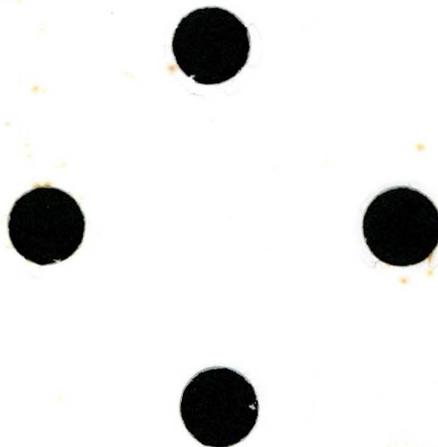
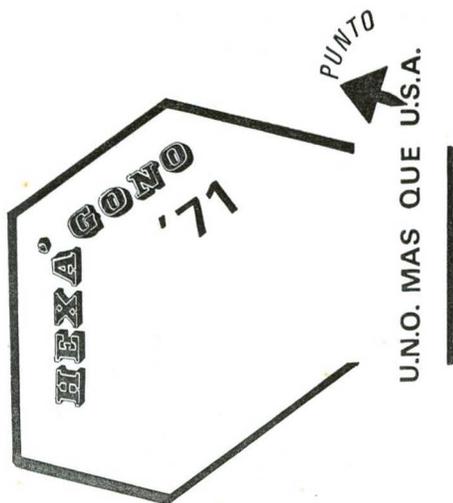


b*

c



EL ARTISTA ES
EL OPIO DEL ARTE

comunicación : gag-art-galerie 33 braunschweig, klint 2 - alemania

KALSMANN :

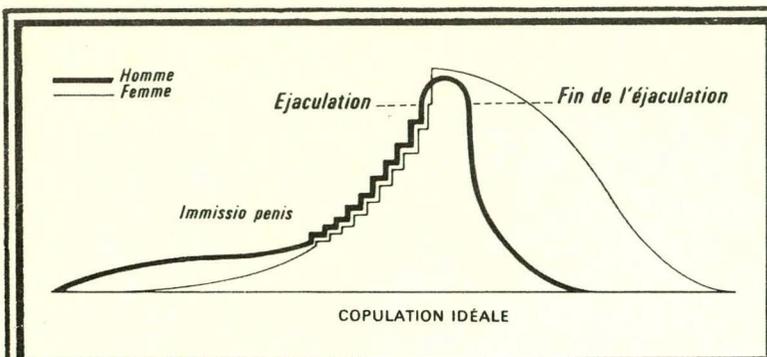
cet année je n'envoie pas des cartes de Noël !

“...Despreciándonos, algunos nos trataron de ANARTISTAS;
ANARTISTAS;
ANARTISTAS;
“ “ ; como atribuimos muy poca
importancia a las marcas y a las demás etiquetas, tomamos buena nota de eso . “
del boletín de NEP = nouvelles éditions polaires / paris *

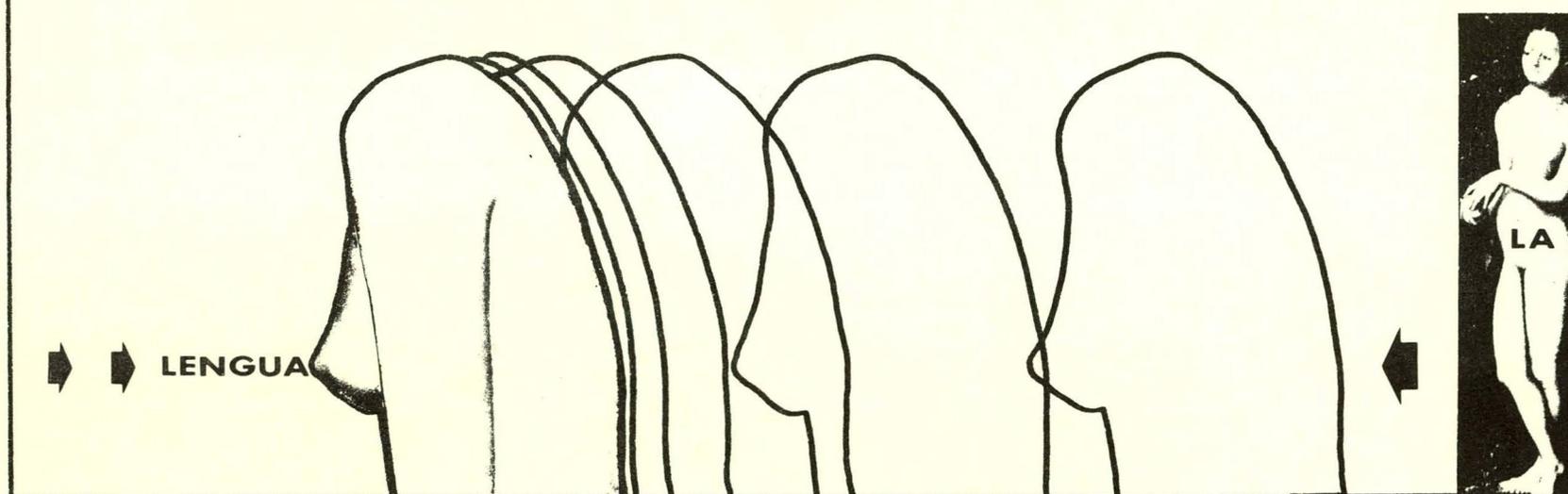
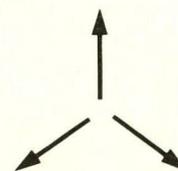
MANIPULACION

la
realidad es un
error

.....
(c) klaus groh '72



the
« universal »

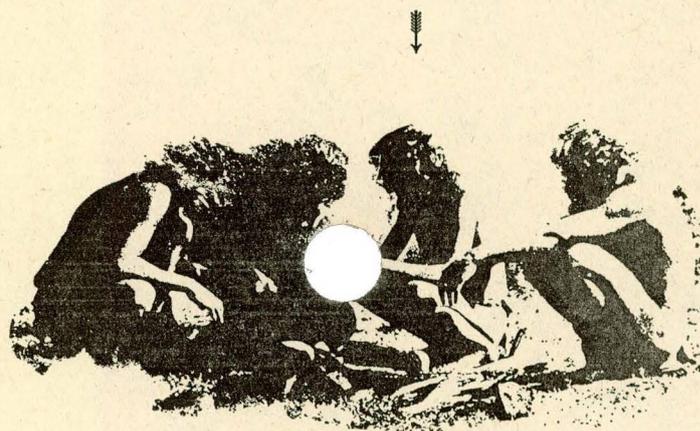


23:XI:70

henry w. targowski



U. S. A. **VERSUS**
LATIN AMERICAN



LLEGÓ LA AYUDA. HERMANOS !!!

LA IMPORTANCIA DE LA TIRA DIBUJADA (1)

CAPITULO PRIMERO DEL LIBRO.

BUM!

LA EXPLOSION CREATIVA DE LAS TIRAS DIBUJADAS

MOACY CIRNE

EDITORIA VOZES LIMITADA ▼ PETROPOLIS, R. J - BRASIL

Traducción: **EDGARDO - ANTONIO VIGO**

Durante mucho tiempo las historietas (2) fueron tenidas y juzgadas como una subliteratura perjudicial para el desenvolvimiento intelectual de los niños. Sociólogos, la apuntaban como una de las principales causas de la delincuencia juvenil (3). Hace poco, sin embargo, se fue verificando la fragilidad de los argumentos de aquellos que embestían contra la historieta: una nueva base metodológica de las búsquedas culturales consiguió estructurar su evolución crítica, problematizándolos a partir de la relación entre la reproductibilidad técnica y el consumo en masa, que crearían nuevas posiciones estético-informacionales para la obra de arte.

Y hoy, desde WILLIAM UDEUX —Profesor de la Universidad Católica de Louvain y Director General del Instituto Belga de Información y Documentación— a ALAIN RESNAIS (Marienband) y JEAN-LUC GODARD (One Plus One; el más agresivo y radical **collage** crítico-creativo de nuestra época), son muchos los polos, ya educacionales o periodísticos, ya de comunicación o artísticos, que se vuelcan hacia las raíces metalingüísticas, políticas, sociales y económicas de las historietas, testimoniando las vertientes creadoras que se forman y se proyectan en el espacio-tiempo gráfico de las revistas y diarios.

“Nacidos del ojo de las técnicas de reproducción, las historietas se benefician por una penetración que ninguna de las artes de galería jamás han experimentado, por el hecho de que la pintura y la escultura son, originariamente, objetos no-reproducibles” —dice RUY CASTRO—. De hecho, las historietas surgirán como una consecuencia de las relaciones tecnológicas y sociales que alimentaban el complejo editorial capitalista, amparados en una rivalidad entre grupos periodísticos (HEARST vs. PULITZER), dentro de un esquema preestablecido para aumentar la venta de los ejemplares, aprovechando los nuevos medios de reproducción y creando una lógica propia de consumo.

Del importante ensayo de WALTER BENJAMIN —“La obra de arte en la época de su reproducción técnica”— señalamos, a través de cortes sincrónicos, seis puntos esenciales para la insubordinación de la problemática generada por las historietas:

En la época de reproductividad técnica, lo que ha alcanzado a la obra de arte y su aura.

Cuando surgió la primera técnica de reproducción verdaderamente revolucionaria —la fotografía, contemporánea a su vez de los inicios del socialismo— los artistas presintieron la aproximación de una crisis, que ninguno puede, cien años más tarde, negar.

... desde que el criterio de la autenticidad no se aplica más a la producción artística, toda la función del arte es subvertida. En lugar de reposar sobre el ritual, ella se funda ahora sobre una otra forma de praxis: la política.

Las técnicas de reproducción aplicadas a la obra de arte modifican la actitud de la masa frente al arte. Muy reaccionaria antes, por ejemplo, de un PICASSO, esta masa se torna progresista delante, por ejemplo, de un CHAPLIN.

Una de las tareas esenciales del arte, en todos los tiempos, consistió en suscitar una exigencia, en una época que no estaba madura para satisfacerla plenamente. La historia de cada forma de arte comporta épocas críticas, donde ella tiende a producir efectos que no podrán ser libremente obtenidos sino después de una modificación del nivel técnico, esto es, a través de una nueva forma de arte.

La masa es una matriz de donde brota, actualmente, todo un conjunto de nuevas actitudes en el aspecto de la obra de arte. La cantidad tórnase calidad.

El arte siempre exigirá una actitud contemplativa de sus pocos y privilegiados espectadores: con la explosión de las técnicas reproductoras (en el siglo pasado: la fotografía, la litografía y el cinema), caminos implosivos pudieron ser trazados en función de millones de consumidores. De lo que fue extraído —en WALTER BENJAMIN— tentemos algunas propuestas:

El arte fue sustituido por tecnologías orientadas por las necesidades creativas y sociales.

Nuevos materiales proporcionan nuevas posibilidades visuales, sonoras y ambientales.

Todo objeto o proyecto gráfico que violenta estructuras arcaicas, asimismo a las relativas apenas a la forma artística, tiene connotaciones políticas.

El consumo, para generar relaciones cualitativas, se debe colocar a partir de la conciencia crítica de una dada realidad concreta.

La masa funciona como matriz justamente porque los nuevos acontecimientos artísticos, fundamentados en la reproductibilidad (cantidad + calidad = conciencia crítica), permiten reacciones creativas en cadena: las versiones (opciones).

Así como el cine amplió las coordenadas operatorias de la estética contemporánea, creando parámetros visuales y políticos para el modo de hacer el consumo de la obra de arte, las historietas —que no serían enfocadas por WALTER BENJAMIN, tal vez por desconocer su realidad espacio-temporal— ampliarán las perspectivas del invención y consumo y radicalidad: el LITTLE NEMO (1905), de WINSOR McKAY; ya tiene soluciones formales y temáticas puramente surrealistas; los KATZENJAMMER KIDS (LOS SOBRINOS DEL CAPITAN), de RUDOLPH DIRKS; son del mismo año de UN GOLPE DE DADOS (1897), la concreción mallarmeneana; KRAZY CAT (1911), de GEORGE HERRIMAN; y BRINGING UP FATHER (Pafúncio e Marocas, 1912 — TRIFON Y SISEBUTA, en Argentina; N. del T.), de GEORGE McMANUS, aparecerán antes del primer gran film de GRIFFITH; y en 1906 nuestro O TICO TICO ya tenía una tirada de 30.000 ejemplares! Y si el cine, herramienta actuante en la sociedad capitalista, tiene como principal función revolucionaria el contestar antiguas concepciones estéticas (WALTER BENJAMIN), lo mismo diremos de las historietas: la cultura popular situada en el propio remolino de la cultura eléctrica de nuestro tiempo.

Por cierto, de GRIFFITH a GODARD (pasando por EISENSTEIN, WELLES, ANTONIONI, RESNAIS y KUBRICK) existe todo un cuestionamiento histórico que problematiza a las aperturas formales del cine, capaces de reflejarse de manera ideogramática, por ejemplo la obra de un JOYCE. Igualmente, de OUTCAULT y DIRKS a PELLAERT y DEVIL (pasando por HOGARTH, RAYMOND, CAPP y SCHULZ) existe toda una aventura de influencias comunicacionales, tocando la propaganda, el cine, las vanguardias (pop / art; poema / proceso), etc.

Podemos, inclusive, parafrasear a WALTER BENJAMIN en el final del referido ensayo: la respuesta del tercer mundo es politizar la historieta. SERAPHINA, de ERIC NEMES, fue una reciente tentativa africana en este sentido : la lucha de los negros contra el Octógono, organización dirigida por rusos y norteamericanos. No tenemos —o tenemos— ninguna experiencia similar en América Latina, aunque exista un potencial inmenso de posibilidades exploratorias : MAFALDA, historieta argentina de QUINO (Joaquín Lavado), sitúase dentro de una perspectiva politizante (4). El SACI - PERERÉ, de ZIRALDO, ídem.

Todavía, la propia raíz del consumo que localiza, es la mayor importancia de las historietas, lejos de sus particularidades creativas (la burbuja o balón, el voltaje onomatopéyico, el ritmo visual). MARX, entre otros, sabe colocar muy bien el problema del consumo del arte, detectando en la producción artística no únicamente un objeto para el sujeto, sino también un SUJETO PARA EL OBJETO (“Manuscritos económicos”). No es por casualidad que el POEMA / PROCESO —atento a las exigencias sociales y estéticas de la época— destaca :

Solo el consumo es lógica.

Consumo inmediato como antinobleza.

Solo lo reproducible atiende, en el momento exacto, las necesidades de comunicación e información de las masas.

Humanismo funcional para las masas.

Narraciones de historietas y humor, sin leyendas.

(PROPOSICION). (5)

Y los números hablan del consumo de las historietas :

PEANUTS (MINDUIN - RABANITOS en Argentina, N. del T.) : 700 periódicos y 90 millones de lectores diarios en los Estados Unidos; TINTIN: 15 millones de álbumes vendidos en Europa ;

ASTERIX, el legionario : tirada de 1.500.000 de ejemplares ;

POPEYE : 600 diarios en 25 países ;

Li'L ABNER (FERDINANDO) : 650 periódicos y 50 millones de lectores diarios en los Estados Unidos ;

BLONDIE (BELINDA - HOGAR, DULCE HOGAR, en Argentina, N. del T.) : 1.600 periódicos y 60 millones de lectores diarios en los Estados Unidos;

WALT DISNEY (PATO DONALD, Zé CARIOCA, TIO PATHINAS - TIO PATILLUDO en Argentina, N. del T. —, MICKEY), en el Brasil : 1.360.000 ejemplares mensuales.



Algunos hechos también sirven para comprobar su importancia :

La APOLO / 8 y su módulo lunar fueron denominados, respectivamente, CHARLIE BROWN y SNOOPY, los dos célebres personajes de CHARLES SCHULZ (PEANUTS / RABANITOS);

En 1942 GOEBBELS (Ministro de Propaganda del IIIer. REICH / ALEMANIA - N. del T.) declaró : "SUPERMAN es un judío". En Italia, FLASH GORDON fue prohibido por MUSSOLINI ;

En Texas (USA) fue erigida una estatua en homenaje a POPEYE ;

Durante la IIª. Guerra Mundial, TARZAN, MANDRAKE, FANTASMA, FLASH GORDON, SUPERMAN y hasta el PRINCIPE VALIENTE —para satisfacción de las fuerzas militares americanas— combatieron (directa o simbólicamente) a los nazis y japoneses ;

Artistas y teóricos consagrados internacionalmente se confiesan estudiosos o admiradores de las historietas : PICASSO, ALAIN RESNAIS, JEAN-LUC GODARD, FEDERICO FELLINI, PIERRE ALECHINSKY, EDGAR MORIN, MARSHALL McLUHAN, UMBERTO ECO, FRANCIS LACASSIN, PETER FOLDES, LUIS GASCA;

Sólo los cómicos americanos, desde YELLOW KID (R. F. OUTCAULT, 1896) ya han producido cerca de 12 millones de imágenes;

Revistas especializadas aparecen en Europa, GIFF-WIFF; PHÉNIX, LINUS, etc;

Exposiciones internacionales son realizadas en BORDIGHERA (Italia); PARIS (Francia); LUCCA (Italia) y BUENOS AIRES (Argentina) — 1ª Bienal Mundial de la Historieta — Instituida por la Escuela Panamericana de Arte, con la colaboración del Instituto Torcuato di Tella de Buenos Aires, N. del T. — ;

AL CAPP : propuesto para el Premio Nobel de Literatura (por JOHN STEINBECK).

La dinámica del consumo, que en nuestro siglo aproxima cualitativamente las historietas al cinema, televisión y radio, provoca una pregunta específica a su estructuración : quien consume las narrativas de las historietas ?

Antes situémoslas sociológicamente :

Ha-
ciendo una encuesta estadística de las historietas, comprendiendo el período 1909 - 1959, en diarios de Boston (USA), F. E. BARCUS nos presenta un resultado curioso, estrictamente vinculado a su propia ideología ; 67% de los personajes de historietas pertenecen a la clase media; 12% a clases más bajas; 15% a clase burguesa; 16% no tiene clase definida. Solamente 36% ejercen profesiones normales; 23% no tiene profesión definida; 17% procuran ejercer profesiones incommunes; 73.8% de las historietas situadas en América del Norte presentan ambiente urbano, 64% son historias cómicas (durante la última guerra : 19.2% de aventuras); la vida familiar, en las múltiples variaciones, jamás presentan un índice inferior a 60%, y la fantasía — comprendiendo la ciencia - ficción — no ha superado el 5 %. Otro dato de gran importancia, cuando relacionamos las historietas con la ideología de su tiempo y espacio, según una pesquisa de SPRIEGELMANN : las instituciones son eficaces en el 92% de los casos (lo que vale decir : las instituciones burguesas son eficaces) ; la inteligencia en 84% ; la fuerza en 73% . (6)

Adicionamos otros informes, igualmente interesantes: 72% de los personajes que pueblan las historietas son masculinos ; 65 % de los " **cartoonits yankees** " son originarios de pequeñas ciudades o del campo.

Conclúyese, por lo tanto, que las historietas están impregnadas de ideología pequeño-burguesa, individualista, nacidas bajo los signos del capitalismo y de la segunda revolución industrial, marcadas, como el cinema, por los instrumentos tecnológicos. Que irían, en contradicción dialéctica, a colocar en peligro toda la estructura del arte occidental (Volvamos a WALTER BENJAMIN : la masa es una matriz de donde brotan nuevas actitudes delante del producto artístico, etc.). Ya señalamos, en otra oportunidad, que SUPERMAN, BATMAN y el CAPITAN MARVEL no surgirán por casualidad en 1938, 1939 y 1940, respectivamente. " Desorientada y decepcionada, la clase media precisaba del super-héroe. Solamente una sociedad de consumo, como la norteamericana, cuya alienación ideológico-participacional era evidente, podría ofrecérselos en gran escala ". Y Jô SOARES en corto pero agudo artículo, vé en el CAPITAN AMERICA, de 1940, un reflejo chauvinista de la política externa americana. Donde su uniforme listado y estrellado, sería la propia bandera de los EE.UU., y su acción tenía una connotación simbólica : solo ataca para defenderse, exactamente como quieren demostrar el "Pentágono" y la Casa Blanca en los más variados conflictos de Asia, Africa y América Latina. De ahí por qué el CAPITAN AMERICA sufrió un cierto ostracismo en el período kennedyano resurgiendo ahora con redoblado ímpetu.

Consustanciado en el mismo enfoque sociológico, podríamos indagar : serán las historietas un nuevo opio literario, al nivel de las fotonovelas ? Sin duda, la mayoría de los lectores de las historietas se identifican con éste o aquél héroe, modelo de las ideas burguesas o pequeño-burguesas, envueltos por el dualismo simplista del Bien o del Mal, con la indefectible victoria del primero sobre el segundo. A nuestro ver, sin embargo, las historietas no constituyen un opio literario : porque a sus vertientes creativas — o probabilidades de — superan los desvíos sociales posibles de eludir ; porque — a través de los tiempos— la cultura popular se ha formado a partir de las manifestaciones tenidas en su inicio como sublitterarias ; porque los problemas políticos jamás fueron o serán solucionados por cualquier especie de arte, que, a lo máximo, solo podrá aprehenderlos a nivel de lenguaje. (7)

En este cuadro general cabe esta pregunta : quién consume las historietas ?

Para ABRAHAM MOLES, en un gráfico publicado en obra reciente, la lectura de las historietas alcanza el máximo entre las edades de 10/15 años (casi 80 % del cómputo de lectura diaria, en primer lugar), estacionario entre 30/40 años (55% en segundo lugar), decreciendo a partir de los 50 años, notablemente entre las mujeres (de 40 años el 25%, en el quinto lugar). Otra no es la colocación de PIERRE COUPERIE & SCHRAMM y WHITE, en "BANDE DESSINÉE ET FIGURATION NARRATIVE" ("BANDA DIBUJADA y FIGURACION NARRATIVA - historia, estética, producción y sociología de la banda dibujada mundial / Procedimientos narrativos y estructura de la imagen en la pintura contemporánea — catálogo/libro editado en ocasión de la exposición de la historieta realizada en el MUSEO DE ARTES DECORATIVAS DEL LOUVRE - París / Francia ; con artículos de : PIERRE COUPERIE, PROTO DESTEFANIS, EDOUARD FRANÇOIS, MAURICE HORN, CLAUDE MOLITERNI y GERALD GASSIOT-TALABOT ; 1967 / N. del T.). Sabemos que solo en los EE.UU. los lectores dominicales de historietas

se elevan a más de 100.000.000 entre adultos y niños, o sea, mas que toda la población actual del Brasil ! Una encuesta realizada por el diario VAILLANT (cf. PIERRE CAUVIN, " El arte de las historietas ") muestra que, en relación de sus lectores, solamente 2.3% de operarios consumen las aventuras de las historietas, en cuanto al porcentaje de escolares primarios y secundarios es, respectivamente de 49% a 40.9%.

En Europa, de hecho, se observa otro punto de vista para el problema. Más, según PIERRE COUPERIE, la revista LINUS (altamente intelectualizada) es consumida en un 70% del total de estudiantes en la edad de 16/28 años. JACQUES MARNY adopta la misma perspectiva europea, distinguiendo cinco categorías en el público de las historietas :

- los consumidores rutinarios (80%)
- los consumidores esclarecidos
- los " HOSTIS " (en los EE.UU., 10%)
- los coleccionistas
- los niños (80% / 100%)

En el Brasil, son inexistentes las investigaciones de esta índole, estadísticas o no. SERGIO AUGUSTO — partiendo del principio revelado por DAVID MANNING WHITE y ROBERT A. ABEL, según el cual 51% de los lectores de las historietas tienen un héroe predilecto — apunta nuestras posibles preferencias en el siguiente orden :

- BOLINHA e LULUZINHA (bras.)
- PATO DONALD
- SUPERMAN
- FANTASMA
- FAMILIA MARVEL
- BRUCUTU (bras.)
- MANDRAKE
- TARZAN
- FERDINANDO
- MICKEY

Este relevamiento nos parece un poco arbitrario : muy ciertamente BATMAN, y tal vez THOR, HULK y CAPITAN AMERICA — redimensionados por la TV — constarían dentro de los " DIEZ MAS ", o lo mismo — quién sabe ? — algunos de los personajes de MAURICIO DE SOUZA. Ya BRUCUTU y FERDINANDO quedarían para aquellos " consumidores esclarecidos ". De cualquier modo, la relación que predomina en el sur del país (donde MAURICIO DE SOUZA podría tener razón) sería dierente del nortenordeste.

Estamos viendo — y veremos en los capítulos siguientes — que las historietas presentan múltiples y variadas posibilidades de abordaje crítico :

- El " FANTASMA " es racista ?
- En qué nivel filosófico-metafísico se sitúan las preocupaciones existenciales del perro SNOOPY ?
- AL CAPP es más importante que FAULKNER ?
- El " TARZAN " de HOGARTH es barroco ?
- El recluta ZERO es antimilitarista ?
- Las historietas son un mensaje o un masaje ?

Evidentemente, lejos de la importancia ideológica y social, las historietas registran una problemática expresional de profundo significado estético, tornándose la literatura por excelencia del siglo XX. O un nuevo tipo de literatura (popular) — la literatura gráfico-visual, que sustituye a otra, ya gastada y corrompida por el uso, y que tiene en JOYCE y OSWALD DE ANDRADE (en el caso brasilero) sus últimos exponentes. En el siglo del cinema, de la televisión, de las explosiones sonoras, de los experimentos tecnológicos, de la poesía concreta y del poema/proceso, de Mondriaan y Max Bill, de Albers y Wladimir Dias-Pino, la prosa lineal daría lugar a un nuevo procedimiento literario, sin la **literatura ridícula** sicoanalizante de ciertos autores del pasado y del presente.

Delante de tal incomodidad, las estructuras académico-intelectuales se avalan y, ya ineficaces para aprehender las vanguardias poéticas, no perdonan a los creadores, estudiosos y divulgadores de la historieta. La propia crítica estructuralista de un modo general, no está en condiciones de juzgar lo nuevo, ya sea el cinema, ya el poema, la música o las historietas. (8) Ya el crítico cinematográfico, el artista plástico y el teórico de comunicación (cuyo repertorio lingüístico termina por ser más amplio, ocasionando respuestas creativas a las exigencias de la moderna acción cultural), están casi siempre aptos a comprender lo nuevo y a las historietas. " Delante de la plancheta — escribe RUY CASTRO, el dibujante es casi omnipotente para crear, solo depende de su trazo y de su lápiz para tornar concreto aquello que concibe " .

Con todo — es una oportuna observación de UMBERTO ECO — " no se puede justificar una historieta solo porque es una historieta " . No concordamos, sin embargo, con el teórico italiano cuando afirma que el 95% de las actuales historietas son de bajo nivel, mientras que el 4% serían de un modesto nivel artesanal y apenas el 1 % de nivel artístico. Se trata de un juicio muy riguroso. Nosotros proponemos :

80% - bajo nivel

12% - regular nivel artesanal

6% - buen nivel artístico

2% - óptimo nivel artístico

Porque el FLASH GORDON de MAC RABOY es muy inferior al de ALEX RAYMOND, o el TARZAN de RUSS MANNING no se compara al de BURNE HOGARTH, ni LOS SOBRINOS DEL CAPITAN de JOE MUSIAL no contiene la misma intensidad crítica de las creaciones de RUDOLPH DIRKS y el PAFUNCIO y MAROCAS de BILL KAVANAGH & FRANK FLETCHER pierde su voltaje satírico con respecto a la GEORG McMANUS, y si muchas son las historietas mediocres, no debemos despreñar que hoy, en revistas especializadas y/o en tiras diarias de periódicos, continúan firmes los siguientes autores y dibujantes: SCHULZ, COPI, FEIFFER, CAPP, KELLY, HART, POST, STEADMAN, CREPAX, BIANCONI, SAPIA, GOULD, QUINO, PASTECCA, PELLAERT, FALK, HAMLIN, WALKER, FOSTER, WILLIAMSON, HERGÉ, ROBBINS, CULLEN MURPHY, MORRIS, GOSCINNY, ZIRALDO, HENFIL, MAURICIO DE SOUZA, ALÉM DE NICOLAS DEVIL y JEAN ALESSANDRINI, que también investigan otras formas de comunicación.

Poco importa saber que las historietas son — o no — un arte, conforme hace notar RUY CASTRO, precisamente porque — hoy — que es realmente lo que sería arte ? Lo que importa es su poder de comunicación y su capacidad de revitalizar formas expresivas.

- 1 La terminología crítica utilizada por nosotros, en el enfoque de las formas materiales de las historietas, se aproxima a la utilizada por la crítica cinematográfica, debido al parentesco de las dos — cinema e historietas.
- 2 Las historietas en los EE. UU. son conocidas por COMICS — pues sus primeras aventuras eran todas de carácter cómico — daily strip (tiras diarias : tiras en el diario que ocupan espacios variados), entre otras denominaciones. En Francia, como BANDAS DIBUJADAS; en Italia, FUMETTI; en España, historietas y tebeo; en Portugal, QUADRADINHOS (en Brasil reciben el nombre de " quadrinhos " N. del T.).
- 3 Existen — en Brasil y exterior — códigos morales que rigen las editoriales especializadas. El código brasileiro destaca :

las historietas deben ser un instrumento de educación, formación moral, propaganda de buenos sentimientos y exhaltación de las virtudes sociales e individuales;

es necesario el mayor cuidado para evitar que las historietas, descuidando su misión, influencien perniciosamente a la juventud o den motivos a exageraciones de imaginación en la infancia y juventud;

no es permitido el ataque o falta de respeto a ninguna religión o raza; los principios democráticos y las autoridades constituidas deben ser prestigiadas, jamás ser presentados de manera simpática o lisonjera los tiranos y enemigos del régimen y de la libertad.
- 4 Sobre la historieta porteña se puede consultar " IL GESTO ARGENTINO " de MARCELLO RAVONI, en LINUS, número 47, febrero 1969, Milán (Italia) : " En 1967... se verificó el salto de la historieta, del periódico al libro de gran suceso, con el personaje best-seller de QUINO, comicidad sutilmente doméstica y agresivamente polémica " (RAVONI).
- 5 La proposición del poema/proceso fue publicada inicialmente en la revista PONTO I (Gb, diciembre / 67) y en el diario O SOL (Gb, 9 diciembre de 1967).
- 6 Testimonios extraídos — por nosotros — del libro " BANDE DESSINÉE ET FIGURATION NARRATIVE " págs. 155 / 59. En cuanto a la fantasía (que jamás sería superior al 5%), ella fue más o menos intensa en la década del '30 — años de la gran crisis moral y social para la sociedad americana, esclavizada por la crisis económica de 1929. Discordamos, pues, con el 5%.
- 7 Sin la menor duda, las historietas muchas veces se constituyen en material alienante. Trátase de un problema estructural. Cuando un determinado contexto político-social permite la invasión de los superhéroes americanos y aventuras bélicas — aquellos que justamente pueden ser acusados de opio literario — , entonces estamos delante de un hecho capaz de provocar relaciones alienantes.
- 8 En contrapartida, la crítica estructuralista es excelente... para analizar a DRUMMOND o JOÃO CABRAL, BANDEIRA o a MARIO DE ANDRADE.

