

ABORDAJES DE LA HISTORIETA CONTEMPORÁNEA

Laura Cecilia Caraballo

Introducción. Contexto

El presente trabajo se enmarca en el desarrollo de la investigación *La historieta argentina contemporánea y los nuevos medios*, dentro del cumplimiento del plan de trabajo de la Beca de Iniciación a la investigación o desarrollo científico, tecnológico y artístico (Sistema de becas internas) de la Universidad Nacional de La Plata.

La investigación se desarrolla en dos años (2008 y 2009) y se centra en el análisis de las producciones historietísticas y su circulación en Argentina durante las últimas dos décadas (1992-2007), así como en el relevamiento y estudio de sus metatextos y bibliografía especializada.

La intención de analizar el objeto historieta-argentina-contemporánea plantea una serie de consideraciones previas que fueron tomadas en cuenta al inicio de la investigación y se relacionan con el modo de abordar la *historieta* en su caso particular *argentino* y con el alcance de la palabra *contemporánea*. En principio y en lo que refiere al análisis de dispositivo¹ historietístico se tomarán en cuenta, habiéndose establecido un estado de la cuestión, algunas líneas de reflexión y abordajes de la historieta desde diferentes teorías o concepciones. Se retomará el enfoque que describe al dispositivo en términos de *campo* y que también realiza su acercamiento en tanto la historieta se constituye como una industria cultural. Luego se evocará un abordaje semiológico que intenta definir y limitar el alcance de la historieta como lenguaje, recogiendo y confrontando algunas ideas previas. Esta perspectiva favorecerá nuestra búsqueda de analizar la historieta en sus aspectos sintácticos visuales y desde la disciplina de la Historia de las Artes Visuales.

Finalmente, se revisarán algunos aspectos retomados por agentes del propio campo, es decir, productores de historietas que reflexionan sobre la incorporación de las nuevas tecnologías, particularmente la *era digital* e Internet.

Con respecto al concepto de *contemporaneidad*, que define junto a otros, los límites de la investigación, se retomó el abordaje de Arthur Danto que asocia su uso a las artes visuales. Danto define *lo contemporáneo* contrastándolo con *lo moderno*, distinción que comienza a hacerse conciente históricamente durante los años setenta. El autor parte de una característica que podría ser común a ambos: del mismo modo en que *moderno* no es únicamente un concepto temporal cuyo sentido indique "lo más reciente", *contemporáneo* tampoco lo es en términos de aquello que pueda transcurrir en el *presente*. Danto consideró que un arte nuevo no podría pensarse como la etapa siguiente de un determinado tipo de relato sustentante, sino que éste mismo sería el que habría llegado a su fin. El espíritu contemporáneo, como lo llama Danto (que retoma la idea Hegeliana del desenvolvimiento del Espíritu absoluto y su devenir a lo largo de la historia) es descrito sobre el principio de un arte sin *a priori* acerca del modo en que debe *verse* o *ser* y donde el museo es un lugar en que todo arte tiene su propio lugar y especialmente, donde no existe un macrorelato al que los contenidos deban ajustarse. El artista contemporáneo encuentra en el museo una serie de opciones viables y no un compendio de arte muerto, algo a superar o trascender de algún modo. Llevando el concepto a la historieta, ésta se caracteriza en gran medida por la idea de la *mirada hacia atrás* en tanto búsqueda recursos y de enriquecimiento

¹ Se aplica la categoría de dispositivo, concepto extendido de Aumont que resulta operativo ya que define la *serie de determinaciones de la relación del espectador con la imagen (...) su modo de circulación y eventualmente de reproducción*. (Aumont: 1990)

de las producciones. Siempre que exista una intención o un carácter experimental y una mirada de autor particularizada mas allá de las limitaciones de género, habrá una búsqueda hacia sí mismo y también un intento de trascender y forzar los límites del medio fuera de todo relato maestro.

Situación de la historieta argentina en los noventa

En lo referido a la historieta específicamente en Argentina (desarrollada en el período 1992-2007), que se estudia en la investigación evocada en este trabajo, podemos decir que toma una determinada forma, particular, directamente vinculada a la realidad social y económica del país. Estas consideraciones se estructuran en torno a la teoría de los discursos sociales (Veron: 1993), pensándose los tres aspectos fundamentales, de la producción, la circulación y recepción de los discursos. Una de las cuestiones contextuales que generó consecuencias directas sobre estas instancias, fue la implementación de la *ley de convertibilidad*, que trajo aparejadas modificaciones sobre la industria nacional en general y la industria de historietas en particular. Consecuentemente devino el cierre o declive de editoriales y publicaciones que constituían el núcleo de la tradición y de la innovación historietística, lo que provocó el desplazamiento de los medios de producción (los productores se apropiarían del recurso de la autoedición). Estas dos cuestiones incidieron en el nuevo consumo de historieta; el lector pasó a comprar productos extranjeros (comic-books norteamericanos y *manga* japones) y los puntos de venta se corrieron del marco del tradicional quiosco de revistas a los locales llamados *comiquerías*, sitios donde se vendían historietas y *merchandising* relacionado. Ahora bien, a pesar del declive las editoriales comerciales, la producción no se extinguió, y los autores iniciaron su publicación (o la continuaron) casi exclusivamente en el exterior del país. Por otro lado, se produjo la aparición de nuevos y jóvenes autores y un gran desarrollo creativo, en el marco de la autoedición, la distribución alternativa, a través de revistas de información sobre el comic y *fanzines* de todo tipo. Hubo en este sentido, una liberación respecto de las restricciones editoriales.

El campo historietístico y su legitimación histórica

Previo al desarrollo de los enfoques provenientes de la teoría de los campos aplicados a la historieta, puede hacerse una breve referencia a la categoría de *Industrias Culturales*, que enmarca el fenómeno del funcionamiento del campo historietístico en este caso. Este concepto se asocia en principio, a la producción y comercialización de bienes y servicios culturales, destinados a su utilización, reproducción, almacenamiento y difusión dentro y fuera de los países y comunidades económicas. Fue en el seno de la Escuela de Frankfurt que se aplicó el término en el desarrollo histórico de la cultura de masas y la transnacionalización de la cultura. Sus productos, realizaban el traslado de la "cultura" al lugar de una mercancía. Estos bienes culturales regidos por la misma lógica que cualquier otra industria en una sociedad de libre mercado, apostaban a la promoción del consumo máximo. Ahora bien, la historieta en tanto industria cultural, se halla en una transición entre su cualidad de producto industrializado y de objeto artístico. Esta cuestión puede verse en una de sus dimensiones, en su legitimación como campo cultural descrita por Boltanski. También puede apreciarse en el caso concreto de la historieta argentina, el modo en que estas reglas de juego se modifican y condicionan por la situación local.

El proceso de legitimación operado en el campo historietístico es referido por Luc Boltanski en su artículo *La constitution du champ de la bande dessinée*, quien realiza un estudio sobre el modo en que se forma progresivamente el campo de la historieta en Francia, partiendo de las categorías de análisis de la teoría *bourdiana* de los campos. De acuerdo con el autor, en un principio, la *bande dessinée* se encontraba gobernada únicamente por las leyes de mercado. Describe así el dispositivo en sus orígenes en

términos de su inclusión en el conjunto de los bienes y productos culturales, poseyendo una autonomía relativa con respecto al campo económico. De este modo los productores de historietas se hallaban sujetos a las leyes de mercado, trabajando habitualmente en el apremio mediados por editores especializados y agencias. Esta sumisión del autor y su producto se puede observar por ejemplo, en la imposición al guionista o dibujante de lo que debía ser el contenido formal de una historieta. Así se mantenía en un anonimato al productor, subordinado a los números de tiraje y ventas de las publicaciones, indicadores del éxito comercial de las obras y por lo tanto de su "valor" (en su sentido económico y a la vez estético, ambos habitualmente confundidos entre sí).

Hasta ese momento y en estas condiciones, afirma Boltanski, no existía una "cultura" propia del campo: el producto poseía casi excluyentemente valor mercantil, fluctuante y era sometido a un consumo puntual, sin pretensiones de conservarlo, acumularlo ni archivarlo. En estos términos, el productor bien podía llevar a cabo su *métier* sin conocer, al menos de modo sistemático, la obra de sus predecesores, ni la de productores contemporáneos. Del mismo modo el productor mantenía una relación anónima con su obra, siendo que publicaba con pseudónimos diferentes, retomaba series dibujadas por otros autores, compartía con otros dibujantes una misma plancha, etc.²

Dentro de esta realidad existente hasta la década del sesenta, se producen algunos cambios y comienzan a observarse algunas propiedades de los campos de la *alta cultura* o *cultura erudita* (el autor se refiere a la *culture savante*). Esto se da producto de un encuentro entre modificaciones que afectaron al público, los productores de historietas y el campo intelectual. Con respecto a los autores, Boltanski evoca la aparición de una nueva generación de dibujantes y guionistas, de capas sociales medias y bajas, que representaron un desfasaje entre el capital social y cultural (trasladando a la historieta ambiciones que, de provenir de orígenes sociales más elevados hubieran invertido en el campo de la pintura o la literatura). Desde el punto de vista del espectador, sin perderse el habitual lector (niños, adultos de clases populares), la historieta en los años cincuenta tendió a adquirir un nuevo público dotado de disposiciones dadas a modificar el tipo de relación que llevaba con ella.

Algunas operaciones dentro de la *celebración*, que acompañaron el fenómeno, fueron por ejemplo, el coleccionismo, el intercambio de ejemplares, la creación de clubes de coleccionistas, la búsqueda de publicaciones antiguas, el establecimiento de bibliografías, la comparación de ediciones, personajes, autores y estilos, etc. De este tipo de actividad nacieron en los setenta los *fanzines* y boletines de coleccionistas a partir de los cuales se construirían algunas de las instancias de consagración del campo. La aparición (reciente al momento de la redacción del artículo evocado) de comentaristas provenientes del campo intelectual y de la universidad (de los que sus miembros habían sido hostiles a la historieta hasta mediados de los cincuenta) hizo crecer su legitimación y aumentó el capital cultural. Otra cuestión (y que constituye las leyes de la evolución de los campos de la cultura erudita) fue la de la transmisión escolar, la cual que eternizó los productos.

Finalmente, se dio un fenómeno producido por los comentaristas (asegura Boltanski, internos al campo): el interés por establecer la filiación entre la cultura erudita y la historieta, confiriendo la antigüedad constitutiva de toda cultura legítima, la cual se manifestó en el hecho de remontar su origen lo más lejos posible en el tiempo, por ejemplo en el Tapiz de Bayeux, en las cavernas auriñacienses o los Libros de los muertos egipcios.

De todas estas transformaciones resulta una acumulación de capital simbólico. Una vez sucedido esto, se produce la polarización: se da un cambio de la estructura del

² División de trabajo en la producción de historietas, en que se distribuía el trabajo de dibujo, diagramación, entintado, coloreado, etc. que se daba en los grandes estudios. Boltanski cita el caso del Estudio Hergé en Europa y de la mayoría de las empresas de comics norteamericanas.

público, el cual se diversifica y se divide en grupos socialmente diferentes, portadores de intereses diversos y la constitución de un aparato propio de institucionalización y *eternización* de las posiciones adquiridas. La polarización se funda sobre los principios de oposición y sobre las dicotomías sociales entre, por ejemplo, academicismo/vanguardia, emergentes/establecidos que estructuran el mercado de bienes simbólicos legítimos.

Siguiendo la teoría de Boltanski sobre la legitimación y polarización del campo, pudimos observar que, durante los años sesenta se produjo dentro del campo intelectual el surgimiento o desarrollo corrientes epistemológicas como el estructuralismo (Lévi-Strauss, Barthes, Jakobson), la semiología (Eco, Peirce, Bateson, Mc. Luhan, Sontag) y el psicoanálisis (Freud, Lacan). Estas fueron las bases según entiende Oscar Steimberg³ de una reivindicación de los “géneros menores” (es decir, la historieta, el afiche publicitario, la ilustración periodística, etc.) y una observación más cercana a lo urbano y lo mediático por parte del mundo de la producción artística y teórica. La consideración hacia la historieta cambió entonces, siendo que ésta se convirtió en objeto de estudios teóricos para separarse momentáneamente del consumo inmediato. Estos estudios atendieron a sus aspectos lingüístico-visuales, poéticos, etc.

En Argentina, uno de los principales intelectuales que participó de este fenómeno fue Oscar Massota. Su producción crítica en torno a la historieta y los medios se relacionó con un interés en parte pedagógico, de acercamiento de una visión crítica al público masivo. Su preocupación versaba en modificar la relación tradicional del público con el producto, incluido el acercamiento político. Sus intervenciones en este campo son básicamente tres, basadas en diferentes soportes: la *Bienal Internacional de Historieta* (Instituto Di Tella, 1968), la revista *LD* (1968) y el libro *La historieta en el mundo moderno* (1970).

En la bienal organizada en el Instituto Di Tella esta nueva valoración se hace visible en las actividades propuestas (como las mesas de debate). Steimberg afirma en relación a esto: (...) *opuestamente a lo que solía ocurrir en el tratamiento dispensado a la historieta en revistas culturales y trabajos críticos, donde era común que apareciera como exponente de una industria cultural adaptativa y enrasadora, en los nuevos espacios se la percibió como espacio de emergencia de la novedad mediática y artística (el interés internacional se había manifestado ya en Europa de distintas maneras, y entre otras en una exposición en el Louvre⁴, en la que también había ocupado temporariamente espacios reservados a las Artes Mayores).*⁵

Siguiendo con el caso Argentino y desde la misma perspectiva que Boltanski, Von Spretcher en su libro *Teorías sociológicas. Introducción a los contemporáneos*, ejemplifica el concepto de campo bourdiano a través del caso de la historieta realista argentina durante los noventa. En primer lugar, define las primeras reglas de juego de la industria cultural, afirmando que en relación a una demanda concreta o potencial, de concretos o potenciales lectores, los productores culturales (guionistas, dibujantes) a través de los editores, ofertan un producto. Ahora bien, estas simples reglas que se explicitan también en el inicio el artículo de Boltanski, no se cumplen de este modo en el caso argentino. En principio, dado lo infrecuente de que una editorial considerada como productora, fuera la propietaria de los medios de producción material de la mercancía cultural (*Columba* había sido en último caso), aparecen los autores como autoeditores. Al mismo tiempo, el lector consume ediciones locales o importadas de *manga* y comic-books acompañado por la proliferación de tiendas de historietas (*Comiquerías*). Esta realidad se da en el marco de la desaparición de la producción industrial tradicional, las ediciones masivas y los lectores de clases populares. De este

³ STEIMBERG. *La nueva historieta de aventuras. Una fundación narrativa*. En: *Tebeosfera*, octava edición, monográfico de Argentina. [En línea] (último acceso: mayo de 2008)

⁴ *Première exposition de la BD*, Musée du Louvre, París 1967

⁵ STEIMBERG. Op. Cit.

modo, al tiempo que la historieta se legitima se pierde su carácter de producto de consumo masivo no por ingresar en otras esferas sino a causa de una crisis industrial.

La definición y el análisis de la historieta

Thierry Groensteen va a establecer las bases para el análisis de la historieta pero también para su definición en tanto dispositivo. En principio la considera como un lenguaje y como un ensamble original de mecanismos productores de sentido. Busca hacer inteligible el *medium* a través de todas las herramientas de las que pueda hacer uso (la perspectiva semiológica, los aspectos estéticos, semánticos, etc.). Hallamos ventajoso retomar las consideraciones de este autor francés, que plantea no sólo los aspectos semiológicos de la delimitación del medio sino que también los vincula a una perspectiva histórica que da cuenta de parte de la discusión sobre una definición y hasta la puesta en marcha de un *mito de origen* de la historieta como lenguaje. En tanto la historieta es una combinatoria original de una o dos materias de expresión y un ensamble de códigos, Groensteen la describe en términos de *sistema*. Este se constituye como un marco conceptual donde todas las actualizaciones del *noveno arte* puedan encontrar su lugar y ser pensadas las unas en relación con las otras, a la vez en sus diferencias y su pertenencia común al medio.

En principio Groensteen hace referencia a dos ideas corrientes (que podemos ver en una gran parte de textos referidos al dispositivo) que operan como un obstáculo a toda comprensión *real* del objeto. En primer lugar, que el estudio de la historieta, como todo estudio semiótico debe pasar por su descomposición en unidades constitutivas elementales. Cita a Beneviste en el intento de probar que la imagen es el ejemplo de un sistema semiótico desprovisto de signos: ninguna de las artes plásticas parece reproducir el modelo de la lengua. En segundo lugar, la idea que gobierna un gran número de textos sobre historieta, es que ésta es esencialmente un *mix* de texto e imagen, una combinación específica de códigos lingüísticos y visuales.⁶ Frente a esa concepción, Groensteen demuestra la primacía de la imagen. Para ello, y considerando el carácter especialmente narrativo del medio, diferencia en principio los conceptos de “género narrativo” y “literatura”. El primero, con la articulación de sus categorías (intriga, diégesis, situaciones, temas, conflictos dramáticos, personajes, etc.) existe en tanto *sistema de pensamiento, manera de apropiarse del mundo, actividad inmemorial del ser humano* y puede encarnarse indiferentemente en cualquier sistema semiótico. En estos términos evoca la categorización *género narrativo* y *especies narrativas* de Paul Ricoeur. La historieta es una de ellas, constituyendo competencias propias en el despliegue del relato. Ahora bien, entre sus componentes –lingüístico y visual- no hay una igualdad de condiciones en la constitución relato (idea que existió desde los inicios de la historieta y que autores del medio como Masotta, sostuvieron). Al reconocer en lo verbal un estatus equivalente - en la economía de la historieta- al de la imagen, parten del principio de que lo escrito es el vehículo privilegiado del relato en general. *La multiplicidad de especies narrativas ha vuelto a ese postulado caduco*, afirma Groensteen. Coincidiendo con él, podemos afirmar que en la historieta, la narración pasa principalmente (y sin excepción) por las imágenes, por ello se define como una *especie narrativa de dominante visual*. Esta es una cuestión fundamental a la hora de abordar la historieta desde la disciplina de la historia del arte trascendiendo los enfoques desde la lingüística e incluso la literatura. El autor evocado también desarrolla una reflexión muy esclarecedora sobre la definición de la historieta, históricamente debatida y nunca completamente definida ni

⁶ A propósito de la discusión sobre la relación texto-imagen, vale traer la perspectiva de Will Eisner, que en su libro *El comic y el arte secuencial* (1985), desarrolla la idea del texto como imagen, es decir, la rotulación tratada gráficamente para prestar servicio al relato, en tanto funciona como extensión de la imagen. De este modo el texto/imagen proporciona un talante, un puente narrativo, o la insinuación de un sonido. En este sentido desarrolla las funciones de refuerzo semántico no solo de las onomatopeyas, sino también de los cartuchos y globos.

acordada (es por esta falta de acuerdo que se sigue debatiendo y creando desacuerdos entre los diversos integrantes del campo hasta hoy). Busca una definición amplia que permita distinguir el medio de aquello que no lo es, pero que a la vez pueda incluir sus alternativas marginales, experimentales y sus antecedentes históricos. Así establece el concepto de *solidaridad icónica* como el principio fundante de la historieta. Erige como su único fundamento ontológico la puesta en relación de una pluralidad de *imágenes solidarias*, es decir, aquellas imágenes que participando de una sucesión presentan la doble característica de estar separadas y de estar plásticamente y semánticamente determinadas por el hecho de su coexistencia: *La solidarité iconique n'est que la condition nécessaire pour qu'un message puisse, en première approximation, être assimilé à une bande dessinée.* (Groensteen: 1999, pág. 23).

En relación a la historieta contemporánea es necesario también hacer referencia a la inclusión de los nuevos media dentro de su desarrollo, y a la incorporación de Internet como un espacio vinculado a su tratamiento en la actualidad. En la historieta argentina se da el paso a la publicación en Internet como una salida a las dificultades de edición, especialmente para nuevos autores, como modo de difusión para historietas concebidas para ser publicadas en papel. Ahora bien, la historieta digital y la historieta en la web abren una amplia gama de entornos experimentales que hacen uso de las limitaciones y posibilidades que da este medio y esta nueva concepción de soporte y transmisión de información. El historietista norteamericano Scott Mc Loud reflexiona sobre el tema en su libro *Reinventing comics* (2000), narrado íntegramente en forma de historieta donde muestra entre otras cosas, su modo particular de apropiarse de la web como medio para el dispositivo historietístico.

En principio se refiere a la computadora como herramienta de creación primaria, y las nuevas posibilidades que da en términos de procesamiento de imágenes y modos expresivos que permite (menciona, por ejemplo, el efecto de relieve, las superficies difuminadas, la posibilidad de distribuir una gran cantidad de viñetas en una sola página en un tamaño ínfimo, la narración a través de *clip art*, la edición digital de texto, los ambientes 3D, etc.). En estos términos las computadoras reemplazan toda una artimaña de medios físicos en un único ambiente de trabajo y asimismo, expanden el rango de efectos visuales que se acrecienta notablemente. Ahora bien, mas allá de las posibilidades expresivas que son ya conocidas hoy en día por todo aquel que haya tenido algún contacto con los diversos softwares de edición de imágenes, Mc Loud exalta la producción de historietas específicamente para la web. La "tela infinita" como define al espacio del comic digital permite una diversidad de opciones. Una primera distinción al abarcarlo, puede ser análoga a aquella que realiza Cilleruelo (2001) con el arte e Internet. El *arte en la red* designa al arte concebido en otro medio y exhibido y difundido a través de ella, en tanto que el *arte de red (net.art)* utiliza la red en sí misma como base de una obra de arte. Estas categorías se aplican de igual modo al comic, podemos distinguir entre comics digitalizados (aquellos concebidos y publicados en papel que se digitalizan) y aquellos concebidos específicamente para el ciberespacio. Una tercera categoría (ligada a la realidad argentina en particular) podría agregarse y es aquella que incluye los comics realizados bajo las normas de la diagramación en papel pero a su vez pensados para ser difundidos vía Internet. Estas son aquellas historietas que dada la falta de alternativas dentro del sistema editorial, se difunden en Internet, el único medio que puede publicarlas (en este caso el autor se mantiene dentro de los límites expresivos de la diagramación en papel, ya que usa el ambiente digital únicamente como modo de difusión).

Mc Loud esboza una definición de historieta no muy diferente a la de Groensteen: "imágenes pictóricas u otras yuxtapuestas en secuencia deliberada" (Mc Loud: 1995). Esta amplia definición incluirá es efecto a las diferentes mutaciones de la historieta vertida al modo digital. El autor no duda de que la historieta deberá necesariamente mutar, adaptarse a la era digital y específicamente a Internet. Por ello asegura que ésta buscará una mutación durable que le permita sobrevivir y prosperar en el nuevo

siglo. Siguiendo con la analogía darwinista, afirma que su supervivencia dependerá, como en la naturaleza, del modo en que pueda adaptarse a su nuevo ambiente, el cual incluirá un nuevo paisaje tecnológico y nuevas necesidades por parte de su potencial público (subyace la idea de que el comic necesariamente debe adaptarse y que con el paso del tiempo lo hará exitosamente). En este sentido, y contariamente a Mc Loud, no vemos a la *mutación* como condición necesaria en el devenir historietístico, sino mas bien la *diversificación*.

Las primeras categorías que Mc Loud incorpora a los comics digitales, son las de *movimiento* e *interactividad*. Con la ampliación del ancho de banda, la web se torna capaz de difundir contenido multimediático (originalmente asociado por ejemplo al CD Rom). Entre los modos de adaptación del comic al medio digital, el primero sería el de usar la pantalla como una página, con un link a la siguiente, luego estaría la opción de ubicar una viñeta por pantalla con link a la siguiente. Eso da lugar a documentos vinculados hipertextualmente y para ser explorados en cualquier orden, generándose una matriz interactiva de opciones narrativas, adaptando el comic a uno de los principios básicos de la web, el hipertexto informático. Mas allá de estas apropiaciones, la unión temporal lineal de las viñetas puede sobrevivir como una idea central y unificadora y ampliar su alcance en la forma del ambiente digital tan dramáticamente como con otras opciones. En este sentido, el autor evoca los antecedentes del relato en secuencia, comenzando por las cuevas paleolíticas, siguiendo por las pinturas egipcias, la columna trajana, el tapiz de Bayeux, etc., Esta descripción lineal del mapa temporal se rompe con la adaptación al nuevo medio, la historieta. Ya no se trata imágenes adyacentes representando momentos adyacentes, sino que se impone una nueva fórmula, en que se incorpora el blanco entre medio (espacio intericónico), un nuevo protocolo de lectura y la incorporación de la palabra impresa. Allí surgió el problema de cómo “hacer todo caber” adaptándose a la página y a un número limitado de viñetas. Como una vuelta a los orígenes, Mc Loud rescata la posibilidad del ciberespacio como tela infinita, que permita liberar al dibujante/diagramador de las limitaciones de la paginación (por ejemplo, una historia de 500 viñetas contada verticalmente, u horizontalmente). Su primer comic web⁷, la adaptación del poema de Browning, *Porphyria's lover* (1998), reflejó la estructura de rimas A B A B B y el ritmo de cada estrofa, con un orden de viñetas zigzagueante usando las conexiones entre los cuadritos y no su posición para determinar el orden de lectura y estando conectadas las 12 estrofas en una única cadena descendente dispuesta contra un fondo oscuro. Posteriormente continuó desarrollando este sistema de comic web, navegable a través del uso del scroll, zoom-in y zoom-out, con una distribución de viñetas en diferentes direcciones y bifurcaciones, con diversas posibilidades de lectura.

Cierre

En este recorrido intentamos recoger algunas líneas de abordaje de la historieta como lenguaje eminentemente visual, de modo que pueda constituirse como un objeto de estudio de la Historia de las Artes Visuales a la vez que valorizarse en términos de forma de arte visual y reproducible. Consecuentemente pasamos revista también por aquellos textos que hacen referencia a la legitimación del medio históricamente y la realidad del medio en nuestro país, en nuestros días. Este recorrido, apenas emprendido deberá sortear el obstáculo de la escasez de miradas teóricas y académicas sobre el medio, construyendo las bases de una nueva teoría visual de la historieta contemporánea.

⁷ Todos sus comics web pueden verse en www.scottmcloud.com

BIBLIOGRAFÍA

- BOLTANSKY, LUC. *La constitution du champ de la bande dessinée*. Actes de la recherche es Sciences Sociales, Vol. 1 N.1, Paris, 1975
- CILLERUELO, LOURDES. *Arte en Internet: génesis y definición de un nuevo soporte artístico (1995-2000)* Bilbao: UPV/EHU 2001
- GAUTHIER. *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Madrid: Catedra. Signo e imagen, 1992.
- GETINO, OCTAVIO. *Las industrias culturales en las Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Colihue, 1995
- GROENSTEEN, THIERRY. *Système de la bande dessinée*. Paris : Presses Universitaires de France, 1999
- MASOTTA, OSCAR. *La historieta en el mundo moderno*. Buenos Aires: Paidós, 1982.
- MC LOUD, SCOTT. *Cómo se hace un comic. El arte invisible*. Barcelona: Ediciones B, 1995.
- Reinventando os quadrinhos*. San Pablo: M Books do Brasil, 2006.
- STEIMBERG, OSCAR. *Leyendo historietas*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1977.
- "La nueva historieta de aventuras: una fundación narrativa". *Tebeosfera Argentina*. [en línea] www.tebeosfera.com (último acceso mayo 2008).
- VON SPRECHER, ROBERTO. "Ejemplo de campo: la historieta realista argentina". En: Von Sprecher (coord.) *Teorías sociológicas. Introducción a los contemporáneos*. Brujas. Córdoba. 2007.