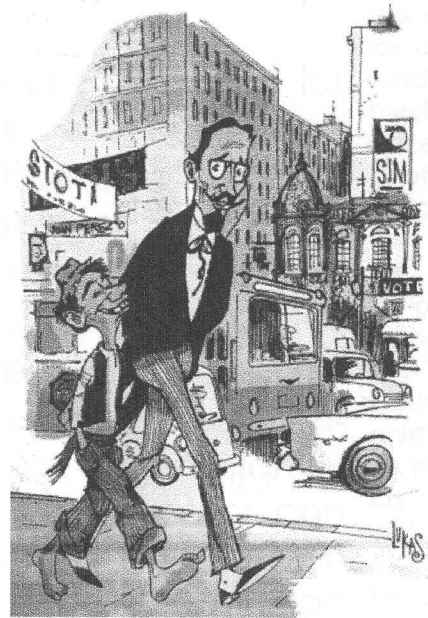
Topaze No. 1, 1932

Topaze último número, 1970

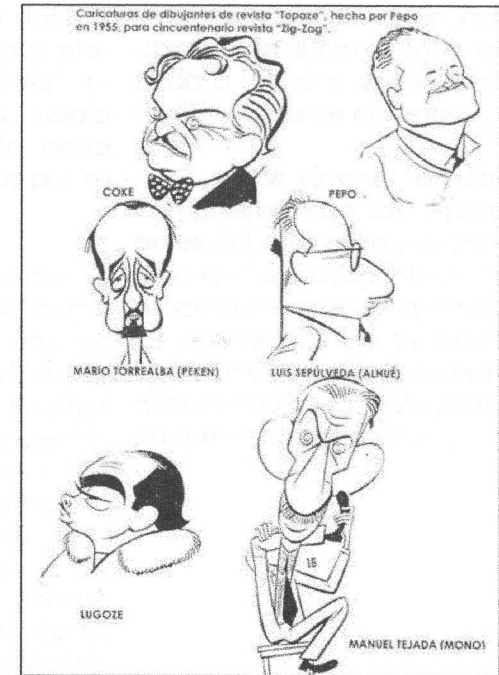
Tira Don Sonambulo. Pdte Ibañez

Tira Don Gabito. Pdte Videla

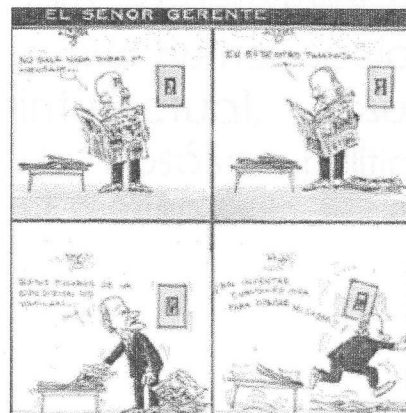
El Señor Gerente. Pdte J. Alessandri



Verdejo y Profesor Topaz



Caricaturas de algunos dibujantes, por Pepo



Famosa caricatura entre Ibañez y Alessandri



7.2. Historieta Social

Con el avance de los años, la caricatura política que reflejaba situaciones de la vida diaria, de la política de pasillos, fue desapareciendo poco a poco. La nueva generación de dibujantes que crecerían con mayor información que los rodeaba, con el cambio de mentalidad, comportamientos y actitudes comenzarán a desarrollar un nuevo humor: social, intelectual, absurdo, filosófico, político dialéctico

La característica principal es la necesidad de darle a los dibujos un sentido más profundo que los de la "talla" inmediata, quedando a medio hacer para que el lector arme la otra mitad, guiándose por su propia intuición.

Y es que a diferencia de los otros tipos de humor, como el político, no muere. Hoy en día Topaze poco nos dice: no podemos entender muchos chistes porque no conocemos los hechos a los que alude. "En las caricaturas de temática social, en cambio, ocurre algo distinto. Los personajes y sus entornos nos hablan del chileno común. Aunque no hayamos vivido en la época caricaturizada, podemos identificar ciertos elementos que nos hablan de ese tiempo" y que sin duda nos permiten comprender las situaciones sin problemas.

Producto de este recambio o renovación de los contenidos surgen algunas publicaciones y otras ya existentes incluyen secciones dedicadas al humor social, como es el caso de revista *Ercilla* en donde Herví, Fernando Krahn y Rufino ilustran artículos y realizan pequeñas viñetas.

Otro ejemplo es la revista

Pec, que trataba de política, economía y cultura, en la cual aparecería Jimmy Scott, aludiendo a distintas situaciones del diario vivir de los chilenos.

Estos jóvenes dibujantes compitieron con los representantes del viejo estilo y se convirtieron en los protagonistas de un proceso de cambios que renovó los contenidos de la historieta tradicional y el modo de retratar a los chilenos y la realidad social en que se desenvolvían.

La Chiva

La Chiva nace con la unión de un grupo de jóvenes dibujantes que crean esta revista, que fue capaz de captar al chileno común y convertirlo en un personaje de historieta. La mayoría de éstos eran militantes o simpatizantes de izquierda, y como se aproximaban las elecciones presidenciales de 1970 y después de mucho madurar la idea, ellos decidieron aprovechar la veta humorística encauzándola por otro lado: ni política ni sexual.

Los jóvenes de los que se habla eran Hernán Vidal (Herví), José Palomo y Jorge y Alberto Vivanco, quienes participaron en un proyecto que "consistía en hacer historietas de corte chileno puro, con personajes extraídos de nuestra realidad: el verdulero, el almacenero de barrio, la vieja copuchenta, el quiltro, el gato", etc. Junto con otros colaboradores, crearon colectivamente en 1968 La Chiva, revista de corte humorístico que inició el género de la llamada "historieta Intelectual".

La Chiva fue una iniciativa notable, con muy poco presupuesto pero con un entusiasmo desbordante y el compromiso de sus creadores quienes además eran diagramadores, guionistas, dibujantes y distribuidores, se convirtió en el primer intento independiente por crear una historieta inteligente.

Como ya se dijo, la idea central de la revista era alejarse de los temas comerciales ya consagrados, y abrirse al escenario social y elaborar una publicación de corte chileno puro. La Chiva originó historietas, ambientes, paisajes, personajes y situaciones muy nuestras, recogiendo con humor las anécdotas del diario vivir de un barrio

popular de los 60's, y mediante la sátira y el humor negro tienen explícita intención de promover en el lector actitudes críticas y reflexiones respecto a la realidad social en que se desenvuelven.

La mayor parte de sus páginas estuvo destinada a caricaturas e historietas, aunque también se incluyeron chistes y editoriales satíricos. Especial importancia tuvieron ciertas secciones autoconclusivas que permanecieron durante bastantes números pero que, poco a poco, fueron desapareciendo para dejar espacio a historietas aisladas o ediciones temáticas.

En general, la revista trata de mostrar a través de la confrontación, las inequidades de la estructura social chilena y de resaltar la sensatez de las actitudes proletarias, moldeadas en el rigor de la lucha por la sobre vivencia, en oposición a las enajenadas actitudes de que los burgueses hacen gala.

Sin caer en lo vulgar o lo derechamente soez, el rescate de modismos propios del lenguaje coloquial popular chileno aparece como otro de los rasgos realistas rescatables. El mismo título de la revista era ya

un indicativo de esta actitud: en el uso corriente "Chiva" es un sinónimo habitual de disculpa y designa específicamente el pretexto falso con el que una persona salva su responsabilidad en determinada situación.

No pocas veces se presentaba al chileno de modo descarnado, como un desarraigado miserable, ignorante y sin futuro. No hay potencialidad redentora en esa visión, sino más bien los rasgos propios de un humor ácido, cuyo único norte es la descripción crítica de una realidad social áspera y desalentada, sin espacio para esperanzas infundadas.

Tanto en sus secciones permanentes, como en los dibujos y caricaturas que aparecieron de manera aislada, se abordaron problemáticas y vicios comunes a aquél tiempo. Se parodiaba, por ejemplo, la excesiva burocratización de las oficinas públicas, la indigna condición de la locomoción pública y hasta las protestas de trabajadores y universitarios. En esa misma línea, en un número de 1970 incluía una ácida mofa de las malas costumbres que presiden habitualmente la conducta patriota y que, a lo largo de la historia, tanta persistencia

han logrado tener. La historieta en cuestión se denominaba "Monumentos Nacionales" y, a través de ella, la Chiva pretendía hacer resaltar los valores nacionales, dando justo crédito a "varias instituciones de gran arraigo nacional... que no han recibido el reconocimiento de las autoridades edilicias"

La revista, que durante el primer año era apaisada fue teniendo cada vez más problemas donde los esfuerzos y el entusiasmo no fueron suficientes, los problemas económicos y de distribución terminaron el proyecto a comienzos de 1971, con el total agotamiento de los creadores. Lamentablemente, junto con la tematización, el elemento político militante cobró mayor relevancia y la revista perdió parte de su carácter de sátira negra, que tanta fuerza expresiva le había otorgado en sus primeros números.

- Para que nos vayan cachando: Somos tremendos.
Nuestra revista es diferente a las otras.
Es acostada.
Esto que a simple vista parece una tontera,
es muy importante.
Como está siempre acostada, no se cansa y usted la pilla
siempre fresquita.
Las otras revistas, en cambio vienen paradas y les salen
várices, lo cual las afea mucho.
- La Chiva es la única revista que no recibe propaganda del gobierno. Y NO PROTESTA POR ESO.
La Chiva se aguanta.
 - La Chiva, además, es una revista que calla lo que las otras revistas no se atreven a decir. ¡Y sin necesidad de coima!
 - La Chiva es un gran esfuerzo patriótico! Porque se hace a base de pura gente que trabaja y sin ningún asesor.
 - Es la única revista que es más ancha que alta,
y sin embargo no se anda cachiporreando,
como tanto gordo por ahí.
 - Es una publicación que vale lo mismo que un Lucky, pero no produce cáncer al pulmón.
 - Chileno: ¡La Chiva tampoco informa!

“Lo Chamullo, un barrio como el suyo”

Esta es una historietita colectiva (en la que todos los dibujantes participaban en su realización) titulada “Lo chamullo: un barrio como el suyo”, que narra la vida en un barrio de la capital en el que habitan sectores de bajo poder adquisitivo. En rigor, el argumento de Lo Chamullo transcurre en un sector antiguo de la ciudad análogo a cualquier barrio “duro” de la Capital real (como Mapocho, Estación Central o Franklin).

Los personajes que le dan vida a la historia son en general personas que normalmente encontramos en estos sectores antiguos como son: trabajos sin oficios definidos, cesantes, mujeres con una prole numerosa y hasta figuras propias de los bajos fondos (delincuentes y traficantes) conviven allí. Y en cierta medida. La manera como son ilustrados por los caricaturistas hace imposible no sentirse representado por alguno de ellos. Pues, a diferencia de lo ocurre en historietas de tipo tradicional, el proceso de identificación con los protagonistas se desarrolla aquí no porque el lector “quiera” ser como ellos (como

en el caso de un superhéroe), sino porque irrefutablemente es como ellos.

El personaje principal en el cual gira la historia es Pancho Moya, quien, a través de sus desplazamientos cotidianos, nos introduce a los diferentes ambientes del barrio. La imagen que de él se nos ofrece se acerca bastante a la idea que de un trabajador pobre chileno se puede llegar a tener: pequeño, sumiso e inconstante. Sin oficio conocido, las pésimas condiciones sociales le obligan a desahogarse “en lo que venga” o someterse a la incertidumbre de la cesantía crónica.

Los autores de esta tira demostraron tener una aguda conciencia social, lo que reflejaron tanto en la constante alusión a las dificultades que tenían que sortear sus protagonistas, como también en la asignación de distintos tipos de imágenes y caracteres según se tratase de personajes proletarios o de clases acomodadas.

Esto se puede reflejar en el primer episodio de “Lo Chamullo” una dama de la clase alta llegaba al barrio con la idea de agrupar y organizar a las mujeres en un centro de madres.

Todo en ella es distinto de la imagen con que se retrata a los habitantes locales; es más alta, delgada, está mejor vestida y habla de modo refinado. Mientras impone sus criterios a un grupo de pobladoras atareadas en los quehaceres domésticos y en el cuidado de sus “numerosos hijos”, los delincuentes del sector desmantelan su lujoso auto provocando la histeria desmedida de la improvisada dirigente. Aquí se enfrentan dos formas de ver la vida, la mirada de la señora de clase alta que se molesta por la actitud de las pobladoras al contestarle ante la petición de formar un centro de madres que no pueden por tener muchas cosas que hacer con el disgusto de ella que las culpa por no querer surgir si se les ésta dando la oportunidad por medio de este centro de lograrlo.

Otras Secciones y Personajes.

Tanto en sus secciones permanentes como en los dibujos y caricaturas que aparecieron de manera aislada, se abordaron problemáticas y vicios comunes de aquel tiempo

se parodiaba. Por ejemplo, la excesiva burocratización de las oficinas públicas, la indigna condición de la locomoción colectiva y hasta las protestas de trabajadores y universitarios.

Dentro de sus secciones más populares podemos destacar:

“Diccionario enciclopédico lenguaraz”. Dentro de la revista podemos encontrar otras secciones de igual atractivo y siguiendo la temática social. Dentro de éstas encontramos el “Diccionario enciclopédico lenguaraz” en el cual se daban distintas acepciones a una palabra popular como CHIVA. Con esto contribuyeron al rescate de modismos propios del lenguaje coloquial popular chileno tanto con esta sección como con el resto de la revista donde el uso de este lenguaje popular hacía gala.

“De la Vega a Vitacura”. Lo que más les gustaba a sus autores es sin duda la técnica del contraste, que permitía la severa medición de las distancias sociales. Dicho recurso llega hasta su límite en la sección titulada “De la Vega a Vitacura” donde len-

guaje e imagen son confrontados de modo sarcástico para hacer hincapié en lo absurdo que resultan las insinuaciones y al doble moral de un país enfrentado a tantas diferencias sociales. Mostrándose en una de sus tiras publicadas la diferencia de cómo se le llama tomar un trago con un amigo en el sector pobre: "PENCAZO" y en el sector alto: "APERITIVO", con su respectiva caracterización de los "amigos" en cuestión y su entorno respectivo.

En todo caso, la idea es hacer hincapié en las diferencias sociales entre ricos y pobres a través de situaciones tan cotidianas como el trabajo, formas de diversión y esparcimientos, etc...

"Las Tres Marías" De todos sus trabajos, Palomo siente especial cariño por la tira cómica "Las Tres Marías". Eran tres viejas copuchentas, solteronas, vestidas de negro y que siempre estaban pelando o comentando los sucesos del día detrás de un muro o detrás de una ventana. Su indumentaria: faldas negras y pañuelo bien amarrado en la cabeza. Piernas flacas. Estos personajes presentaban una cualidad muy vista en nuestro

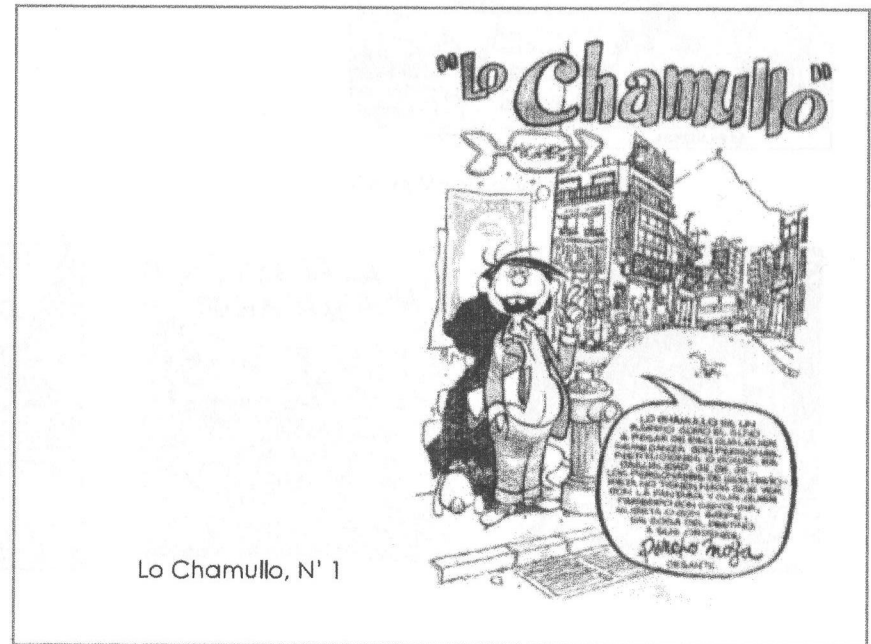
país el "doble estándar", ya que predicaban pero no practicaban. Además estaba el gato Marco Aurelio, que con el tiempo se transformó en conciencia política. Era el personaje de la tira y cumplía su propia misión didáctica.

Artemio, el personaje más popular. El autor de este personaje que logró gran popularidad en esta época es Jorge Vivanco (Pepe Huinca). Su personaje es el típico empleado de oficina, sujeto a la opresión de las leyes del trabajo rutinario, a la burocracia, a las órdenes del jefe, a la tiranía del reloj, pero dotado de una Inmensa ternura.

Con Artemio, Pepe Huinca logró crear un personaje chileno de veras. Con su chasca que le tapa medio rostro, la camisa arremangada y la nariz muy redonda, Artemio es el típico empleado de oficina pública, sacador de vuelta, dormilón, chivero y muy imaginativo. Artemio no tiene hijos ni señora, ni se luce con sus conquistas como Pepe Antartico. Cuando invita a alguna amiga a comer afuera prefiere tomarle el pelo al mozo antes que hacerle arrumacos a la niña. Siempre se enreda con las cosas más simples. Y se pone torpe.

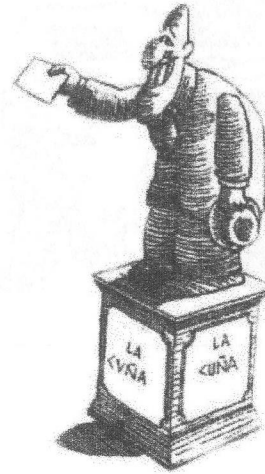
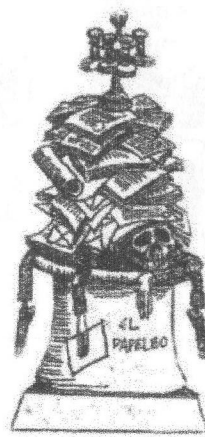
Dice Pepe Huinca: "A Artemio no lo inventé de la nada. Simplemente surgió a partir de mis propias experiencias en una oficina pública. Creo que todos los otros personajes que aparecen en la tira les son comunes a ese mundo: el jefe, los empleados, la secretaría. Y ¡as cosas que le suceden a Artemio en la calle, en su casa, en el trabajo, son las mismas que me están pasando a mí a diario. O que surgen después de observar lo que pasa alrededor"

Algunos Ejemplos

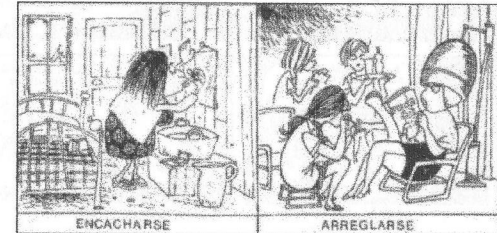
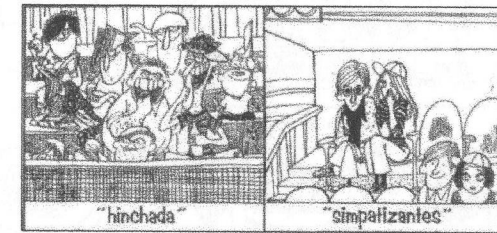
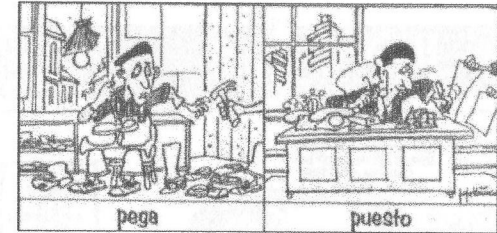




Don Inocencio



Monumentos Nacionales



De la Vega a Vitacura

¡VIRGEN SANTÍSIMA!
HASTA CUANDO VAMOS
A SOPORTAR ESA PRENSA
SENSACIONALISTA QUE
DENIGRA Y CALISA DAÑOS
MORALES IRREPARABLES
A LA PERSONA.



Las Tres Marias



Santiago Tal Cual





Diccionario Enciclopédico Lenguaraz

La Firme

Antes de que finalizara La Chiva, José Palomo se retiró del proyecto. Luego, con el advenimiento de la Unidad Popular al gobierno, la Consejería de Difusión de la Presidencia de la República edita los Cuadernos de la Educación Popular que serán prontamente seguidos por "La Firme". Una vez que el Gobierno de Allende controla la Editorial Quimantú, se edita la revista a través de su Departamento de Publicaciones Infantiles y Educativas, y se distribuye a escala nacional.

La Firme era una revista diseñada a la manera de un informativo popular para adultos y en su elaboración intervino una parte del equipo que hasta entonces había trabajado en La Chiva. De ahí que tanto su estilo como parte de sus personajes y secciones, no fueran más que adaptaciones de la serie anterior.

En definitiva, lo que fuera novedoso a fines de los 60 se transforma en una forma política de educar a los adultos. Sus ejemplares eran temáticos y abordaban a través de la caricatura y el humor didáctico, diversos problemas de la coyuntura política social e histórica y a diferencia de otras revistas, La Firme era una publicación de absoluto compromiso político, que definía sus contenidos articulándolos de manera que sirvieran al proceso de cambios en que estaba empeñado el gobierno de la U.P.

En lenguaje popular, decir "la Firme" significa decir la verdad, y ese fue el sentido que Quimantú quiso dar a esta revista en oposición a las visiones mitificadas o falseadas que, según estimaban, la prensa de derecha entregaba a sus lectores, por lo que se convirtió en

una revista de divulgación de tareas nacionales, una revista que se hace tomándole el pulso a la realidad chilena, a sus problemas actuales, al papel de las instituciones nuevas destinadas a solucionar estos problemas. Temas como la Reforma Agraria, qué son, para qué sirven, por qué existen. Sobre Fanaloza, o la Sociedad Constructora de Establecimientos Educativos, así como también la Cesantía, la posición de la mujer en el proceso revolucionario, el alcoholismo y su efecto en la producción, explicación de los factores de la crisis económica y denuncia de los comerciantes acaparadores, recomendaciones generales para la reparación de viviendas (tras el terremoto de 1971), la redistribución del ingreso, entre otros. Todo mezclando datos fríos y objetivos con humor, ingenio y color.

Para Hervi, a pesar de su basta experiencia, prefería el dibujo que sirve a algún fin determinado. "Con La Firme nos hemos conectado con el mundo. Si tomamos un tema campesino vamos a la zona, conversamos en el terreno, nos familiarizamos con personas, modos de vida, lenguaje. La cosa resulta más auténtica", declaró en una ocasión.

El material de la revista incluyó generalmente caricaturas autoconclusivas, que formaban parte del tema general al que estaba dedicado el número. La continuidad se logra con los personajes de la serie "Lo Chamullo", pero con algunas modificaciones. De barrio antiguo de la capital, las historias se trasladaron a un escenario más marginal, incluso variable, que se acercaba más a la situación vivida en poblaciones "callampas" surgidas después de tomas de terrenos. La acción se centró en la figura de Venancio y su familia quienes tomaban el relevo del papel que en La Chiva había desempeñado Pancho Moya.

La imagen del chileno en La Firme corresponde esencialmente a la de un pueblo enfrentado a un enemigo, la burguesía y el imperialismo. No se responsabiliza a los compatriotas de sus rasgos negativos o conflictivos, sino directamente a la estructura social en que estaban inmersos. De tal manera que el problema a considerar ya no era el del chileno como carácter individual, sino más bien el del sistema social que le aprisionaba.

Es interesante ver lo mucho que se esforzaron los

elaboradores de la revista en contrarrestar los efectos nocivos que una imagen estigmatizada del pueblo podía tener sobre sus aspiraciones revolucionarias. Esto es indicativo de lo arraigado que ese tipo de visiones introspectivas pudieron estar entre todos los sectores de la sociedad, incluidos, y acaso en ellos con mayor fuerza, los propios estratos populares. Esta situación era rechazada de plano por el equipo de trabajo de este órgano oficialista, que trataba de combatirla haciendo que el proletariado, protagonista esencial de los cambios estructurales en que se empeñaba la nueva administración, revalorara su propia potencialidad y elevara su alicaída autoestima. Propagandas de mensajes simples y directos, regularmente descartar la veracidad de las opiniones negativas más comunes que, sobre los chilenos, solían escucharse.

Naturalmente, ciertos vicios y aspectos negativos, históricamente indisolublemente ligados a la imagen del pueblo, resulta más difícil de esquivar. Tanto por la magnitud de su extensión, como por la gravedad de sus consecuencias sociales. Así volvió a filtrarse la imagen del chileno borracho incorregible, pero esta vez, con la inten-

ción pedagógica de concienciar a las masas sobre los terribles efectos individuales y colectivos que tal patología traía consigo.

Junto a esto encontramos la imagen del chileno provinciano que emigra a la capital que, con un retrato humorístico, encerró la historia de miles que debieron dejar la miseria del mundo rural en busca de mejores perspectivas y que, en las grandes ciudades, pasaron a engrosar los cordones de pobreza y marginalidad. Aunque este fenómeno atraviesa el siglo, ciertos factores estructurales o coyunturales, como la sequía de 1968, aceleraron el proceso en la década del 60 y su existencia tuvo fuerte influencia en la imagen que del chileno común y corriente se había configurado.

Pobre y mal preparado, antes de encontrar su lugar en alguna zona de miseria urbana, el provinciano aquí descrito parecía condenado a recorrer la larga trama de problemas sociales que la ciudad le reservaba. A la búsqueda de empleo, seguía la presión por tener acceso a una vivienda, y cuando de esta sólo se conseguía el sitio, no existía el tiempo, ni el conocimiento, ni los recursos como para levantar una edificación

decente. Desde el punto de vista iconográfico el resultado no se hacía esperar. Al chileno pobre, flojo, alcohólico y miserable se agregaba una nueva característica, su docilidad provinciana.

Es evidente que este tipo de manifestaciones deben ser entendidas al interior de un contexto político-social difícil, en momentos que el país enfrentaba los desajustes propios de la estafización del aparato productivo y los efectos nocivos de huelgas y paralizaciones crecientes. En tales circunstancias, esos mensajes buscaban incentivar el compromiso de los obreros con los procesos que en su favor se habían echado a andar, erradicando vicios y conductas que restaran fuerza a la defensa y profundización de las reformas. Pero deben ser entendidas también como síntoma de que tales aspectos negativos no estaban presentes sólo en la mente de quienes, desde la cima de sus privilegios estigmatizaban a los chilenos, sino que también pensaban, aunque con distinto tono, en quienes buscaban mejorar la situación del proletariado limpiándolo de su imagen de elementos denigrantes de que la deformaran.



Boletas de Compra Venta



Programa para los Pobres



Reforma Agraria



Como se vio anteriormente, el patrimonio cultural e histórico de un país debe ser preservado mediante el rescate y valoración de aquellos elementos que lo conforman. Lo que este proyecto quiere lograr es promover parte de nuestro patrimonio gráfico y cultural olvidado y rescatar el olvido nacional como parte de nuestro patrimonio, así como un medio de expresión cultural promoviendo de la construcción de un patrimonio gráfico.

CAPITULO IV PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE DISEÑO

Este capítulo genera discusión y debate de los autores que han participado en un lugar determinado para con un público determinado de esta parte de nuestro país. Por eso el proyecto abordado al nivel básico en la actualidad involucra a un grupo de estudiantes de esta forma se encuentran algunas familias que no solo están volviendo a dibujar se extiende en el tiempo, sino también aquellas que de uno a otro manera han trabajado en esta cultura, creando experiencias y aprendizajes por momentos estacionales relativos a la infancia.



Definición de Contenidos

Al comenzar a definir aquellos contenidos que serán relevantes mostrar, es posible encontrar materias que se desarrollan por sí mismas más allá de la simple información, sino que se convirtieron en verdaderas ritas de la comunicación. Por esto es necesario la presentación de este proyecto, ya que estamos hablando de comunicación, de difusión amplia, generalizada y económica de información.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

De este análisis, se recogen los componentes que son relevantes más allá de la información meramente descriptiva de publicaciones y dibujantes destacados, lo que no deja de ser importante, ya que una cronología de la historia del Cómic Chileno presenta como personajes, revistas, autores y tendencias temáticas se desarrollaron a lo largo de los años. Y al revisar este ordenamiento es posible encontrar géneros narrativos que se originaron como el de Aventura, Ciencia-Ficción, Bélicas, Suspenso, Picaresca,

entre otras, que respondieron a la contingencia nacional, lo que los personajes que se les y sobre en un determinado momento. Junto a estas, existen otros géneros que se destacaron por sobre el resto por su importancia comunicacional, y son el Deporte, las historias Político-Social y de Educación.

1. **Deportes:** Si bien Chile no es un país muy deportivos, sí es futbolado, aunque nos vaya mal y debamos superar mil y una barreras para abrir camino en algunos deportes. Con esto no queramos decir que no existieran este espíritu deportivo, y cuando el mundial llegó a los estadios chilenos también lo hizo a las vitelas nacionales de todos los géneros al igual que en muchos eventos deportivos.

2. **Educación:** A los pocos años que el cómic llegó a nuestro país, este arte fue utilizado para la enseñanza ya que con su gráfico lenguaje era posible educar de forma clara y entretenida los más diversos temas y para todas las edades. Esto no se realizó solamente en materiales educativos sino también en la utilización del cómic en textos de estudios, y en otras publicaciones.

3. **Político-Social:** Los acontecimientos políticos y sociales que han ocurrido en nuestra historia nunca han pasado desapercibidos, menos en un medio gráfico como el cómic. Desconcierto político, amor,

A lo largo de los años, en Chile se ha estado escribiendo una historia por medio de trazos, texturas y colores, y los que la cuentan no son grandes historiadores sino dibujantes, guionistas y editores, quienes han decidido ser parte de ésta con su trabajo.

Como se dijo anteriormente, el patrimonio cultural e histórico de un país, debe ser generado mediante el rescate y valoración de aquellos elementos que lo componen. Lo que este proyecto quiere lograr es preservar parte de nuestro patrimonio gráfico y cultural al rescatar y valorar al cómic nacional como parte de nuestro patrimonio, como un medio de expresión cultural, un recurso de la comunicación, un referente gráfico para los comunicadores visuales, un material educativo y de entretención para todo aquel que desee acceder a él.

Mediante este proyecto se desea generar discusión respecto de este arte, que logre posicionarlo en un lugar patrimonial, junto con un público conocimiento de esta parte de nuestra historia. Por ello el proyecto abordará al cómic chileno en tanto su capacidad comunicacional y expresiva, de esta forma se encuentran aquellas temáticas que, no sólo sobresalieron durante su existencia en el tiempo, sino también aquellas que de una u otra manera han reflejado nuestra cultura, nuestras costumbres y tradiciones, nuestras acciones públicas y cotidianas.

Definición de Contenidos

Al comenzar a definir aquellos contenidos que serían relevantes mostrar, es posible encontrar materias que se destacaron por ir más allá de la simple información, sino que se convirtieron en verdaderos hitos de la comunicación. Por esto es necesaria la presentación de este proyecto, ya que estamos hablando de comunicación, de difusión amplia, generalizada y económica de información, que es recibida y aceptada por todos, lo que nos hace responder a este mensaje de las más diversas formas.

De este análisis, se recogen los componentes que son relevantes más allá de la información meramente descriptiva de publicaciones y dibujantes destacados, lo que no deja de ser importante, ya que una cronología de la historia del Cómic Chileno presenta como personajes, revistas, autores y tendencias temáticas se desarrollaron a lo largo de los años. Y al revisar este ordenamiento es posible encontrar géneros narrativos que se originaron como el de Aventura, Ciencia-Ficción, Bélicas, Suspenso, Picaresca,

entre otras, que respondieron a la contingencia nacional, lo que las personas querían leer y saber en un determinado momento. Junto a estos, existen otros géneros que se destacaron por sobre el resto por su importancia comunicacional, y son el Deporte, las historias Político-Social y de Educación.

1. Deportes: Si bien Chile no es un país muy deportivos, si es futbolizado, aunque nos vaya mal y debemos superar mil y una barreras para abrirse camino en alguna disciplina. Con esto nacieron historietas que reflejaban este espíritu deportivo, y cuando el mundial llegó a los estadios chilenos también lo hizo a las viñetas nacionales de todos los géneros al igual que en muchos eventos deportivos.

2. Educación: A los pocos años que el cómic llegó a nuestro país, este arte fue utilizado para la enseñanza ya que con su atractivo lenguaje era posible educar de forma clara y entretenida los más diversos temas y para todas las edades. Esto no se reflejó solamente en historietas educativas, sino también en la utilización del cómic en textos de estudios, y en otras publicaciones.

3. Político-Social: Los acontecimientos políticos y sociales que han ocurrido en nuestra historia nunca han pasado desapercibidos, menos en un medio gráfico como el cómic. Desconcierto político, actividades de gobiernos, problemáticas sociales, incluso programa de gobierno, fueron los temas que las historietas políticas y sociales utilizaron para comunicar lo que estaba sucediendo en nuestro país de manera de que todos entendieran.

Objetivo de la Propuesta

El proyecto que se quiere desarrollar debe contar con estos contenidos, ya que con ellos se logrará el objetivo de no presentar al cómic en una recopilación de imágenes, sino como un rescate patrimonial de un medio de comunicación y de expresión de nuestra cultura gráfica, por lo que el apoyo gubernamental es imprescindible para avalar y respaldar el trabajo aquí realizado.

Los diferentes géneros han contado la historia de Chile a través de sus dibujos e historias, junto con la influencia que ha tenido este arte en otras disciplinas y manifestaciones culturales.

Como es tanto el material gráfico que se ha realizado en nuestro país, es posible que no todas las imágenes puedan ser incluidas en la publicación, por lo que para complementar esta información, esta será acompañada por un CD ROM, el cual tiene por finalidad entregar historias completas, imágenes generales de los detalles que se muestran en el impreso, así como también imágenes que por diferentes razones no pudieron ser incluidas. Es decir, este disco será una completa galería de imágenes del cómic chileno.

Junto con la realización de esta publicación y CD ROM, es necesario la producción de material de merchandising y de apoyo a la difusión de estos productos.

2. PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA

Este proyecto se centra en la idea de: Diseñar un proyecto gráfico que permita informar y culturizar sobre el valor comunicacional del cómic chileno junto con un rescate y difusión del mismo.

Se plantea, por tanto, realizar una publicación editorial, en el cual se abordará el cómic chileno en tanto comunicación y expresión para de esta manera rescatar, difundir y valorar el cómic chileno como parte de nuestro patrimonio y de nuestra cultura visual contemporánea. Con esta publicación se pretende llegar a la mayor cantidad posible de personas de entre 15 y 40 años, entre los que se distinguen jóvenes interesados en el cómic, estudiantes y profesionales de las comunicaciones, y público general que deseen conocer esta parte de nuestra historia y/o ampliar sus conocimientos del mismo.

Del estudio de contenidos realizados, es posible definir que las temáticas destacadas deben estar presente en la publicación, justificado en que de esta manera se podrá comunicar la importancia sociocultural del cómic chileno, junto con la apreciación de su valor patrimonial y cultural. Por tanto esta publicación debe abarcar los siguientes contenidos:

- Una Cronología del Cómic Chileno, que hable sobre como se desarrolló este arte en nuestro país, sobre las publicaciones más importantes y los dibujantes destacados
- Tratar los géneros literarios que nacieron en las páginas nacionales destacando de que trataban cada uno de ellos, las publicaciones más importantes y de que manera fueron nutriéndose de lo que acontecía en el país.
- Los géneros más importantes como el de Deporte, Educación y Política brindarles un espacio en donde se pueda explicar claramente su labor comunicacional dentro de la historia de nuestro país
- Presentar un análisis sobre de que manera el cómic y

los diferentes géneros han contado la historia de Chile a través de sus dibujos e historias, junto con la influencia que ha tenido este arte en otras disciplinas y manifestaciones culturales.

Como es tanto el material gráfico que se ha realizado en nuestro país, es posible que no todas las imágenes puedan ser incluidas en la publicación, por lo que para complementar esta información, ésta será acompañada por un CD ROM, el cual tiene por finalidad entregar historias completas, imágenes generales de los detalles que se muestren en el impreso, así como también imágenes que por diferentes razones no pudieron ser incluidas. Es decir, este disco será una completa galería de imágenes del cómic chileno.

Junto con la realización de esta publicación y CD ROM, es necesaria la producción de material de merchandising y de apoyo a la difusión de estos productos.

3. TÁCTICAS Y ACCIONES

En primer lugar, para lograr lo planteado en la Estrategia, se plantea una pauta de análisis, que permitirá esclarecer de que manera se tratan los temas que darán pie a este proyecto. Esta pauta tendrá los siguientes tópicos:

- Desarrollo histórico
- Origen y desarrollo de las publicaciones más importantes
- Contexto histórico
- Gráfica /formato, impresión, colores, estilos, técnicas, dibujantes/
- Elección de temáticas a tratar a través del cómic
- Aporte al patrimonio cultural chileno

Para el desarrollo del proyecto, a modo de prototipo, se llevaran a cabo unos capítulos de la publicación, los cuales servirán de pauta y modelo para los otros capítulos, de esta manera es posible conocer la línea editorial y gráfica que tendría la edición completa. En este caso, se analizara además de lo anterior, lo siguiente de acuerdo a la temática involucrada:

- Política y Temas Sociales:
 - i. Tendencias políticas de las publicaciones
 - ii. De qué manera la contingencia nacional ha

afectado a las publicaciones

- iii. Cómo se expresa el sentir popular a través del trabajo gráfico
- iv. Influencia del cómic en otras disciplinas graficas y manifestaciones culturales

El material de merchandising que se propone, se presenta como apoyo a la difusión, y no es necesariamente obligatorio realizarlo una vez obtenido el auspicio, ya que estará a cargo de la editorial que se haga cargo del proyecto. Este material se compone principalmente de:

- Exhibidor: que permita promocionar y presentar este material en los puntos de ventas
- Afiche : se propone con el fin de ubicarlos en los puntos de ventas y en lugares afines como centros de estudios, tiendas especializadas, entre otros.

Contenidos CD Rom

El CD Rom interactivo será básicamente un banco de imágenes del cómic chileno, y tendrá la siguiente estructura (ver mapa de navegación página siguiente)

4. DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA

Denominación del Sistema

Esta colección llevará por nombre CHILE EN CÓMIC, lo cual se fundamenta en que el estudio realizado y la presentación de contenidos de los soportes anteriormente definidos, pretenden descubrir y comunicar de que manera el cómic o historieta en nuestro país se ha constituido como un elemento que ha reflejado nuestra cultura, por esto, no se quiere realizar una simple recopilación ni un análisis de cómo se ha desarrollado, sino que se quiere mostrar de que manera Chile se ha manifestado y expresado a través de este medio.

Contenidos Libro

El libro tendrá la siguiente estructuración temática:

0. **Introducción:** Fundamentación de los contenidos. Definición de valor patrimonial del cómic. Justificación y Fundamentación del proyecto
- i. **Pequeña Historia de la Historieta:** Cronología.

1. Próceres de tinta y papel: protagonistas de nuestra historia. Personajes y Dibujantes destacados

ii. Expresión política y Social:

1. Nuestra historia en Tinta: Importancia de este tipo de historietas
2. Historieta Social
3. Historieta Política
4. Influencia del Cómic en otras disciplinas
5. Representación del Chileno en la Caricatura

iii. Deportes a la Chilena:

1. Historietas para deportistas
2. Identificación de los lectores con los deportes de las historietas

iv. El uso educativo del Cómic:

1. El aprendizaje a través de las páginas de historietas
2. El cómic en la sala de clases

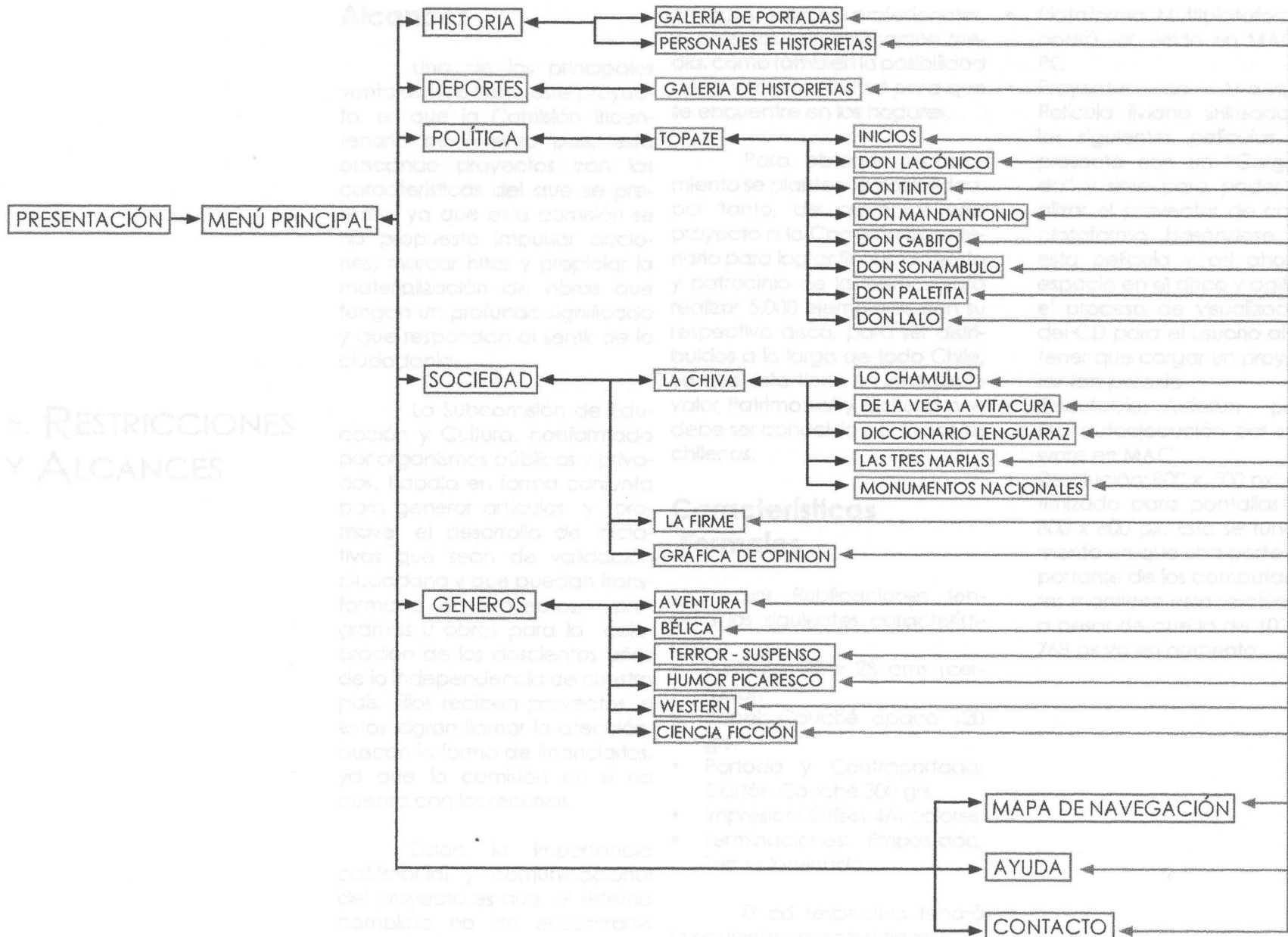
v. ¿Sólo para entretener?: Revisión de diferentes géneros que se desarrollaron en nuestro país

1. Aventura
2. Terror
3. Humor Picaresco
4. Bélica
5. Gráfica Editorial y de Opinión

Contenidos CD Rom

El CD Rom Interactivo, será básicamente un banco de imágenes del cómic chileno, y tendrá la siguiente estructura (ver mapa de navegación página siguiente)

CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE DISEÑO



5. RESTRICCIONES Y ALCANCES

Alcances

Una de las principales ventajas que tiene este proyecto, es que la Comisión Bicentenario de nuestro país, está buscando proyectos con las características del que se presenta, ya que esta comisión se ha propuesto impulsar acciones, marcar hitos y propiciar la materialización de obras que tengan un profundo significado y que respondan al sentir de la ciudadanía.

La Subcomisión de Educación y Cultura, conformada por organismos públicos y privados, trabaja en forma conjunta para generar artículos y promover el desarrollo de iniciativas que sean de validación ciudadana y que puedan transformarse en proyectos, programas u obras para la celebración de los doscientos años de la independencia de nuestro país. Ellos reciben proyectos, si estos logran llamar la atención, buscan la forma de financiarlos, ya que la comisión en sí no cuenta con los recursos.

Dada la importancia patrimonial y comunicacional del proyecto es que el sistema completo ha de encontrarse en universidades públicas y

privadas, institutos profesionales, y colegios con educación media, como también la posibilidad de su venta individual para que se encuentre en los hogares.

Para obtener financiamiento se plantea la posibilidad, por tanto, de presentar este proyecto a la Comisión Bicentenario para lograr financiamiento y patrocinio de la misma, para realizar 5.000 ejemplares con su respectivo disco, para ser distribuidos a lo largo de todo Chile, ya que ésta tiene un innegable valor Patrimonial y Cultural que debe ser conocido por todos los chilenos.

Características Formales

Las Publicaciones tendrán las siguientes características:

- Formato: 22 x 28 cms (cerrado).
- Papel: Couché opaco 120 grs.
- Portada y Contraportada: Cartón Couché 300 grs.
- Impresión: Offset 4/4 colores
- Terminaciones: Empastado, Termo laminado

El cd respectivo tendrá la siguiente características:

- Plataforma: Multiplataforma, podrá ser leído en MAC y PC
- Proyector de Arranque: Película liviana linkeada a las siguientes películas, se presenta con un "Cargando" y sirve para poder realizar el proyector de cada plataforma basándose en esta película y así ahorrar espacio en el disco y agilizar el proceso de visualización del CD para el usuario al no tener que cargar un proyector tan pesado
- Ejecutable: Autorun para PC, autoejecución por software en MAC
- Resolución: 800 x 500 px, optimizado para pantallas de 800 x 600 px. Esto se fundamenta en que una parte importante de los computadores mantiene esta resolución a pesar de que la de 1024 x 768 px va en aumento.

5. RESTRICCIONES Y ALCANCES

6. IDENTIFICACIÓN DEL GRUPO DE USUARIOS

Perfil Demográfico

- Edad: Adolescente (15-17 años); Joven (18-21 años); Adulto Joven (22-29 años); Adulto Medio (30-39 años).
- Sexo: Femenino – Masculino
- Tamaño de la Familia: 3 a 5 personas
- Ingreso: C1, C2 y C3
- Ocupación: Estudiantes, Universitarios, Trabajadores, Profesionales
- Educación: Escolar, Técnica, Universitaria.
- Estado Civil: Solteros – Casados
- Nacionalidad: Chilena

Perfil Psicográfico

En los últimos diez años, el mercado del cómic se ha desarrollado como nunca antes en nuestro país, acumulando una gran cantidad de seguidores que no sólo se dedican a leer y coleccionar historietas, sino también a hacer de esta actividad un auténtico estilo de vida. De la mano de la invasión estética japonesa y de las sagas de superhéroes norteamericanos -principales alentadores de este despegue-, el llamado noveno arte se asentó a través

de la venta masiva en kioscos y el nacimiento de diversas tiendas especializadas dedicadas a agrupar a los fanáticos y a difundir el merchandising anexo a los dibujos extranjeros.

De esta manera, varias revistas dejaron de ser un simple pasatiempo visual para transformarse en objetos de culto de muchas personas, desde coleccionistas de series antiguas como Tarzán o Flash Gordon, hasta niños adictos a las aventuras de Pokémon y Dragon Ball Z.

Los aficionados de la especialidad agrupan a personas de todas las edades y estratos sociales, sin embargo, la gran mayoría de ellos son jóvenes entre 12 y 25 años que dedican su tiempo libre en buscar y coleccionar todo lo relacionado con el cómic nacional y extranjero. Esta tendencia se desarrolló tras la caída del movimiento nacional vivido en la década de los años ochenta y que explotó entre el año 93 y 94, lo que ha establecido al cómic en espacios para una amplia variedad de públicos, aunque los que más lo siguen ahora son adolescentes y jóvenes veinteañeros.

El cómic es un lenguaje como el Cine y, por lo tanto, con-

voca a distintos públicos. Hay mucha gente que se ha ligado desde la literatura y desde el campo audiovisual a través de la animación. Es un hecho que el lenguaje atraviesa las diferencias entre los géneros. Por eso los que leen cómics de terror muchas veces son seguidores del heavy metal, un cruce bastante normal sobre todo con vínculos entre el Manga, el Animé y los videojuegos. También entre la música dark y tecno con las historias oscuras de cómics europeos o de la línea Vértigo de DC Comics. Todo esto configura un mercado de productos relacionados, como figuras, cartas coleccionables como Magic, Play Station, poleras y películas.

Otro grupo objetivo que se presenta es el de los jóvenes Comunicadores Visuales, ya sean Diseñadores Gráficos, Publicistas, Ilustradores, Comiqueros, entre otros, quienes manejan las herramientas necesarias para elaborar "situaciones de comunicación" y el mejor modo de realizarlas es tener tanto conocimiento técnico como conceptual, los cuales se obtienen observando y estudiando el medio en que nos desarrollamos y en el que se enmarca cada proyecto.

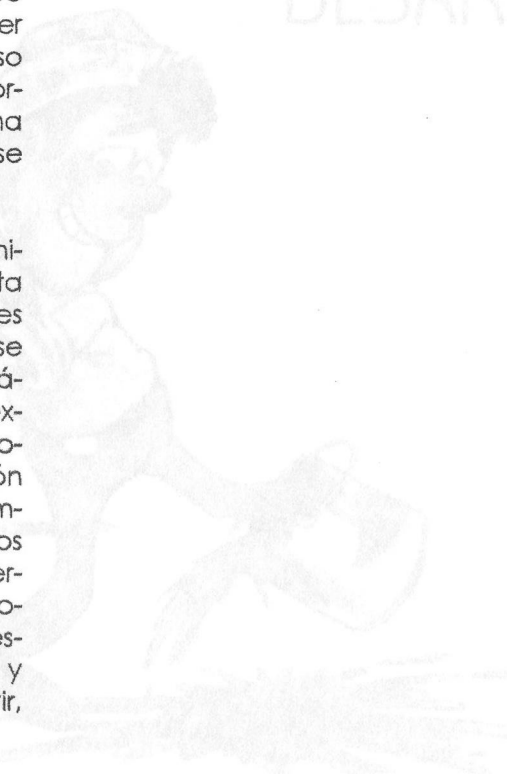
Un tercer grupo se compone de Docentes y Estudiantes, específicamente de NM4, ya que en el programa de estudios de la asignatura Artes Visuales de este nivel, el cómic toma parte de manera relevante. Por lo tanto este proyecto se presenta como un material de apoyo a la docencia y de estudio.

La realización de este proyecto se convierte en una herramienta de trabajo para que jóvenes estudiantes y profesionales reconozcan cada una de las características que han permitido a la historieta ser un medio de expresión y recurso de la comunicación, y posteriormente aplicarlas en cada una de las disciplinas en que estos se desarrollan.

La información contenida en los discos se presenta como un archivo de imágenes y conceptos asociados que se constituyen en referentes gráficos, para que se puedan explorar, evaluar y tomar conocimiento de una recopilación no sólo de imágenes, sino también de estilos, códigos gráficos que se utilizaron en una determinada época, que están asociados a temas y conceptos específicos, sociales y políticos, y que permitan reflejar un sentir,

ideologías, pensamiento popular frente a determinados hechos o situaciones del acontecer nacional, es decir que reflejaban nuestra propia cultura.

CAPÍTULO V DESARROLLO DE LA PROPUESTA



El trabajo comenzó con la elección de los conceptos, o más específicamente, "la idea" que se quería expresar en el proyecto. Para ello se recurrieron a la revisión de tipología de los más diversos temas tanto para ver trabajos

en Chile que dejó de ser por años convertidos en el centro de una hipótesis.

Este proyecto pretende recuperar valores de que se está volviendo en Chile que se cuenta a diario, pero los esfuerzos no han sido suficientes ni documentados, sino que nuestros gráficos que a base de la ayuda observación del suelo y la propuesta de un color, han planteado una hipótesis nueva.

En cuanto al color se des- terrero trabajos con los colores primarios azul, amarillo, y rojo. Para tener un concepto por el diagrama de colores, son utilizados en la gráfica de color en diversos momentos como la cromatografía, y el resultado con el trabajo gráfico en general.

Un programa de trabajo para ser un trabajo de diseño, el cual se realizó en el

CAPITULO V DESARROLLO DE LA PROPUESTA



1. PROCESO DE DISEÑO

El trabajo comenzó con la elección de los conceptos, o más específicamente, "la idea" que se quería expresar en el proyecto. Para ello se recurrieron a la revisión de tipología de los más diversos temas tanto para ver trabajos, como para estudiar las graficas relacionadas con el tema.

Al fin de cuentas se determinó trabajar con los conceptos mencionados en el capítulo 2, pero además con una idea central: trabajar la imagen de Chile en el comic, fue así que se llegó a un nombre, que, aunque parezca sencillo y poco trabajado, trae consigo una significación bastante importante como es la presencia de Chile en el Cómic, un Chile que se ve a diario, pero no en la televisión o en las revistas de farándula, sino que en el diario vivir, al caminar por la calle, recostado en el sillón de la casa o leyendo el diario del vecino en el metro.

Un Chile que deja de ser país para convertirse en el centro de una historieta.

Este proyecto pretende eso, dar a conocer de que existe una Historia de Chile que se cuenta a diario, pero los escritores no han sido eruditos ni documentalistas, sino que maestros gráficos que a base de la aguda observación del medio y la prodigiosa pincelada han plasmado esta historia, nuestra historia.

Teniendo todo claro, comenzó el proceso de llevar estos conceptos verbales a conceptos visuales.

Teniendo en cuenta proyectos anteriores, lo primero fue trabajar en la marca, aquella imagen central que abarcaría y le daría unidad al sistema gráfico. Con el nombre en mente CHILE EN CÓMIC, se comenzó a trabajar en diferentes diagramaciones y tipografías. Hasta que finalmente se llegó a un resultado.

Una vez definida las características formales de la marca surge la labor de formalizar y definir gráficamente los elementos. Color, Tamaños, Tipografía, Ubicación Espacial, etc.

En cuanto al color se determinó trabajar con los colores primarios: azul, amarillo y rojo. Estos fueron escogidos por ser altamente pregnates, son utilizados en la gráfica de cómic en diversos elementos como las onomatopeyas, y es asociado con el trabajo gráfico en general.

Las tipografías utilizadas como base fueron BADABOMM BB y GIRL77, las cuales se modificaron para poder componer la marca y llegar al resultado final.

Chile
EN
COMIC

Chile!
EN
COMIC

Chile!
EN
COMIC

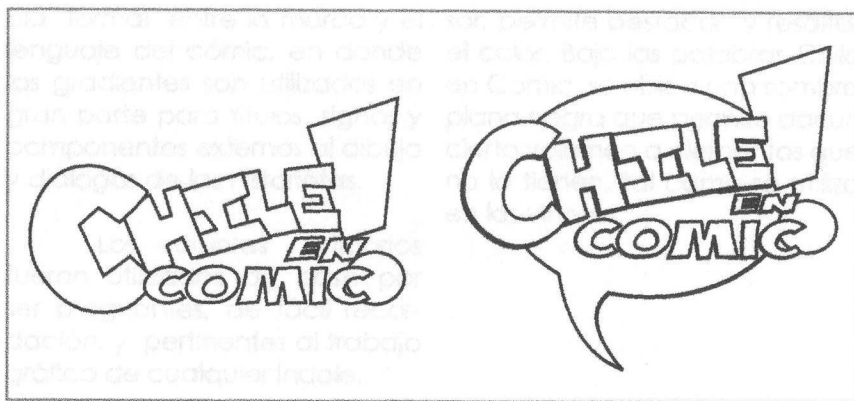
Chile!
EN
COMIC

La premisa que se presenta, es el resultado final de los trabajos antes mencionados, con todos los elementos gráficos de texto y signo de exclamación.

Una vez determinada la disposición espacial de todos los elementos, comenzó el trabajo en color, llegaron a la utilización de los colores primarios con un efecto expresivo en la imagen.

Buscando un carácter más ligado al cómic que a la historia o a Chile, se trabajó en este tipo de gráfica, en cuanto a disposición espacial, tipografías, previo al trabajo en color. La idea era trabajar un título de historieta, una onomatopeya, algún símbolo gráfico que nos indicara sin grandes conjeturas de qué estábamos hablando.

Tras una extensa búsqueda, se llegó a un resultado final, pero que no sería el definitivo.



El uso del signo de exclamación se fundamenta en la idea de destacar, de exclamar a todos de que Chile está en el cómic. Investigando sobre el significado de este signo en el lenguaje del cómic fue posible averiguar que se utiliza bajo diferentes parámetros, pero el más importante es el de asombro, decir algo muy fuerte o llamar la atención de algo a alguien, por lo que su utilización en la marca que se está trabajando esta plenamente justificado ya que se quiere llamar la atención, se quiere decir fuertemente algo.

La adición del globo de texto es para darle un énfasis al texto. El texto debe decirlo alguien, debe estar dirigido a alguien, si quedara sólo pierde la fuerza, el carácter que se ha estado trabajando. El Globo de Texto se añadió por tanto para que alguien, no importa quien, diga Chile en comic! A quien quiera oírlo. El hecho de que las palabras sobresalgan del globo, permite enfatizar, sin llevar al ruido visual, la idea de llamar la atención, de decir algo en voz alta.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ 1234567890!?: Tipografía GIRL77

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ 1234567890!?:; Tipografía BADABOOM BB

La alternativa que se presenta, es el resultado final del trabajo antes mencionado, con todos los elementos, globo de texto y signo de exclamación.

Una vez determinada la disposición espacial de todos los elementos comenzó el trabajo en color, llegando a la utilización de los colores primarios como se aprecia en la imagen.

El uso de gradaciones de color en lugar de planos fue determinado para tener coheren-

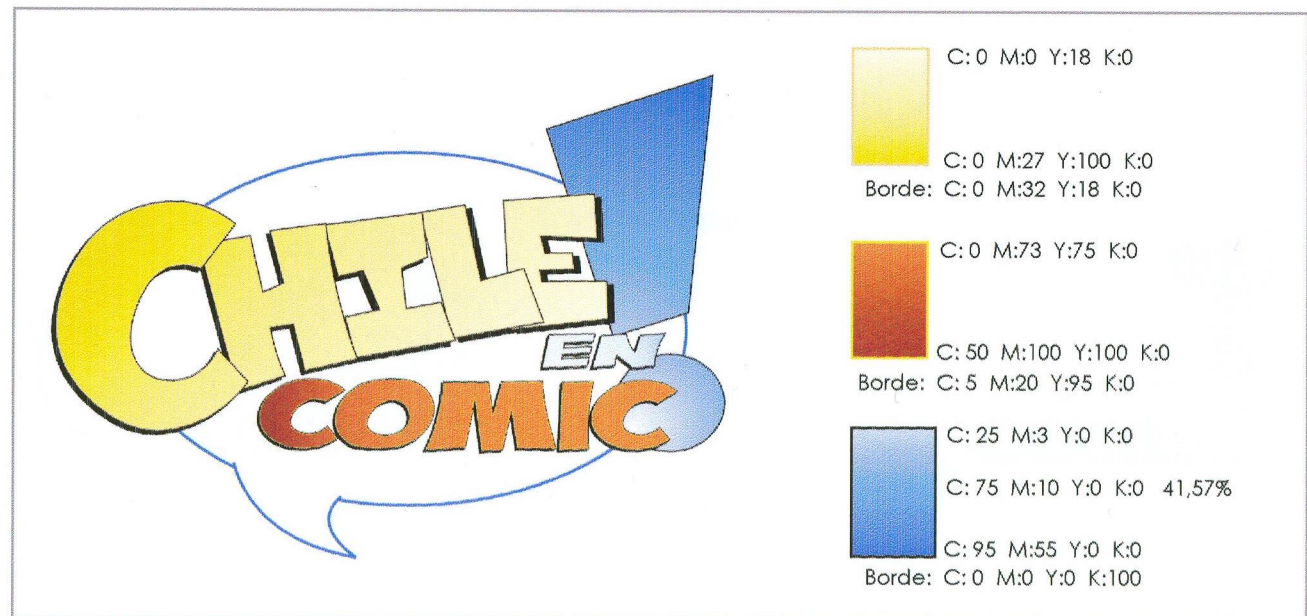
cia formal entre la marca y el lenguaje del cómic, en donde los gradientes son utilizados en gran parte para títulos, signos y componentes externos al dibujo y diálogos de las historietas.

Los colores primarios fueron utilizados de base por ser pregnantes, de fácil recordación, y pertinentes al trabajo gráfico de cualquier índole.

Las gradaciones amarillas y rojas tienen un borde de color, que si bien están con 1pt de gro-

sor, permite destacar y resaltar el color. Bajo las palabras Chile en Comic, se ubica una sombra plana negra que permite dar un cierto volumen a elementos que no lo tienen, tal como se utiliza en las viñetas.

2. MARCA SISTEMA



Aplicación en Contorno,
con grilla de construcción



2.1. Aplicaciones de Marca



Aplicación en
Escala de Grises



Aplicación en
Alto Contraste

3. PIEZAS GRÁFICAS

Como se señaló anteriormente, las piezas gráficas del proyecto tienen relación principalmente de un impreso en formato de Libro y un CD ROM Interactivo. Ambos elementos son complementos entre sí, ya que el CD ROM contendrá imágenes que por diferentes razones no serán incluidas en el Libro, y a su vez en el Libro se incluirá toda la información relativa a las imágenes incluidas en el CD ROM.

En Primer lugar se trabajó en el impreso. Para ello se investigó sobre diseño editorial, diseño con retículas, se revisó textos con tipología y finalmente se llegó a una idea de trabajo: utilizar una retícula de columnas de base, para poder romperlas y trabajar sin ellas. Esto refiriéndose al hecho de que las imágenes son las importantes, por lo tanto el texto debe adecuarse a los espacios que quedan, al contrario de lo que sucede habitu-

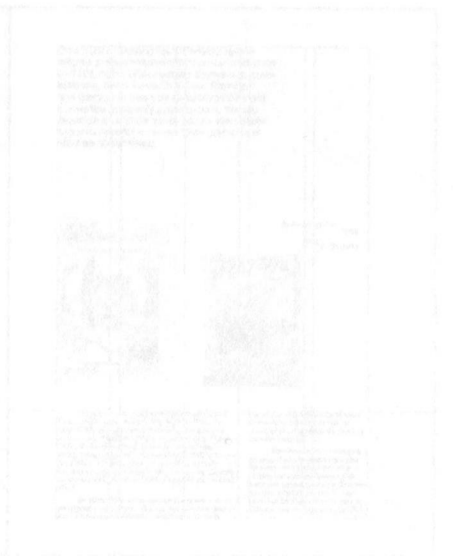
almente, donde se diagrama el texto y las imágenes se ubican de acuerdo a esta disposición en desmedro de la misma.

Como se señala en el libro "Diseñar con y sin retícula" de Timothy Samara para algunos diseñadores, la retícula tipográfica se ha convertido en una parte incuestionable del proceso de trabajo que proporciona precisión, orden y claridad. Los objetos semejantes se disponen de una manera parecida, a fin de que sus semejanzas resulten más evidentes y así, más reconocibles. La retícula sitúa los elementos en un área espacial dotada de regularidad, lo que los hace accesibles; los lectores saben dónde encontrar la información que buscan, porque las uniones entre las divisiones verticales y las horizontales actúan como señales indicativas para su localización. El sistema ayuda al lector a comprender su uso. En cierto modo la retícula es como una especie de archivador visual.

Pero las necesidades visuales actuales, el bombardeo de información por parte de la televisión, el cine y los medios interactivos han permitido de que la capacidad del público en captar y digerir información

se ha vuelto más sofisticada a lo largo del tiempo, creando ciertas expectativas en relación a la forma en que se presenta esta información. En un esfuerzo por crear una impresión significativa que pueda competir con este entorno visual y, a la vez, diferenciarse de él, los diseñadores estamos llamados a investigar diversas formas nuevas de organizar la experiencia visual.

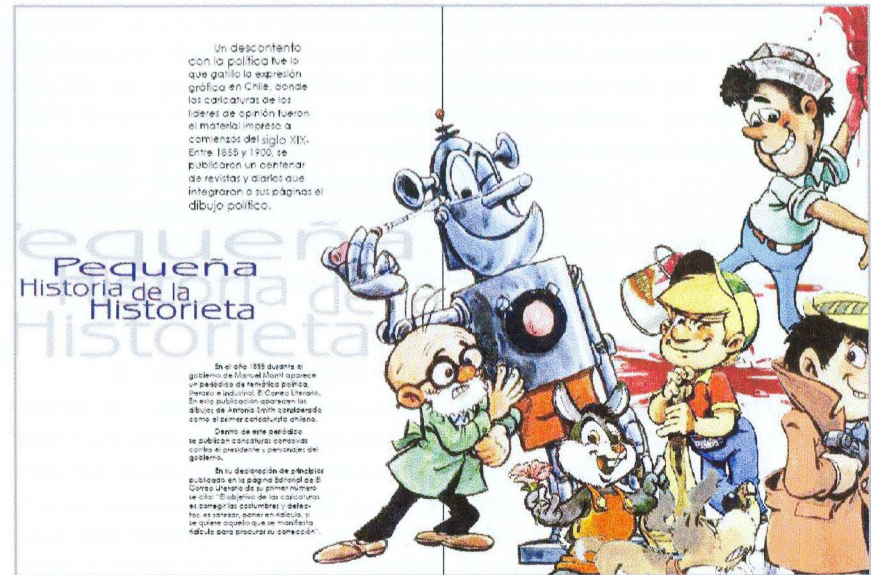
Por tanto, y bajo estos conceptos en mente se comenzó a trabajar en los contenidos y en la diagramación del Impreso.



Al iniciar un nuevo capítulo se utilizará una página par para comenzar. En una de las páginas (ya sea la par o impar siguiente) se ubicará una imagen o selección de ellas como en el ejemplo como referente de lo que se trata. Como se mencionó en el sección anterior, el primer capítulo del Libro Chile en Cómics! se denomina Pequeña Historia de la Historieta, nombre tomado de una tesis de periodismo de la Universidad de Chile (ver bibliografía) y tiene relación con una cronología del cómic chileno. Para ello se escogió una selección de imágenes de personajes del destacado dibujante nacional Themo Lobos. El trabajo tipográfico corresponde al texto inicial del capítulo y el título del mismo.

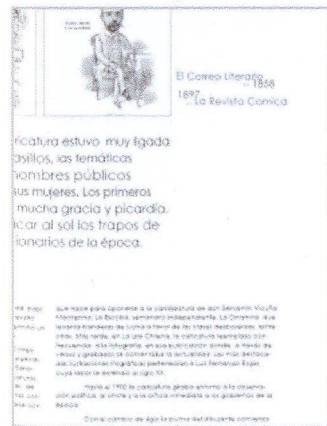
En la diagramación interior se basó en las 5 columnas mencionadas anteriormente y se trató de romper esta estructura. Aunque se mantiene una cierta estructura reticular, el resultado permite una cierta libertad en el tratamiento del discurso.

El folio de la publicación se ubicó en las páginas pares, señalando el número correspondiente a ambas páginas, tanto par como impar

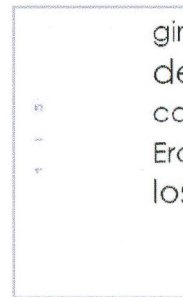


Capítulo 1. Ejemplo de Inicio de capítulo

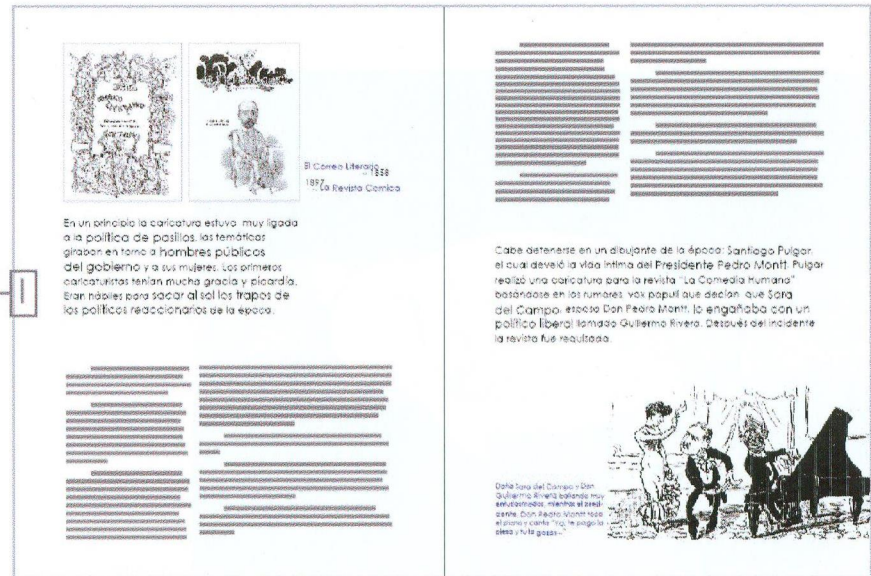
Detalle de Página Interior.



Detalle de folio



Página Interior. Ejemplo de Diagramación Interior



Antes de que existiera el libro, se pensó en realizar una colección de cd's interactivos sobre el cómic chileno, pero al andar se desechó la idea para pasar a esta pieza que contiene una galería, que por si sólo que pasa a convertirse en un banco de imágenes del cómic chileno. Como complemento a la información impresa, el interactivo permite encontrar imágenes que no por problemas espaciales no se incluyen en el otro formato, junto con historietas completas de detalles que se presenta.

Al ser restringido el acceso a la mayoría a esta infor-

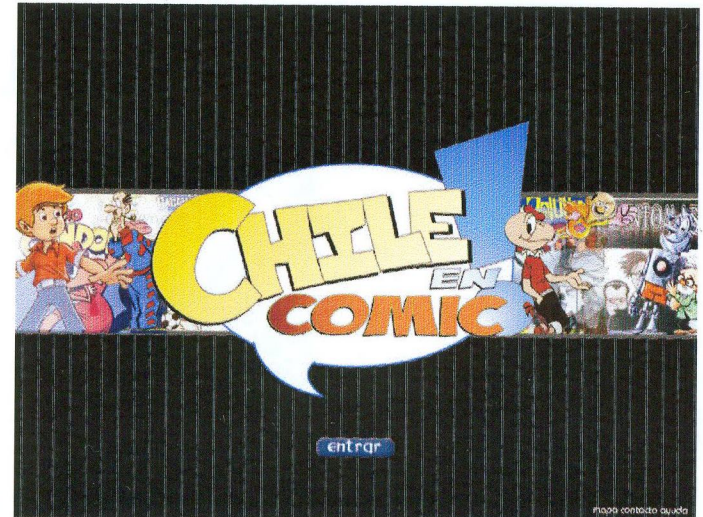
mación gráfica la mayoría en la Biblioteca Nacional, este producto se presenta como una oportunidad para que aquellas personas que deseen puedan revisarlas las veces requeridas sin limitaciones, como por ejemplo publicaciones de más de 50 años como ocurre actualmente en este recinto.

Si bien el material permitirá un rescate y valorización de una parte de nuestro patrimonio, de nuestra historia reciente, no es necesario que la grafica sea necesariamente "patrimonial" o "histórica". Sabiendo que el trabajo debe ser coherente

con el tema y los conceptos, es necesario recordar que se está trabajando en un formato actual, moderno, contemporáneo que tiene características que le son propias.

A partir de esto se comenzó a trabajar en muchas alternativas, quedando finalmente la que se presenta. Utilizando herramientas actuales, con gráfica más vigente de acuerdo al formato multimedial, con elementos gráficos relacionados con el lenguaje del cómic, se entrega este banco de imágenes de nuestro patrimonio a través de una navegación fluida y clara.

3.2. CD Rom



Presentación y Bienvenida

En cuanto a las características formales del disco, este contendrá un proyector de arranque, el cual tiene por finalidad contener todas aquellas órdenes de lingo que llamarán a otras películas del archivo, esto permitirá disminuir los tiempos de carga y reproducción del proyector.

La navegación, que se encuentra en la página 93 correspondiente a la definición de la comunicación lingüística, se realiza a través de un menú contextual, que al entrar se encuentra desplegado pero al ingresar a cualquier ítem se repliega para mantener libre el espacio. Por medio de este menú es posible acceder a todos los contenidos del disco desde cualquier sector del mismo, haciendo fluida y simple la navegación sin tener que, por ejemplo, volver al menú principal para poder encontrar los contenidos.

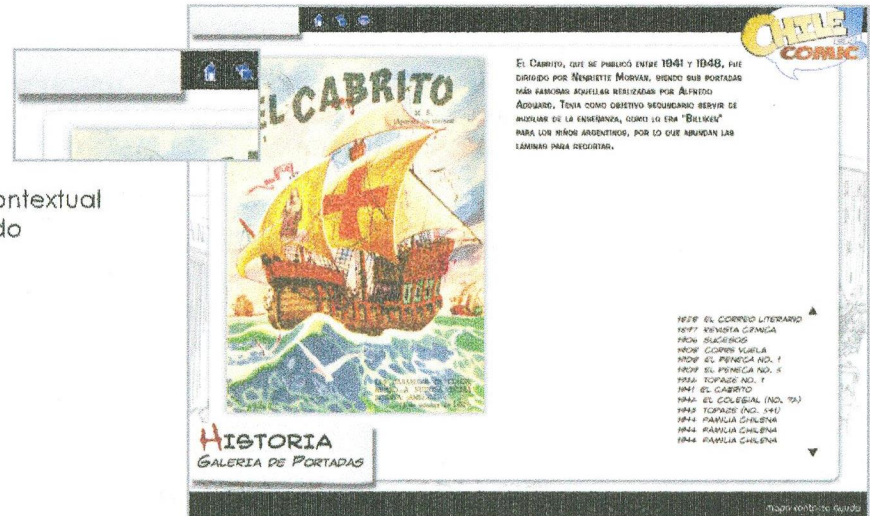
En caso de problemas con la navegación se presenta un menú de ayuda y pretende ser sólo un auxilio en caso de que el usuario así lo requiera. Aquí es posible encontrar la opción de ayuda en donde se explica el sistema de navegación y como acceder a los contenidos; un mapa de navegación

que se presenta como un índice de cada uno de las secciones o áreas del interactivo, y un formulario de contacto linkeado a una casilla de correo, que permitirá enviar comentarios, dudas y consultas y de esta manera mantener un flujo de comunicación con los usuarios.



Menú Contextual, para acceder a los contenidos

Menú Principal



Menú Contextual repliegado

Ejemplo página interior

1. AGAS, JOSMIG (s.a.)
El proceso de investigación. Santiago: Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, 45 pg.
(Serie de Documentos de Apoyo a la Docencia).
2. AGUILAR, XOMENA. Año 2004.
Programa de Comunicación Visual con fines Educativos, basado en un sistema de reconocimiento para el Parque Zoológico Funt Zoo.
Tesis de Diseñador Gráfico, Santiago, Universidad de Chile, FAU, 178 pg.
3. ARDURA, LORENA Y HONDUR, RICHARD. 1988.
La caricatura política en revista Topaze, un intento exploratorio.
Tesis de Periodismo, Santiago, Universidad de Chile, Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes, 100 pg.
4. BACZILLER, DANIEL. 1995.
Para entender el Cómic. Diseño nº 30, pg 42-47.
5. CARY, ALEJANDRINA Y HÉREA, MAGDALENA. 1999.
Chile: Crises con Historia. Chile: Editorial Los Andes, 222 pg.
6. COMTEBAS, ESTEBAN. 1999.
Imagen del Chileno en la crítica, la caricatura y la historiografía.
Tesis de Historia (Licenciatura), Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, 163 pg.
7. CUBRANCA, FRANCISCO. 2005.
La Carpa: una
Tesis de Diseñador Gráfico, Santiago, Universidad de Chile, FAU, 260 pg.
8. GARCÍA, LUIS Y GRIFFIN, ROMÁN. 1992.
El proceso del dibujo. Segunda Edición, Editorial Ediciones, Chile, 117 pg.
9. GONZÁLEZ, MIGUEL Y FORTANE, ARTURO. 1997.
Los Mitos de Atende. Tomo 2.
Tesis de Historia, Santiago, Universidad de Chile, Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes, 100 pg.

El trabajo de los Comunicadores Visuales no solo se centra en elaborar piezas gráficas, sino que en diseñar situaciones de comunicación. Para ello el Diseñador Gráfico como profesional multidisciplinario, no solo que necesita trabajar en distintas áreas del conocimiento, sino que puede desenvolverse en otras disciplinas y con otros profesionales para que de esta manera lograr el mejor resultado posible.

En la elaboración de este proyecto no solo es necesario un buen diseño, sino un trabajo de historia, documentación y análisis social, que permiten generar una situación que facilite el rescate, valoración y difusión de nuestro patrimonio, y que pertenece a nuestra cultura gráfica contemporánea. Este quehacer multidisciplinario permite enfatizar la labor social de la profesión, ya que no sólo estamos capacitados para vender productos, sino sobre todo para generar conocimiento.

Chile en Comic! es un proyecto que aporta a nuestra cultura y nuestra educación dado el trabajo de investigación realizado, una investigación de donde nos encontramos con cosas desconocidas por la mayoría de las personas y que merecen ser comunicadas. Enmarcado en la labor del Gobierno de rescatar y dar resguardo a todos los elementos históricos y patrimoniales de nuestra cultura, nacido de la necesidad de encontrar nuestra identidad en medio de un mundo globalizado de tal modo poder diferenciarnos y a la vez pertenecer a él, este proyecto presenta una alta factibilidad de ser llevado a cabo. Dada esta situación, y el interés de desarrollar este tipo de proyectos por parte de oficinas del estado como lo es la Comisión Bicentenario es que la materialización no es algo lejano.

Estamos llamados entonces, como profesionales gráficos, y como ciudadanos de este país a hacer todo lo posible por resguardar y difundir lo que nos es nuestro por derecho propio, porque es nuestro deber y por el sólo hecho de vivir en un lugar donde nuestra historia es contada con gran precisión, pero en lugar de documentalistas lo hicieron artistas, y en lugar de escribirse se dibuja.

CONCLUSIONES

1. AGAS, JOSMIG (s.a.)
El proceso de investigación. Santiago: Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, 45 pg.
(Serie de Documentos de Apoyo a la Docencia).
2. AGUILAR, XOMENA. Año 2004.
Programa de Comunicación Visual con fines Educativos, basado en un sistema de reconocimiento para el Parque Zoológico Funt Zoo.
Tesis de Diseñador Gráfico, Santiago, Universidad de Chile, FAU, 178 pg.
3. ARDURA, LORENA Y HONDUR, RICHARD. 1988.
La caricatura política en revista Topaze, un intento exploratorio.
Tesis de Periodismo, Santiago, Universidad de Chile, Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes, 100 pg.
4. BACZILLER, DANIEL. 1995.
Para entender el Cómic. Diseño nº 30, pg 42-47.
5. CARY, ALEJANDRINA Y HÉREA, MAGDALENA. 1999.
Chile: Crises con Historia. Chile: Editorial Los Andes, 222 pg.
6. COMTEBAS, ESTEBAN. 1999.
Imagen del Chileno en la crítica, la caricatura y la historiografía.
Tesis de Historia (Licenciatura), Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, 163 pg.
7. CUBRANCA, FRANCISCO. 2005.
La Carpa: una
Tesis de Diseñador Gráfico, Santiago, Universidad de Chile, FAU, 260 pg.
8. GARCÍA, LUIS Y GRIFFIN, ROMÁN. 1992.
El proceso del dibujo. Segunda Edición, Editorial Ediciones, Chile, 117 pg.
9. GONZÁLEZ, MIGUEL Y FORTANE, ARTURO. 1997.
Los Mitos de Atende. Tomo 2.
Tesis de Historia, Santiago, Universidad de Chile, Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes, 100 pg.

1. **AGAR, LORENZO. (s.a.)**
El proceso de Investigación. Santiago, Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales. 45 pg.
(Serie de Documentos de Apoyo a la Docencia)
2. **AGUILAR, XIMENA. Julio 2004.**
Programa de Comunicación Visual con fines Educativos, basado en un sistema de reconocimiento para el Parque Zoológico Buin Zoo.
Tesis de Diseñador Gráfico, Santiago.
Universidad de Chile, FAU. 178 pg
3. **ARDURA, LORENA Y HONOUR, RICHARD, 1988.**
La caricatura política en revista topaze, un intento exploratorio.
Tesis de Periodismo, santiago.
Universidad de Chile, Facultad de Filosofía, Humanidades y Educación, 298 pg.
4. **BERCZELLER, DANIEL, 1995.**
Para entender el Cómic. Diseño n° 30..pg 42-47
5. **CAREY, ALEJANDRINA Y PIÑERA, MAGDALENA. 1999.**
Chile: Chistes con Historia. Chile, Editorial Los Andes, 222 pg.
6. **CONTRERAS, ESTEBAN. 1999.**
Imagen del Chileno en la crítica, la caricatura y la historieta.
Tesis de Historia (licenciatura), Santiago.
Pontificia Universidad Católica de Chile, 163 pg.
7. **CURIHUINCA, FRANCISCO, 2005.**
La Carpeta Roja.
Tesis de Diseñador Gráfico, Santiago.
Universidad de Chile, FAU, 260 pg.
8. **GASCA, LUIS y GUBERN, ROMAN. 1992.**
El discurso del cómic. Segunda Edición.
España, Ediciones Cátedra. 717 pg.
9. **GONZÁLEZ, MIGUEL Y FONTAINE, ARTURO. 1997.**
Los Mil días de Allende, Tomo 2.
Chile, Centro de Estudios Públicos. 1682 pg
10. **GONZÁLEZ, RODRIGO.**
La Historia de Stan Lee, el creador de Spider Man que renovó el cómic. 2004.
La Tercera Sábado, Santiago, Chile. 26 junio, Cultura. Pág. 50
11. **HERNÁNDEZ, ROBERTO; FERNÁNDEZ, CARLOS Y BAPTISTA, PILAR. 1998.**
Metodología de la Investigación. México, editorial Mc Graw-Hill. 591 pg.
12. **LARA, RODRIGO, 1988.**
El nuevo Cómic en Chile.
Tesis de Periodismo. Santiago,
Universidad de Chile. Instituto de la Comunicación e imagen, 135 pg.
13. **MIÑANO, MARIA EUGENIA. 2003.**
Caricaturas con Historia.cl. Tesis de Diseñador Gráfico, Santiago.
Universidad de Chile, FAU, 111p
14. **PÉREZ, JOSÉ. 1972.**
Pequeña historia de la Historieta.
Tesis de Periodismo. Santiago,
Universidad de Chile. Instituto de la Comunicación e Imagen. 180 pg.
15. **SALFATE, JUAN ANDRÉS. 2004.**
Astro boy y Osamu Tezuka, el legado del Disney Japonés.
RTV, junio.. pg. 6
16. **SALFATE, JUAN ANDRÉS. 2004.**
Entrevista con un superamigo: El asombroso Stan Lee. RTV, diciembre.. pg. 23

17. **SAMARA, TIMOTHY. 2004.** Diseñar con y sin retícula. España, Editorial Gustavo Gili. 209 pg.
18. **ULIBARRI, LUISA. 1972.** Caricaturas de Ayer y Hoy. Chile, Editorial Quimantú. 95 pg.
19. **UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. 1998.** El Medio en el Diseño, Estudio sobre los problemas del diseño y su realidad con los medios de comunicación. Argentina, Editorial Universidad de Buenos Aires. 250 pg.
7. **DÍAZ, CRISTIAN.** Historia del Cómic chileno (1900 – 1973). (en línea). Tebeosfera. <<http://www.tebeosfera.com/Documento/Articulo/Especial/Chile/1900a1973.htm>>
8. **ERGOCOMICS.** El sitio de cómic chileno y latinoamericano. (en línea). <<http://www.ergocomics.cl>>
9. **GARCÍA, MIRKO.** Comunicación Visual (en línea) Image & Art. <http://www.imageandart.com/Tutoriales/teoria/comunicación_visual/Index.html>
10. **GARCÍA, MAURICIO.** Mayo, 2003. Deporte en la historieta Chilena. (en línea). Ergocomics. <<http://www.ergocomics.cl>>
11. **GARCÍA, MAURICIO.** Julio, 2003. Historieta de Humor Picaresco. (en línea). Ergocomics. <<http://www.ergocomics.cl>>
12. **GARCÍA, MAURICIO.** Diciembre, 2002. La ciencia Ficción en la Historieta Chilena. (en línea). Ergocomics. <<http://www.ergocomics.cl>>
13. **GARCÍA, MAURICIO.** Abril, 2003. La Historieta Bélica en Chile. (en línea). Ergocomics. <<http://www.ergocomics.cl>>
14. **GARCÍA, MAURICIO.** La historieta de Terror en Chile. (en línea). Ergocomics. <<http://www.ergocomics.cl>>
15. **GARCÍA, MAURICIO.** Topaze y la sátira política de 1931 a 1970. (en línea). Ergocomics. <<http://www.ergocomics.cl>>
16. **GIUNTA, NESTOR.** Orígenes de la Historieta en el mundo. (en línea). <<http://www.todohistorietas.com.ar/historia.htm>>

Bibliografía en Línea

1. **BIBLIOTECA LUIS ÁNGEL ARROYO,** Banco de la Republica, Colombia. (en línea) <<http://www.banrep.gov.co/blaavirtual.htm>>
2. **CÁCERES, MARTÍN.** La guerra que yo leí. (en línea) Ergocomics. <<http://www.ergocomics.cl>>
3. **CÓMIC-CHILE.**(en línea). <<http://www.comichile.cl>>
4. **CÓMIC EN TERRA. 2000.** (en línea). <<http://ww.terra.cl/comic/index.cfm>>
5. **CONTRERAS, DANIEL.** 12 Febrero 2002. El boom online del cómic chileno. (en línea). Mouse. cl.<<http://mouse.tercera.cl/2002/rep/12/02/>>
6. **CRÓNICA.** 18 Enero 2004. Condorito, Pepe Antártico y otros próceres. (en línea). Diario La Cuarta. <<http://www.lacuarta.cl/diario/2004/01/18/18.04.4a.CRO.HISTORIETA.html>>

17. **HUERTA, JAIME.** Themo Lobos, dibujante de historietas. (en línea). Image & Art. <<http://www.imageandart.com/tutoriales/comics/mampato/mampato.html>>
18. **KOTECOMICS.** El epicentro del cómic, cine y ciencia ficción (en línea) <<http://www.kotecomics.cl>>
19. **LOBOS, ANTONIO.** Marginalidad, Carnaval y humor. Tres personajes chilenos de los '90. (en línea). Ergocomics. <<http://www.ergocomics.cl>>
20. **MELIWAREN.** Cómic en Chile. 1998. (en línea). <<http://www.meliwaren.cl>>
21. **PÉREZ, OMAR.** Treinta años de Cómic Chileno. Desde el golpe de Pinochet a hoy. (en línea). Tebeosfera. <<http://www.tebeosfera.com/Documento/Articulo/Especial/Chile/1970a2000.htm>>
22. **TORRES, MANUEL.** 13 junio 2004. ¡Abran paso a "Buena Vista Cómic Club!" (en línea) Diario La Cuarta. <<http://www.lacuarta.cl/diario/2004/06/13/13.09.4º.CRO.BUENAVISTA.html>>
23. **VÁSQUEZ, SEBASTIÁN.** 22 abril 2000. Afición por cómics aumenta en la última década (en línea) La Tercera. <<http://www.tercera.ia.cl/diario/2000/04/22/t-22.21.3º.CRO.CÓMIC.html>>

Durante todo mi proceso de estudiante han existido muchas personas que me han apoyado y confiado en mi esfuerzo, y sobre todo han creído en mí. En esta última etapa de mi preparación quisiera agradecer a todas aquellas personas que me han ayudado en este largo camino, un poco más largo y tortuoso que el resto.

Quisiera expresar mi cariño a todos a aquellos profesores que fueron importantes en mi carrera y que hicieron posible lo que soy ahora. A aquellos que con insistencia me hicieron ver que podía ser una profesional, y a aquellos que, queriéndolo o no han marcado mi preparación con sus conocimientos y su paciencia, Y en especial al Sr. Alejandro Estrada, y al Sr. Carlos Morales, quienes como profesores guía, me apoyaron en esta segunda oportunidad, y me ayudaron en todo lo que pudieron para poder salir adelante.

A todos aquellos compañeros y amigos que me apoyaron y me ayudaron cuando los necesité, muy especialmente a Maida Correa y Patricia Gutiérrez, quienes han estado junto a mí en todo momento y cuando más las he necesitado, sobre todo cuando sentí que fallé y no era capaz de seguir adelante.

Mis agradecimientos finales son para mi familia, a mi papá, mi mamá, 'mi hija grande' que siempre ha confiado en mí, en todo momento, a mi hermana Paola por su paciencia y apoyo, a mi ahijada Emilia por existir y ser mi cable a tierra, y a un ángel que en vida me entregó su sincera amistad y me enseñó que en la simpleza está la verdadera belleza de las cosas y ahora desde el cielo es nuestro mejor santo en la corte.

Gracias a todos!

Gracias por todo!

JEAN PLANTUREUX, PLANTU:

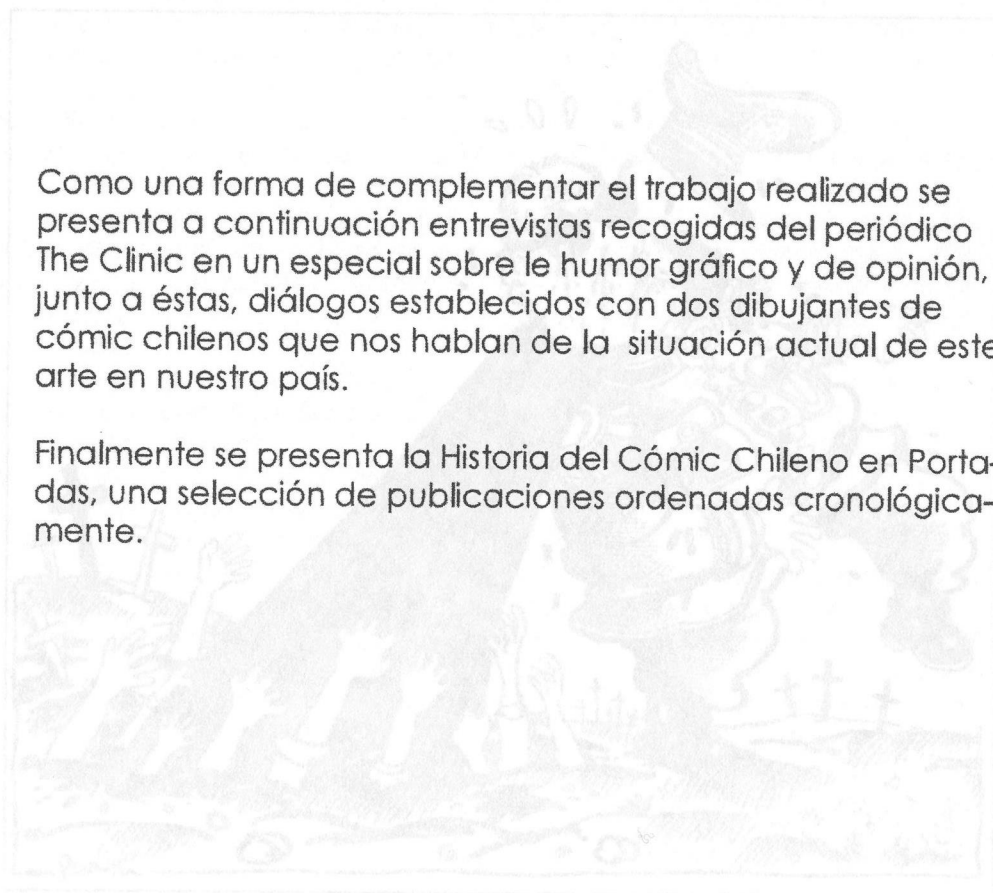
"EN POLÍTICA, LA IMAGEN NO ES LO
SUFICIENTEMENTE UTILIZADA"

SE INTERESÓ EN EL HUMOR POLÍTICO DURANTE LA REVOLUCIÓN DEL 68, EN PARÍS, CUANDO SE ENAMORÓ DE LOS NUEVOS DIBUJOS QUE SALÍAN EN LA PRENSA, EL DIBUJO-BORRADOR, IMPERFECTO, QUE VIÑO A REEMPLAZAR LAS BELLEZAS COMO LAS QUE HACIA EN SU TIEMPO. "ERA HECHO IMPERFECTO A LOS SE DIERON CUENTA DE QUE ERA MUY EFICAZ, EL COMPACTO PROVOCA IMPACTO", CUENTA, LA SEMANA PASADA PLANTU VIÑO A CHILE, INTERESADO EN CONOCER A LOS CARICATURETAS QUE SE REÍAN DE PINOCHET.

Por Equipo The Clinic

Como una forma de complementar el trabajo realizado se presenta a continuación entrevistas recogidas del periódico The Clinic en un especial sobre el humor gráfico y de opinión, junto a éstas, diálogos establecidos con dos dibujantes de cómic chilenos que nos hablan de la situación actual de este arte en nuestro país.

Finalmente se presenta la Historia del Cómic Chileno en Portadas, una selección de publicaciones ordenadas cronológicamente.



JEAN PLANTUREUX, PLANTÚ:

**“EN POLÍTICA, LA IMAGEN NO ES LO
SUFICIENTEMENTE UTILIZADA”**

SE INTERESÓ EN EL HUMOR POLÍTICO DURANTE LA REVOLUCIÓN DEL 68, EN PARÍS, CUANDO SE ENAMORÓ DE LOS NUEVOS DIBUJOS QUE SALÍAN EN LA PRENSA, EL DIBUJO-BORRADOR, IMPERFECTO, QUE VINO A REEMPLAZAR LAS BELLEZAS COMO LAS QUE HACÍA HERGÉ. PADRE DE TIN TIN. “ERA HECHO IMPERFECTO A PROPÓSITO, Y TODOS SE DIERON CUENTA DE QUE ERA MUY EFICAZ. EL COMPACTO PROVOCA IMPACTO”, CUENTA. LA SEMANA PASADA PLANTÚ VINO A CHILE, INTERESADO EN CONOCER A LOS CARICATURISTAS QUE SE REÍAN DE PINOCHET.

Por EQUIPO THE CLINIC



¿Tú vienes del dibujo u optas por el dibujo como una manera de hacer política?

Quería hacer imágenes, y enseguida me ganó el amor por la política, pero nunca cuando era joven me planteé convertirme en un dibujante político. Es algo que se dio solo. Sí me di cuenta que era algo que se esperaba en los diarios.

¿Cuál fue tu primera caricatura?

Es un dibujo del año 77. Una paloma que hace referencia a los acuerdos hechos en París en relación a la guerra de Vietnam. Fue publicado en Le Monde. Yo trabajaba en las galerías La Fayette, una multitienda, vendiendo muebles, y siempre dejaba mi dibujo en el diario antes de ir al trabajo. Un día se publicó un dibujo, dos, tres y así empezó la historia. Finalmente me di cuenta de que realizaba un oficio. Jamás me planteé la idea de poder vivir de un oficio artístico porque yo venía de un medio social simple y en mi familia nunca existió la posibilidad de ganarse la vida haciendo dibujos.

¿Por qué te parece que es importante el humor político?

Hoy en Europa se está instalando lo políticamente correcto, y me escandaliza que cada vez más se utilice una imagen como algo bonito. Los medios usan imágenes que no molestan. Por ejemplo, un diario alemán pone arriba del tema principal unas fotos maravillosas y uno piensa que corresponden a una publicidad de un celular o algo así. Siento que la imagen cada vez más se vuelve algo menos molesto. Además, los periodistas han perdido total responsabilidad de las fotos que quieren que vaya en su artículo. En mi diario hay una voluntad casi inconsciente de considerar al dibujo como un tapahoyos. Si les falta algo para cerrar la página, ponen un dibujo, en vez de preguntarle a los dibujantes que tienen en las vísceras, que les parece importante de contar. Entonces al dibujante le cae encima el tema, lo puede tratar muy bien, pero no viene de él, no lo remueve profundamente. Es una utilización de la imagen olvidando que su función es atacar y reivindicar. Por ejemplo, en este momento en París hay una exposición de Daumier. Toda su historia se trata de una pelea contra el poder. En 1840 había hecho unas pequeñas

esculturas de políticos, yo también las hago, entonces me pidieron que yo pusiera dos esculturas mías. El comisario del museo no quiso mi escultura del presidente Jacques Chirac, porque es intocable, tampoco la de Françoise Mitterrand porque la antigua amante de éste forma parte del comité del museo. Entonces, hacen publicidad sobre la libertad de expresión de Daumier y luego rechazan las esculturas... Por eso el dibujo político es una guerra que hay que mantener.

¿Cómo se relaciona tu trabajo con el poder político desde Le Monde?

No tengo tantos problemas. De vez en cuando hay un político que dice que no le gustó la caricatura, pero no arriesgo nada. Yo preferiría que hubiese un nesgo con el poder político, hay como una poca consistencia instalada.

¿No hay recepción o efectos, o llega un momento en que da lo mismo la caricatura política?

El problema es la poca consistencia en Francia. Te hacen creer que hay un partido en el poder que es de derecha y que hay otra alternativa

representada por el Partido Socialista. Yo pienso que eso es un escándalo porque no hay nada que esperar de unos ni de otros. Y la prensa que es de izquierda se acomoda muy bien en medio de todo eso. Es algo que me hace rebelarme mucho contra mi propio medio. Hay signos fuertes de que Francia puede irse hacia algo muy fuerte que fue lo que se expresó en el voto negativo para la unión Europea, y nadie en la prensa da cuenta de lo que va a suceder ya que al parecer no estamos preparados. Tenemos una élite política y medios de comunicación que le explican a Francia que tiene que votar "SI", y Francia vota "NO", entonces algo pasa.

¿Qué dibujó para el voto "NO"?

Hice vanos dibujos. Hace 6 meses tenía la intención de votar no. Los 6 meses que siguieron estaba seguro que iba a votar en blanco. Porque creo que hay que respetar a la gente que se rebeló y votó que no. Al final, voté que si. El diario aceptó todas mis diferentes posturas, aunque están convencidos de que voté "no". Al final dibujé una isla desierta donde la gente se detesta y se agrede, que es Francia, y a lo lejos se ve un

viejo galeón, con las 25 velas de la Unión Europea, alejándose. Lo que a mí me interesa es la división de Francia, que creo va a ser cada vez más serio.

¿Ha dibujado alguna vez a sus editores?

No lo hago bastante. Hace poco estuve en Brasil y me di cuenta de que para ellos es super natural burlarse unos periodistas de otros. Yo tengo una relación bastante particular con mis editores. Son muy susceptibles, así que prefiero discutir con ellos por mis ideas políticas y algún día enfrentarlos con el dibujo.

¿Hay una mirada general que considere el humor en Le Monde?

No. Hay una nueva maqueta que se está instalando en el diario. Todo se está haciendo en secreto, no tengo idea qué lugar tendrán, los dibujantes. Pero si sé qué les voy a preguntar cuando esté lista: ¿dónde van a colocar el humor?. Creo que no tienen la respuesta. Me doy cuenta de que no se plantean esa pregunta.

¿Cómo es la relación con los lectores?

Siento un tremendo apoyo de su parte. Yo creo que es mi soporte más grande. Hace tres años me opuse a la dirección del diario y si no fuera por los lectores, me echan.

¿Cómo es su relación con los políticos?

No tengo relación, no tengo amigos políticos, tampoco busco tenerlos. Pero si muchas veces sostengo que soy un enamorado de la política y respeto mucho a los hombres y mujeres que la ejercen. Los critico pero no tengo ganas de matarlos. Cuando tengo la suerte de encontrarme con un político, lo hago dibujar. Cuando Yaser Arafat me quiso conocer en el 91, yo le dibujé una bandera blanca y él dibujo los colores. En esa época no era capaz; de reconocer el estado de Israel, pero pudo dibujar la bandera y la estrella de David. Después la firmó y el mismo dibujo fue firmado, más tarde, por Simón Pérez. Pienso que el dibujo político podría ser ocupado por los hombres políticos. En política, la imagen no es lo suficientemente utilizada. Los periodistas de la televisión debieran enfrentar a

los políticos cara a cara con las imágenes de los problemas que requieren solución, por ejemplo, una foto de la pobreza. Eso es algo que debe ser inventado: hacer entrar al hombre político en las imágenes, frente a dibujos, fotos, esculturas.

¿Tienes alguna opinión del dibujo político chileno?

Discuté con Jimmy Scott y Hervi y siento que tengo mucho que aprender de la manera en que trabajan. El tiempo que se toman para dibujar es muy importante, un verdadero lujo que yo no tengo.

Ellos trabajan en diarios muy conservadores, ¿se puede hacer buen humor desde una plataforma así?

Me encantaría que Jimmy Scott fuera más agresivo con la dictadura, pero como es un tremendo dibujante de Todas maneras, llega a expresar una fineza y un humor impresionante.

¿Cómo es la ocurrencia de las caricaturas de riñón sacas la inspiración, es inmediata o tienes que pensar?

Estaba pensando en el proceso. De pronto hay que leer toda la noticia y dibujar en todos los momentos lo que yo hago es leer por lo menos tres diarios, más las noticias de la televisión para tener una idea de las noticias que se prestan para una situación de humor. Que sea una noticia que esté en el conocimiento de la mayor cantidad de gente, de repente hay un tema muy bueno, pero si no es una noticia que esté en el tapete no sacas nada con hacer un buen chiste. Después, hago una lista de los temas posibles y me pongo a pensar en las posibilidades de esos temas, y esto no tiene nada de espontáneo, me chistoso como la gente se imagina. Es un proceso bien serio y aburrido.

¿Pero a él le dan idea?

No, solamente a lo que me acuerdo más o menos directamente.

¿Hay personajes fáciles de caricaturizar?

Hay más fáciles que otros. Pero entre los más son los que son los más buenos.

Hernan Vidal, Hervi:

"A PINOCHET NO LO DIBUJÉ NUNCA Y SIN EMBARGO APARECÍA"

SUS CARICATURAS HAN RETRATADO LOS ÚLTIMOS 25 AÑOS DEL PAÍS. LA DICTADURA, LOS DERECHOS HUMANOS, PINOCHET, LA VUELTA A LA DEMOCRACIA, LAS CORRUPCIONES. EL OJO DE HERVI SE HA POSADO TODOS LOS DÍAS EN LA HISTORIA NACIONAL. Y HA CONSEGUIDO SACAR CARCAJADAS POR MONTSERRAT MADARLAGA



- Perdona que te tutee jefe, pero es para explicarte algo:
¿te has fijado cuando vendes armas, el lío que armas?

¿Cómo se te ocurren las caricaturas, de dónde sacas la inspiración, es inmediato o tienes que pensarlo?

Es bastante más aburrido el proceso. De partida hay que leerse todas las noticias y ojalá en todos los medios. Lo que yo hago es leer por lo menos tres diarios, más las noticias de la televisión para tener una idea de las noticias que se prestan para una situación de humor. Que sea una noticia que esté en el conocimiento de la mayor cantidad de gente, de repente hay un tema, muy bueno, pero si no es una noticia que esté en el tapete no sacas nada con hacer un buen chiste. Después, hago una lista de los temas posibles, y me pongo a pensar en las posibilidades de esos temas, y eso no tiene nada de espontáneo ni chistoso como la gente se imagina. Es un proceso bien serio y aburrido.

¿Pero a ti te dan risa?

No, para nada. A lo sumo quedo más o menos satisfecho

¿Hay personajes fáciles de caricaturizar?

Unos más fáciles que otros. Obviamente los feos son más fáciles, los más buenos

mozos o mozas son muy difíciles porque no tienen rasgos característicos sobresalientes. Obviamente una narizota grande es más identificable en una caricatura que una normal.

¿De los políticos chilenos cuales son más fáciles de caricaturizar?

Mira, a mí me cuesta bastante, llego a una síntesis después de muchos ensayos. Actualmente no me cuesta nada, lo hago sin mirar la foto, a Joaquín Lavín o Zaldívar, al mismo Insulza o a Lagos. Pero hay unos que son re difíciles, por ejemplo, Sebastián Piñera es muy difícil, muy difícil, porque tiene rasgos muy normales, no tiene nada exagerado. Igual que algunas mujeres, la Michelle Bachelet y la Soledad Alvear son difíciles.

¿Cómo saber qué rasgo resaltar?

Hay que hacer muchos ensayos y de repente das con el clavo de que era característico de la persona, De repente son cosas que pasan muy desapercibidas como la forma de la boca o un pequeño detalle que se le había pasado por alto y ese es.

¿Cuál es el rasgo característico de Lavín?

Tiene la cara corno de mazapán o plasticina, como moldeada a mano. Tiene los labios muy gruesos. Tiene una frente como angosta y ancha y el pelo aplastado contra ese casco.

¿Y la Michelle Bachelet?

Yo creo que el pelo tiene una melena ondulante sino un poquita tiesa como de paja

¿Y Sebastián Piñera?

tiene un pelo muy cuidadito como de peluquería y no tiene otras características

¿Cuál es la imagen de Lagos?

Yo lo dibujo un poco ceñudo, un poco preocupado Siempre se ve que el tipo esta como pensando profundamente en algo. Aunque sonrío, no es su característica estar sonriendo.

¿Se puede capear la censura con el humor? Durante la época de la dictadura tu hiciste mucho humor...

Yo creo que una de los terrenos más fértiles para

el humor son los periodos de censura, es cuando más usan el ingenio de los dibujantes para esquivarla. Por ejemplo, el hecho de haber hecho tantos chistes de Pinochet sin haberlo dibujado nunca durante esos 17 años. No lo dibujé no más, sin embargo aparecía, de forma elíptica, pero aparecía.

¿Tú crees que son muy serios en la prensa chilena o el humor político tiene buen lugar?

Yo creo que es bastante serio el panorama editorial chileno y me da mucha pena que algunos diarios simplemente hayan eliminado el dibujos en las editoriales o en las paginas de opinión. Creo que va en el sentido contrario del resto del mundo. Se ve en todas las publicaciones extranjeras cada vez más la inclusión del humor porque es un gancho insustituible. En revistas como Newsweek no aparece una sino cinco o seis caricaturas, o como el mismo Le Monde donde hay un verdadero equipo dibujante humorístico repartiéndose los temas para no toparse.

¿Qué representa para ti el humor después de tantos años de trabajo?

Para mí es una forma de expresión, de comunicación. Desde muy chico se me dio este juego, pero a medida en que empecé a publicar y darme cuenta que eran leídos por otras personas, me di cuenta de que era un lenguaje. Puede ser para hacer reír o para contar historias en el caso de las historietas o comunicar ideas en el caso del humor político

¿Y a ti en lo particular qué te causa risa?

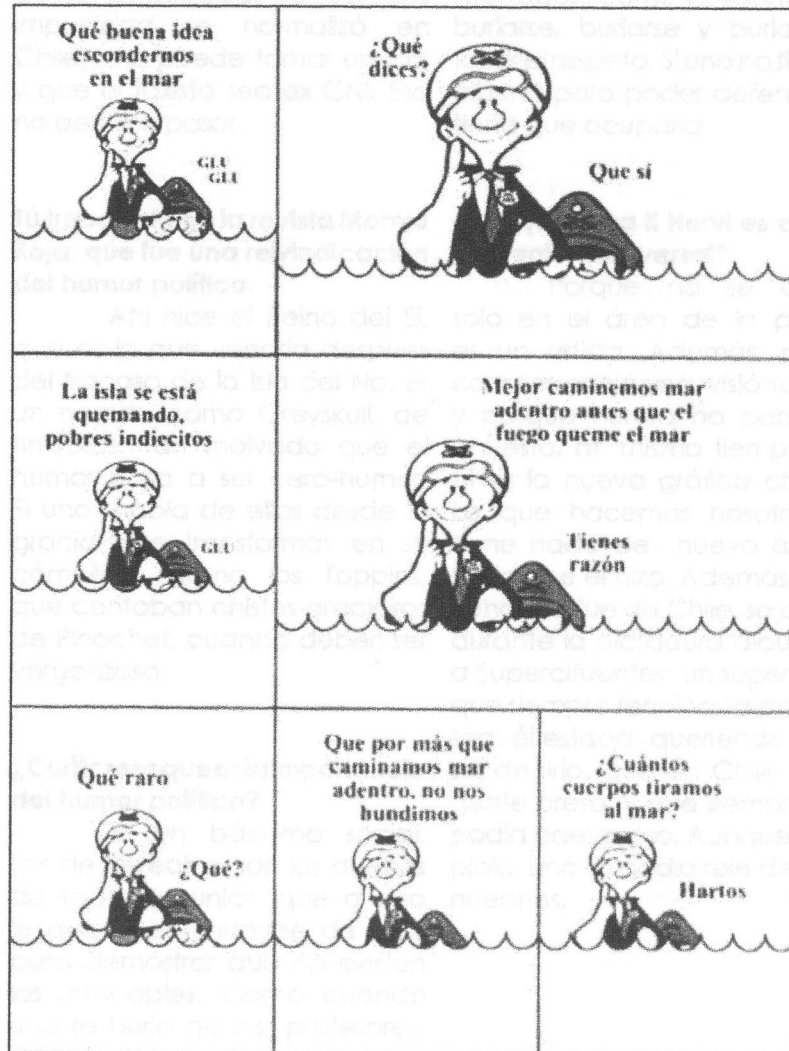
Jejejee, tantas cosas. Algunas situaciones familiares y algunas lecturas, por ejemplo Roberto Fontanarosa me hace reír harto, hasta atontarme de risa.

Rodrigo Salinas y la Isla del No

“EL HUMOR POLÍTICO ES LA DEMOSTRACIÓN DE CIERTAS LIBERTADES”

APLAPAC Y LA NUEVA GRÁFICA CHILENA PREPARAN UNA COLECCIÓN DE LIBROS DE HUMOR. ENTRE LOS DIBUJANTES, SE ENCUENTRA SALINAS Y SU ALUSIVA ISLA DEL NO. DESDE AHÍ, TIRA SUS DARDOS A LAS FLAQUEZAS DEL CHILE DEMOCRÁTICO.

POR MONTSERRAT MADARIAGA



¿Cómo nació el proyecto de La Isla del NO?

Cuando gana el No, Herví hace un póster que se llama "Anonadamiento General". Inventó el mundo del No, donde todo, las nubes, los árboles y la gente son del NO, y todo es feliz. En el fondo es la alegría ya viene. Es hermoso porque es una apología a la alegría y todo dice NO, siendo que el NO es la negación. Pasó el tiempo, me invitaron a la exposición Transformer para hacer un trabajo acerca de la Transición. Entonces a partir del póster de Herví hago "La Isla del No". La historia empieza con el triunfo del NO. Es una clara alusión a la Concertación: un grupo de indiecito se organiza para construir una sociedad articulado por la alegría y el entusiasmo, pero también por la inexperiencia. Entonces, los mueve las ganas de sin saber bien que hacer. Al final, la isla caga por la confianza y la traición de otros. No me cabe la menor duda de que en la Concertación tienen buenas intenciones, pero también hay unos frescos de raja, que las boicotean.

¿Dentro de la Concertación?

Claramente. Siempre hay frescolines, como los Tombolini. Los de la Concertación no pueden equivocarse en nada porque los otros hueones están pendientes. ¡No debieran ni siquiera tomar para no darle razones a los otros! Lo mismo de ahora con los parientes de Lagos, aunque sean muy capaces, no pueden trabajar ahí, porque están dándole la razón a la derecha para decir "¡viste!" Lo que deberíamos asociar es que los de la derecha son los ladrones

¿Llegas a alguna conclusión en la tira cómica?

La Isla se acaba. Mi teoría es que nunca ganó el NO. Se dio demasiado tiempo para que el país sanara sólo, cuando

había que acelerar procesos. Que Pinochet caiga por plata es como Al Capone, ¡es terrible, debería haber caído preso al día siguiente! Se hizo caso omiso a muchas cosas en pro de la estabilidad. La palabra impunidad se normalizó en Chile. Uno puede tomar un taxi y que el taxista sea ex CNI. Eso no debiera pasar.

Tú trabajaste en la revista Momia Roja, que fue una reivindicación del humor político.

Ahí hice el Reino del Sí, que es lo que vendría después del fracaso de la Isla del No. Es un mundo como Greyskull, de tinieblas. Tan malvado que el humor pasa a ser cero-humor. Si uno habla de ellos desde lo gracioso te transformas en su cómplice. Como los Toppins, que contaban chistes graciosos de Pinochet, cuando deberi ser vergonzoso.

¿Cuál crees que es la importancia del humor político?

Es un bálsamo social. Los de derecha son los dueños de todo. Lo único que a uno le queda es burlarse de ellos para demostrar que no existen los intocables. Como cuando uno se burla de los profesores,

ellos tienen la autoridad de ponerte una mala nota, pero uno puede hacerles caricaturas, mostrárselas a los compañeros y burlarse. El humor político es la demostración de ciertas libertades, como la libertad de burlarse, burlarse y burlarse, y faltar el respeto. Si uno no tiene la tribuna para poder defenderse, tiene que ocuparla.

¿Por qué para ti Hervi es el gran referente transversal?

Porque no se queda solo en el área de la preense, es un artista. Además, por su consecuencia en su visión crítica, y porque nunca ha parado y ahí está, al mismo tiempo que él es la nueva gráfica chilena. Lo que hacemos nosotros no tiene nada de nuevo al lado de lo que él hizo. Además, Hervi nunca se fue de Chile, se quedó durante la dictadura dibujando a Supercifuentes, un superhéroe que siempre terminaba preso. O sea, él estaba queriendo decir, sin decirlo, que en Chile había gente presa, y que siempre uno podía caer preso. Aunque fuera piola, uno se podía reír de estos hueones.

HUMOR, POLÍTICA Y SENTIMIENTOS

POR ALEN LAUZAN

A mediados de los ochenta, Quino le preguntó a Fidel Castro si a él se le podía caricaturizar. La respuesta fue drástica: "le autorizo hacer todas las que quiera, siempre que no sean en contra de la revolución, porque si no, le tengo que poner preso". Por primera vez, se juntaban dos grandes humoristas de la historia.

El trabajo de caricaturista político es un oficio solitario, lleno de censura y autocensura. Noticias buenas y dibujos espantosos, despidos por la llegada de un director sin sentido del humor, esposas que piden otra forma de ganarse el pan para evitar que dibujemos los fines de semana y -muchas veces- ser subestimados por artistas y críticos; porque trabajamos rápido, a base de líneas simples, y sin mucho tiempo para meditar y concentrarnos.

Se debe tener cierta cultura y estar bien informado. Desde recesiones económicas, hasta los lateros discursos presidenciales.

El anhelo de los dibujantes políticos es satisfacer (en lo personal, sin color político) el instinto de trasladar al papel un tema importante. Lo contrario es una batalla por la subsistencia.

Cuando dibujo a Pinochet o Fidel siempre aparece un amigo - chileno o cubano-molesto, "Te van a meter preso", "tú no tienes sentimientos", "son señores mayores", me dicen. Además de solitaria, esta es una pega sin sentimientos.

estas encuestas?

Es una pregunta que me da un poco de miedo, porque yo estoy desde la perspectiva del creador, creo que al lector hay que preguntarle eso.

Juan Carlos Cabezas,

36 años

Guionista, dibujante de cómic.

Dueño de Editorial Montealegre

Profesor de Cómic, Ilustración y Edición

Gráfica de Instituto Alpes

1. ¿Cuál ha sido tu relación específica con el cómic?

Yo partí metiéndome en el cuento de la creación artística de la pintura, y de la pintura siento la necesidad de comunicar más allá de un puro cuadro, necesitaba en el fondo generar historia, no la tenía muy claro. El asunto es que incursiono en el cómic, tengo la opción de imprimir y vengo a Santiago al Paseo Las Palmas, donde se juntaban metaleros, punkys, y llegué a ofrecer la revista de mano en mano... así de sencillo

2. ¿Cómo un Fanzine?

La verdad es que yo no partí con la fotocopia, esto era off set, la fotocopia no tiene nada que ver conmigo... El asunto es que tiene buena venta ese fin de semana, sigo yendo el siguiente, el tercero, saco luego el número dos, el número tres de la revista, de ahí sale el contacto con una revista que ya estaba circulando en quioscos, que era Bandido, empiezo a publicar con ellos y de repente ya me veo metido en esto, entonces sigo trabajándolo y de ahí después, bueno, veo que esta cosa está funcionando y me voy por la parodia que es lo que he estado haciendo hasta esta fecha

3. ¿La parodia es lo que te gustaba hacer?

Es que depende, si me hubieras hecho la entrevista en la época de Anarko te hubiera dicho otra cosa, en esa época había hecho parodia también, pero para mí eran dos cosas que las podía trabajar tranquilamente, así que mientras más diversidad mejor...

4. ¿Los dos estilos te gusta realizar?

Obviamente, el Anarko requiere mucho más tiempo, mucho más esfuerzo, era delicado en cuanto a movimiento de plata. La parodia es "un poco más fácil", igual es complejo, pero se me hacía más fácil porque el dibujo era más rápido, ósea ahora me he ido por ahí porque trabajo con un equipo de gente, hemos reducido fechas de 5 meses a 1 mes de trabajo. Con el equipo han salido un millón de cosas que uno no ve al trabajar solo, entonces por eso es interesante la parodia

5. Al momento de trabajar ¿cómo haces, por ejemplo, una parodia?

Bueno, lo primero es tomar la decisión de que película

se va a parodiar, se analiza, es decir se ve la película 2 - 3 veces o la cantidad que se requiera, y se analiza si realmente se puede parodiar, cuantos chistes se le puede sacar a esto, y una vez que se encuentra una x cantidad de chistes uno empieza a buscar la médula, de donde me voy a colgar como parodia, porque una cosa es llenarlo de chistes y otra cosa es hacer una buena parodia, con un buen guión... una vez termina ese segundo análisis y se descubre una esencia, uno empieza a planificar la perspectiva de la creación en cuanto hay que estructurar una cantidad de viñetas que van a ir, cantidad de páginas, como se va a ir desarrollando la parodia ahora en las páginas, y una vez que está visualizada la ilustración, el story board, se toma la decisión de quien va a dibujar figura humana, a quienes los personajes, los fondos, nos separamos, cada uno por su lado, después nos juntamos, se cuadra todo y de ahí comienza la parte digital

6. ... armar todo para llevarlo a imprenta?

Exactamente.

7. Del cómic chileno ¿qué aspectos negativos y positivos pu-

¿Puedes encontrar?

Esa es una pregunta que me aburre un poco responderla, porque yo estoy desde la perspectiva del creador, creo que al lector hay que preguntarle eso.

8. Bueno entonces desde el punto de vista de la creación...

Bueno, falta que la gente sea más osada, de todas maneras creo que deberían ser más osados. Yo por lo menos puedo decir que tengo influencias norteamericanas, europea, que sé yo, que es normal que uno tenga influencias, igual trato de mantener una comunicación con mi gente, con mi país más que estar pensando en el exterior, eso es algo secundario. Si me va bien aquí después veo que hago afuera. Entonces en ese sentido creo que falta un poco más de agallas para lanzar el producto, por lo general están sacando copias de otras cosas, y hay que competir contra eso al mercado que tienen tomado y más encima que hay que competir con la calidad ilustrativa, la calidad de guión, que es delicado. Creo que se puede hacer pero hay que tener cuidado, más que nada es eso, veo que no tienen la fuerza, las agallas de pegarse el salto y

mantenerse en el tiempo, yo por lo menos estuve 10 años reventándome y recibiendo muy pocos ingresos...

9. ¿Qué medios de Promoción has utilizado para dar conocer tus historias?

Creo que el mismo trabajo, el hecho de publicar y que se venda... por cada revista hay 10 lectores, que es el rango que se utiliza, entonces por 1.000 ejemplares, hay 10.000 lectores que de una u otra manera la vieron y la van a comentar también. Entonces mientras más tiraje hacia yo, mientras mejor ventas tuvieran, más comunicación iba a ver frente al trabajo nuevo que estaba haciendo. Mi filosofía es un buen trabajo y producción, sacar, sacar, sacar, hasta que si el trabajo es verdaderamente bueno se va a posicionar solo.

10. ¿Para ti eso ha sido suficiente o esperas tener otros medios?

Es que depende de las metas. En mi caso hay dos metas: una hacer lo que me gusta hacer, que no es solamente el cómic sino que la comunicación en sí, que es lo que me interesa realmente, y por otro lado está la perspectiva del comercio,

tengo que vender tantos miles de ejemplares, no solo para salvarme yo, sino que para salvar a mi gente y mantener esta maquina activa y mover buenas platas y eso significa que tengo que tener mayor publicidad. Y en ese caso la web fue una ventana ideal cuando aparece, para mi fue caído del cielo: si se puedo hacer páginas y es barato dentro de todo y te conocen en todo el mundo... hay que pudo hacerlo.

11. Claro, estas todo el día presente, y esto ¿ha sido una ventaja importante?

Sí, por supuesto. Por lo menos nosotros tenemos contador de visita, y estaos hablando de unas 6.000 visitas al mes, y de distintas partes del mundo... no hay nada que decir ahí.

12. En los distintos tipos de festivales y ferias... has participado activamente en ellos?

Sí, en los primeros sobre todo. Estamos hablando del I y II Salón del Cómic, que fueron eventos bien grandes en Valparaíso y Viña del mar.. Y bien, con muy buena organización por lo general, como llevo 18 años es este asunto, y cuando veo que los eventos no van de

acuerdo a mis pretensiones, prefiero no ir simplemente. Además ya no tengo mucho tiempo para eso.

13. Y en general, ¿esas son buenas instancias para dar a conocer cómic?

Por supuesto, todo evento que se haga es una excelente instancia.

14. ¿Qué problemas has tenido para publicar?

Junta la plata. Es lo único, porque un lápiz y un papel y las ganas superan cualquier valla. La plata podríamos decir que es un elemento detonante en todo este cuento... si se invierte y el producto es malo te vai a la cresta con la plata, y si me va bien y me recupero, gano y puedo seguir con la maquina, entonces estamos hablando de un muy buen guión, un muy buen trabajo ilustrativo que supuestamente asegure la venta y que también es un muy buen punto de analizar. Por lo general muchos se pegan el salto, pero no tienen la venta y para mi eso es lo que me marca la diferencia, una cosa es publicar y otra cosa es publicar y vender.

currimos a la radio, si podemos ir a la televisión vamos, el asunto es promover. El festival es una promoción más dentro de todo y el apoyo audiovisual también lo es, para reforzar lo mismo, todo el cuento de la revista... sería malo a esta altura encerrarnos en la revista, yo creo que la idea es expandir, abrir horizontes.

5. ¿Cómo nace la idea de hacer este festival?

Lo del festival nace producto de que necesitamos más difusión, y lo que había en ese minuto era muy escaso, solamente hay un par de librerías especializadas y la gente que puede contactarse con los kioscos lo hace y distribuirlo, y los que cuentan con mayor capital lo distribuye a nivel nacional, pero son contados los casos que pueden hacer eso. Y con el festival la misma cosa, consiguiendo recursos, hablando con organizaciones culturales y es bastante trabajo de ese punto de vista, pero autogestión siempre, contactando los medios, contactando a alguna entidad que nos pueda dar algún financiamiento, consiguiéndonos un lugar gratis en lo posible, donde poder hacerlo... lo que también es importante es bus-

car el apoyo de la gente que normalmente no es el público común de cómic, porque hay mucho público que desconoce, y hay una barrera, y digamos que el común de la gente. Normalmente a los festivales van el mismo público de siempre, que es el que se entera, averigua donde va hacer, compra su revista, pero también queremos al que no conoce y no tiene idea de que se están haciendo cosas aparte del Condorito...

6. ¿Tu siempre has estado en la organización?

Sí. Claro.

7. ¿ Con cuantas personas más trabajas?

Yo trabajo con hartas personas que están como surgiendo dentro del tema, y que tienen sus primeras publicaciones, ellos son los más entusiastas. Hay algunos dibujantes con más experiencias que no tienen tantas ganas de ir 3 o 4 días a un festival y de llevar sus productos, normalmente es gente más joven la que está con las ganas de mostrar su material. Pero igual hay dibujantes que siempre están y siempre tienen ganas de ir a pesar de que a lo mejor no están tan vigentes

pero con harto animo y entusiasmo para darse a conocer.

8. ¿Piensas hacer este festival por más tiempo?

Yo creo que si, todo lo que se pueda, de hecho estamos pensando hacer uno en octubre o noviembre, siempre tratando de hacer más amable las cosas porque hemos tenido malas experiencias en cuanto a la acogida, en cuanto a los medios que nos puedan favorecer. Cuando trabajamos con gente normalmente es la que trabaja en el lugar donde lo vamos a hacer... igual nos han pasado buenas y malas experiencias pero al final te das cuenta que igual es necesario, es una de las pocas posibilidades que tenemos nosotros para darnos a conocer.

9. ... o sea ese es el fin principal... ¿darse a conocer ala gente que no conoce del cómic?

Exacto, además llama la atención, porque hay cierto grupo que sigue a os dibujantes y nosotros apostamos a que cada vez más gente conozca lo que hacemos y no en forma individualista como alguien podría imaginarse, también apuntando a una cosa general, estamos di-

fundiendo una actividad, no el trabajo de una persona.

10. ¿De qué manera van buscando los lugares que ocupan?

Más que nada por las facilidades que nos puedan dar: vamos, preguntamos como nos pueden acoger, como nos podemos distribuir... nosotros trabajamos con mesas, alrededor de 6 a 7, en el mejor de los casos 10 o 12, dependiendo del lugar y de la administración del lugar. La idea es contar con el apoyo de la gente que se va a poner con el lugar, ojalá, si se puede, que nos financien un afiche por ejemplo, porque igual ellos les beneficia mucho tener una actividad cultural donde ellos trabajaran...

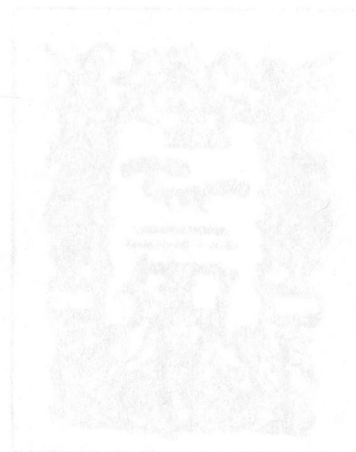
11. ¿En qué lugares has estado con el festival?

bueno, en la galería Drugstore, en lo que fue la sede de la Fech, también hemos hecho en Balmaceda 1215... en realidad siempre son lugares ligados a la cultura o que quieren incentivar la parte cultural, y que también quieren tener un objetivo comercial para que la gente que no visita regularmente el lugar lo conozca...

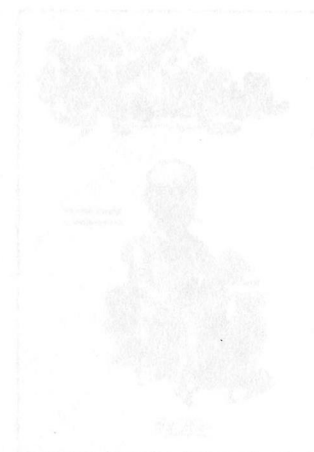
12. Hablando más o menos de la gente que va, ¿es diverso, o no?

yo me he dado cuenta lo bueno de hacer esta cosa en lugares públicos, es que llega gente que normalmente no conoce las revistas, no conoce el trabajo que hay detrás de todo lo que se organiza y en el fondo eso es lo que nos pone contentos a nosotros, lo que creo que cumple el objetivo, lo de encontrar a esa persona que no nos conoce, que no sabía que se estaban haciendo cosas

CÓMIC CHILENO EN PORTADAS



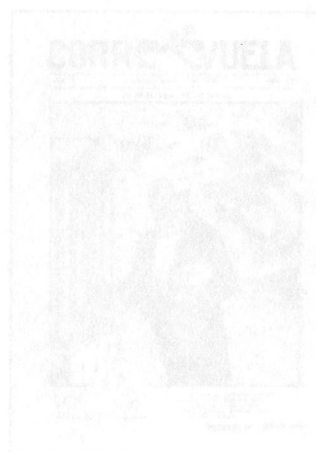
1858 - Correo Literario



1897 - La Revista Cómica



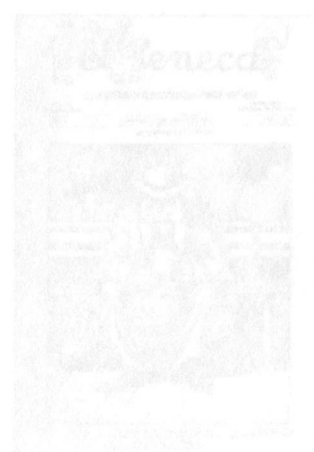
1906 - Sucesos nº 213



1908 - Correo Vuela

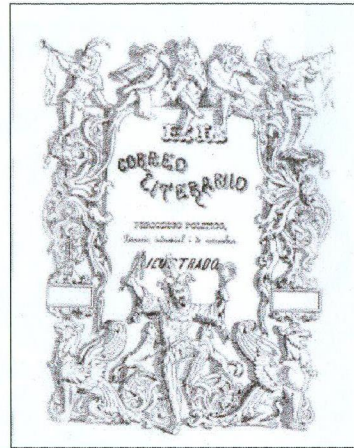


1908 - El Periódico

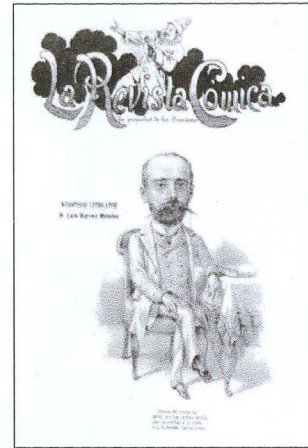


1910 - El Periódico nº 5

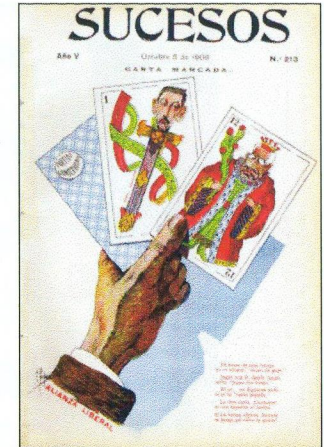
HISTORIA DEL CÓMIC CHILENO EN PORTADAS



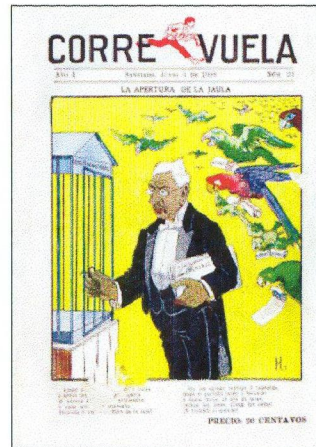
1858 - Correo Literario



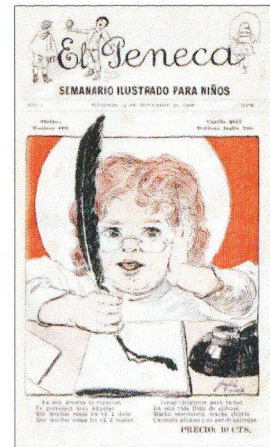
1897 - La Revista Cómica



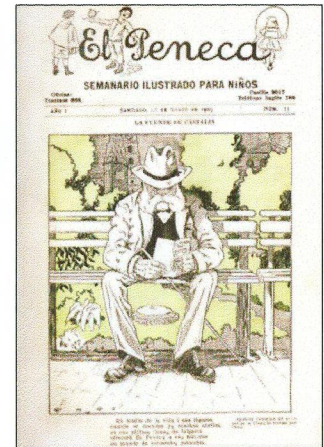
1906 - Sucesos nº 213



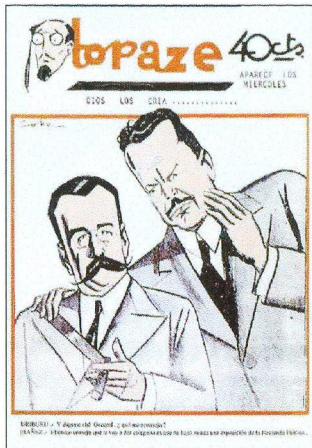
1908 - Corre Vuela



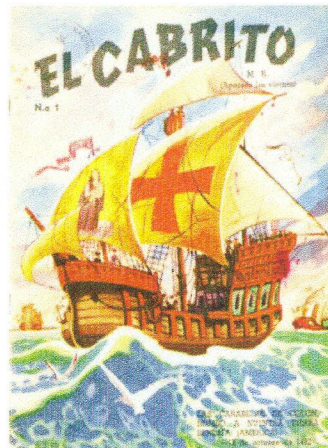
1908 - El Peneca



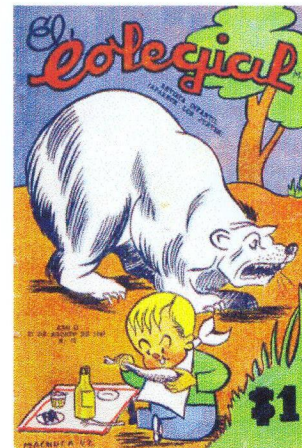
1908 - El Peneca nº5



1932 - Topaze N° 1



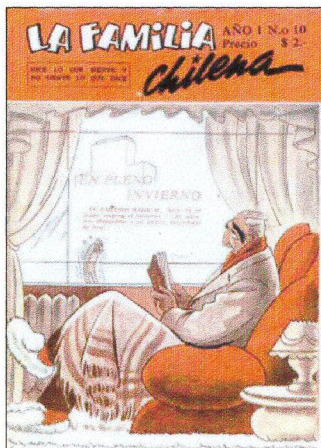
1941 - El Cabrito



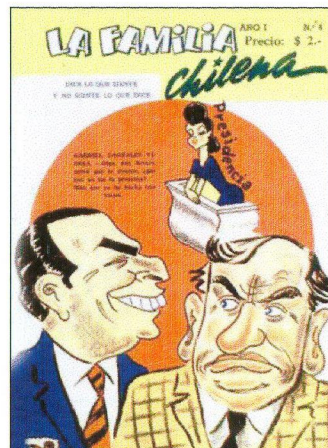
1942 - El Colegial N° 72



1943 - Topaze N° 541



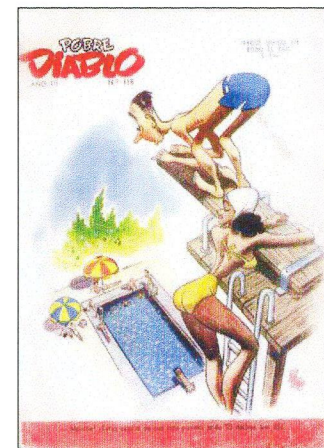
1944 - La Familia Chilena



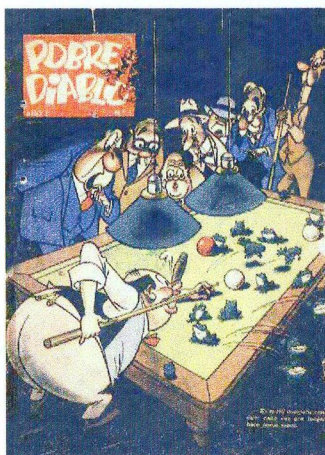
1944 - La Familia Chilena



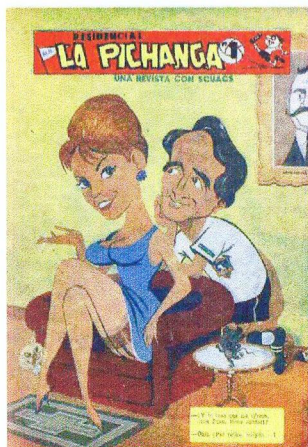
1944 - La Familia Chilena



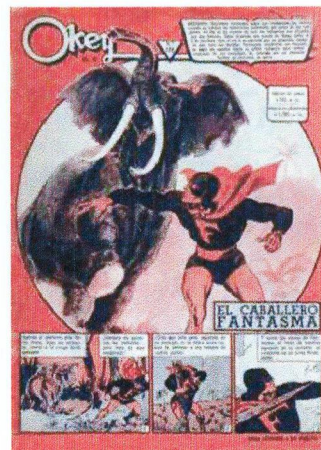
1945 - Pobre Diablo



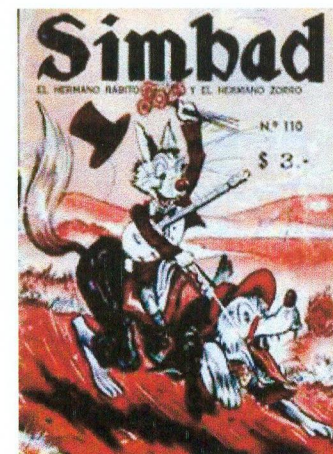
1945 - Pobre Diablo



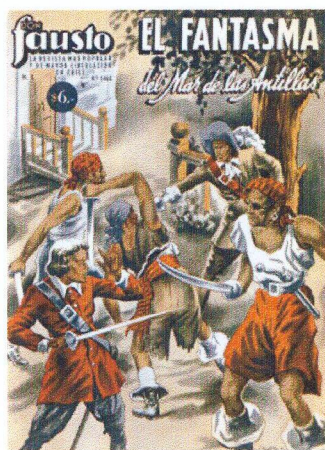
1948 - La Pichanga



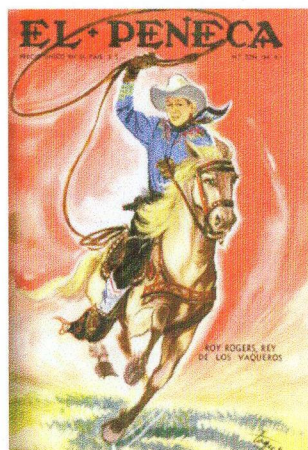
1949 - Okey



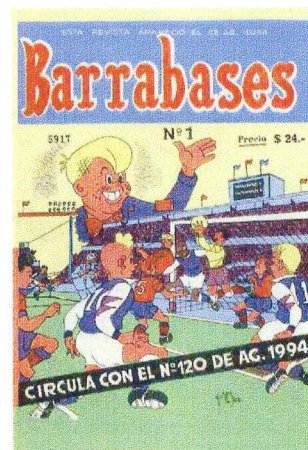
1951 - Simbad



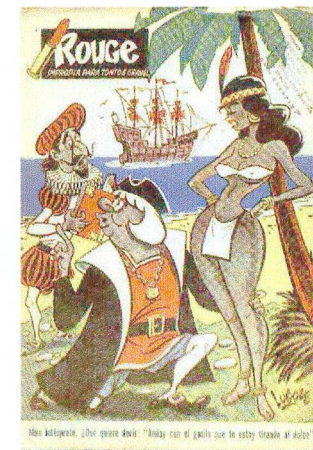
1952 - Don Fausto N° 1464



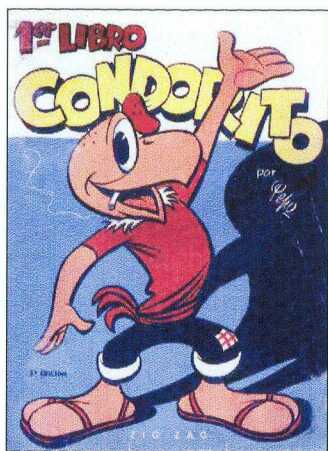
1952 - El Peneca N°2294



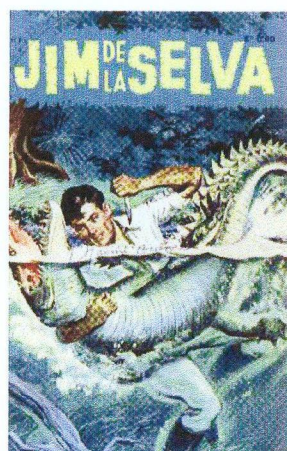
1954 - Barrabases N°1



1954 - Rouge



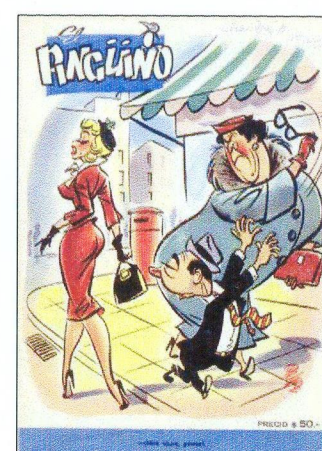
1955 - Condorito N°1



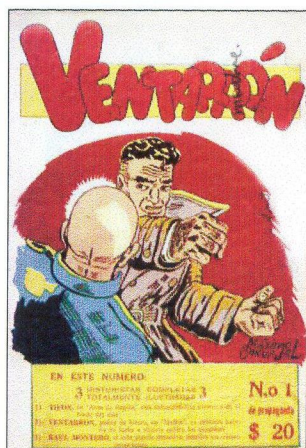
1955 - Jim de la Selva



1956 - Okey N° 386



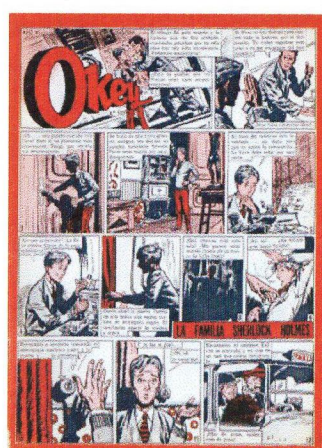
1956 - Pingüino N° 1



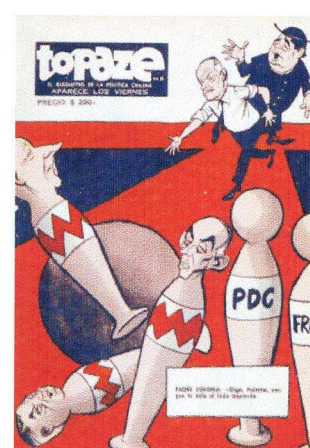
1956 - Ventarrón



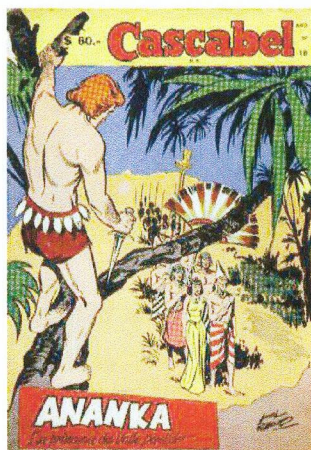
1958 - Pimpinela N° 1



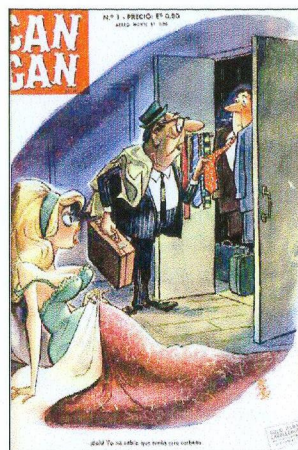
1959 - Okey N° 533 (Interior)



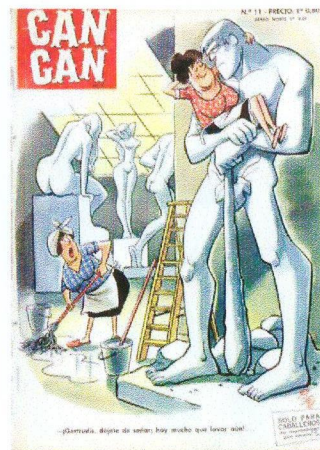
1959 - Topaze N° 1411



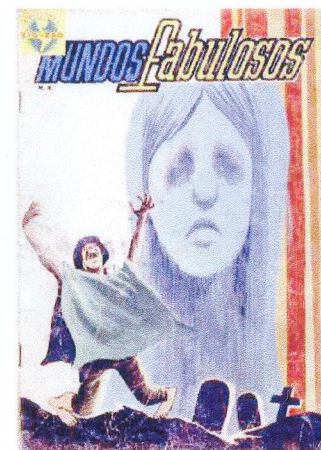
1960 - Cascabel



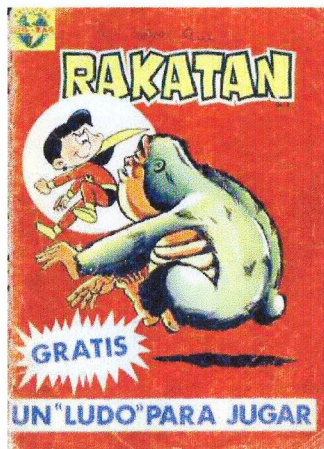
1965 - Can Can Nº 1



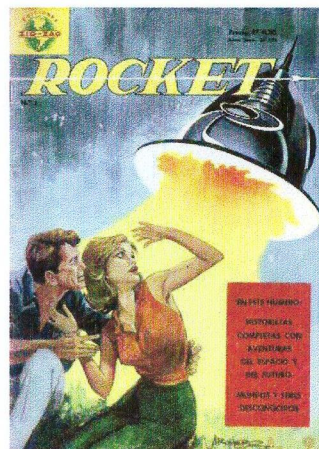
1965 - Can Can Nº 11



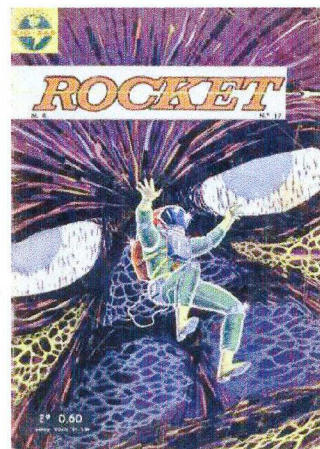
1965 - Mundos Fabulosos



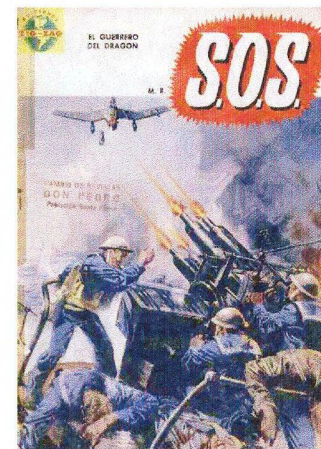
1965 - Rakatan



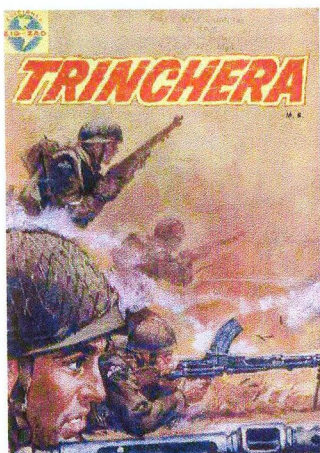
1965 - Rocket Nº 1



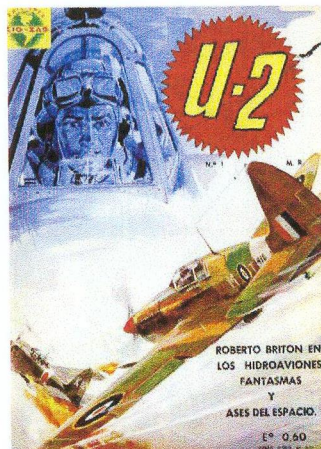
1965 - Rocket



1965 - S.O.S.



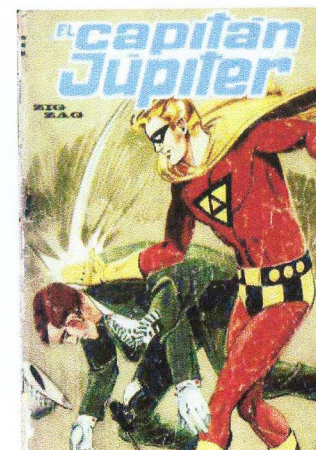
1965 - Trinchera N°1



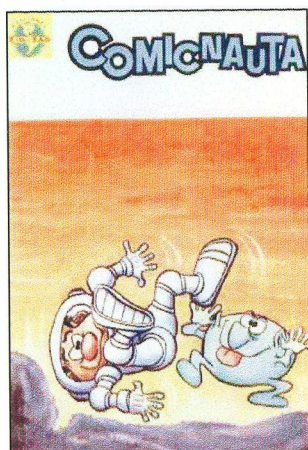
1965 - U2



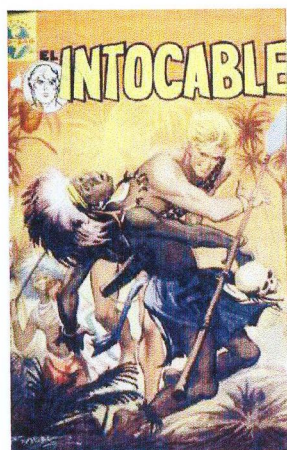
1966 - Agente Silencioso



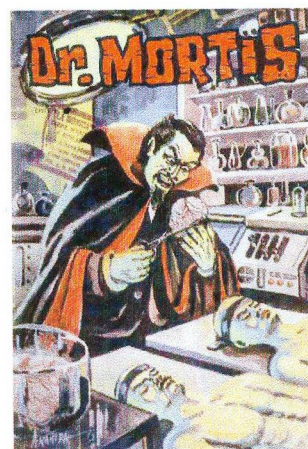
1966 - Capitan Júpiter



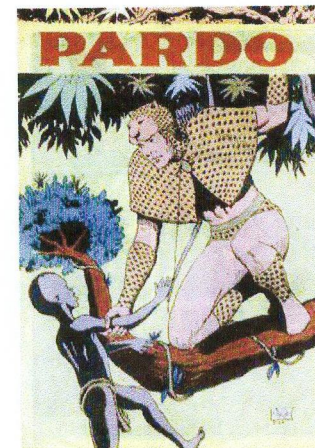
1966 - Comiconauta



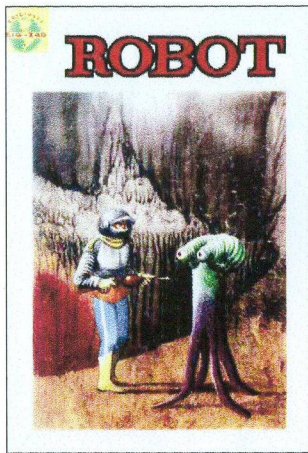
1966 - El Intocable N° 1



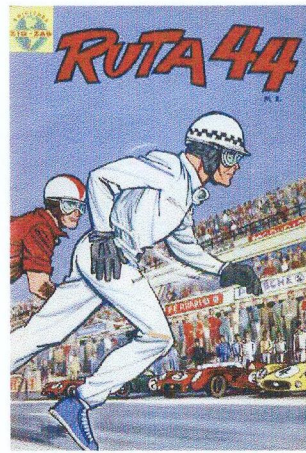
1966 - El Siniestro Dr. Mortis



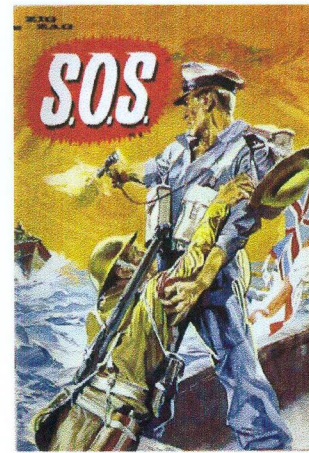
1966 - Pardo



1966 - Robot N° 3



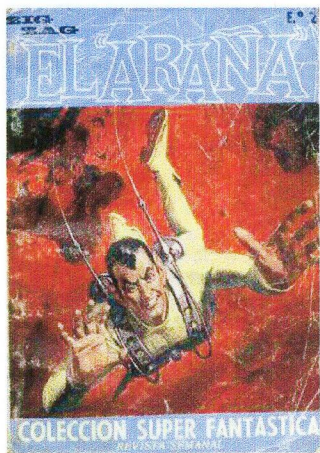
1966 - Ruta 44 N° 1



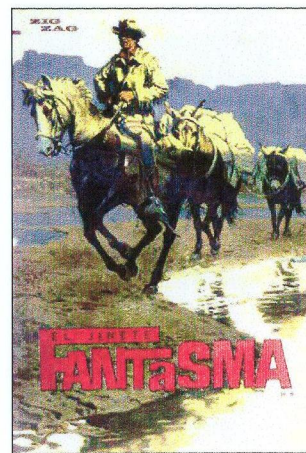
1966 - S.O.S. N° 22



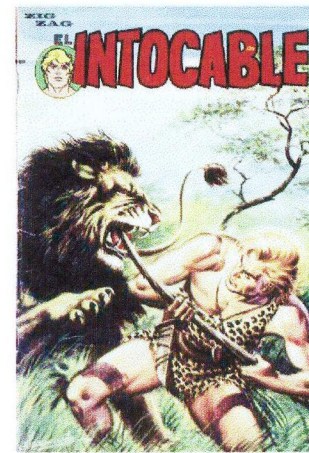
1967 - Artemio N° Único



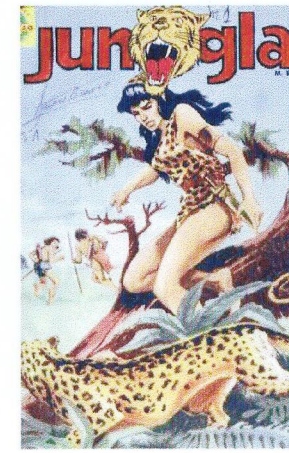
1967 - El Araña



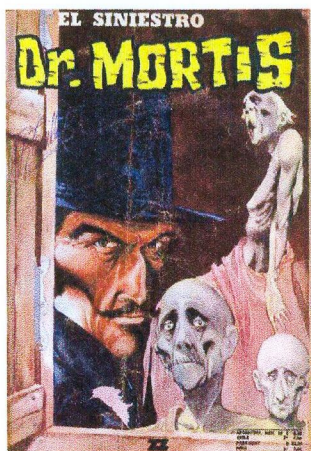
1967 - El Jinete Fantasma



1967 - El Intocable N° 31



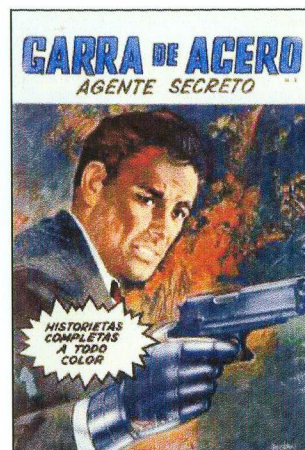
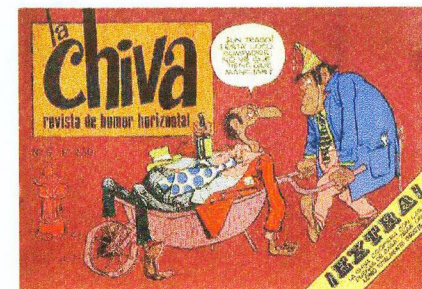
1967 - La Jungla N° 1



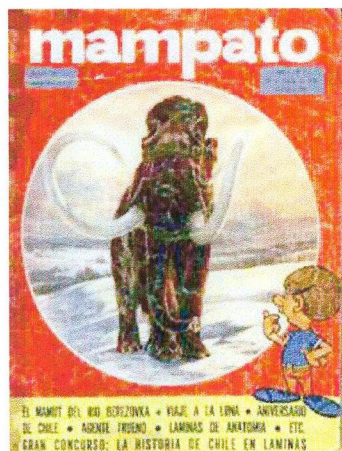
1967 - El Siniestro Dr. Mortis



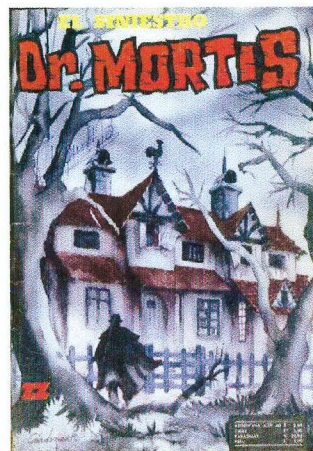
1967 - Garra de Acero

1968 - Garra de Acero,
Agente Secreto

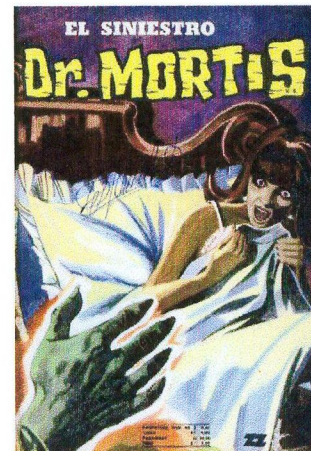
1968 - La Chiva N° 5



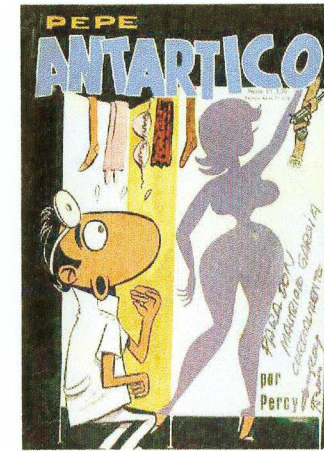
1968 - Mampato N° 1



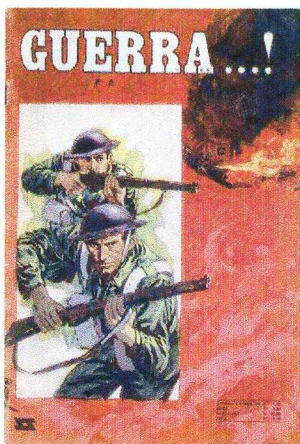
1969 - Dr. Mortis N° 79



1966 - Dr. Mortis N° 82



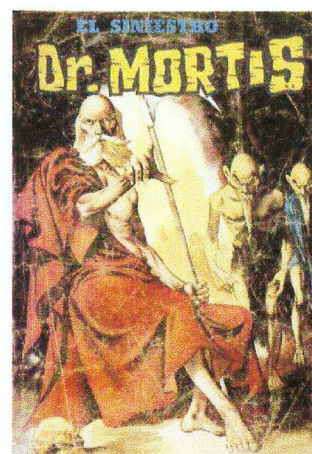
1969 - Pepe Antartico N° 2



1969 - Guerra...!



1969 - La Chiva N° 27



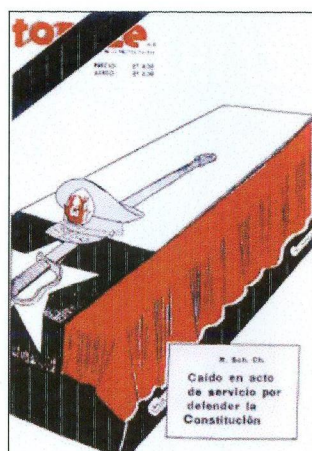
1969 - Dr. Mortis N° 94



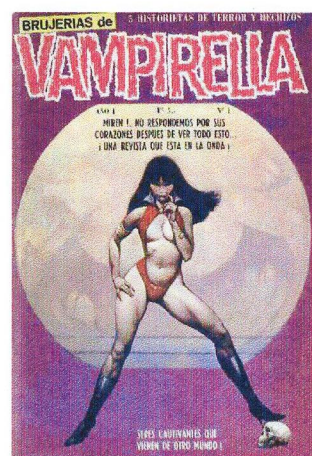
1970 - 5 x Infinito



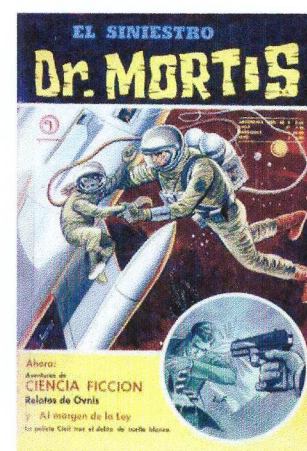
1970 - 5 x Infinito

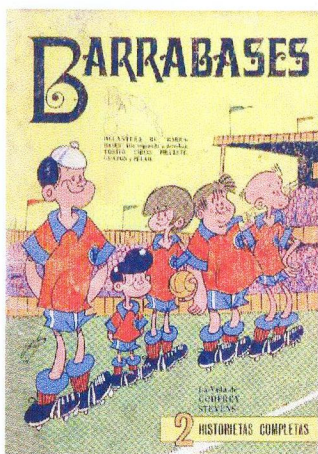


1970 - Topaze, Último Número



1970 - Brujerías de Vampirella

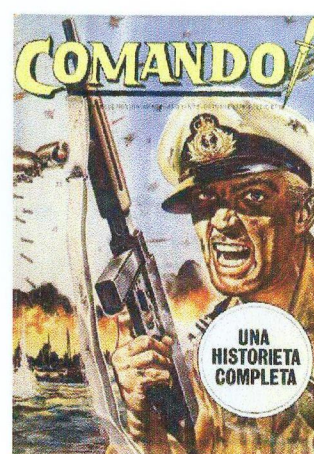
1970 - Dr. Mortis N° 104.
Ed. Quimantú



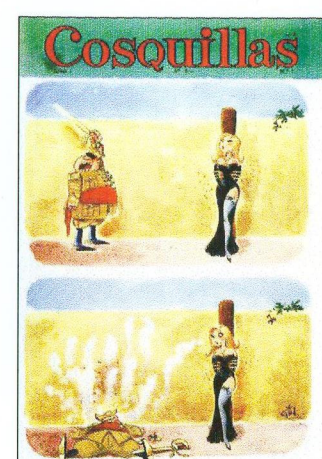
1971 - Barrabases N° .
Segunda Epoca



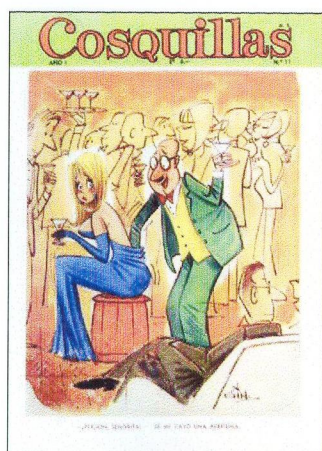
1971 - Cabro Chico



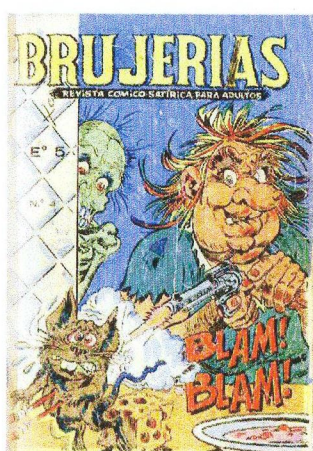
1971 - Comando



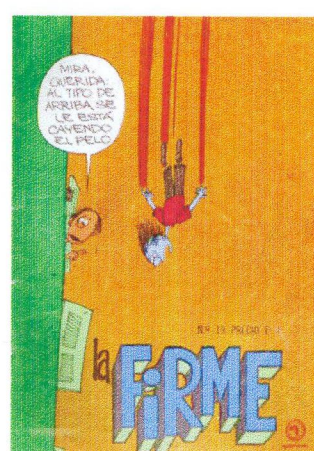
1971 - Cosquillas N° 1



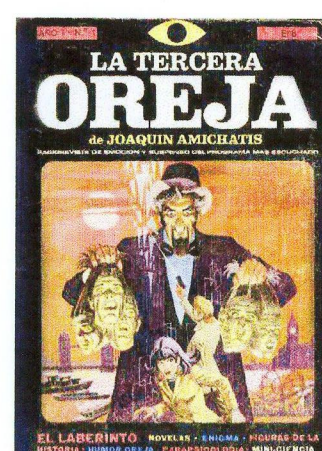
1971 - Cosquillas N° 11



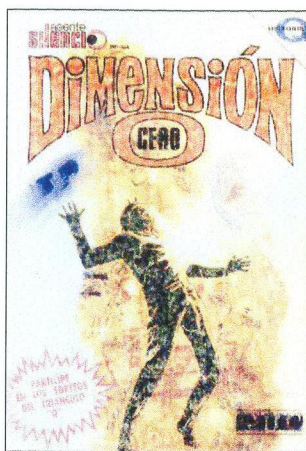
1971 - Brujerias



1971 - La Firme



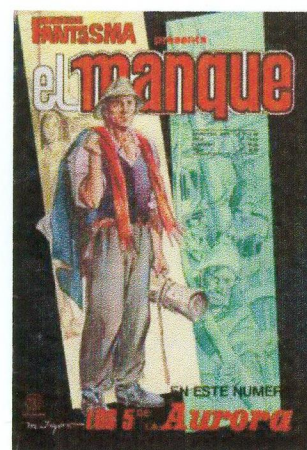
1971 - La Tercera Oreja



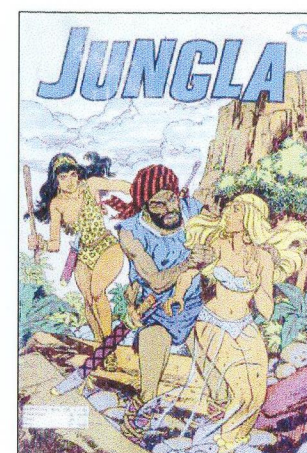
1972 - Dimensión Cero



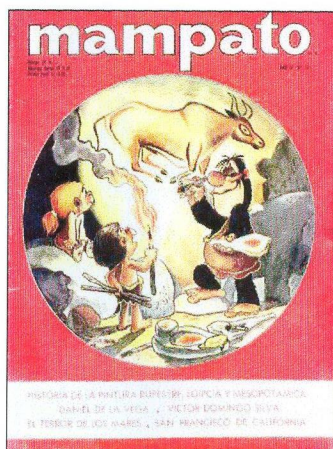
1972 - La Firme N° 46



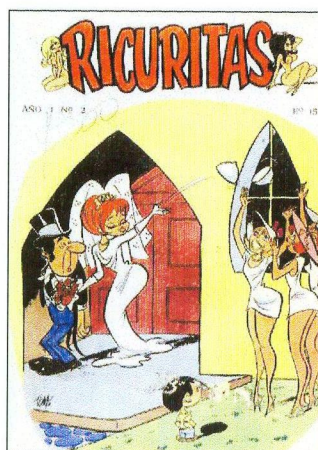
1972 - El Manque



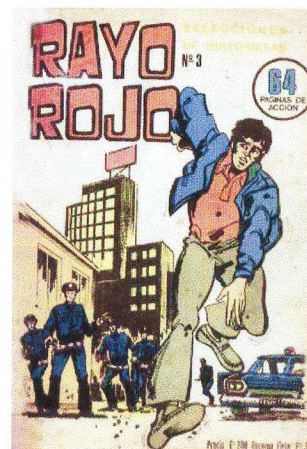
1972 - Jungla N° 56



1972 - Mampato



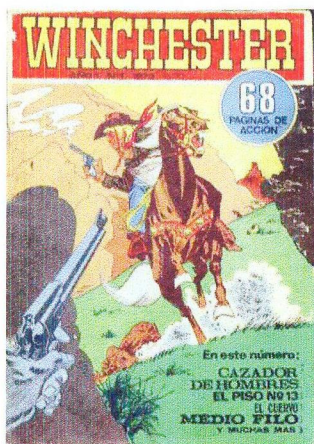
1972 - Ricuritas N° 2



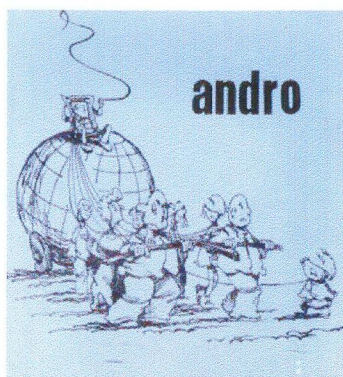
1973 - Rayo Rojo N° 3



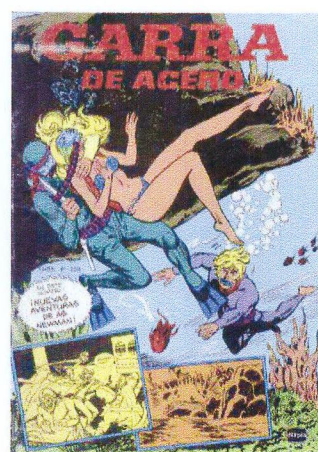
1973 - Rayo Rojo. Historia Interior



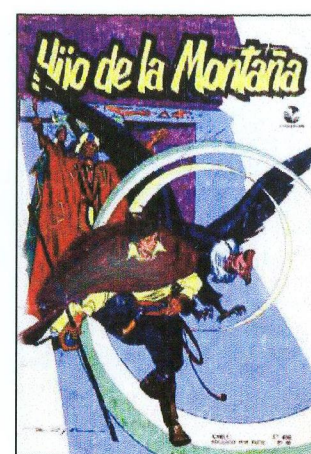
1973 - Winchester



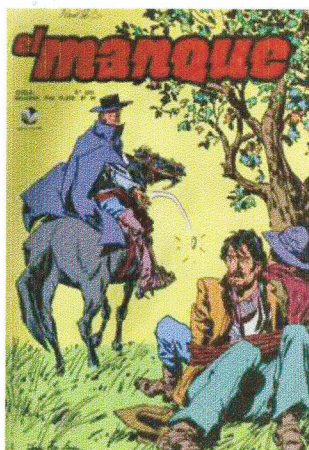
1974 - Andro, Nº Único



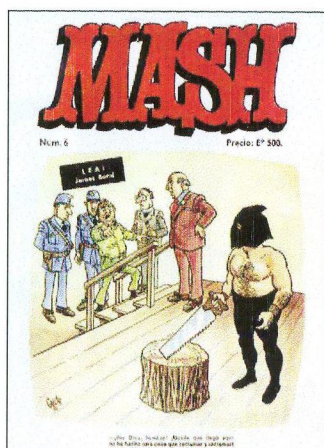
1974 - Garra de Acero



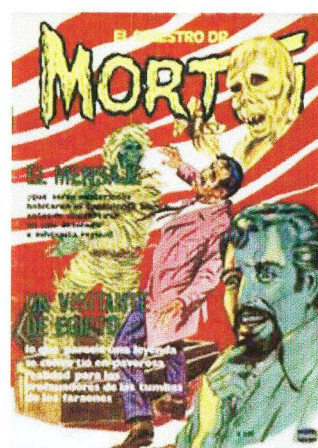
1974 - Hijo de la Montaña



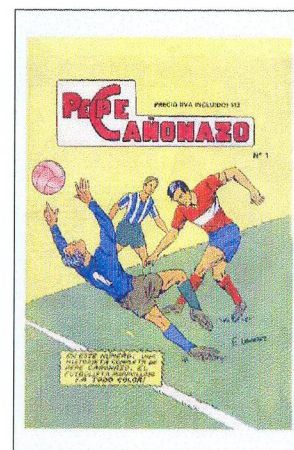
1974 - El manque



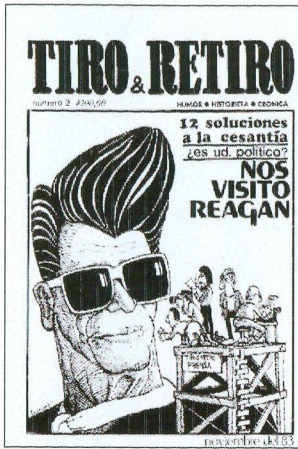
1974 - Mash



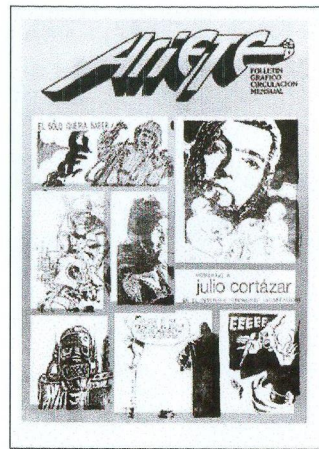
1975 - Dr. mortis, Segunda Epoca



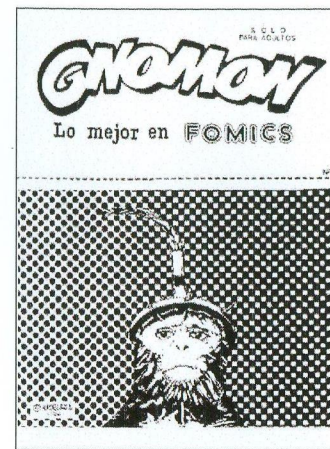
1975 - Pepe Cañonazo



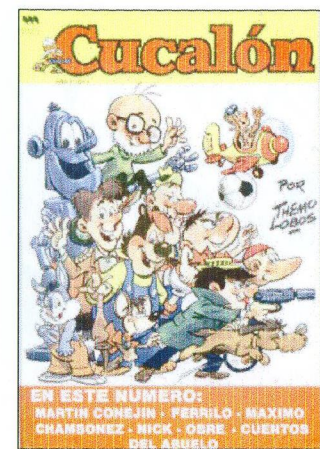
1983 - Tiro y Retiro



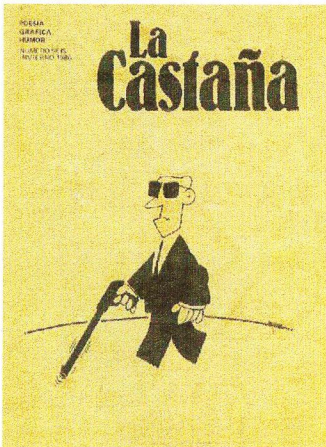
1984 - Ariete



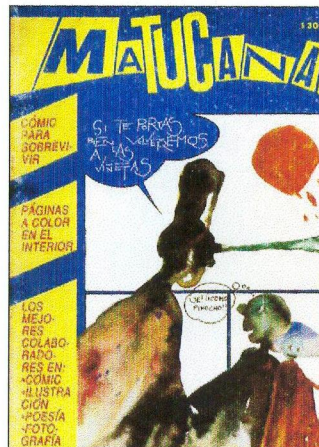
1986 - Gnomon



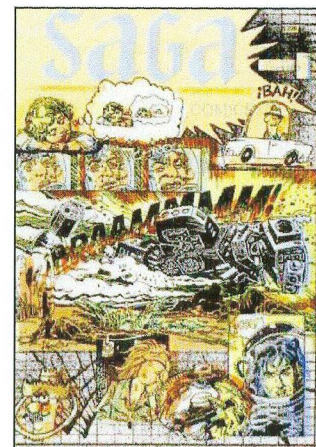
1987 - Cucalón N° 1



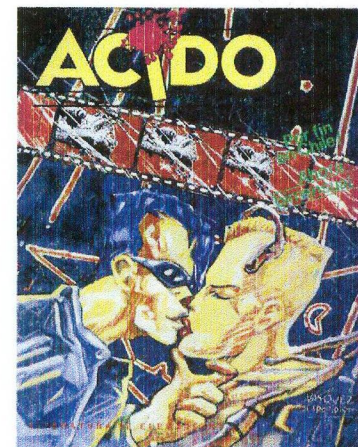
1987 - La Castaña



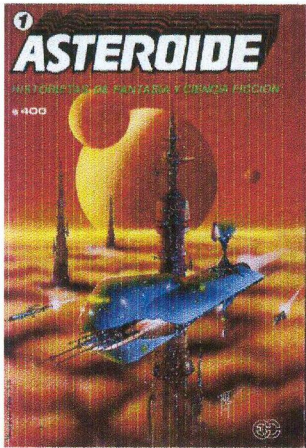
1987 - Matucana N° 1



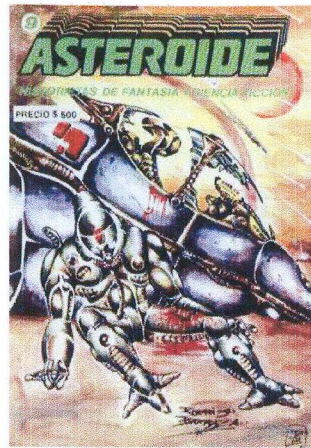
1987 - Saga



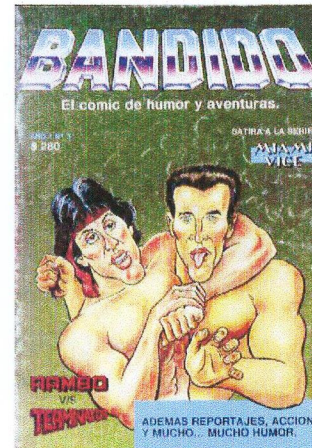
1988 - Acido N° 1



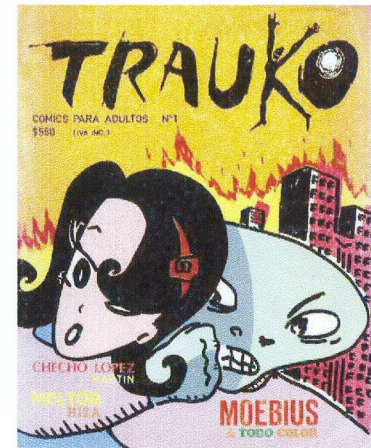
1988 - Asteroide N° 1



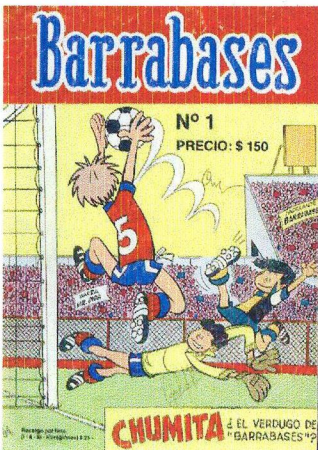
1988 - Asteroide



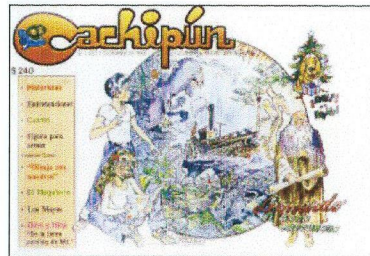
1988 - Bandido N° 1



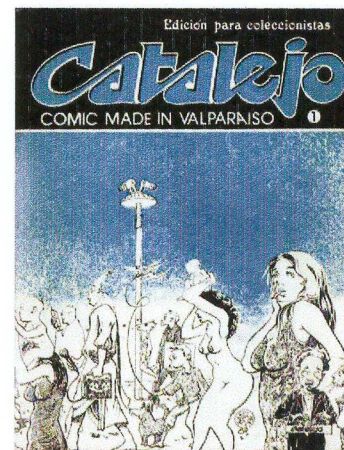
1988 - Trauko N° 1



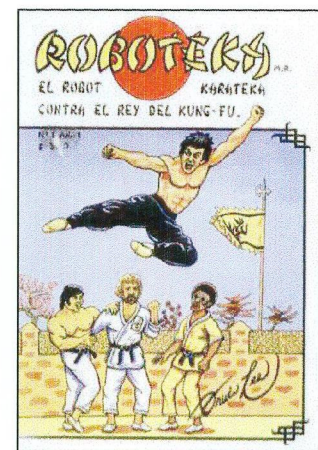
1989 - Barrabases N° 1,
Cuarta Epoca



1989 - Cachipún



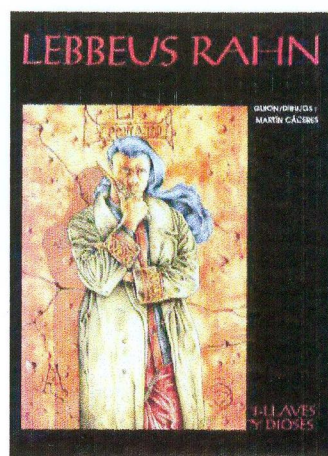
1989 - Catalejo



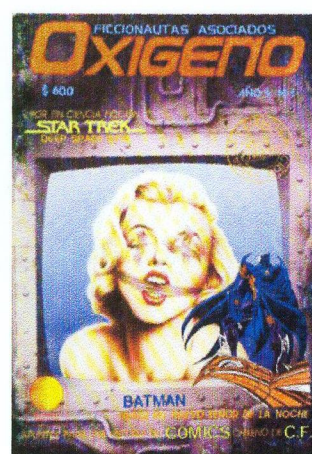
1989 - Roboteka, El Ro-
bot Karateka



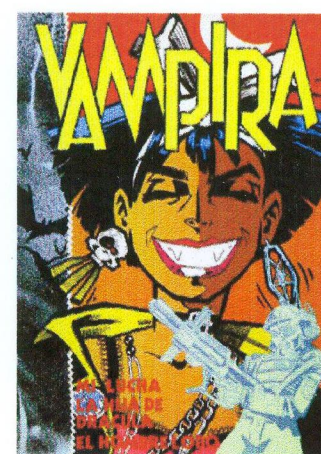
1992 - DemCrom Metal



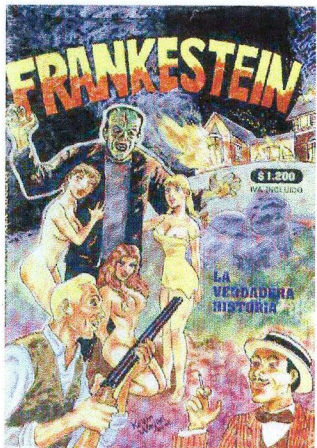
1993 - Lebbeus Rahm, Único



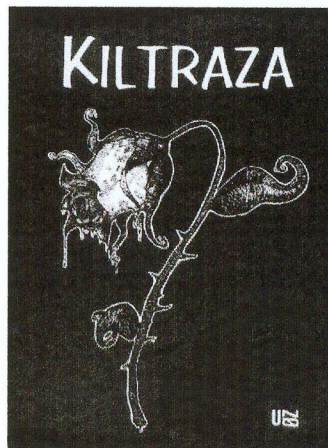
1993 - Oxígeno



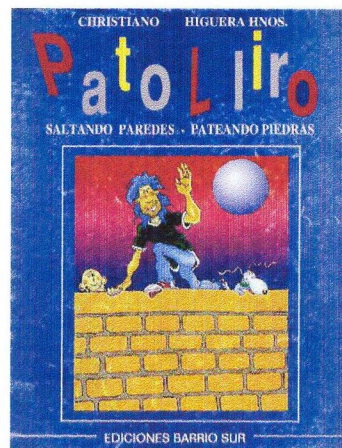
1993 - Vampira



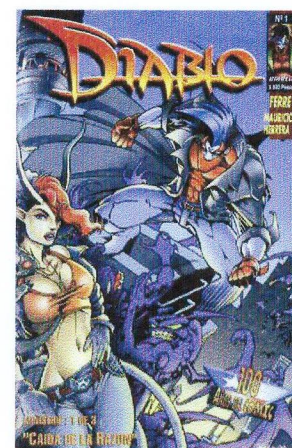
1995 - Frankenstein



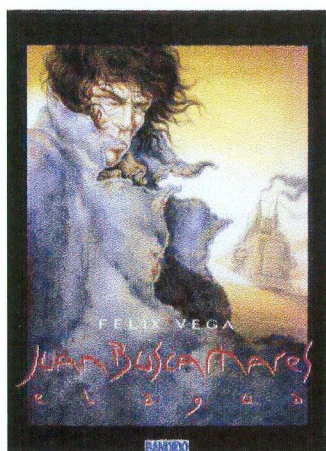
1995 - Kiltranza



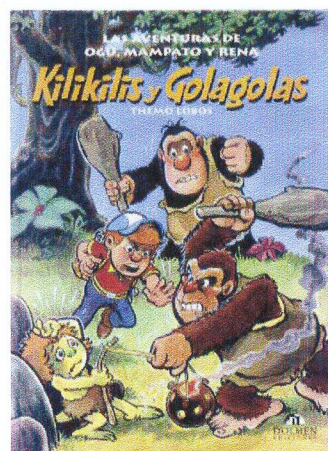
1995 - Pato Liro, Único



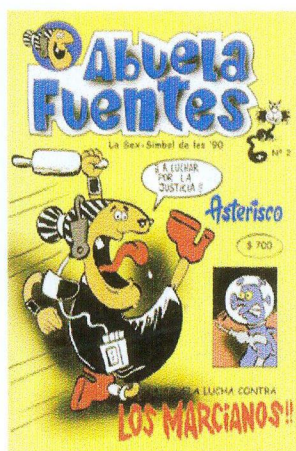
1996 - Diablo N° 1



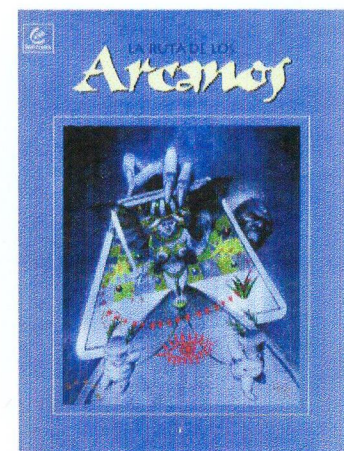
1996 - Juan Buscamares, Único



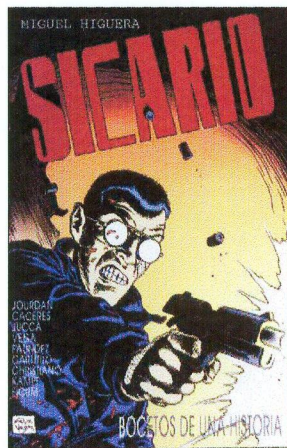
1996 - Ogu y Mampato



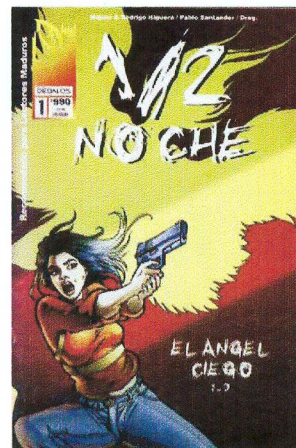
1997 - La abuela Fuentes



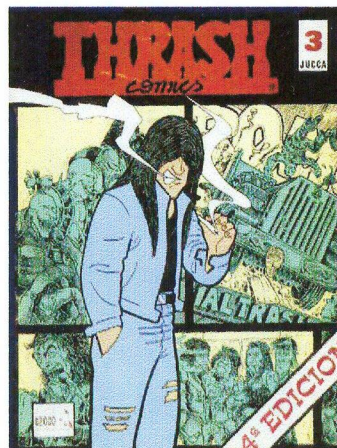
1997 - Ruta de los Arcanos



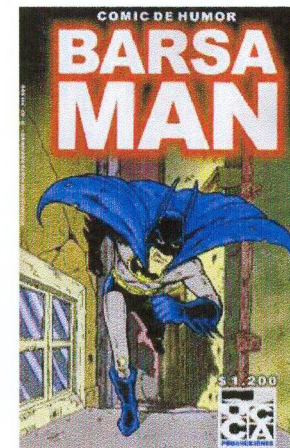
1997 - Sicario, Único



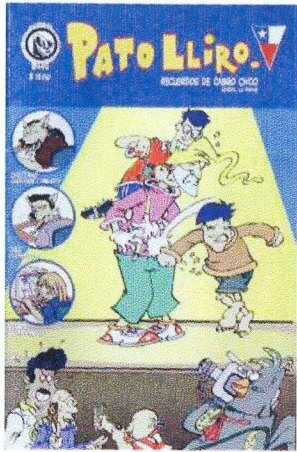
1998 - Media Noche



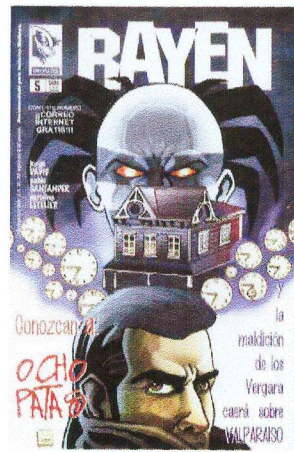
1998 - Trash



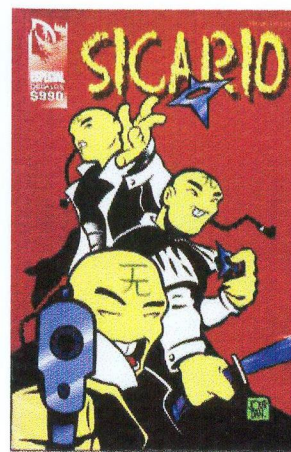
1998 - BarsaMan



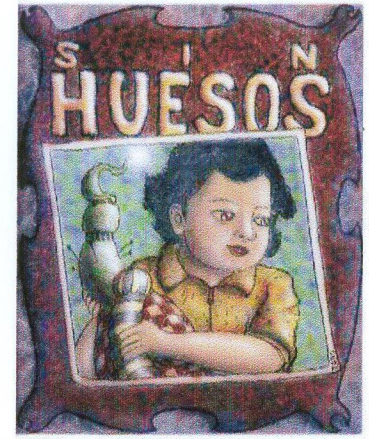
1999 - Pato Lliro



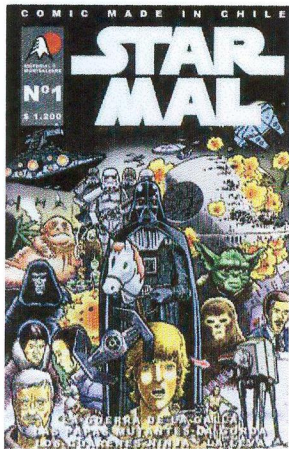
1999 - Rayen



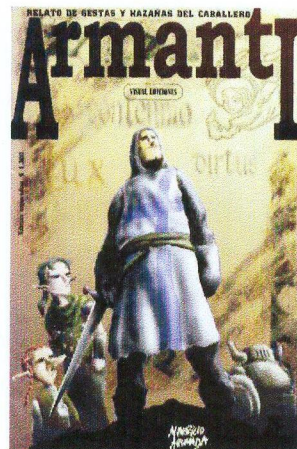
1999 - Sicario



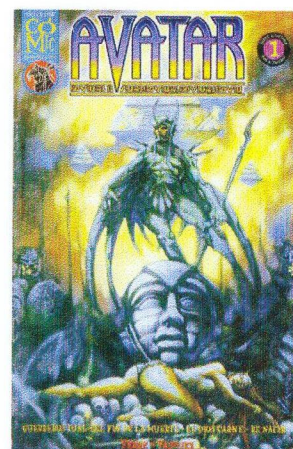
1999 - Sin Huesos



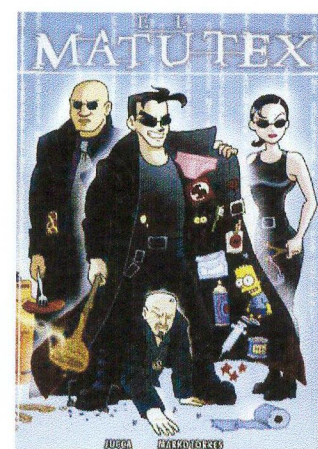
1999 - Starmal Nº 1



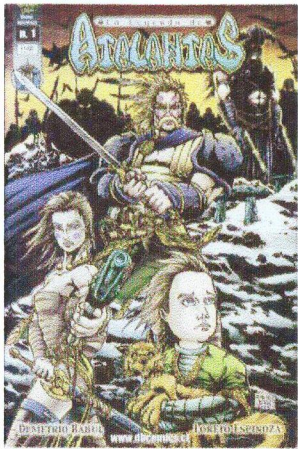
2000 - Armanti



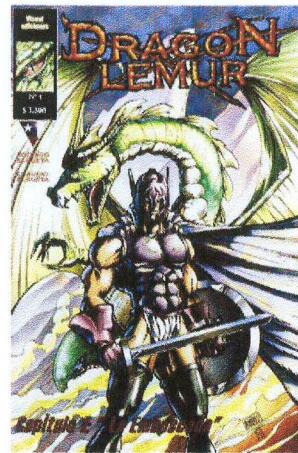
2000 - Avatar Nº 1



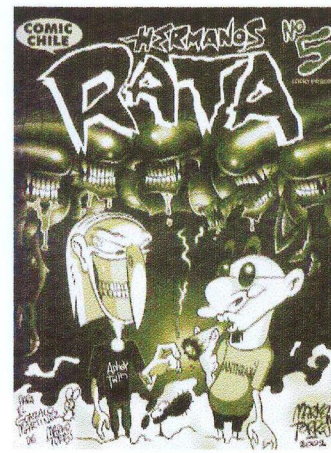
2000 - Matutex, Único



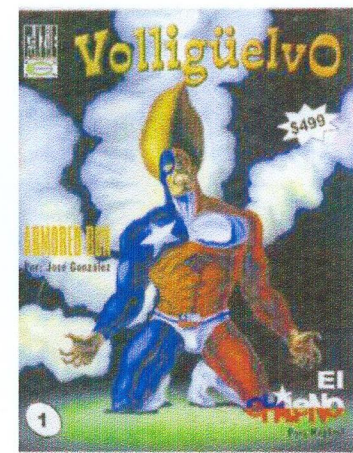
2001 - La Leyenda de Atalantas



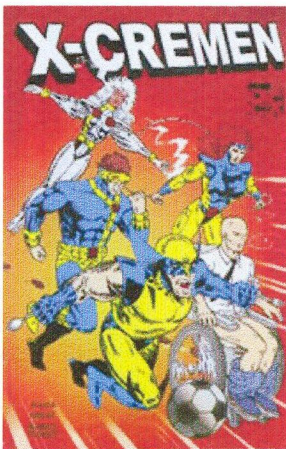
2001 - Dragón Lemur



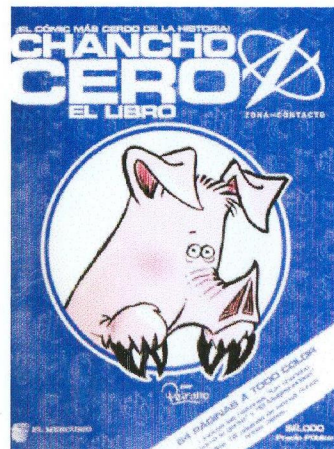
2001 - Hnos. Rata



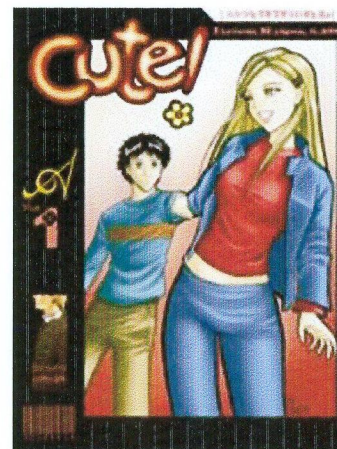
2001 - Volligüelvo



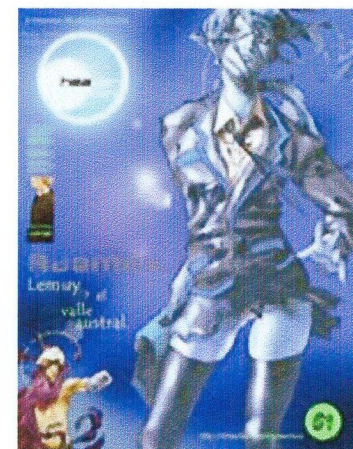
2001 - X-Cremen



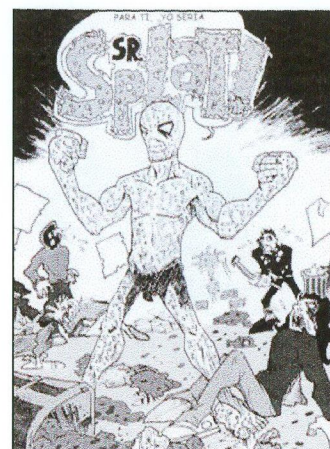
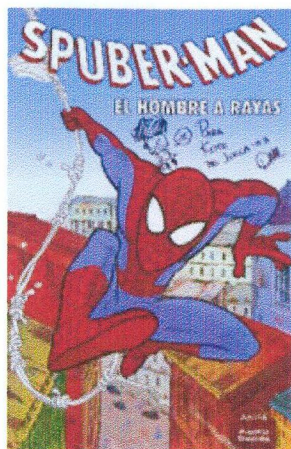
2002 - Chancho Cero



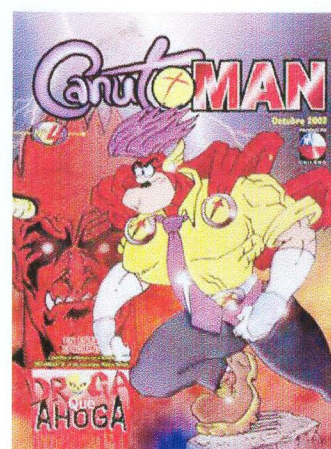
2002 - Cute!



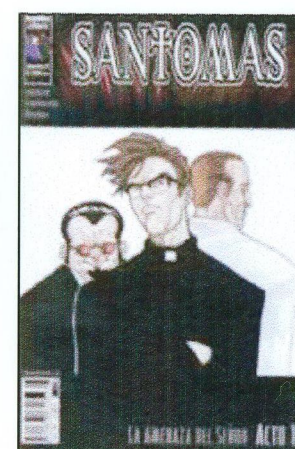
2002 - Heavy



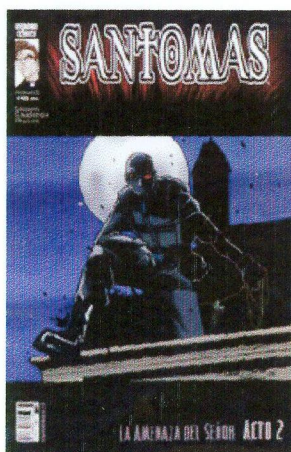
2002 - Sr. Splat



2002 - CanutoMan



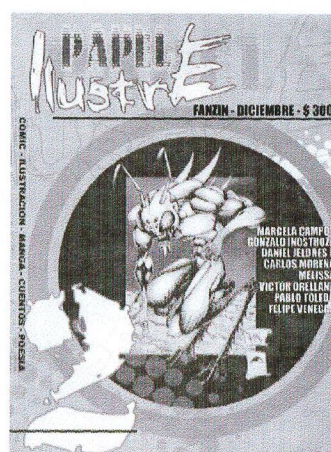
2003 - Santomás N° 1



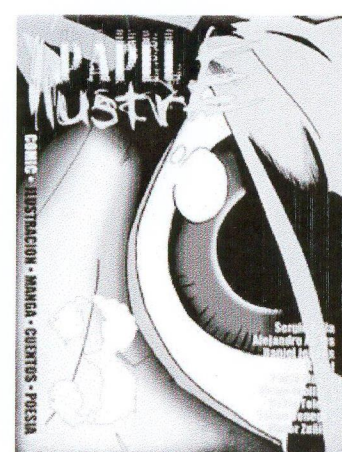
2003 - Santomás N° 2



2003 - Darken



2003 - Papel Ilustre



2003 - Papel Ilustre

