
COMIC Y ANTICOMIC DE LA SEMIOLOGIA A LA IDEOLOGIA



RICARDO MARTINEZ
MARIA ELENA RAMOS C.

- Nota de la redacción

A pesar de tratarse de un estudio notable sobre el análisis del comic, aún está inédito el trabajo de Ricardo Martínez y María Elena Ramos: "Comic y anti-comic, de la semiología a la ideología", presentado como tesis de grado el año 1975 (UCAB), y cuyos resultados exponemos a continuación por su enorme interés para el análisis del humor crítico vehiculado por unos de los soportes más importantes de la industria cultural. Hemos obviado una explicación detallada del método, ya que puede encontrarse en autores como U. Eco y V. Morin.

1.- OBJETIVO Y METODO DE ESTUDIO

Determinar las semejanzas y diferencias semiológico-ideológicas del comic y del anti-comic (o comic crítico). ¿Es el anti-comic la negación del comic, y viceversa?. ¿En qué plano se produce este antagonismo y esta negación?.

Dada la amplitud de los universos para el análisis se seleccionan, tras haber hecho el historial de los géneros, dos series típicas: MAFALDA y PEPITA, tomando un diez por ciento de las ediciones, aparecidas en el diario "El Nacional" durante el año 1974.

La decodificación de las tiras se realiza en base a los códigos clasificados por Umberto Eco, y para el desciframiento se utiliza el método estructuralista aplicado por Violette Morin en el análisis del chiste.

La comparación de los mecanismos semiológicos empleados en cada una de las series típicas permite detectar los recursos idénticos del género empleado y los mecanismos diferenciales derivados del sub-código ideológico.

2.- CONCLUSIONES

Las conclusiones parciales son el resultado de un análisis cualitativo a partir de unos esquemas tratados cualitativamente. Las observaciones no se alejan del doble objeto paradigmático sometido a estudio: Pepita y Mafalda.

Se hace necesario alejarse de la inmediatez de unos datos numéricos y de unas historietas en concreto para adentrarse en conclusiones que hagan relación al fenómeno total. En adelante nos referiremos a comic y anticomic sin individualizarlos, buscando a través de la generalización los elementos iluminados por este estudio que se muestran con más evidencia.

1/El comic y el anticomic participan de un mismo lenguaje icónico-verbal que los identifica como hecho de comunicación. Las constantes que los unifican son de naturaleza semiológica y hacen relación, básicamente, a los códigos, a la función de lo verbal respecto de lo icónico, al efecto de reiteración y a la convencionalidad del balloon y de la onomatopeya.

2/Pese a esta identidad básica, lo semiológico define también diferencias fundamentales que generan el antagonismo comic-anticomic. Estas diferencias se dan fundamentalmente en el carácter de la tira y en la estructura. En otras palabras, en la forma particular como hacen uso de los códigos y de las convenciones establecidas. El siguiente cuadro subraya estas diferencias.



COMIC

Respecto a los códigos el comic se caracteriza por un uso predominante funcional, sólo con valor de reconocimiento, de elemento narrativo.

Uso instrumental del lenguaje.

Centrado en la acción.

Básicamente la exterioridad del personaje.

Espacio y tiempo en función narrativa o descriptiva.

Lo verbal en función de anclaje.

Polisemia en la imagen, monosemia en lo verbal.

Predominio de lo denotativo.

Concreción.

Funciones narrativas no siempre evidentes.

No exige disyunción.

Predominio de la disyunción física.



ANTICOMIC

En el anticomic se da un uso predominantemente intencional, con valor de pasaporte a lo metacomunicado, como el elemento dramático.

Uso "creativo" del lenguaje.

Centrado en la idea.

Básicamente la interioridad del personaje, su intimidad.

Espacio y tiempo en función dramática o de la idea.

Tendencia a la función de relevo.

Tendencia a la independencia de la imagen y a la polisemia global.

Predominio de lo connotativo.

Abstracción.

Funciones narrativas evidentes.

Supone disyunción.

Predominio de la disyunción mental o de la físico-mental.

Predominio de la disyunción simplemente cómica o de la bloqueada.

Termina en lo comunicado.

No exige participación del lector.

Actúa por comicidad simple.

Conduce a la risa.

Predominio de la disyunción consecuente o de la recurrente.

Avanza hacia lo metacomunicado.

Supone y exige participación del lector.

Actúa por reflexión o por comicidad —reflexión.

Conduce a la reflexión.

3/Ya en el plano de lo ideológico, comic y anticomic se definen claramente como antagónicos. Si hubiéramos de aplicar el concepto marxista de ideología diríamos que el comic es profundamente ideológico en cuanto falsea la realidad, la encubre, la traiciona; diríamos que el anticomic es aideoológico en cuanto revela a la realidad, la muestra, la evidencia, la explícita al explicitar las contradicciones. Utilizando, en cambio, el término "ideología" como conjunto de valores y actitudes reveladores de la mentalidad del cuerpo social, debemos declarar que comic y anticomic son ideológicos pero de signo contrario: el primero representa el orden establecido, el segundo el cambio; el primero es la pasividad, el segundo la actividad; el primero la aceptación del estado de cosas, el segundo su rechazo; el primero la alienación, el segundo la liberación.

Veamos cómo se da esto en concreto:



COMIC



ANTICOMIC

Mayor presencia de antivalores.

Indefinición o neutralidad en la actitud frente a valores o antivalores. Actitud no crítica.

Actúa por la pasividad del lector.

Termina en la risa fácil. Es sólo "divertimento".

Mayor presencia de valores.

Definición, toma de posición frente a valores y antivalores. Aprueba los primeros, condena los segundos.

Actúa por la actividad del lector; la exige.

Conduce a la reflexión a través del humorismo.

Representa la aceptación de lo establecido.

Sugiere un falso naturalismo.

Actúa por identificación

Representa la crítica o la actitud crítica.

Expresa realismo.

Actúa por distanciamiento

4/Respecto de la relación Semiología—Ideología caben las siguientes conclusiones:

a/Los elementos semiológicos son por naturaleza ideológicos. No decimos que el "medio" lo sea, ni que el mensaje que se codifica en ellos lo sea. Decimos solamente que en cuanto códigos aislados no representan por sí mismos una ideología; se convierten eso sí, en transportadores de ideología por su relación con el contexto y por el valor teleológico con que son usados. En este sentido, todos los elementos semiológicos son capaces de vehicular ideología. La ideología se da a través de ellos sin que ellos sean ideológicos, del mismo modo que los fonemas transportan mensajes ideológicos sin que ellos mismos lo sean.

b/Sin embargo, hay buenos y mejores transportadores. Para nuestro caso: hay elementos semiológicos especialmente capaces de dar ideología. Señaláremos los que son comunes al comic y al anticomic; los que son por naturaleza intrascendentes, más funcionales, más impersonales. Otros, en cambio, se revelan como más propios para transportar mensajes cargados de valores o antivalores. Pertenecen a este grupo códigos como el Laboral, el del Inconsciente, el de Relación, el de Transmisión, el de la Sensibilidad. El Kinésico, por su omnipresencia, es casi insustituible. También lo es el estilístico, ése que al ser propio de cada autor revela su intencionalidad y dota de intencionalidad a todos los demás.

C/De todos modos, la fuerza ideológica se transmite más por la estructura que por los códigos, más por las relaciones que por los elementos aislados. Así, por ejemplo: la función de anclaje acerca a lo denotativo, la de relevo a lo connotativo; lo denotativo cierra la polisemia, lo connotativo la abre;

la disyunción física conduce al simple divertimento, la mental lleva a la reflexión;

la articulación bloqueada cierra el mensaje, la recurrente o la consecvente lo abren y lo impulsan hacia adelante; la pobreza de elementos en ausencia entraña un falso naturalismo y un tosco inmediatismo, la riqueza sugerente de elementos en ausencia implica realismo y esfuerzo de globalidad y de interrelación.

la pobreza de elementos en ausencia entraña un falso naturalismo y un tosco inmediatismo, la riqueza sugerente de elementos en ausencia implica realismo y esfuerzo de globalidad y de interrelación.

Denotación, concreción, disyunción física, articulación bloqueada o simplemente cómica, pobreza de elementos en ausencia caracterizan al comic y le hacen ser lo que es: un incitador a la pasividad, un aparentemente neutro e inócuo haz me reír, un fácil pasatiempo que no problematiza, un alimentador de ensueños y sostenedor de lo establecido.

Connotación, abstracción, disyunción mental o físico-mental, articulación consecvente o recurrente, riqueza de elementos en ausencia son características que definen al anticomic y que usa el anticomic para su propósito de descubrir la realidad, cuestionar, incitar a la reflexión, provocar la actividad y el sentido crítico.

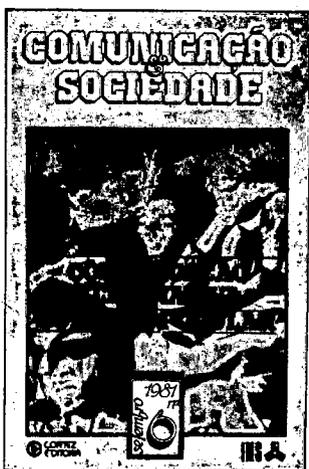
5/El anticomic no es la negación del comic en cuanto forma de humorismo. El anticomic es humorismo. Se presenta normalmente más elaborado, menos fácil, pero es humorismo. El humorismo no es sinónimo de simplismo ni tiene por qué serlo. Al contrario, es el anticomic el que rescata en buena medida los auténticos valores del humorismo. La diferencia, pues, no se da en este plano. Al menos no se da como negación del humorismo.

La diferencia se establece no entre lo que hace reír y lo que hace llorar, ni siquiera entre lo que hace reír y lo que hace pensar; la diferencia está entre la risa simple que termina en sí misma, intrascendente y hueca, y la risa que conduce a la reflexión, que se supera a sí misma y se continúa.

La falsa acusación de que el anticomic no tiene "gracia", de que no "divierte" suele ser el resultado de la interiorización de una cultura falaz y comercializada que sólo concibe ciertos fenómenos de la comunicación como medios de "entretención" y que reducen lo humano a la pasividad de los recipientes que transportan pero no son.

6/Llegamos pues al final de esta tesis. Podríamos decir que efectivamente "la relación Semiología-Ideología define el carácter antagónico del comic y del anticomic". Así habíamos formulado nuestra hipótesis. La conclusión final hace relación a ella aunque la formulemos de otra manera, una manera sugerida por el trabajo mismo.

CONCLUSION: EL ANTAGONISMO COMIC-ANTICOMIC ES DE NATURALEZA IDEOLÓGICA. LO IDEOLÓGICO SE TRANSMITE POR LA ESPECIAL Y DIFERENTE ESTRUCTURA SEMIOLÓGICA EN QUE SE CODIFICA.



Revista semestral organizada pelo Centro de Pós-Graduação do Instituto Metodista de Ensino Superior (São Bernardo do Campo-SP), editada e comercializada pela Cortez Editora.

Assinatura: Rua Bartira, 387 – 05009 – São Paulo – Brasil.

TEMAS PRINCIPAIS DOS NUMEROS ANTERIORES

1. Comunicação segundo Gramsci e Paulo Freire
2. Comunicação, Comunidade e Imaginário
3. Comunicação, Política e Participação
4. Comunicação, Política e Pesquisa-Ação
5. Comunicação na América Latina
6. Comunicação Alternativa e Cultura Popular
7. Jornalismo Científico e Jornalismo Brasileiro (no prelo)