

4/2
2ej

Universidad Nacional Autónoma
de México

Facultad de Filosofía y Letras

Colegio de Pedagogía

Propuesta para el diseño de
una Historieta Educativa

Nº B. de Ag.
26.08.86

Y. B.
M. Ramírez de la Cruz

Jesina

Que para obtener el título
de licenciado en pedagogía

presenta :

Ernesto Ortiz Rodríguez

Mayo 1986



FACULTAD DE FILOSOFÍA
Y LETRAS
COLEGIO DE PEDAGOGÍA
COORDINACIÓN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Capítulo

Secciones :

Introducción

I Antecedentes, pág. 4

II Apuntes sobre la historieta en México, pág. 7

III Medio masivo de comunicación, pág. 12

a) El carácter popular de este género, pág. 14

b) Vehículo de ideas, pág. 16

c) La historieta como recurso didáctico, pág. 17

IV Características de la historieta, pág. 18

a) Distribución de la imagen, pág. 23

b) La viñeta, pág. 25

c) Encuadre o escala de planos, pág. 26

d) Ángulo de toma, pág. 28

e) Movimientos panorámicos, pág. 30

f) El montaje, pág. 33

g) Códigos del movimiento y de los gestos -

Página 36

Capítulo

Secciones :

- h) Personajes y cosas parecen moverse, pág. 49
- i) Función del texto en la imagen, pág. 40
- j) Onomatopeyas, pág. 43
- k) Supresión intencionada de palabras e imágenes, pág. 44
- l) El esquematismo, pág. 44
- m) El color en la historieta, pág. 45
- n) Montaje de la historieta, pág. 46
- a) Formas de producción, pág. 46
- b) Importancia del guión, pág. 49
- c) El lenguaje de los personajes, pág. 50
- d) Diseño de los personajes, pág. 51
- e) Rotulación y títulos, pág. 56
- v1 Ejemplar propuesto, pág. 60
- v11 Conclusiones, pág. 70
- Citas bibliográficas, pág. 73
- Bibliografía, pág. 74

INTRODUCCION

Algunos le llaman comic y otros prefieren llamarle historieta, pero con palabras distintas todos se refieren a lo mismo, a la sucesión de cuadritos dibujados que se publican en periódicos y revistas, y que en alguna ocasión todos la hemos leído, y esto, en parte, porque las historietas tienen una gran fuerza de penetración y un impacto social sorprendente derivados de su enorme difusión masiva y su fácil adquisición: en provincia abundan los puestos donde se alquilan a cinco pesos el ejemplar; en el Distrito Federal se encuentran muchos locales de compra/venta de revistas usadas donde los asiduos lectores de este género, adquieren sus historietas favoritas a mitad de precio; es frecuente ver en los transportes públicos a los lectores de comics, también en la "cola" y en los intermedios de las funciones cinematográficas; en todas las ciudades importantes del país es común encontrarse con los puestos de historietas en cada esquina.

La historieta en México tiene un tiraje mensual de setenta y cinco millones de ejemplares; ¿A qué se debe que este medio haya alcanzado tanta difusión y aceptación en todas partes y entre públicos tan variados? una razón, quizá la más simple, es la de ser considerada como una nueva forma de literatura popular, un "lenguaje de la imagen" que ha agregado a las narraciones de la literatura tradicional el atractivo gráfico del dibu

jo.

Desafortunadamente abunda la gente que lee únicamente historietas, y la mayor parte de los niños substituyen la lectura escolar por la de las historietas. La mezcla de texto y dibujos se ajusta más a las exigencias que como lectores tienen muchas personas. Por ello no es aconsejable censurar a este medio como tal, sino buscar alternativas y utilidades mucho más positivas al mismo.

Toda esta problemática descrita tiene que ser tomada en cuenta por la educación, pues el mundo de la historieta está inmerso en el de los medios de difusión o información masiva, y ese mundo de historietas nutre, culturalmente hablando, a inmensos sectores de nuestra sociedad, particularmente a los niños en edad escolar y a los adolescentes.

Creo que la Pedagogía puede encontrar un valioso auxiliar en la historieta para crear habilidades, satisfacer y estimular la curiosidad, enriquecer el conocimiento, practicar la comprensión y el raciocinio, favorecer la creatividad y sobre todo, abrir canales de comunicación. Así pues, este medio puede alcanzar en nuestro país un gran potencial en el área educativa, si es aprovechado debidamente su gran capacidad de penetración para convertirla en medio promocional de un mensaje social, en un instrumento de concientización, que haga posible el análisis y crítica de la realidad social.

Diseñar una historieta es el objetivo último de este trabajo. El propósito es realizar un ensayo para estimular las acciones creativas y contribuir a la formación activa de las personas.

El presente trabajo contiene dos partes: en los primeros capítulos se establece un análisis general sobre el lenguaje y la alta difusión de las historietas comerciales y posteriormente se hace una descripción global de los procedimientos y las herramientas para el montaje de las historietas.

Por supuesto, la tarea de diseñar una historieta con material ideológico diferente a la tradicional, no es nada sencillo, pues a las dificultades frecuentes de todo sistema capitalista, tomando en cuenta el carácter de mercancía industrial del comic, se suman las específicas a la situación socio-política de nuestro país.

La finalidad de este proyecto no es la de combatir ni censurar los comics, sino ofrecer a los lectores una publicación de revista distinta, motivar en el receptor el interés por lecturas más constructivas que contengan mensaje social. Aprovechando las potencialidades que como recurso de información masiva, caracterizan a este medio.

La historieta que propongo tiene un doble objetivo: entretener e instruir, educar y divertir, simultáneamente. Los temas que en ella se desarrollen han de reflejar lo más fielmente posible la realidad. Procurando material que divierta y vaya dirigido a la obtención de un resultado concreto que favorezca el desarrollo mental.

I. ANTECEDENTES.

La historieta es un medio de información masiva, que alcanza su total desarrollo en la plenitud del capitalismo industrial y en la prosperidad del periodismo. Fue en Alemania a finales del siglo XIX donde surge por primera vez. Es Wilhem Busch quién diseña en el año de 1860 su primer personaje, pero es hasta 1870 cuando consigue su primer éxito con las figuras de Max y Moritz. Este comic se convierte en el pionero y sobre el cual se apoyarían como modelo otros dibujantes.

El primero en imitar a Busch es Rudolph Dirks autor norteamericano, que diseñó "El Capitán y sus Sobrinos" (The Katzenjammer Kids). Esta obra y muchas otras como " The Yellow Kid" (Niño amarillo) tienen su origen dentro de la industria periódica y como formas de propaganda publicitaria para atraer al mayor número posible de lectores. Es esta necesidad competitiva comercial de vender más periódicos en EE.UU. -principalmente entre dos grandes magnates de la industria del periódico en norteamérica: Joseph Pulitzer, titular del The New York World y William Hearst, dueño del The Morning Journal- * lo que dió origen a la primera historieta de EE.UU. "The Yellow Kid" (Niño amarillo) de Richard Felton Outcault que apare

* Consultar Román Gubern, Literatura de la imagen. edit. Península, 1972. Ver bibliografía sobre historietas.

ce como suplemento dominical en los diarios estadunidenses, como sucesión de viñetas, en el año de 1896 e inserto en la publicación "The New York World", la camisa del personaje "Nino amarillo" se convierte en el antecedente del ballom o globo tan propio de las historietas. Paralelamente en Inglaterra y Francia aparecerían otros comics. Los dibujantes ingleses introducen el lenguaje onomatopéyico en los monitos.

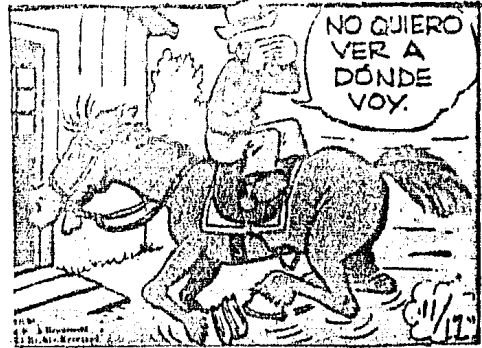
El éxito obtenido con el complemento dominical, que obsequiaba al público unas páginas adicionales para ser leídas en el día de descanso tradicional, desencadenó la inclusión de éste en otros diarios, así como la novedad de la tira cómica diaria, y a que emanaran nuevos personajes. Esta etapa inicial se distinguía por su naturaleza jocosa, en la que cada serie desplegaba un suceso completo. Más tarde se inserta el montaje ordenado con casos que se continuaban. Esta forma de atracción logra incrementar su auge. De la misma manera sucede cuando se incluyen las tiras diarias, de estas nuevas peculiaridades nacieron infinidad de figuras, "Mutt y Jeff" son de los que aún perduran, dibujos cómicos que simbolizan al prototipo de los anti héroes sociales.

Un acontecimiento importante es la presencia de los "Syndicates", esto es, la agencia productora y distribuidora de comics a los periódicos, con ellos se intentaba lograr un progreso con respecto a separar a los dibujos impresos en los comics de las

MUTT & JEFF



EL JINETE ARREPENTIDO



redacciones periódicas, que si por un lado concedió una gran divulgación al género, asimismo representó un retroceso al implantar que los dibujantes, argumentistas, impresores, etc. ,-- observaran una misma línea en cuanto a la forma de este medio-- (número de páginas, tamaño de las tiras, forma de las viñetas, organización de la imagen, etc.) y del mismo modo respecto a los contenidos (selección de temas de acuerdo a las fórmulas más -- fáciles y comerciales, que son las que reditúan más ganancias a la editorial). De esta manera se restringió la creatividad de-- los dibujantes y sus obras, no obstante lo cual se dieron his-- torietas sin inhibiciones, sobre todo creaciones como las de -- Foster: "Príncipe Valiente", cuya característica más relevante -- es la de no utilizar los "globos" para indicar el diálogo de -- sus personajes. O el creador de la historieta surrealista Win-- sor Mc Cay "El pequeño Nemo en el país de los sueños", Ambas -- presentan un dibujo bien elaborado, con una enorme riqueza y -- visión plástica, de la segunda se puede agregar que es la pri--



EL Príncipe Valiente
 CREADO POR JIM TOSIER

NUESTRA HISTORIA: Los dos grandes ejércitos se enfrentan bajo los muros de Camelot. Y en el momento antes del alba, cuando el sol que aún sin levantarse enciende las nubes más altas, Príncipe Valiente da la orden de avanzar.

"Hacia Camelot!" grita.
 "Hacia Camelot!" Estas palabras hacen eco en miles de labios mientras que Valiente marcha hacia adelante con sus sajones.

mera obra preceptora de los comics por su exquisita sensibilidad en el tratamiento gráfico y narrativo. (1)

En la actualidad es indiscutible que "Asterix" del francés René Goscinny, es considerado un comic de alta calidad, un ejemplo excelente de como integrar el comic en la historia.

II. APUNTES SOBRE LA HISTORIETA EN MEXICO.

En México, la historieta siempre ha existido bajo una mentalidad mercantilista, un artículo que participa de la lógica de la mercancía. Su evolución está relacionada con la influencia de las producciones hechas en EE.UU., que brotan y se expanden como un enorme negocio enajenante. Esto se desprende de los estudios realizados por Irene Herner y Carlos Monsiváis, autores que han profundizado más en este género, y de cuya orientación se intentará esbozar algunos aspectos importantes sobre el desarrollo de la historieta mexicana.

En primer término, Carlos Fonsiváis, establece que: " En nuestro país, igual que en los EE.UU. la evolución de la historietta está relacionada con la publicidad, en EE.UU. como suplemento de los diarios para ganar más lectores; en México como propaganda de los cigarros "El Buen Tono" y no hay otra intención que usar un medio novedoso como en los EE.UU. para cautivar la clientela. Se publican a finales del siglo pasado historietas mudas, ilustraciones reproducidas por esta fábrica de cigarros, con el objeto de promover su publicidad. La idea de incluir estampas del producto, aparece gracias a la influencia que tuvieron en ese tiempo las novelas por entregas de autores conocidos como Charles Dickens".(2)

Pero la historietta como la conocemos hoy en día, se presenta en México en los años veinte, cuando se inicia su explotación comercial masiva, merced a que las técnicas de impresión se fueron perfeccionando.

" En 1921 se realiza el primer producto mexicano, El Antiguo, El Heraldito de México y El Universal impulsan la realización de historietas mexicanas. Las primeras creaciones que aparecen, son Don Mamerto y sus conocencias, de Hugo Tilghman; Don Catarino, de Salvador Pruneda; Don Prudencio y su Familia y Adelaido el conquistador, de Juan Arthenac; Chupamirto de Jesús Acosta; El señor Pestaña, de Andrés Audiffert; Rocambole y Segundo I Rey de Moscavia, de Carlos Neve ".(3)



"Don Catarino"

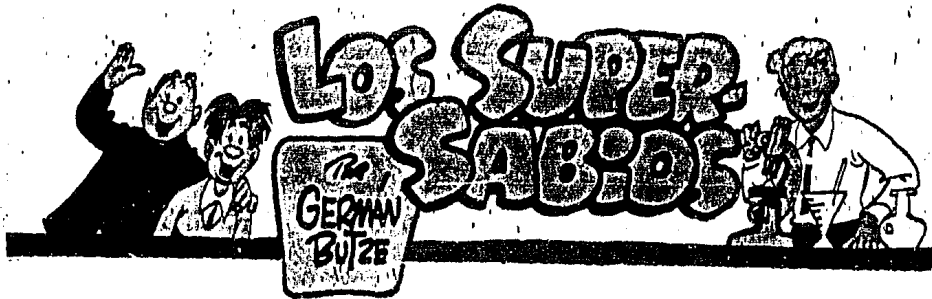
"Mamerto"

"Chupamirto"

Monsiváis considera que en esta etapa se despliega una historieta eminentemente nacionalista, un comic de caracteres, que resalta las costumbres mexicanas, donde los personajes (Chupamirto, Don Mamerto, etc.), se inspiraban en el teatro y en las carpas, y hacían adaptaciones de la tira cómica estadounidense, pero con una asimilación muy nacionalista, más regionalista, más propia a las características del mexicano. Al igual que en EE. UU. estas historietas formaban parte de los suplementos dominicales de los periódicos.

" En México, la precursora de esta nueva industria es la editorial Sayrols que publicó **Paquín** en 1934, que abre camino a la proliferación de compañías productoras de historietas. Al siguiente año, editorial Juventud lanza al mercado **Paquito chico**, y en 1936 nace **Pepín** publicado por la misma empresa. Hasta la fecha, ninguna publicación similar ha logrado superar los altísimos tirajes que caracterizaron a Pepínya que se tiraban 700 000 números diarios de esta revista, y esa cantidad se duplicaba para satisfacer la demanda dominical".(4) con base en el elevado tiraje en ejemplares que se hacía y la también elevada cantidad de casas editoras, se considera a este período la época de oro de la historieta mexicana.

El inicio de un segundo ciclo, en la reseña de Monsiváis se marca con las siguientes creaciones: "**La Familia Burrón**" y "**Don Filemón**" de Gabriel Vargas, "**Los Super Sabios**" de Germán



Butze, o "Rolando el Rabioso" de Gaspar Bolaños que intentan un estilo propio, " Son historietas cuyos orígenes son la copia-- muy fiel y muy dócil del cómic norteamericano y que después se despegan y, en la búsqueda de ese público van renunciando a toda esta ideología del estilo de vida americano y buscan algo-- más desparpajado, con aventuras muy delirantes, pero con un delirio sujeto a la pobreza del medio. Es una ideología también-- muy nacionalista, pero de un nacionalismo irónico, lleno de un-- humor reciente y burlón hacia las costumbres ". (5)

Monsiváis subraya el lapso de los años 50s como una tercera fase de este medio, con obras influenciadas por el cómic norteamericano, que intentan algo novedoso, en lo que no se había incurrido en los otros cómics, un rasgo muy creativo del dibujo-- donde sucesivamente se crean dos corrientes: una de sensacionalismo, de amarillismo y de escándalo, que representa "Hermelinda Linda" y otra, de talento muy regular, como lo es "Lagrimas, Risas y Amor".

Con respecto a la producción, según datos que aparecen en el trabajo de Irene Herner *, ésta se encuentra en manos de cuatro

editoriales que tienen el monopolio de este medio a su disposición: Organización Editorial Novaro (que abarca la imprenta Pin Pon, con 6,000,000 de números al mes, gran parte de ellos para el público infantil; y a la imprenta ELE que tira 4,000,000 de ejemplares); Novedades Editores (que forma parte de la cadena periodística de Rómulo O'farril); Editorial Argumentos, s.a. que engloba a tres editoras: EDPA (editorial de la Parra, s.a.), CI-TEM, s.a. y MPV (Mavelick de la Parra V.editor); y el último monopolio lo constituyen dos editoras, Racaña, s.a. y Promotora "K", que produce "Kalimán", la historieta de mayor tiraje en el país (dos millones de revistas a la semana).

Esta es una industria que se ha expandido de manera significativa, pues de acuerdo a la declaración de las casas editoras en 1976 y principios de 1977 la producción de historietas mensuales es de 55,380,800 ejemplares y sumando el de las fotonovelas se producen 70 millones de comics y fotonovelas al mes, la historieta constituye así un negocio muy fértil para la iniciativa privada, que maneja esta industria a su conveniencia y que además se encuentra ligada a empresas trasnacionales.

A nivel cualitativo se pueden citar las historietas creadas por Rius, las que publica la SEP (como experimento del gobierno en utilizar el comic como medio educativo); y la tira cómica

* Herner Irene. "Mitos y Monitos". edit. Nueva Imagen. México, 1979. pág.23



El Periquillo
SEP Sarmiento



de Palomo, dibujante chileno radicado en México, "El Cuarto Reich", que aparece en diferentes diarios de México, e incluso es publicada en otros países de América Latina.

III. MEDIO MASIVO DE COMUNICACION.

El poder de los diversos aparatos ideológicos (familia, escuela, prensa, etc.) ha despertado un interés cada vez más grande entre las sociedades capitalistas. Con esta orientación los medios de comunicación al ponerse en la instancia ideológica, han impuesto también conformaciones que retribuyen a una forma de hacer cultura dictada por la clase dominante. A esta integración de la comunicación en el conjunto amplio de las relaciones sociales, se debe remitir para entender las formas que adopta su establecimiento como medios de reproducción cotidianos que legalizan las ganancias y el nivel de la clase burguesa.

Por medio del análisis de la práctica en materia de comunicación es posible advertir que la comunicación no puede evadirse como señala Armand Mattelard, de ser un producto que participa en la lógica de la mercancía, asimismo para legalizar y establecer su sistema mercantil de comunicación, haciendo de ella una función "normal" que se ejerce sin que los receptores perciban su carácter

de aparato de sometimiento, pasando por el proceso de fetichización, lo que representa separar las cualidades de la comunicación, para considerarlas aisladamente.

También es claro que es un producto de tipo ideológico, así mismo es indispensable catalogar a los medios como emisarios de creencias, ideas y valores que difunden en forma necesaria las sociedades en cuyo soporte existan relaciones de explotación, con el objeto de proteger convenientemente su adecuado sostén material, ofreciéndola a la mente de los individuos como mandato natural que no se puede rehusar.

En toda sociedad dividida en clases, la comunicación es necesariamente de tipo clasista. "Siempre y en todas partes, la clase dominante llega a tener en sus manos los medios de comunicación más avanzados, pues controla -y simultáneamente- las bases materiales y político jurídicas de su manufactura, financiamiento, distribución, promoción e, incluso, las pautas de su consumo. Sus ideas, por ese camino, llegan al seno de la sociedad entera, donde se constituyen en la ideología dominante". (6) Esta ideología dominante se introduce en la conducta, las ideas, los gustos, de la totalidad de los seres humanos, por medio de una gran cantidad de elementos inconscientes, impuestos por el tipo de producción que impregna todas las relaciones sociales.

Un aspecto importante de los medios de difusión masiva, es que la correspondencia que se entabla entre emisor y receptor está basada en la verticalidad, relación que evita el diálogo en

tre los que comunican algo y los destinatarios del mensaje, y convierte a las personas en receptores pasivos, a quienes se imponen necesidades, expectativas de vida, valores y reglas de conducta a través de los mensajes mercantiles que impone la gran burguesía.

Los contenidos ideológicos de los medios de información masiva como la historieta, aún cuando presentan variantes en cuanto a la forma, son en general (salvo excepciones) iguales en el fondo. Todos ellos inducen al público hacia el conformismo social, a la obediencia de las instituciones, al alimento de falsas esperanzas y a evadir la realidad. Su fin no es otro que de justificar la hegemonía del sistema establecido así como la aceptación de esto por las grandes masas a quienes va dirigida.

a) EL CARACTER POPULAR DE ESTE MEDIO.

En nuestra sociedad capitalista, los medios de difusión masiva, entre ellos la historieta, se han convertido, y cada vez más, en los productores principales de la literatura de consumo masivo, esto es, la cultura, que es la usual de todos y que se ha confirmado en la actual cultura popular (aunque en su proceso no nazca ni tome en cuenta al pueblo), de tal forma que en la sociedad contemporánea, la historieta se vuelve popular por estar al alcance de todos, y por lo mismo común en la mayoría de los miembros de una población o país, separado del contexto o clase social a la que cada persona o grupo pertenezca. (7)

Sólo en esta medida se puede entender que la historieta es popular, pero no en el sentido auténtico de una cultura popular, que emana del pueblo y para el pueblo, lo cual significaría que sus intereses en verdad se vieran representados. (3)

El carácter popular de la historieta representa uno de sus atributos más valiosos. Si las estadísticas hechas por los expertos son exactas, cada revista es leída por un promedio de cinco personas, lo cual revela que en un país de ochenta millones de habitantes, como en el caso de México, absolutamente todos estamos relacionados con este medio de cultura, el que como todos los demás medios de comunicación, realiza una tarea social definida: la de ser un agente que difunde valores culturales. En toda sociedad capitalista y dependiente como la nuestra, son medios transmisores de ideología, o sea, un conjunto de ideas relativas a la vida de cada individuo (el trabajo, sexo, familia, etc.). Ideas que refuerzan principalmente los intereses de la clase dominante, la que organiza el mensaje ideológico-cultural en relación a un propósito concreto: el lucro. Este hecho es de mucha importancia para explicar por qué este recurso culturizante no posee en la mayor parte de los casos (salvo excepciones), calidad literaria y gráfica, desechando sus posibilidades pedagógicas. Debido a esta verdad, los trabajadores de la industria editorial: dibujantes, impresores, argumentistas, etc., tienen que respetar cierta línea (se reprime su creatividad), por lo cual el contenido y las ilustraciones se someten a normas comerciales y simples, pues son las que más ganancias reditaban a la empresa.

A pesar de ello, el tema es cierto que la forma de trato en tre emisor y receptor se funda en la verticalidad o la posición, esta brecha puede llegar a ser superada, como pedagógos es nuestro compromiso hacer uso correcto de los diversos medios de comunicación, para diseñar estrategias educativas que ofrezcan otras alternativas culturales, y es que las necesidades es colares de hoy precisan de un sistema que recurra a todos los servicios de enseñanza disponibles, que integre de manera cohe rente la mayoría de los mensajes educativos, sea que provengan de las instituciones académicas o de cualquier otra instancia socializadora. "Porque los contenidos de los medios de difu- sión masiva forman parte de la cotidianidad de las sociedades actuales".(9)

b) VEHICULO DE IDEAS.

En México, los historietes se producen para el entretenimien- to y tiempo libre, son elaborados para contemplar sólo a nivel tribal la atención, de tal suerte que las autoridades corres- pondientes los han registrado en el grupo de los espectáculos. La guía trazada por estos "espectáculos" es la de elevar las mayores ganancias, por eso utilizan temas de violencia, se xo y humorismo simple para divertir al público que los compra. Es importante indicar que los modos de vida y la ideología que predominan en las historietes no corresponden a las caracterís- ticas de quienes la leen, sino que expresan los conceptos de la clase dominante con la intención de mantener su posición de clase. "A través de ella se expresa el sistema social capitalis- ta en que nos movemos, induciendo subliminalmente la ideología

en las personas, esto es, realice una explotación a fondo del sicuismo humano, una explotación específicamente ideológica - que consiste en poner el sicuismo al servicio inconsciente del sistema social de vida". (10) Hay que subrayar que la fuerza y el poder de los medios son lo que nos lleva a pensar y actuar en forma enajenante. En este proceder se crea un nuevo campo - en la existencia del hombre. Por tanto resulta indispensable - que la educación se asista de ellos y prepare a los receptores en su correcto empleo, pues radio, cine, prensa, comics, están pre sentes en la vida diaria y quieráse o no dichos instrumentos - son portadores de mensajes culturales en mayor o menor grado e incluso en sentido oculto. Pero ahí están, y es preciso que - la educación cuente con estos recursos.

c). LA HISTORIETA COMO RECURSO DIDACTICO.

En la actualidad las organizaciones educativas necesitan encontrar nuevas y mejores técnicas que vandan al progreso cultural; de ahí que la enseñanza con el apoyo de los medios sea considerada como una alternativa para dicho fin. En este caso particular se hace alusión a la historieta. Leer un comic es una costumbre del siglo XX. A cambio de una pequeña cantidad de dinero cualquier persona puede pasar algunos momentos leyendo una his torieta. A esto se agrega lo singular de su expresión literaria y plástica, en especial atractiva y fácil de asimilar. El co mic se puede considerar como uno de los medios de mayor popularidad en México, un distintivo de trascendencia para analizarla más a fondo en el campo educativo. Sus cualidades pueden ser a provechadas:

- En la concepción de comics para la clase, realizados para uso directo con la exposición de temas encolares del programa: que expliquen un proceso, que den información, que demuestren una habilidad, que dramatizen un episodio o vida de un individuo y acercuen al educando a una realidad que probablemente tratada con otra técnica pueda resultar fría o poco amena.

- En el suministro a los estudiantes de nuevos puntos de vista para aclarar y comprender el tema tratado.

- Como medio didáctico para el personal de las fábricas o de oficinas en cuanto a capacitación técnica, mejoramiento de las relaciones humanas, etc.

- Como fórmula en el estudio del accionar de los centros de trabajo, conducta del personal, medidas de seguridad, etc.

- En el montaje de historietas documentales, que traten por lo general cuestiones de vital importancia para la sociedad.

Por sólo citar algunas de las opciones que podría proporcionar el uso adecuado de este medio.

IV. CARACTERISTICAS DE LA HISTORIETA.

Definición.

La historieta o comic se describe como: "Una historia narrada por medio de dibujos y textos interrelacionados, que presentan una serie progresiva de momentos significativos de la misma, según la selección hecha por un narrador. Cada momento, expresado por medio de una ilustración, recibe el nombre genérico de viñeta. Los textos que pueden existir o no según las necesidades narrativas, permiten significar todo aquello que los protagonistas de la acción sienten, piensan o verbalizan". *

* Antonio Larín. Los comics -Dibujar con la imagen y la palabra- de Clemente García, editorial Humanidades.

Para estudiar la historieta, se hace necesario el conocimiento mínimo de los rasgos particulares de este medio de información masiva; los aspectos más representativos son los que a juicio de autores como Ramón Padilla González, Miguel Ángel Gallo y Roland Barthes, enseguida se describen.

La historieta es un mensaje relatado. Para expresarse utiliza un lenguaje verbal y un lenguaje de figuras, donde los actos de los protagonistas son explicados en base a vocablos y dibujos impresos, que están unidos entre sí, y que deriva en una unidad narrativa denominada icónico-literaria.

La historieta maneja toda una serie de códigos y convenciones, con sus reglas y leyes asentadas para transmitir su comunicación, que se han configurado a lo largo de los años, y son aceptados e incorporados en forma sencilla por las personas, por ejemplo, los "globos" donde se encierran las palabras de los personajes, la secuencia de las vietas, etc.

En su obra "La retórica de la imagen", Roland Barthes explica que existen tres mensajes en los códigos visuales: el lingüístico, el denotativo y el connotativo.

El lingüístico se hace presente en las historietas a modo de títulos, subtítulos, diálogo, etc. sus funciones son:

De Anclaje: Es la más frecuente del mensaje lingüístico; aparece mayormente en la fotografía de prensa y en la publicidad, guía al lector a través del texto hacia un significado de la imagen elegido de antemano. Su importancia primaria radica en la función ideológica, es un control, en vista de que el lector debe elegir ciertos significados y omitir otros.

De Relevo: Se encuentra principalmente en los dibujos humor

rísticos y en las historietas. El texto de relevo cumple con la función de modificar el ritmo del tiempo. Tanto para indicar una evocación al pasado (flash-back), como para señalar una apreciación de tiempo. Aquí la palabra (casi siempre un trozo de diálogo) y la imagen se relacionan conjuntamente, ya sea marcando un vínculo con otras viñetas, o bien presentando el diálogo.

Mensaje denotativo; análisis iconográfico en el caso de la historieta, es un primer nivel de lectura,

estado previo a la escritura fonética, que hace referencia a la composición plástica, y describe o narra en forma verbal--- los elementos que constituyen todo el objeto de análisis; es la descripción de todos y cada uno de los elementos sin tomar en cuenta simbolismos, significaciones o lo que el mensaje pudiera implicar para el lector.

Mensaje connotado; análisis iconológico en el caso de la historieta, y al contrario de la denotación necesita de la apreciación de todos los significados posibles del contenido. Utilizar expresiones como " me produce la sensación de..." "Creo que esto quiere decir...", puede auxiliar para connotar el lenguaje icónico. Este mensaje es tanto simbólico como cultural, y será



Texto de relevo.

más o menos exacto en tanto se relacione con la denotación.

Decodificar un medio implica encontrar las relaciones de los tres mensajes que lo conjuntan, así como su significado.

Aspectos narrativos de la historieta.

Existen diferencias entre las historietas de acuerdo con su estructura narrativa. El autor Luigi Allegri, las clasifica en dos grupos: aquellas donde el interés principal se va presentando conforme el avance mismo del relato y le prestan más importancia al **cómo** contar la historia (brindando tan poca atención al tema desarrollado, que las historias son fácilmente predecibles. Aquí aparece la aventura, el peligro y su superación - como meta). Y otras en que se resalta más el tema que van a contar (importando poco la forma de presentarlo). De acuerdo a esta clasificación Allegri coloca en el primer grupo a tiras del género narrativo como "Mickey", "Donald" o "El gato Félix", y en la segunda asignación se encuentran tiras periodísticas, como "Peanuts", "Blondi", "Andy Capp", etc. Este autor apunta que



en algunas es indispensable que haya una aventura que realizar,

a diferencia de otras, donde es mucho más importante la manera en que se realizan estas acciones.

Existen también las tiras de periódicos como " Mafalda ",-- " Profesor Nimbus ",etc., que niegan el relato y la anécdota-- de la habitual narración, pero que, sin embargo a pesar de las pocas imágenes que componen la tira, permiten una interpreta-- ción más profunda por su lenguaje sintético.

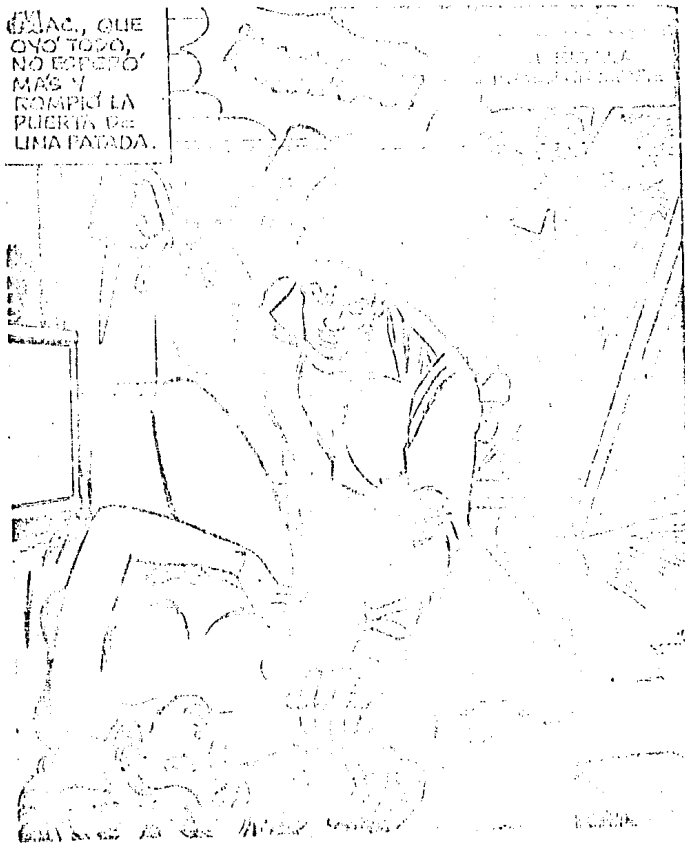


a) ORGANIZACION DE LA IMAGEN.

El mensaje transmitido por la imagen depende o está condicionado a varios factores. Entre otros, al encuadre, la escala de planos y los ángulos de toma.

El dibujo que es objeto de un historietista, observa lo siguiente: narra en cada cuadro lo que le corresponde como imagen y al mismo tiempo la imagen carece de significado en el cuadro aislado; su significado viene al unirse a los cuadros-secuenciales para conformar una historia completa.

En cada una de las imágenes de un cuadro se encuentra una doble función: representa a un objeto o persona y los objetos o personas pueden significar no solamente un hombre o un láctico sino, por ejemplo, el villano y el objeto de tortura; la joven es dibujada como una mujer con rasgos que la clasifican de dieciocho años, bella y enjuta, pero significa la virginidad-- que debe salvar al héroe o al objetivo lo contrario. (Fig.1)



La imagen de un cuadro que, si el lector debe comprenderlo en sí mismo (Fig. 2), sirve en el cuadro siguiente. En la historia, por lo tanto, el equilibrio de los elementos que intervienen se restablece no tanto en el cuadro en sí, cuanto en la sucesión de cuadros (Fig. 3).

Cuando los cuadros forman una secuencia pierden su nombre y se les nombra viñetas.

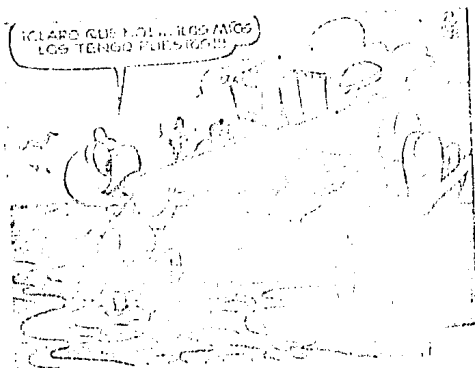


Fig. 2

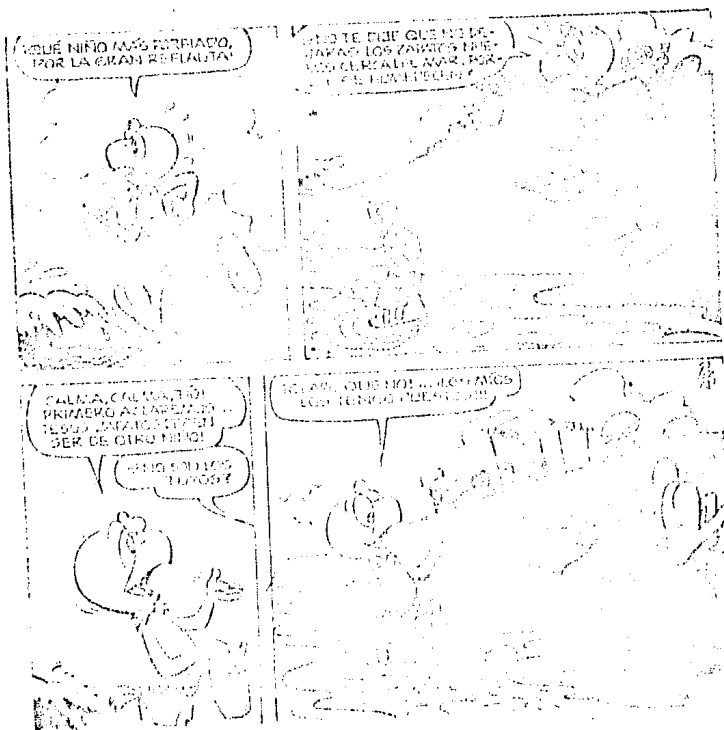


Fig. 3

b). La viñeta.

La unidad narrativa en la historieta es la viñeta.

Tiene forma rectangular y puede adoptar todas las formas posibles. Los límites son una simple línea de grosor variable hecha con tirafleces y con una regla. (Fig.4)

La sucesión de viñetas determina el curso del tiempo. Lo que sucede en una viñeta sigue en el tiempo a la inmediatamente anterior y precede a la siguiente.

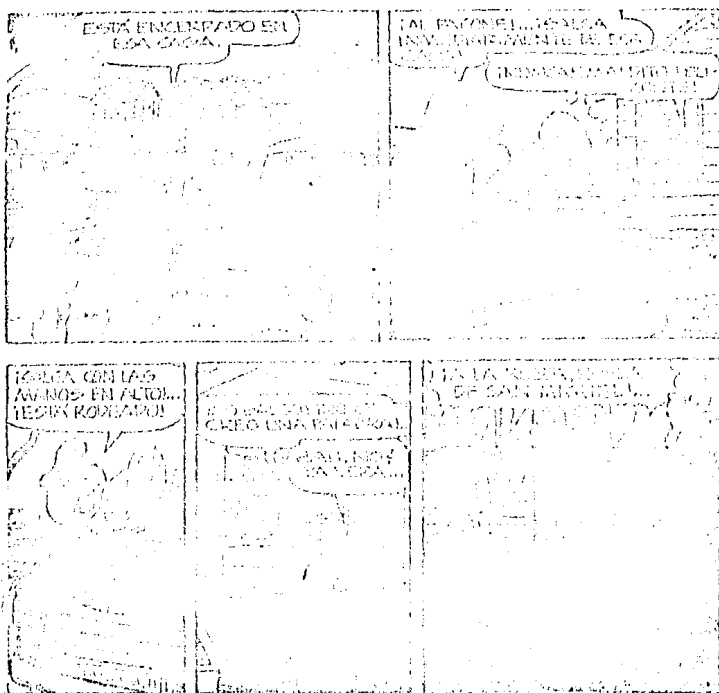


Fig.4

En la viñeta se representan, mediante imágenes y palabras, aquellas acciones ocurridas en un espacio (selva, bosque, río, casa, etc.).

Ahora bien, en la viñeta no se dibuja todo el parque, sino una parte del mismo, aquella cuyos elementos interesan más para la historia (Fig. 5). El tiempo narra cuánto sucede en un día, o sino los instantes más representativos.

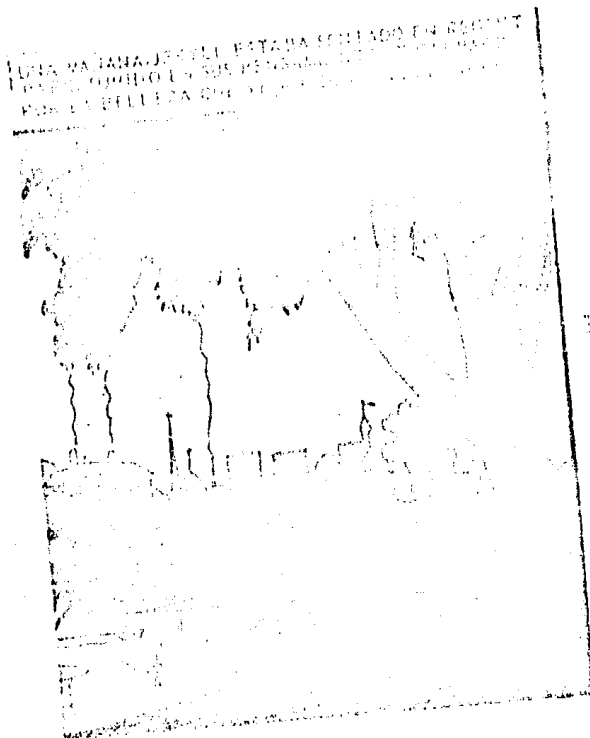


Fig.5

c). **Encuadre o escala de planos.**

El historiador debe adseccionar la forma de ubicar a los personajes en el espacio de una viñeta. Con respecto a la escala de plano, existen:

Plano general.

se emplea para dar a conocer el lugar donde se desarrolla la acción. Además, al dibujar a los personajes en un ambiente reciben una escala referencial, es decir, se conocen las proporciones de los objetos en relación a los protagonistas. (Fig.6).

Plano detalle

Valoriza la personalidad del héroe. Antipatía o simpatía se comprenden de lo atractivo o repugnante de su rostro, de sus manos y hasta de sus pies. En ocasiones, héroes o villanos ven acciones de objetos o personas que refuerzan la aceptación o el rechazo a su persona. (Fig.7)

Planos medios.

Entre los planos generales que describen el lugar - donde se desarrollan los hechos y los planos de detalle que - representan los sentimientos de los personajes, se encuentran - los planos medios. Muestran a los personajes de la cabeza a la - cintura y centran la atención sobre las acciones más importan- - tes de un episodio. (Fig. 3)

Y CUANDO LLEGES A LA CORBEE,
MUESTRA CON AIRE DEDOLADO.

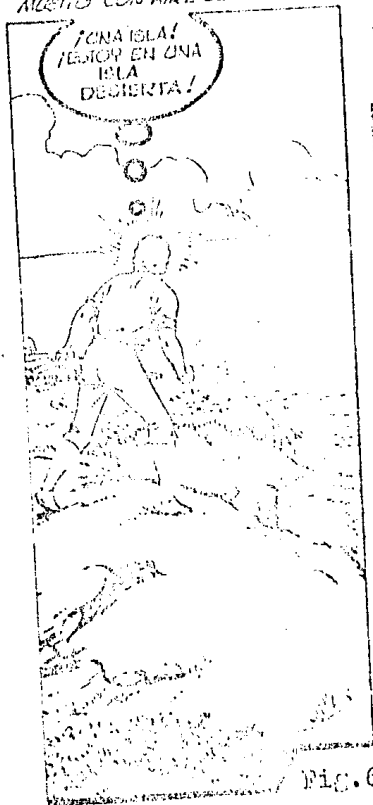


Fig. 6

AL MATO
LE COSTO
EL PLATO
COMPRARME
EN UN
PRINCIPIO.

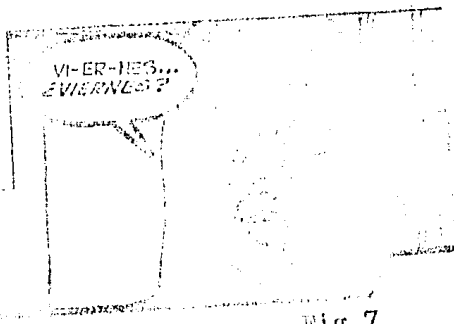


Fig. 7

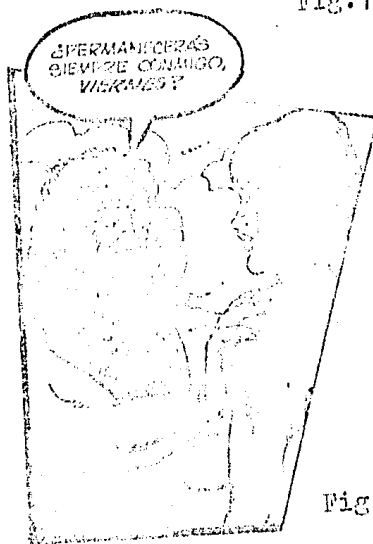


Fig 8

En la escala de planos el significado depende de la canti- - dad de personaje que aparece dentro de una viñeta.

La escala de planos es manejada con fines descriptivos o - - psicológicos, pero, siempre se utiliza con fines dinámicos (des- - más movimiento a las imágenes).

d.) Angulo de toma.

Ante el tipo de paisaje que hace posible el observar
 si el historiador, dirige el personaje visto de cerca y
 y a la misma altura, se si se ve desde arriba o desde abajo.

Existen tres tipos de toma: el normal, el picado y el con-
 trayido.

Angulo normal. El personaje es filmado como si fuera
 normal: esta es la altura y posición de cámara de 1.60 m.

(Fig.9)

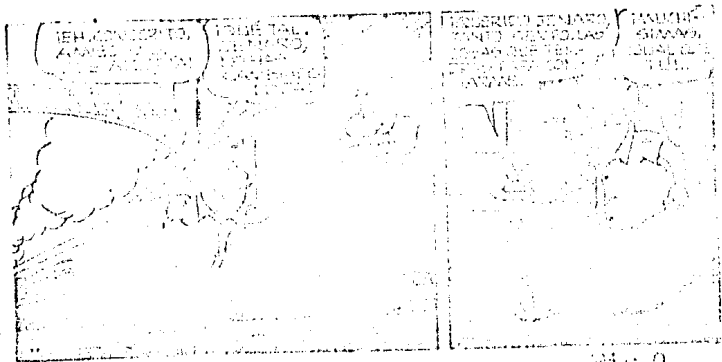


Fig.9

El picado. Se llama así el ángulo donde el personaje
 se ve de arriba hacia abajo. Tiende a disminuir o aumentar
 a los personajes. Hace de ellos objetos en manos de un destino
 difícil de cambiar. El hombre visto en picado ha sido o será
 abrumado o derrotado; se encuentra en un momento, en una palabra, se
 halla en un gran peligro. (Fig.10)

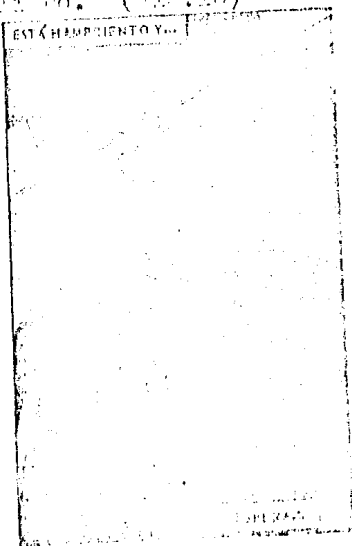


Fig.10

El contrapicado. La cámara filma desde un ángulo de arriba hacia abajo o desde el borde lateral de una escena. El contrapicado se encuentra al héroe. Se da una estructura simultánea, momentáneamente cuando la toma de un héroe justiciero insistente cuando se trata de un malo. Fig.11

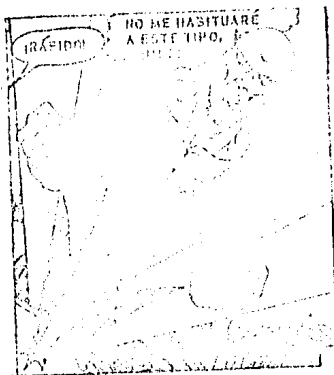


Fig.11

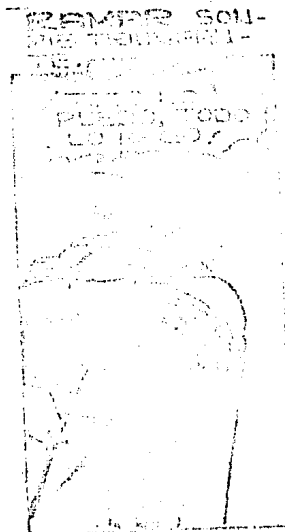


Fig.11'

Encuadre inclinado. Tiene valores descriptivos (el héroe cae por los bordillos de un barco que se hunde) o valores psicológicos (el villano se encuentra en un momento de desequilibrio emocional). Al hablar de desequilibrio emocional se hace referencia al personaje que por momentos se siente inseguro de las acciones que va a ejecutar o, si ya lo realizó, cómo haberlas llevado a cabo adecuadamente. (Fig.12).

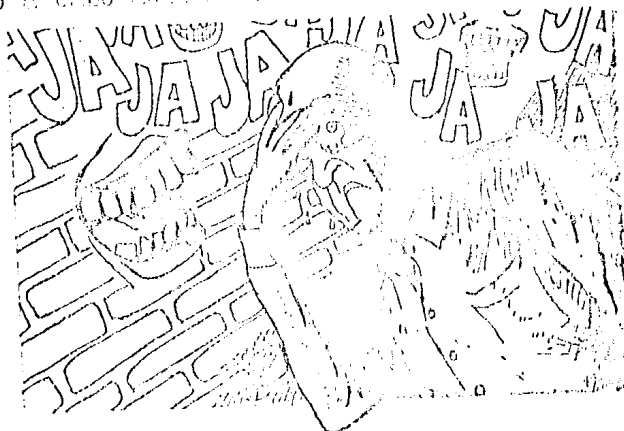


Fig.12

Corresponde al sentimiento y visión psicológica del súbdito frente al jefe o del siervo ante el amo. Como hombre se siente inferior al patrón y hasta físicamente cree ser de menor tamaño (Fig.13).



(Fig. 13)

e). **Movimientos panorámicos.** El dibujante organiza el espacio a su voluntad. Maneja dinámicamente los personajes y objetos dentro de la viñeta, así como los condiciona a las viñetas siguientes.

Panorámica horizontal. La viñeta se alarga hasta tomar el espacio de varias viñetas en el sentido horizontal. Es una panorámica sugerida, esto es, de acuerdo con el movimiento visual que debe hacer el lector para poder captar todos los detalles de una viñeta tan larga. (Fig 14)

Panorámica vertical. El ensanchamiento de la viñeta en el sentido vertical sugiere una panorámica ascendente o descen-

dente. (Fig.15)

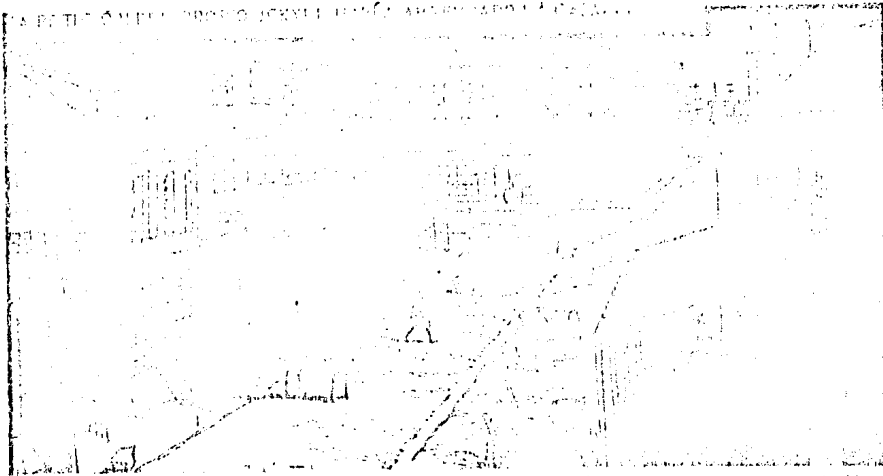


Fig.14

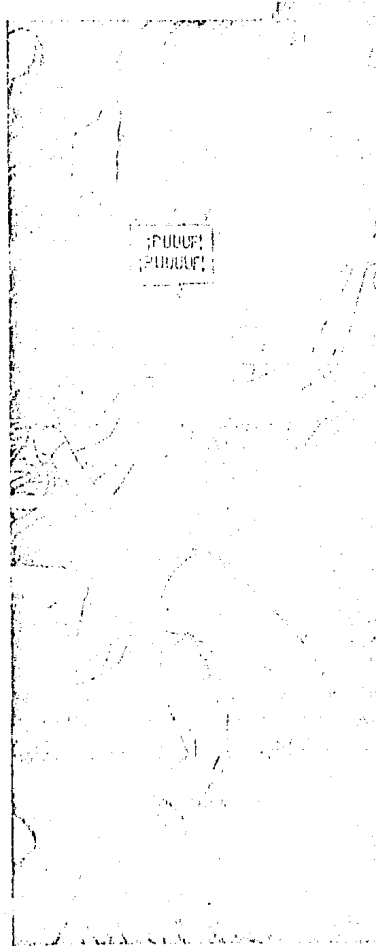


Fig.15

Travelling. Los dibujos en una escena van cambiando el espacio donde se muestra el personaje, y, de una viñeta a otra van apareciendo más y más elementos en torno al héroe o al villano.

Es el travelling hacia atrás. (Fig.16)

Si el espacio se reduce en la secuencia de imágenes hasta eliminar paisajes, objetos y otros personajes, se hace referencia al travelling hacia adelante. (Fig.17)

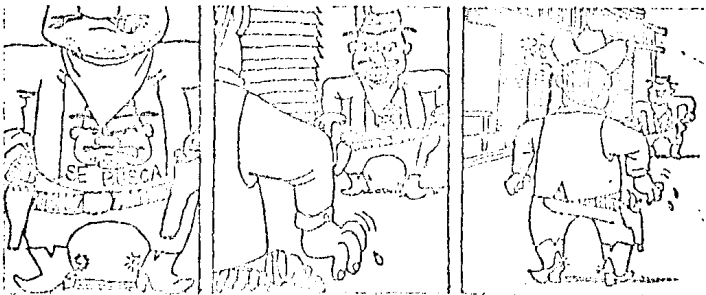


Fig.16

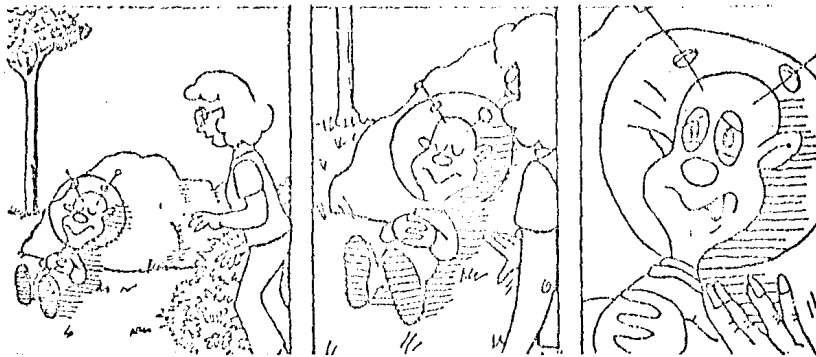


Fig.17

Profundidad de campo. Las figuras de una viñeta no siempre están todas dibujadas con detalles. Ocurre que objetos y personajes próximos se dibujan con mayor detalle, mientras los lejanos muestran una gran definición (Fig.18); También los historietistas dibujan la situación contraria (Fig.19). En un caso u otro son la alerta sobre algo que va a ocurrir; crean el suspenso.

Si todas las figuras se han dibujado con nitidez y detalle,

ne... (Fig.20)

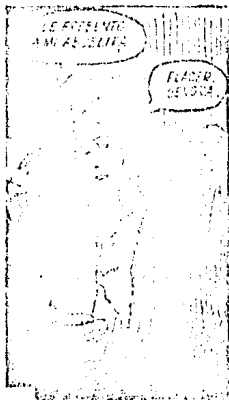


Fig.18

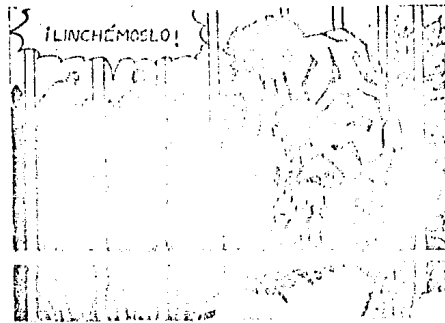


Fig.19

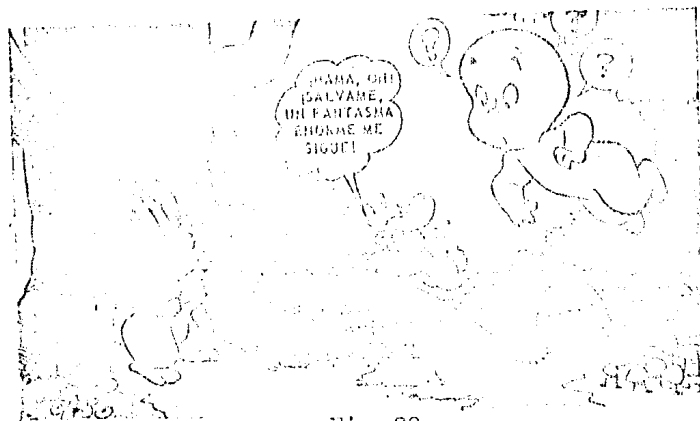


Fig.20

f) El montaje. La sucesión de imágenes evoca el montaje. Por lo mismo, mediante la continuidad de las imágenes de una -- vi etc. pueden describirse acciones que:

- tienen lugar en un mismo espacio,6
- suceden en diferentes lugares.

El dibujante puede narrar un hecho en tiempo presente, nec-- clar el presente con el pasado (Fig.21); le todas las acciones que ejecutarán los protagonistas, selecciona el orden en que -- serán ejecutados. Esta serie de selecciones son parte del mon-- taje.

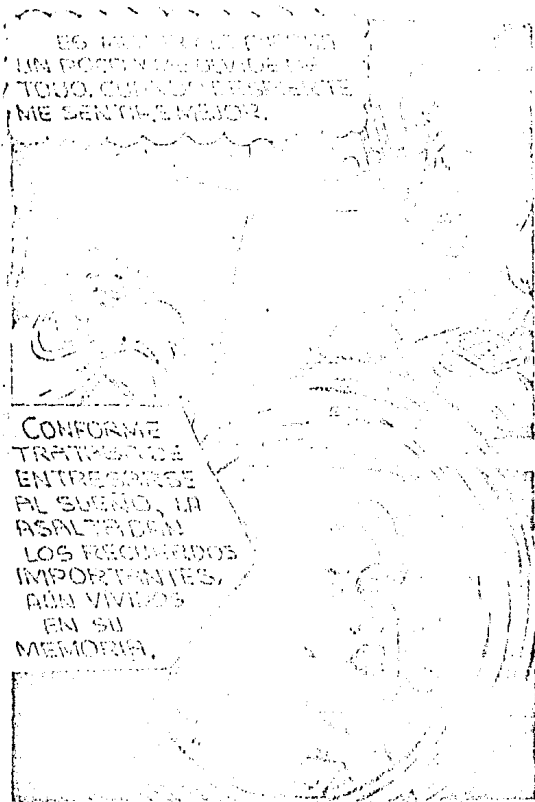


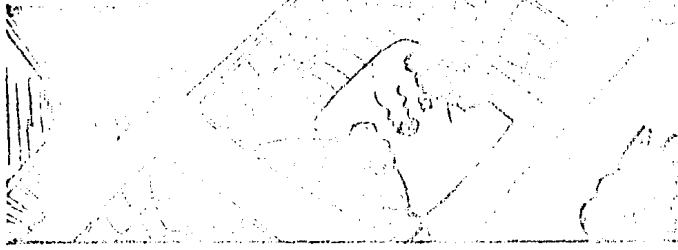
Fig. 21

El montaje tiene lugar con la simple unión de una viñeta - con otra. En el paso de una viñeta a otra se maneja, entre otros procedimientos, el cambio de decorado o de vestuario.

f.1) Cambio de decorado. El paso del tiempo o la presentación de acciones ajustadas simultáneamente en diferentes lugares tiene su mejor expresión en el cambio de decorado. (Fig. 22)

f.2) Otro vestuario. Es muy cómodo determinar el paso - del tiempo mediante el cambio de vestuario. Si el lector confirma el paso de un día a otro, de un momento a otro con sólo mostrar al personaje en un mismo lugar, pero, vestido diferente. Si a esto se le añade la transposición del rostro y la calavera se - indica un paso de años. (Fig. 23)

FOR ES
TE CASO
QUE LO
PIENSAS Y
ME HABLES
MAÑANA.



AL DÍA
SIGUIENTE
ROLAND SE
PRESENTA
UNA HORA
ANTES DE
LA ENTRADA
EN LOS
ESTUDIOS.

BUENAS TARDES,
CON EL QUE VA A
SUSCITARSE A PETER
MARVAN DURANTE
SU AUSENCIA.

SOY RICK
CAMERON,
EL EDITOR
MATUTINO.

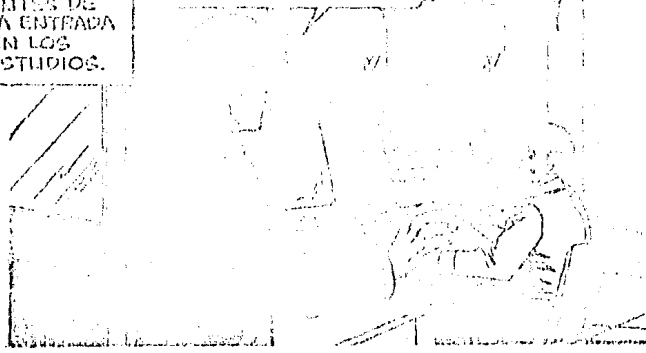


Fig. 22



Fig. 23

El vestuario y su asociación con los rasgos del estilo del dibujo y el argumento van desarrollando también la plasticidad del simplismo al barroquismo, a veces se les concede a objetos y ambientes el grado de personaje; también se puede eliminar el decorado con la finalidad de realzar los rasgos de los personajes o de acentuar la realidad. (Fig.24)

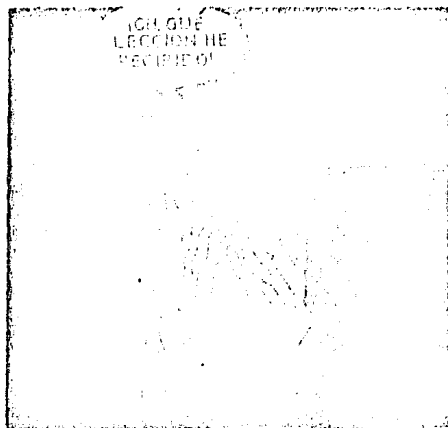


Fig.24

El vestuario de los personajes puede considerarse bien una prolongación del decorado, bien un indicador de la tipología.

f.3) La tipología. Abarca el vestuario, las actitudes y la música de los personajes. En la tipología el rostro, las piernas y los brazos son los elementos más importantes.

g) Códigos del movimiento y de los gestos. El dinamismo de la historieta se debe, en gran parte a los códigos del movimiento y a los gestos propios de los personajes.

Los movimientos físicos o la velocidad propia a ciertos objetos se expresan mediante códigos del dibujante comprendidos por el lector de cualquier nacionalidad.

Cuando los movimientos se centran en los personajes y se valoran como gestos, permiten interpretar los estados de ánimo.

Los recursos más utilizados con finalidad expresiva de movimientos son:

- La trayectoria o señalización gráfica del espacio recorrido por algún objeto en un período breve de tiempo. (Fig.25).
- Efectos secundarios ocasionados por el mismo (insecto, nu-

... o deformación de objetos). (Fig.26)

- Descomposición del movimiento. (Fig.27).

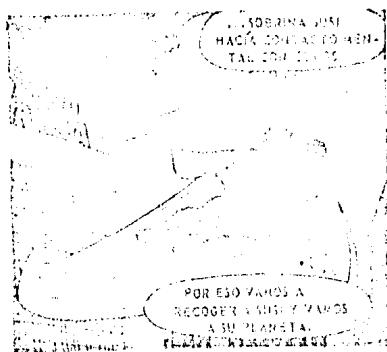


Fig. 25

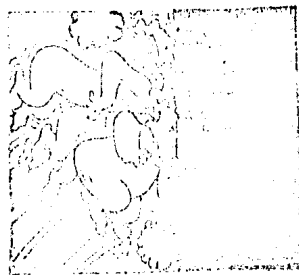


Fig. 26

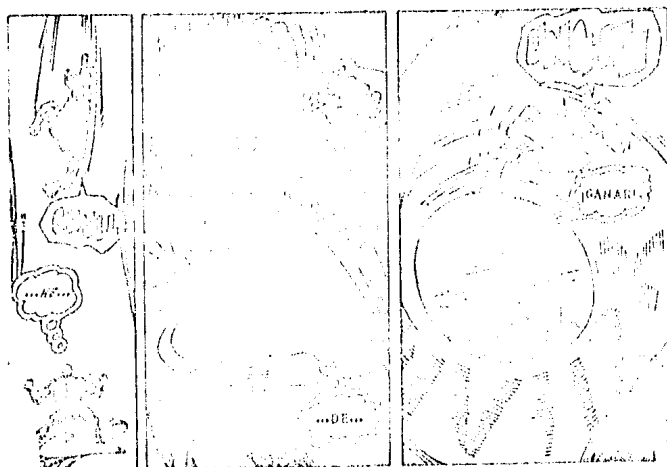


Fig. 27

La caracterización global de un personaje por medio de una serie de gestos o expresiones que se repiten sin variación es parte integrante de los códigos gestuales. Algunos signos del gestuario citados por R. Gubern son:

El cabello erizado (terror) (Fig.28), los ojos muy abiertos (sorpresa) (Fig.29), las cejas fruncidas (enfado) (Fig.30), la comisura de los labios hacia abajo mostrando dientes (cólera) (Fig.31), ojos en cruz (temor, pérdida de la conciencia), cejas altas (sorpresa), mirada lateral (inquietudín), ojos cerrados (cuerdo, cordillera), nariz roja (resaca, borrachera), boca en sonrisa por el lado izquierdo (hipocresía, sonrisas ocultas),

boca abierta (sorpresa), boca cerrada (concentración), lengua
 de fuera (ira, sorpresa, miedo), boca con los labios (determina-
 ción, dolor), unión de los labios al centro (abotamiento, de-
 sorrección), gotas de sudor junto al rostro (preocupación, nervio-
 sismo).

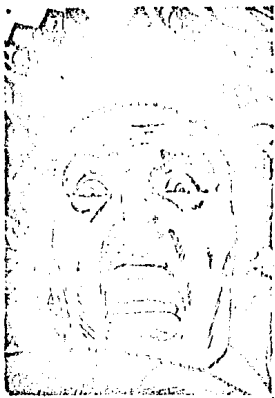


Fig. 28

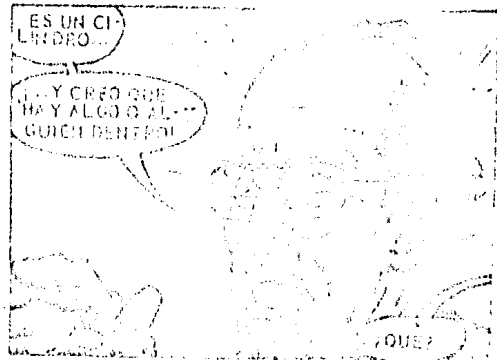


Fig. 29

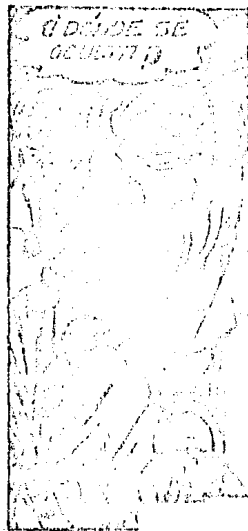


Fig. 30

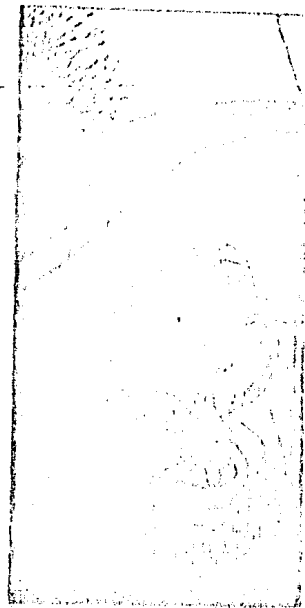


Fig. 31

h) Personajes y cosas parecen moverse. La historia se ha enriquecido dramáticamente. El ritmo al revelar los hechos, no es en forma estática sino en un ritmo que se acelera con las escenas de acción.

Los movimientos más característicos y usuales en la historia son:

- Representación, en una sola viñeta, de varios movimientos de un mismo personaje. (Fig. 32)
- El efecto Marey, eliminando posiciones sucesivas de una misma acción para dar ilusión de movimiento ultrarrápido. (Fig. 33)
- Las salidas fuera de cuadro y las rupturas de la imagen corresponden a un ritmo trípente de la acción. (Fig. 34)

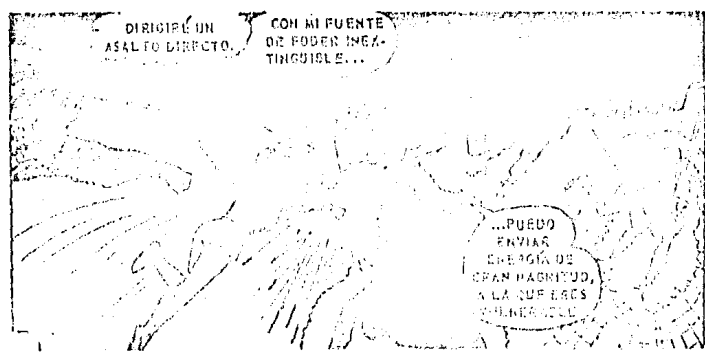


Fig. 32

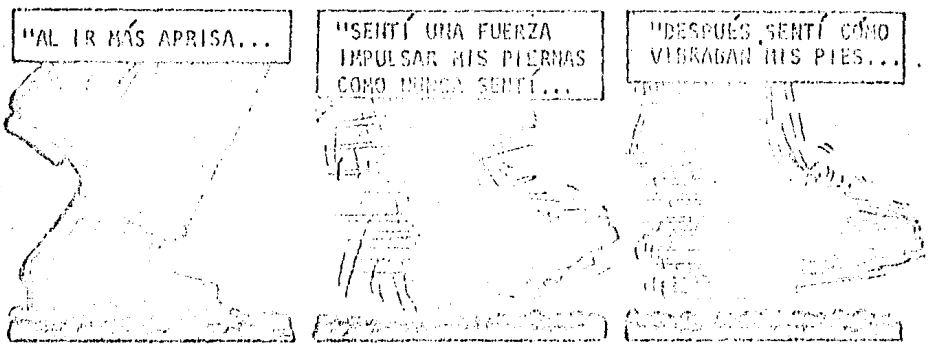


Fig. 33

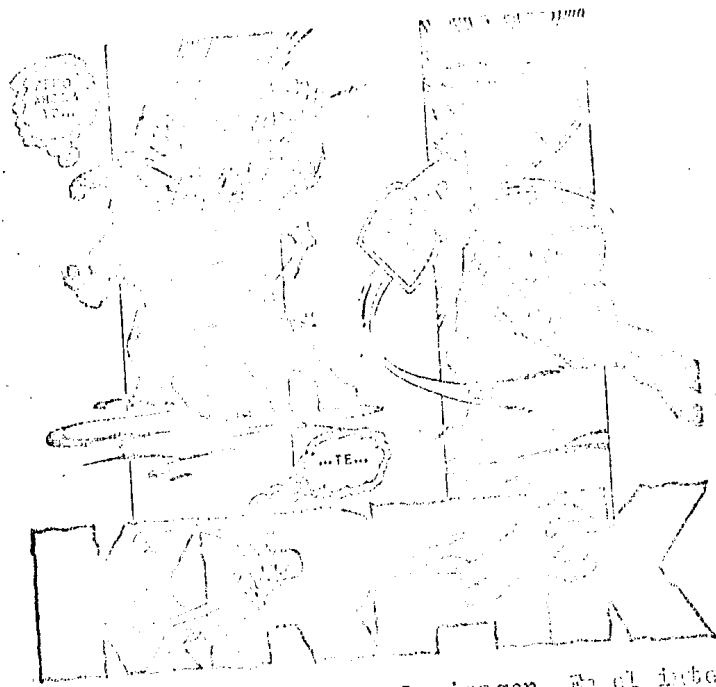


Fig. 34

1) Función del texto en la imagen. En el interior de la viñeta interaccionan una amplia gama de elementos:

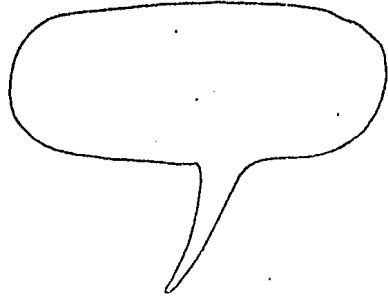
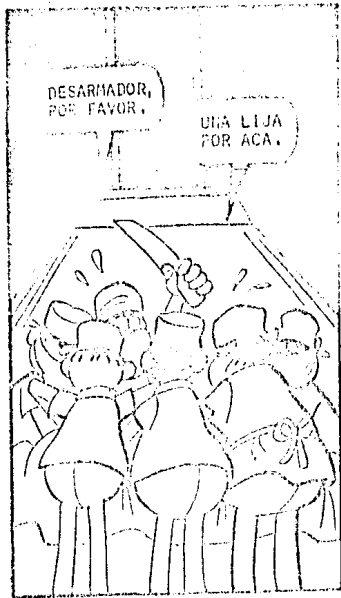
El globo. El texto se encierra mediante líneas, en un espacio conocido como globo. Recibe otros nombres; los más conocidos son subcillo y bocadillo. (Fig. 35)

El globo es una nube opaca. Se utiliza para manifestar y determinar los contenidos expresados por los personajes de la historieta. Consta de la silueta, el contenido y el delta.

La silueta. La silueta del globo es la superficie utilizada para expresar los contenidos. Reviste formas variadas, unas dibujadas con la finalidad de expresar sentimientos y otras con objeto de adornar.

La silueta del globo puede tener forma ovalada o rectangular. Sin embargo, las variables son múltiples: formas diferentes en la línea (recta, curva, quebrada), en la ubicación, entre otras cosas, etc. Cabe también, que el texto no se encuentre encerrado por ninguna clase de silueta.

El delta. La direccionalidad del sentido, su prelación, vice-ordenación por medio del señalamiento de la silueta control, generalización de la forma, tamaño o color, que atribuye a cada su-



GLOBO



Fig. 35

jeto su parlamento como meditante.

La delta presenta así las variables:

Lineal recto o en zigzag; el primero indica el habla de los personajes (Fig.36) y el segundo los sonidos artificiales (radio, teléfono, etc.) (Fig.37).

En burbujas, para significar el pensamiento de los personajes (Fig.38).

Múltiple, para atribuir un contenido a varios personajes (gritos de masas, exclamaciones, etc.) (Fig.39).

Si el globo encierra el mensaje verbal introducido en la vista, el delta marca la dirección de dicho mensaje. El delta indica que personaje habla, que dice y en qué orden.

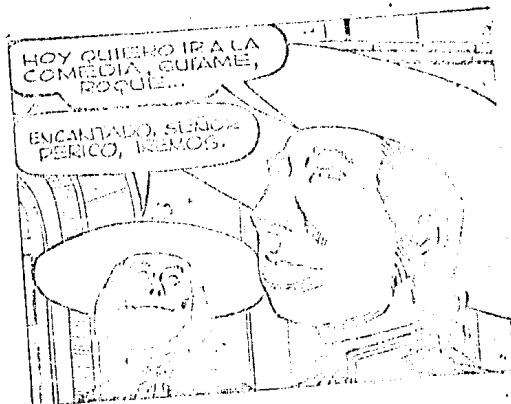


Fig.36



Fig.37

Fig.38

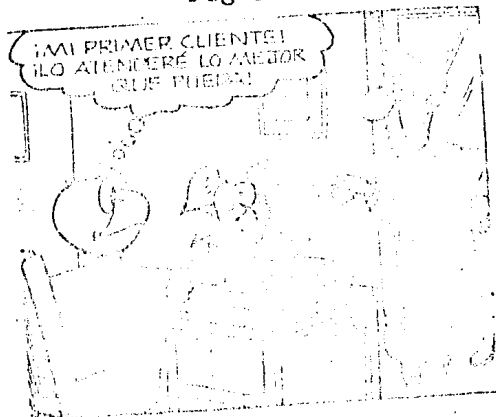
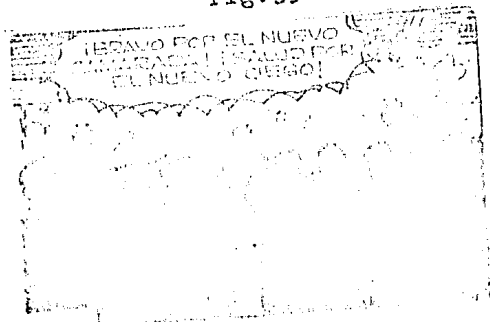


Fig.39



El contenido del globo. El contenido del globo puede ser:
 verbal: símbolo del sonido de lo que el personaje dice.
 Figurativo: representa el pensar y sentir de los personajes mediante imágenes.

Netófonos visualizados: presentan un tronco cortado por una sierra (el personaje suena) (Fig.40), rayos y signos indecifrables (inconsciencias) (Fig.41), notas musicales (textos cantados, etc.) (Fig.42).



Fig.40



Fig.41



Fig.42

d) Onomatopoyas. En su mayoría proceden del inglés y son de carácter fonosimbólico como: to march (marchar), to ring (llamar al timbre), to knock (golpear), to click (golpe seco), to crack (cuchera, crujir), to boom (explosión), to splash (salpicar). Entre otras, estas se elevan por decodificaciones por sujetos que no son cardiolingüistas, tanto al realizar la lectura silenciosa como al leer y pronunciar oralmente al vocablo.

También existen las llamadas netófonos visualizadas, que pueden o no ir en el globo: Foco encendido (luz luminosa), cráneo y dos tibias (cuanto), tronco y serrucho (sueño, dormir), corazón (amor), cerebros, rayos, cabellos (alabanzas, alabamientos), hueso negro (coraje), color de sudor (estupor, nervios, miedo), estrellas "ver el sol" (efecto de un golpe); "holitas" alrededor de la cabeza (risa, bromeo).

Por último, junto a las onomatopoyas, existen los sonidos particulares, en decir, palabras que se hacen con la boca: Cuch (dolor interno, romadisco), ZZZZ (ronquidos), YYY (trío), UUA (saco), OOS (llanto), etc.

k) Supresión intencionada de palabras e imágenes. Por su propia esencia, la historieta tiene recursos para ahorrar el tiempo de la narración; y uno de los más importantes, es el de los momentos intermedios. Esto es, la unión de una viñeta con otra, sirve para saltar tiempos que carecen de valores expresivos, para dejar campo a la imaginación. El dibujante sabe que el lector ordenará mentalmente la secuencia, imaginando esos momentos que se han eliminado de la narración. Menos tiempo, espacio, trabajo y mayor dinamismo es el resultado. Este procedimiento se llama Elipsis. (Fig. 43)

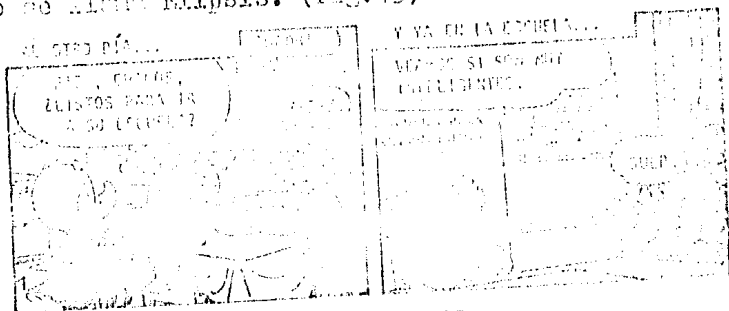


Fig. 43

l) El esquematismo. Los personajes de la historieta se identifican fácilmente, las situaciones se muestran con símbolos que son entendidos por el gran público, el lenguaje carece de términos o expresiones de difícil comprensión, pero que sintetizan acciones y acontecimientos. (Fig. 44)

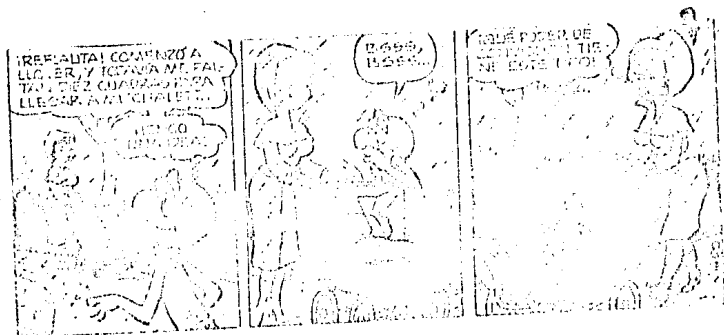


Fig. 44

m) **El color en la historieta.** El color es una técnica - en la elaboración de las historietas, sin embargo no debe ser - tan llamativo que distraiga la atención sobre el motivo prin- - cipal.

El valor estético del color no siempre se respeta. Importa - más el crear emociones y expresar sensaciones que de otra for- - ma serían difíciles de expresar.

m.1) **Efectos de los tonos.** La iluminación ayuda a la dra- - matización del ambiente y de las circunstancias psicológicas - que se ofrecen en una ilustración o en una secuencia de las - historietas.

Esta dramatización se obtiene por medio de tonos apropiados - aplicados a los fondos y a las siluetas de los personajes.

m.2) **Psicología del color.** El color tiene poder de pro- - vocar emociones.

El rojo es un color vital, apasionado. Simboliza el calor y - el fuego; el triunfo de la vida sobre la muerte; la acción y la - fuerza.

El rosa es dulce, eminentemente femenino y frívolo.

El naranja refleja el entusiasmo, la impetuosidad. Puede - provocar, con tonos más rojizos, el ardor y la pasión.

El amarillo es el color de la luz y la vida. Simboliza la - riqueza y el poder.

El verde es un color equilibrado. Puede representar lo mis- - mo la naturaleza como la bajera moral.

El azul es un color aristocrático. Símbolo de la intelligen- - cia, de la castidad y de la sabiduría. Es un color sereno.

El violeta es un color triste.

El púrpura o el carmín es el símbolo de la realeza y de la - suntuosidad.

V. MONTAJE DE LA HISTORIETA.

a) FORMAS DE PRODUCCION.

L: La tira.

Está compuesta por un promedio de cuatro viñetas. No es más que un chiste desarrollado en varios cuadros, a base -- generalmente de 2 ó 3 personajes. En la elaboración de una tira, los historietistas utilizan los siguientes criterios:

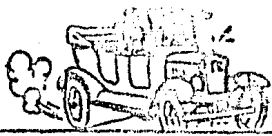
Existe un tema de gran interés con posibilidad de sintetizarse en 4 ó 5 viñetas. Un ejemplo latinoamericano lo tenemos -- en "Mafalda" del dibujante "Quino". (Fig.1)



Fig. 1

2. La página.

Suele producirse en cuatro tiras. El tamaño de la -- viñeta puede variar y ocupar el espacio de dos o más viñetas -- en el sentido vertical. Se constituye en un argumento completo o en historia por entregas. En el primer caso se encuentran, "Kutt y Jeff", "Archi" (Fig.2). En el segundo: "El Príncipe Va-



Archi

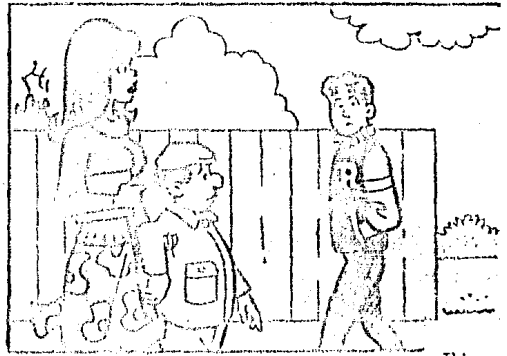
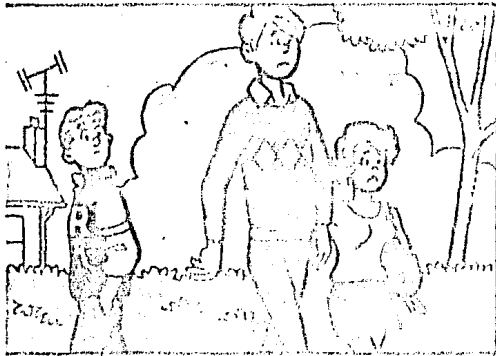
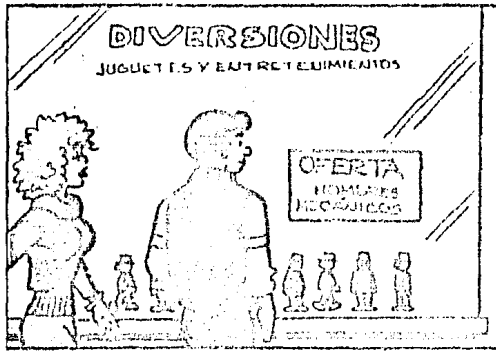
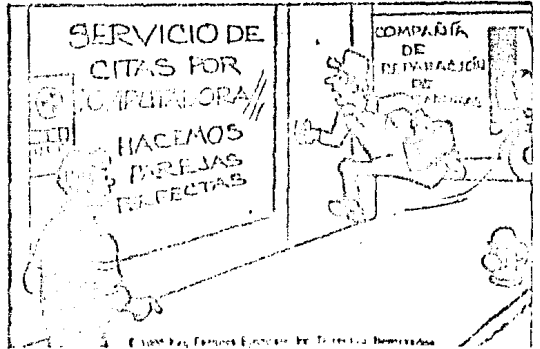
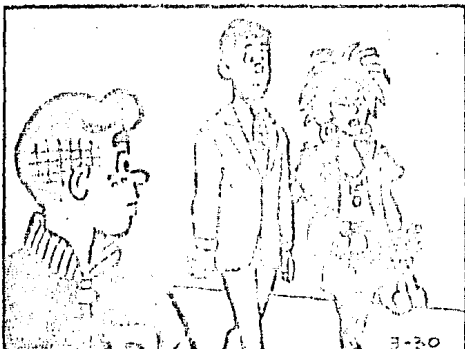
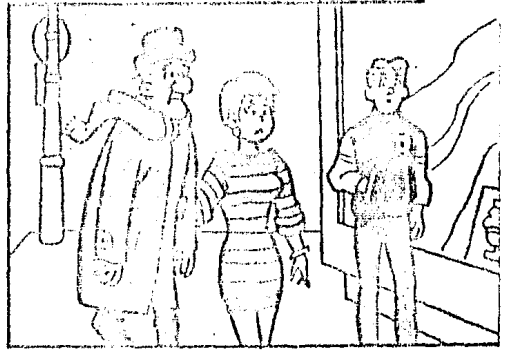
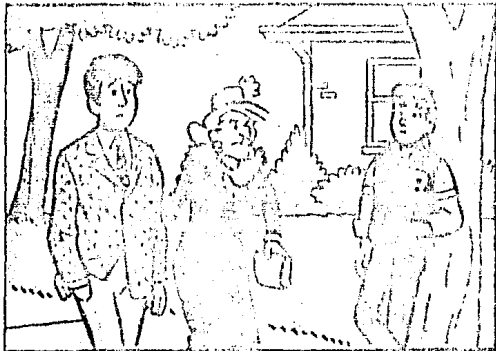


Fig.2



ROLDÁN EL TEMERARIO

por Dan Barry

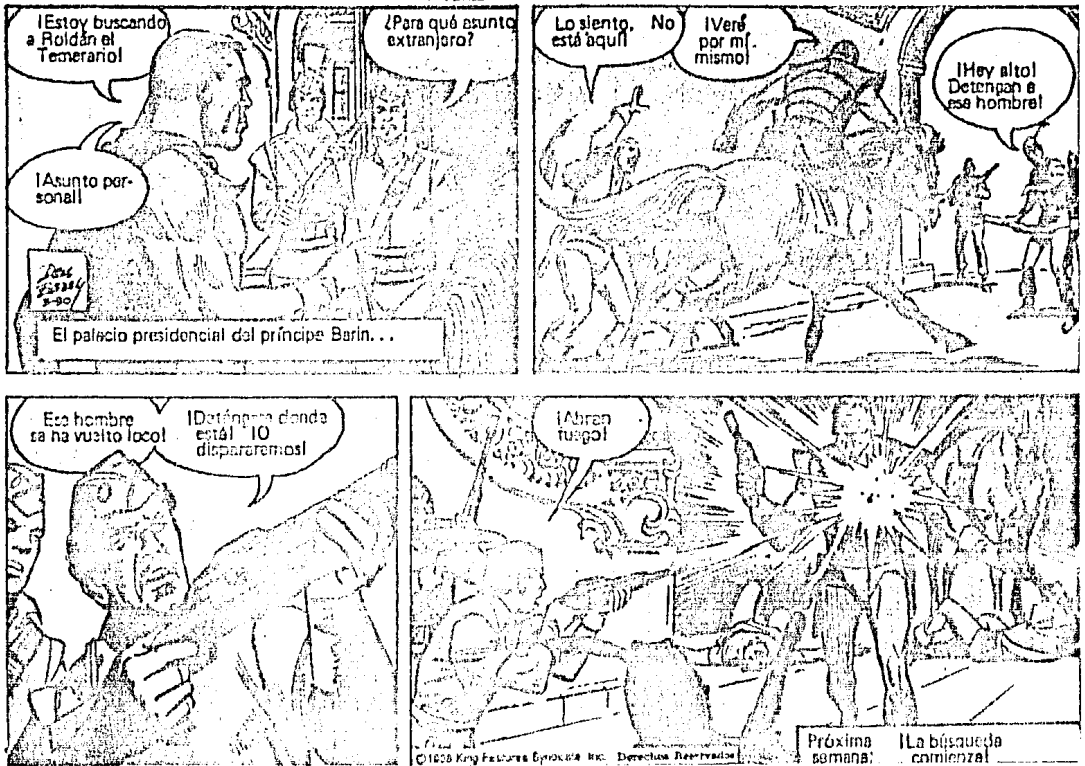


Fig. 3

3. El cuaderno.

Hablamos de cuaderno cuando una o varias historietas se publican en varias páginas. Lo más común es la elaboración de la narración mediante treinta y dos páginas.

El ejemplar propuesto consta de 24 páginas de historieta, adicionando pequeñas editoriales.

b) IMPORTANCIA DEL GUION.

Existen historietistas y educadores que le dan el máximo de importancia a la confección del guión. Para ellos, una buena historieta es el resultado de un buen guión.

Un buen guión se considera el noventa por ciento de la historieta. Elaborar una tira o una página sin guión puede dar buenos resultados a un experto. A nivel de principiantes siempre será indispensable el guión.

Un buen guión es el ideado para ser desarrollado en dibujo. Un buen dibujo es el pensado y hecho para desarrollar un guión según la dinámica propia de la historieta. Los dibujos adquieren significado en función de la historia narrada.

No es necesario saber escribir cuentos o ensayos para hacer guiones de historieta. Sí es indispensable pensar los hechos con imágenes y adquirir la habilidad de redactar diálogos.

Normalmente un guión se elabora en base a cuatro columnas. Son las siguientes:

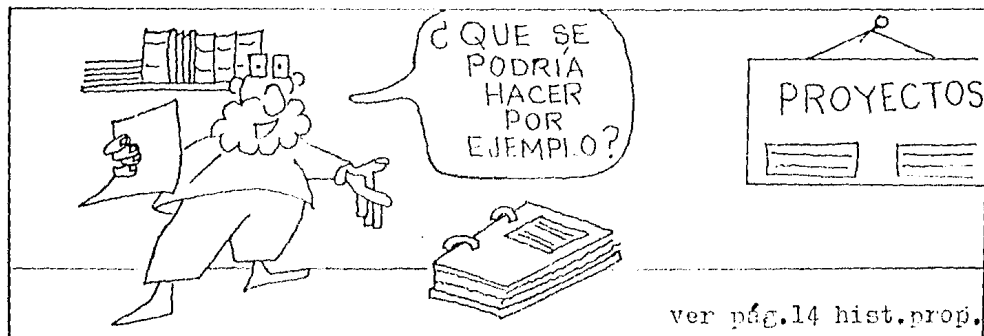
Viñeta	Plano	Descripción de la escena	Texto
1*	PM**	Lugar en que suceden los hechos, muebles u objetos, posición de las personas, etc.	En esta columna aparecen los textos que lleva esta viñeta.

* Esta columna solamente lleva los números 1,2,3,4,etc. corresponde al orden en que se colocan las viñetas.

* Para poner las especificaciones técnicas de esta columna habrá que observar las claves de los planos mencionadas anteriormente.

Por ejemplo:

VOLUMEN	TLACUILLOLI
HISTORIETA	Nº 1
VIÑETA	Nº 2, PÁGINA 14
NOMBRE DEL PERSONAJE	JUAN RARAMUBI
ESTATUS	INVESTIGADOR



VIÑETA	PLANO	DESCRIPCION DE LA ESCENA	TEXTO
Nº 2	PG	EL PERSONAJE CENTRAL, SALÓN DE CLASES, PIZARRÓN, ESTANTE DE LIBROS, TODO EN COLOR VERDE Y AMARILLO. PROFESOR ORIENTA POSIBLES ALTERNATIVAS.	-PROFESOR : ¿ QUE SE PODRÍA HACER POR EJEMPLO ? - PIZARRÓN : PROYECTOS.

c). EL LENGUAJE DE LOS PERSONAJES.

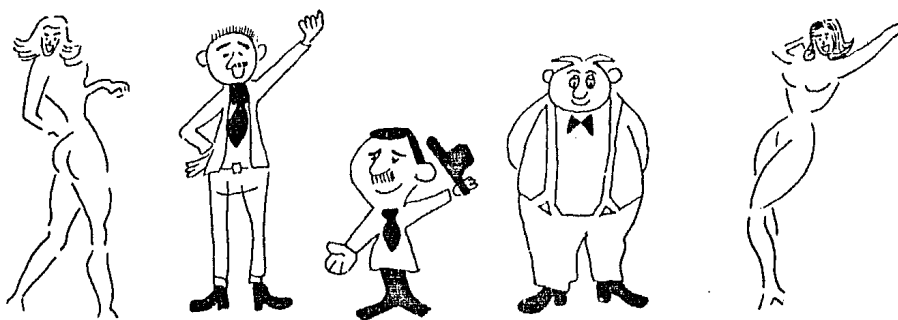
A la hora de confeccionar el guión técnico se debe planear la manera de pensar y de hablar de cada personaje, e incluso-- y sobre todo-- su ideología.

El uso del lenguaje en la historieta es muy importante: un

... obrero no puede hablar igual que un empresario, ni un niño hablar como un adulto. Cada personaje tiene su propio lenguaje, y cada profesión lo mismo; y muchas de las situaciones cómicas-- surgen de esas diferencias, que el autor debe saber aprovechar-- y conocer a fondo-- si se tiene como finalidad hacer una buena historieta. El diálogo manejado en la historieta que se propone, por medio del personaje central, Juan Karacubi (investigador), maneja el lenguaje directo con el lector, con la mayor claridad y brevedad posibles. Ver historieta propuesta, pág.7

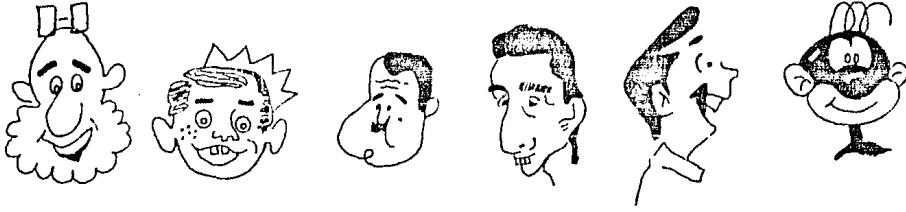
d). DISEÑO DE LOS PERSONAJES.

En una historieta lo primero que se debe hacer es diseñar-- los personajes que van a actuar en ella. Primero hay que establecer el físico del personaje: alto, chaparro, gordo, etc.



(ver estudio de personajes en el ejemplar propuesto).

Empezando por la forma de la cara y añadiéndole después los detalles especiales como la boca, el pelo, los ojos, las cejas, la nariz, etc.



(ver estudio de personajes en el ejemplar propuesto).

Los personajes también pueden ser animales, como se utilizan comúnmente en las historietas.

1. Tipología.

La tipología estudia los rasgos físicos de los personajes-- que intervienen en la historieta. En esta clase de narraciones con imágenes importa crear los tipos y dibujarlos para que el bueno tenga y ponga cara de bueno (ver en el ejemplar propuesto, pág.20) y el malo ponga cara de malo (ver en el ejemplar-- propuesto, pág.10).

En el guión se deben prever las acciones propias de cada-- personaje y su manera de hablar. Cada personaje debe estar de-- finido en su aspecto físico y en su personalidad. El estrato so-- cial, el puesto que ocupa, los ideales que tiene, etc., determi-- nan su forma de ser (observar ejemplo en la página introducto-- ria del ejemplar propuesto).

Se manejan todos los recursos de la expresión facial, todas las posibilidades de expresar con un ademán o un gesto, con la intención de mantener alerta el interés del lector. Una mirada, una contracción del rostro, un sollozo de dolor, de espanto,

de burla, dice mucho más, en ocasiones, que el mejor de los---
textos.

2. SUGERENCIAS PARA DIBUJAR LOS PERSONAJES.

Las figuras pequeñas no necesitan del detalle cuando se di-
bujan. Normalmente se simplifican las facciones, el atuendo y
las arrugas de vestido o piel.

En una figura de tres centímetros y medio de alto, la cabeza
medirá menos de cuatro milímetros. En cabeza tan reducida care-
ce de interés las cejas, la nariz, los ojos y la boca; las ma-
nos de esta figura quedarán señaladas. (Fig.4) (ejemplar propu-
esto, pág.3).



Fig.4

Se hace referencia a este tamaño por ser el correspondiente
a los dibujos propios de las historias publicadas en los me---
dios impresos.

En las figuras de quince a veinte centímetros de altura es
necesario tener una gran cantidad de detalles (Fig.5): en las
manos habrá que definir con precisión los dedos e insinuar las
rugosidades de los nudillos, la forma exacta de las uñas, etc.

(ver en el ejemplar propuesto, pág. 15).

Cuando se dibuja para la prensa, es decir para reproducción, el dibujo debe ser hecho un 40% más grande del tamaño al que va a aparecer publicado.

Para ello, lo más conveniente es sacar una proporción por medio de la diagonal, es decir, del tamaño a reproducir se traza una línea diagonal que se corta al tamaño deseado, cerrando la línea vertical y horizontal (en el punto B).

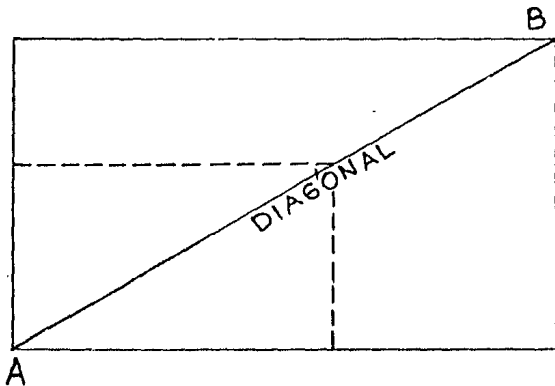
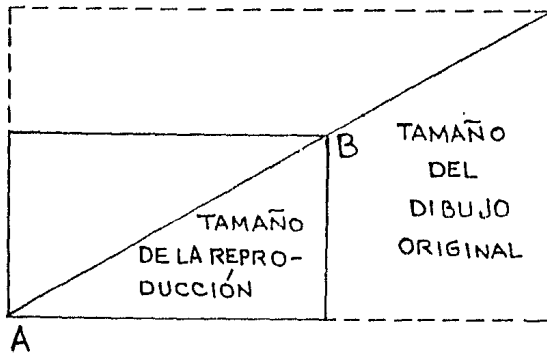


Fig.5

El paso siguiente es encontrar la idea de lo que se quiere decir y en un papel común se traza un boceto de lo que va a ser la tira. Paso 1

Ya sobre el papel definitivo se trazan con lápiz los cuadros de las viñetas en el tamaño que

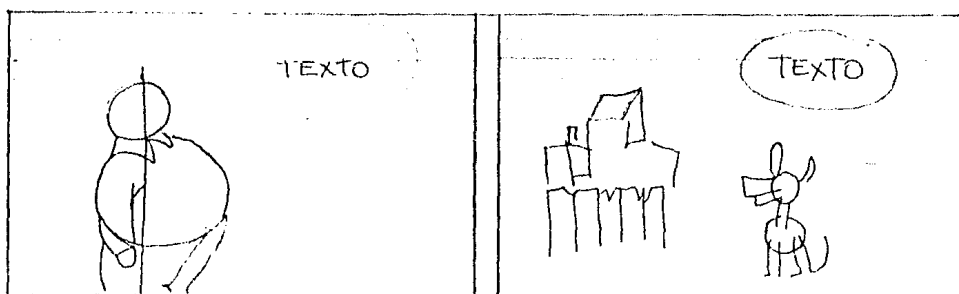
que va a llevar. Como de preferencia se trazan también líneas guía para el dibujo. Paso 2

Lo que sigue es trazar con lápiz, (que puede ser azul para no borrar, ya que el azul no "registra" en offset) los textos y dibujos definitivos de la tira. Paso 3

Por último se entintan el texto y los dibujos, borrando con cuidado, si el lápiz usado es color negro. Paso 4



Paso 1



Paso 2



Paso 3



Paso 4

e). ROTULACION Y TITULOS.

En el guión escrito ha de figurar el título, las ilustraciones y el texto. Los títulos de la tira o página suelen ponerlos el periódico que los imprime. Si se deja a criterio del historietista ha de cuidarse en extremo este aspecto que atrae, sintetiza y orienta. (Ver en portada de ejemplar propuesto).

El título guarda íntima relación con el tema del argumento, historieta con ambiente oriental tiene letras que recuerdan el alfabeto chino (Fig.6); letra rígida o rígil irén en relación con el mensaje que se quiere transmitir. (Ver ejemplar propuesto, pág.13).

CHINA

Fig.5

Es recomendable elaborar la rotulación a mano, con letra legible y clara, utilizando letras mayúsculas. Los textos compuestos con máquinas de escribir o por linotipia le quitan carácter y le dan frialdad. (Fig.7)

Para destacar una palabra o frase, la letra aumenta ligeramente de tamaño y grosor. (Ver en material proouesto, págs. 9 y 10).

Para rotular:

- Se trazan a lápiz líneas paralelas para encerrar las letras, teniendo en cuenta que el espacio ocupado por el texto es, como máximo, la tercera parte de la viñeta (Fig.8).
- Se calculan los espacios, rotulando primero a lápiz (Fig 9).
- Se diseña, a continuación el globo o bocadillo (Fig.10).
- Se deja muy poco espacio entre letra y letra, entre línea y línea.

Fig.7

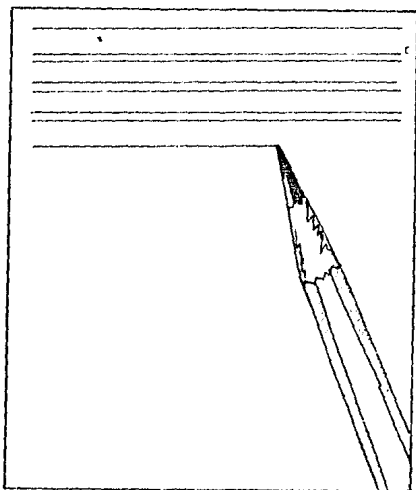


Fig.8

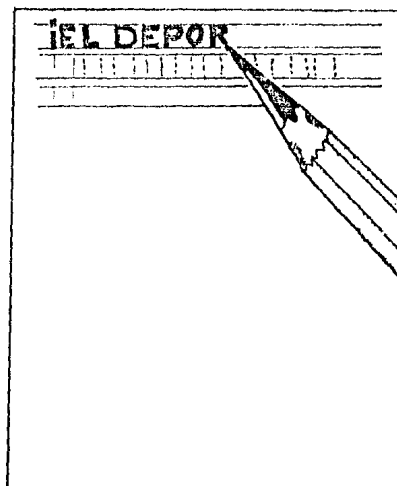


Fig.9



Fig.10



Fig.12

En el gui3n se planea, tam---
 bi3n, si los globos representar3n
 el pensamiento de los personajes
 sin llegar a decirlo (el delta---
 se elabora con 3rculos en forma
 de burbujas (Fig. 11), (ver mate-
 rial propuesto, p3g.16). Si los-
 personajes hablar3n en voz baja,
 para evitar ser o3dos (trazo pun-
 teado del globo) (Fig.12). Si al-
 guien habla fuera de la escena---
 (el delta va hacia fuera de la---
 viñeta) (Fig.13), (ver ejemplar---
 propuesto, p3gs.11 y 13). Si apa-
 recen sue3os en el globo (escena



Fig. 11



Fig.13

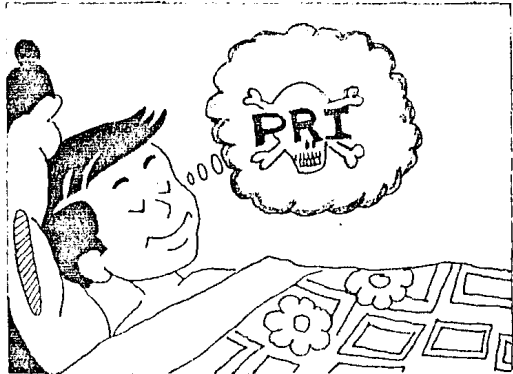


Fig.14

con dibujos conocidos como círculo de sueños) (Fig.14). Si la-
voz procede de un aparato mecánico (delta eléctrico o en for-
ma de zig-zag), (ver ejemplar propuesto, pág.14), etc.

VI. EJEMPLAR PROPUESTO.

-ASPECTOS TECNICOS DE LA PUBLICACION PROPUESTA-

1. Nombre de la revista: Tlacuilo Ili. Palabra Nahuatl cuyo-- significado es pintura o escritura; Socoyote (en lengua Nahuatl, . Socoyotl, chiquillo) que corresponde a la sección infantil.

2. Para su periodicidad:

- a) Semanal.
- b) Quincenal.
- c) Mensual.

Para su aparición se pretende que sea una publicación mensual. Esto hará posible la preparación de varios números con mucho cuidado y además una adecuada selección de materiales.

3. Respecto a su tamaño. Sus dimensiones serán de 16.5 x 21 cm.

4. Tipo de impresión. En offset, en papel mate, color verde tablet.* Para iniciarse se han proyectado 27 páginas.

5. Contenido. Las ilustraciones y el texto tendrán una proporción de 50% de ilustraciones y 50% de texto aproximadamente.

Teniendo presente siempre las diferencias individuales del sector al que va dirigido, para seleccionar, jerarquizar y organizar el contenido, estimando lo cualitativo sobre la cantidad.

Que sea accesible para que facilite la comprensión e interpretación y lleve a reflexionar sobre los temas que se publiquen.

Emplear material gráfico sin mucho barroquismo que motive la-

* Los especialistas señalan que el uso del papel mate en color verde claro, facilita y es más descansado para la lectura.

observación del lector.

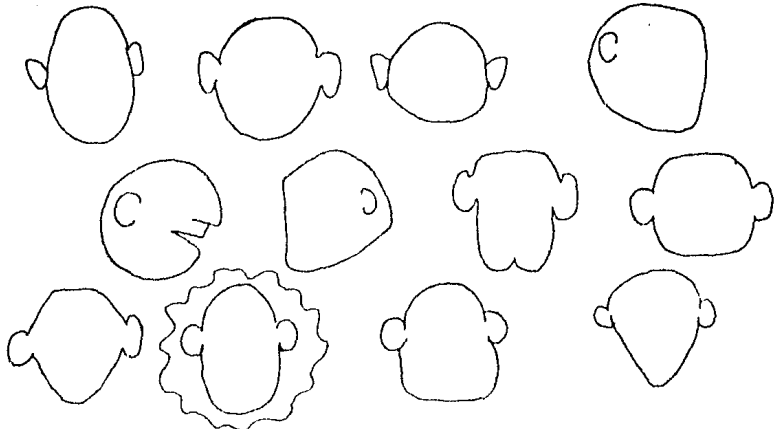
Efectuando evaluaciones continuas para detectar los aciertos y las fallas a fin de tomar las medidas necesarias. Para ello la institución (educativa, sindicato, partido político, etc.) que se comprometa a publicar el tipo de historietas diferentes a las--mercantilistas, destinaría un espacio para la correspondencia -- con los lectores --departamento donde la intervención de la Pedagogía sería de mucha utilidad, en la estructuración de los contenidos, por ejemplo-, tanto para conocer sus opiniones, como para invitarlos a participar en su elaboración (aportando sus experiencias personales, las que se escenificarían en la revista).

Finalmente, si se desea transformar este medio es necesario--conocer algo de su historia, no desconocer el análisis de algunos personajes, pero, sobre todo, identificar con facilidad el lenguaje de la historieta.

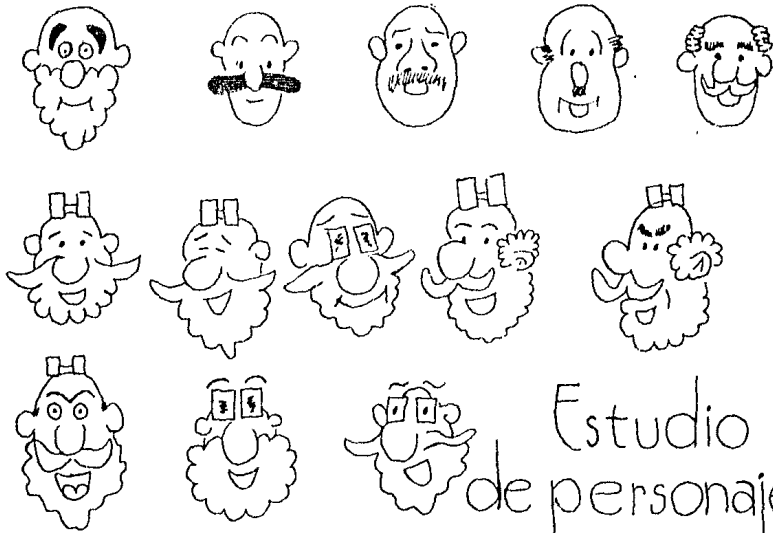
Con el dominio del lenguaje propio de los comics se tiene la herramienta necesaria para analizar la producción industrial y diseñar el material específico para acciones formadoras.

La historieta que se diseñó para la propuesta de esta tesina, prescinde de muchos de los códigos que utiliza este medio: escala de planos, ángulos de toma, etc., considerando de mayor trascendencia un mensaje bien estructurado, que un dibujo muy profesional; de tal forma, los dibujos que en ella aparecen fueron realizados sin mucho detalle en las figuras.

diseño de la cabeza

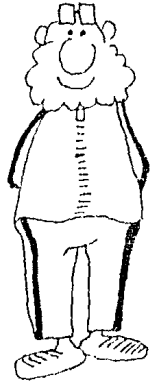


estudio de expresiones.





Estudio de personajes.



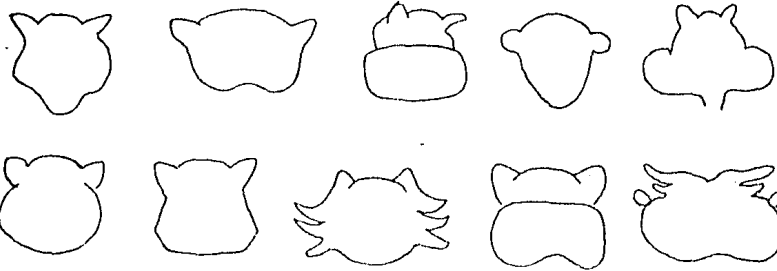
vestuario.

Tlacuilolli

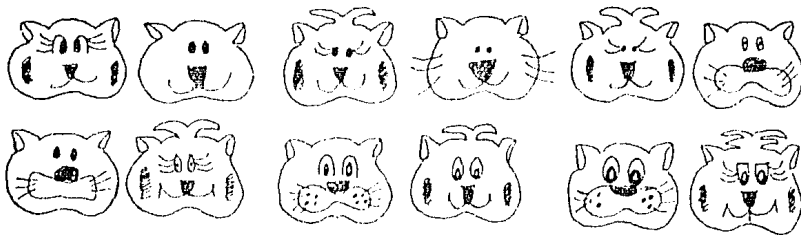


ESTUDIO DE PERSONAJES

diseño de la cabeza.

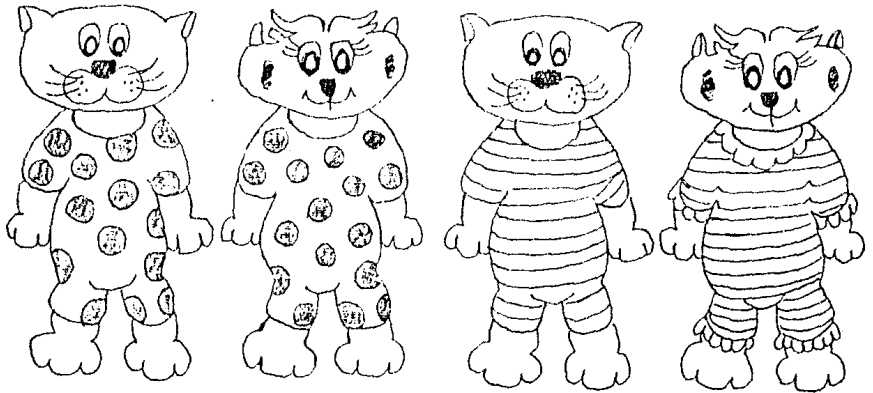
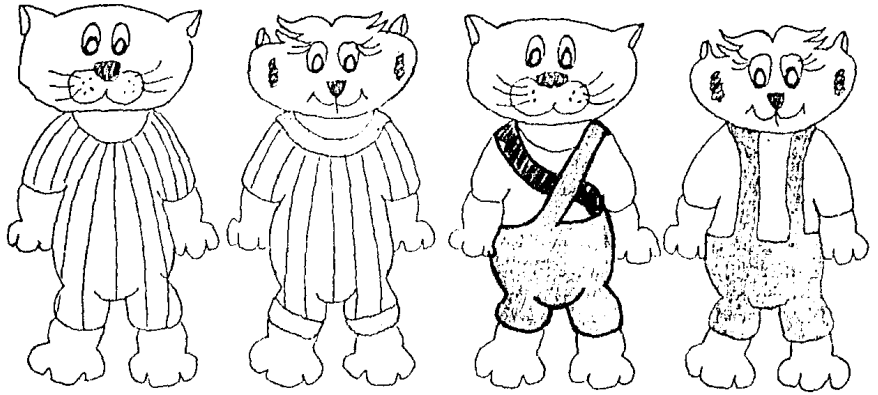


diseño del rostro.



rasgos expresivos.



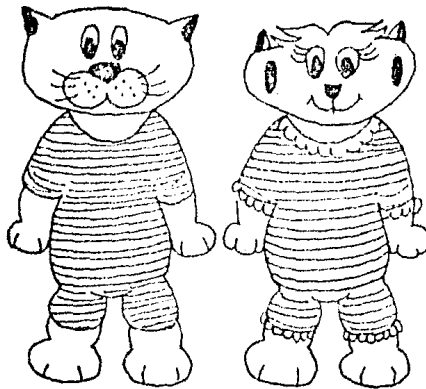


vestuario.

Estudio
de personajes

SOCOROTE

SECCION INFANTIL

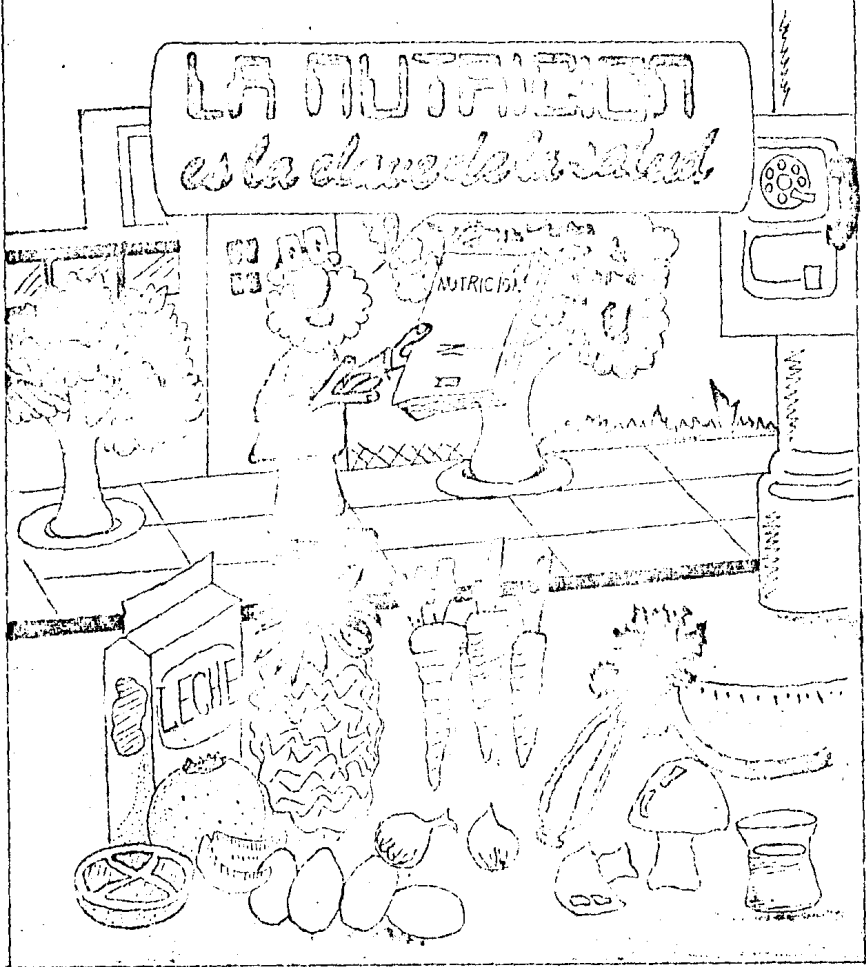


ESTUDIO DE PERSONAJES

Tlacuilolli

No 0 AÑO XX - ENERO DE 1986 - REVISTA MENSUAL

LA NUTRICION
es la clave de la salud



ELACUILLOLI

presenta: *la nutrición*

LA HISTORIETA ES UN MEDIO DE INFORMACIÓN MARAVILLOSO QUE GUSTA POR IGUAL A TODOS.

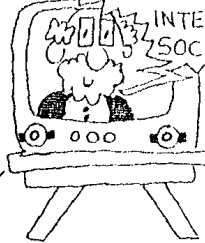
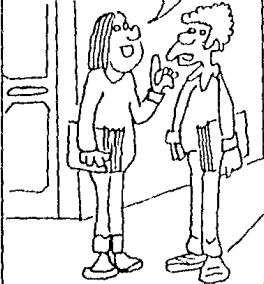
SI UTILIZAMOS SUS ATRIBUTOS Y POTENCIALIDADES EN ACCIONES FORMATIVAS, SE PUEDE CONVERTIR EN UN VALIOSO AUXILIAR EDUCATIVO.



ESA ES LA INTENCIÓN DE ESTA PROPUESTA!

LA IDEA CENTRAL ES DESARROLLAR TEMAS DE INTERÉS SOCIAL

ELIGIENDO PARA ESTE NÚMERO EL GRAVE PROBLEMA ALIMENTICIO EN MÉXICO.



!QUE NO SE DIGA MAS. EMPECEMOS!

La Nut DE ACUERDO!





SEGUN DATOS OFICIALES
NUESTRO PAÍS TIENE
35 MILLONES DE DES-
NUTRIDOS

NO
POS'
SE
QUE-
DARON
CORTOS.

ESTO SIGNIFICA QUE LA
MITAD DEL PUEBLO CARE-
CE DE LOS NUTRIENTES
NECESARIOS PARA MANTE-
NERSE SANOS.

LAS CONSECUENCIAS QUE TAL
SITUACIÓN PRODUCE SON MUY
GRAVES Y YA LAS ESTAMOS PA-
DECIENDO

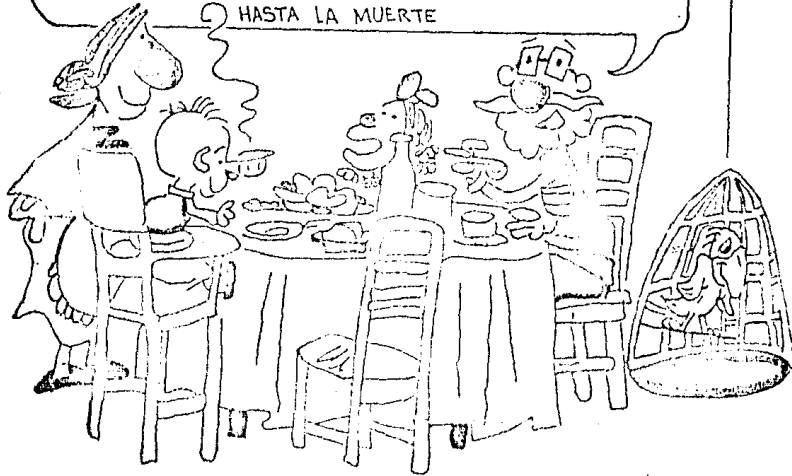
- INDIVIDUOS FISICAMENTE MAL CONFORMADOS.
- DÉBILES MENTALES.
- ENANOS EN TODOS LOS ÓRDENES.

PERO CONTAMOS
CON "TARAVISIA"
QUE NOS NUTRE
DE "CULTURA"!

CLARO QUE ESTA SITUACIÓN
FAVORECE INDIRECTAMENTE
AL SISTEMA!

MIENTRAS MENOS
DOTES DE
INTELIGENCIA
Y DE SALUD
FÍSICA TENGAN
LOS MEXICANOS,
MÁS FÁCIL SERÁ
ARREARLOS
COMO
BORREGOS

DE TODOS ES SABIDO O CONOCIDO QUE EN MEXICO
LA ALIMENTACIÓN DEL PUEBLO ES SUMAMENTE POBRE
SOBRE TODO EN ALGUNOS SECTORES DE LA POBLACIÓN,
LO QUE TRAE COMO CONSECUENCIA MUCHAS VECES
HASTA LA MUERTE



LA DEFICIENCIA DE PROTEÍNAS
DE BUENA CALIDAD EN MEXICO ES
MUY MARCADA.

EL CONSUMO DE HUEVOS, LECHE Y
OTROS ALIMENTOS DE ALTO VALOR PROTEICO
ES SUMAMENTE LIMITADO.

EN EL MEDIO RURAL LA MAYOR PARTE
DE LAS PROTEÍNAS SON APORTADAS POR EL MAÍZ
Y LOS FRIJOLES . ESTA PROPORCIÓN

ES MEJOR EN EL SECTOR URBANO
PERO A PESAR DE ELLO NO ES LO
SUFICIENTEMENTE BUENA COMO PARA
SATISFACER SUS NECESIDADES BÁSICAS
PARA LA CONSERVACION DE LA SALUD.



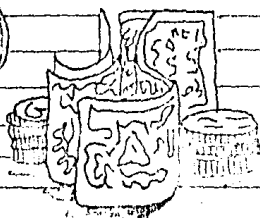
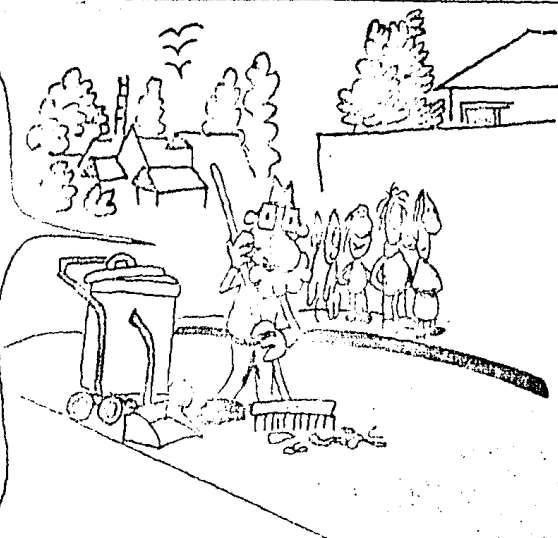


EL PROBLEMA DE LA NUTRICIÓN EN MÉXICO SE PUEDE ANALIZAR DE VARIAS FORMAS, AQUÍ COMENTAREMOS ALGUNAS DE ELAS.

UN PRIMER FACTOR, MUY IMPORTANTE, QUE INFLUYE EN LA MALA NUTRICIÓN DE LOS MEXICANOS, ES EL BAJO INGRESO DE LOS TRABAJADORES, POR MÁS QUE LO NIEGUEN LOS POLITICOS, CON EL SALARIO MÍNIMO UNA FAMILIA DE SEIS GENTES SE MUERE DE HAMBRE.

ESO SIN MENCIONAR A NOSOTROS, LOS SUB-EMPLEADOS, QUE NO ALCANZAMOS A GANAR EL SALARIO MÍNIMO.

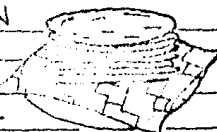
DESCONTEMOS AL SALARIO MÍNIMO TODOS AQUELLOS GASTOS DOMÉSTICOS NO REFERENTES A COMIDA Y SÓLO QUEDARÁ, PARA COMER EL Y SU FAMILIA \$4,500 PESOS APROXIMADAMENTE.



ESTO QUIERE DECIR QUE CADA UNO DE LOS SEIS MIEMBROS DE LA FAMILIA DISPONEN, AL DÍA, DE ALREDEDOR DE 75 PESOS PARA COMESTIBLES.



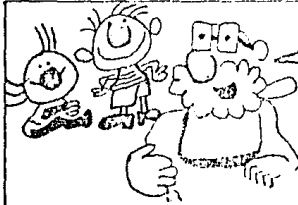
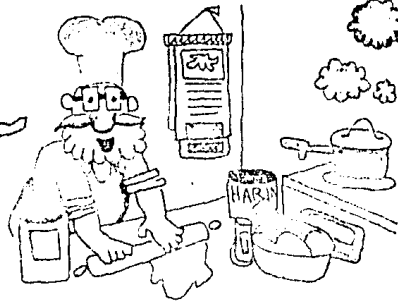
PARA MUESTRA DE LA INUTILIDAD ADQUISITIVA DE ESTA CANTIDAD, BASTA SEÑALAR QUE UN LITRO DE LECHE CUESTA \$98.00 PESOS, UN KILO DE TORTILLAS, \$32.00 PESOS Y ASÍ POR EL ESTILO LOS OTROS ALIMENTOS BÁSICOS.



3

NOTA: LOS PRECIOS CITADOS CORRESPONDEN AL MES DE ENERO DE 1985, PERO CON ESTO DE LA INFLACION NO DUDAMOS EN QUE RÁPIDAMENTE ESTAS CIFRAS RESULTEN IRREALES.

SIN EMBARGO, ÉSTE NO ES EL FINAL DEL PROBLEMA. AL HABER MALA ALIMENTACIÓN, HAY TAMBIÉN, ENFERMEDAD. UN NIÑO DESNUTRIDO ESTÁ ENFERMO UNO DE CADA CUATRO DÍAS.



SI SUFRIR EL HAMBRE ES PARA CUALQUIER PERSONA, UNA GRAVE CAREN- CIA, MÁS LO ES PARA LOS NIÑOS, FUTURO POTENCIAL DE MÉXICO.

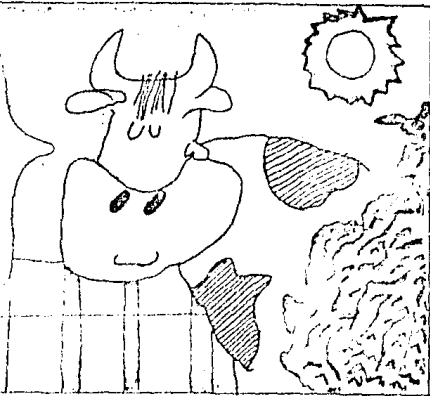


PARA EL HIJO DE UNA MADRE DESNUTRIDA EL PROBLEMA EM- PIEZA DESDE ANTES DE SU NACIMIENTO : TIENE EL 40% DE PROBABILIDADES DE VENIR AL MUNDO PREMATURAMEN- TE.

EL NIÑO PREMATURO, EL QUE NACE ANTES DE TIEMPO O CON MENOS PESO DEL NORMAL, TIENE ENTRE UN 10% Y UN 20% MENOS CELULAS Y EL PESO DE SU CEREBRO ES INFERIOR AL DE UN NIÑO NORMAL

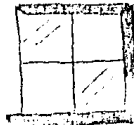


COMO ES DE SUPONERSE,
LOS PECHOS DE UNA MADRE
DESNUTRIDA TIENEN
MENOS LECHE Y ESA LECHE
MENOS PROTEÍNAS. ASI
QUE EL NIÑO DESDE SU
NACIMIENTO, SUFRE
LA DESNUTRICIÓN.

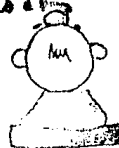


SI EL NIÑO DESNUTRIDO
REBASA LOS SEIS AÑOS DE
EDAD, HA DADO UN IMPOR-
TANTE PASO EN SU SU-
PERVIVENCIA, PUES UNO
DE CADA TRES NIÑOS DES-
NUTRIDOS MUERE

SORTEANDO
LAS ENFERME-
DADES QUE SU
DÉBIL CUERPO
PUEDA TENER,
LLEGA A LA
ESCUELA EN
DONDE SU
NIVEL DE APRO-
VECHAMIENTO
ES MÍNIMO



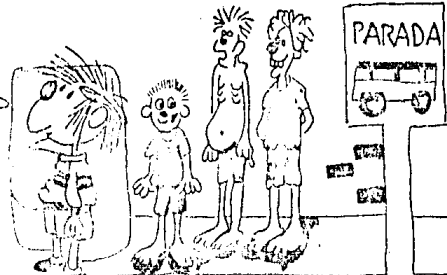
UNA
FORTUNA
MAESTRA



A VER,
MIS QUERIDOS
DESNUTRIDOS:
UN PAN MÁS
OTRO PAN,
¿CUÁNTOS PANES
SON?



ÉL, A SU VEZ,
TENDRÁ HIJOS
QUE COMPLE-
TARAN LA
INTERMINABLE
CADENA DE LA
DESNUTRICIÓN

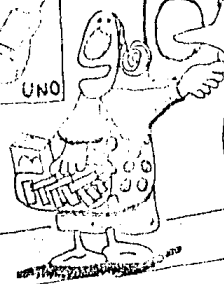


TERCERA GENERACIÓN DE DESNUTRIDOS



ES MUY CIERTO LO DE LOS PRECIOS ALTOS, LA INFLA-
CIÓN, PERO TAMBIÉN LO ES QUE POCOS SON LOS QUE SA-
BEN COMER. LA MAYORÍA COME LO QUE NO DE-
BIERA. VEAMOS:

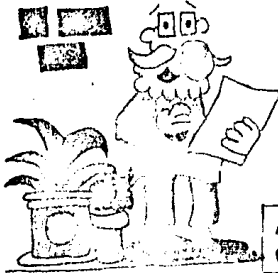
UNA PERSONA
NORMAL DEBE
INGERIR AL DÍA
2,750 CALORÍAS
Y 80 GRAMOS DE
PROTEÍNAS
COMO MÍNIMO.
PERO RARA VEZ
SUCEDE ESTO EN
LAS FAMILIAS DE
BAJOS RECURSOS.



¿NO PODRÍA
HACERSE UN
DÍA SI Y OTRO
NO? ESTA
TODO TAN
CARO



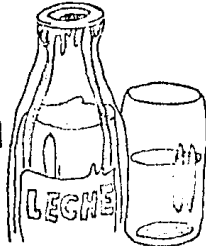
UNA GRAN FUGA DEL
PRESUPUESTO FAMILIAR
ESTA EN EL
GASTO
SUPERFLUO \$\$\$



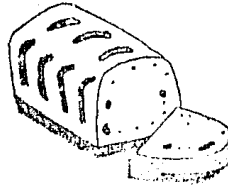
PONGAMOS UN EJEMPLO:
PEDRO GÓMEZ, COME EN
UN DÍA LO SIGUIENTE:

1. SE SIENTA A DESAYUNAR:

1



UN VASO DE LECHE



UN "PAN" BIMBO



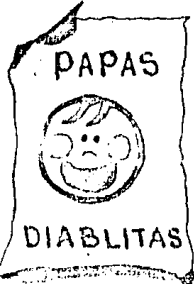
UN HUEVO

10.

AL REGRESAR A SU CASA AL MEDIODÍA YA LO ESPERA:

2

UN REFRESCO



UNAS PAPAS
"SABRITAS"



UNA SOPA DE PASTA

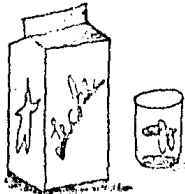


Y UN BISTEC

7

c. ALCENAR, CASI SE REPITE LA MISMA
"DIETA" QUE EN EL DESAYUNO.

3



UN VASO DE LECHE



Y ALGÚN "ANTOJITO"



SALVO LA LECHE,
EL HUEVO Y LA
CARNE, LO DEMÁS
ES SUPERFLUO,
ADEMAS DE CARO
NO NUTRE EN LO
MÁS MÍNIMO.
COMPRAR ESOS
PRODUCTOS ES
A LO QUE SE
LLAMA

**consumis-
mo**

8



LA INDUSTRIALIZACIÓN ALIMENTICIA - EN MANOS DE MONOPOLIOS EXTRANJEROS - HA VENIDO DEGENERANDO LA COMIDA MEXICANA, DESDE LA TRADICIONAL TORTILLA HASTA LAS BEBIDAS ANTAÑO NUTRITIVAS Y HOY DESNUTRITIVAS.



MÉXICO COME HOY PEOR QUE HACE CUATRO SIGLOS, Y LAS COMPAÑÍAS TRANSNACIONALES, FABRICANTES DE PASTELITOS, DULCES, REFRESCOS, GALLETAS Y LATERÍA, SON - EN GRAN PARTE - CULPABLES.

¡RECUERDAME!



Y DEBIDO A LO MAL ALIMENTADOS, LOS MEXICANOS SOMOS COMO SOMOS



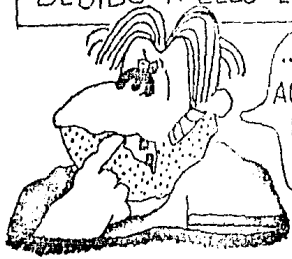
PORQUE LA, DESNUTRICIÓN Y EL PERMANENTE ESTADO DE INDIGESTIÓN NOS ALTERA EL SISTEMA NERVIOSO!

9



EL MACHISMO NO ES OTRA COSA QUE UN ESTADO CRÓNICO DE IRRITABILIDAD ORIGINADO POR LA MALA ALIMENTACIÓN --- QUE SE TRADUCE EN UNA FALTA DE DESARROLLO NORMAL DEL ORGANISMO (Y EL SISTEMA NERVIOSO ESPECIALMENTE).

DEBIDO A ELLO LOS MEXICANOS SOMOS :



... NI MODO,
AÍ SE VA QUE
LE VAMOS A
HACER ...

- ABÚLICOS
- IRRESPONSABLES
- IMPREVISORES
- CONCHUDOS
- DESPERDICIAOS
- DESORGANIZADOS
- Y
- AGRESIVOS.

TODOS SABEMOS YA, Y SE REPITE CADA SEIS AÑOS, QUE TENEMOS UN NIVEL ALTÍSIMO DE DESNUTRICIÓN. NO SOLO NO SE CONSUME CASI CARNE EN NUESTRO PAÍS, PERO TAMPOCO LOS SUSTITUTOS DE LA CARNE : LECHE, SOYA, TRIGO, ETC.





NI TAMPOCO QUESO, HUEVOS,
VERDURAS O FRUTAS ...



LA PRIMERA EXPRESIÓN BIO-
LÓGICA DE ESE DÉBIL CONSUMO
DE PROTEÍNAS, ES EL CRECI-
MIENTO RETARDADO Y LA BA-
JA ESTATURA DE LOS MEXICA-
NOS.

LAS OTRAS CONSECUENCIAS
SON LA DISMINUCIÓN DE LA
RESISTENCIA ORGÁNICA A LAS
ENFERMEDADES Y LA FATIGA,
DE LO QUE RESULTA :

- DISMINUCIÓN DE LA
CAPACIDAD DE TRABAJO
- DISMINUCIÓN EN LA CA-
PACIDAD INTELECTUAL.
- GRAVES COMPLEJOS



TODO ESTO RESULTA IRÓNICO,
PUES CON SEMEJANTE
TERRITORIO EN EL CUAL
CASI CABE TODA EUROPA
Y FERTILÍSIMO ADEMÁS
TENGAMOS TAN GRA-
VES PROBLEMAS DE
ALIMENTACIÓN.

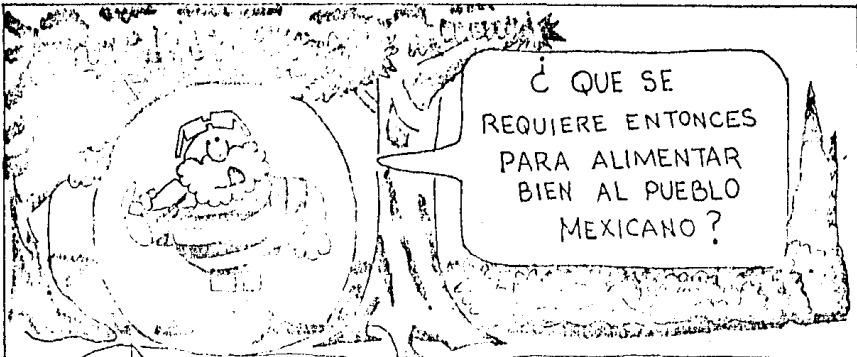


PARECE MENTIRA, DOS MILLONES DE KM² DE TERRITORIO Y UNA GRAN CANTIDAD DE COSTAS Y LOS ALIMENTOS POR LAS NUBES.

¡¡¡ PERO SI CONTAMOS CON MUCHAS COSTAS POR QUE TAN CAROS !!!

PESCADO
OFERTA
\$2,600
\$4,600

Y LO QUE ES MÁS ALARMANTE ES QUE MÉXICO TENDRÁ QUE IMPORTAR AÑO A AÑO ALIMENTOS POR MILES Y MILES DE MILLONES DE DÓLARES

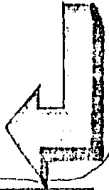


¿ QUE SE
REQUIERE ENTONCES
PARA ALIMENTAR
BIEN AL PUEBLO
MEXICANO ?

P

LO SIGUIENTE ESTRISTE PERO CIERTO, EN
MÉXICO EN LOS ÚLTIMOS TIEMPOS HEMOS
ESTADO GOBERNADOS POR GENTES INEP-
TAS... QUE NO HAN SABIDO RESOLVER LOS
PROBLEMAS BÁSICOS DEL PAÍS :

Agricultura
Educativa



EL PROBLEMA DEL CAMPO ES BIEN CONOCIDO, Y A
TODOS NOS CONSTA EL FRACASO DEL PARTIDO EN EL
PODER (PRI) EN APLICAR LA "REFORMA" AGRARIA,
ELLOS MISMOS LO RECONOCEN EN ESTOS TIEMPOS EN
QUE LA REALIDAD YA NO PUEDE SEGUIR OCULTANDOSE.





PERO LO QUE MÁS MOLESTA
ES VER QUE JAMÁS EN
LOS 75 AÑOS DE "REVOLUCIÓN"
-O LO QUE SEA- SE HA BUS-
CADO, INTENTADO O PRE-
TENDIDO **EDUCAR**
AL PUEBLO EN MATERIA DE
ALIMENTACIÓN.



¿QUE SE
PODRÍA
HACER
POR
EJEMPLO?

PROYECTOS

PARA EMPEZAR, SE PO-
DRÍA ECHAR A TRABAJAR
EN VERDAD AL INÚTIL
Y BUROCRÁTICO **INN**
"INSTITUTO NACIONAL
DE LA NUTRICIÓN", QUE
HASTA LA FECHA SÓLO
SE ENCUENTRA COMO ORNATO.





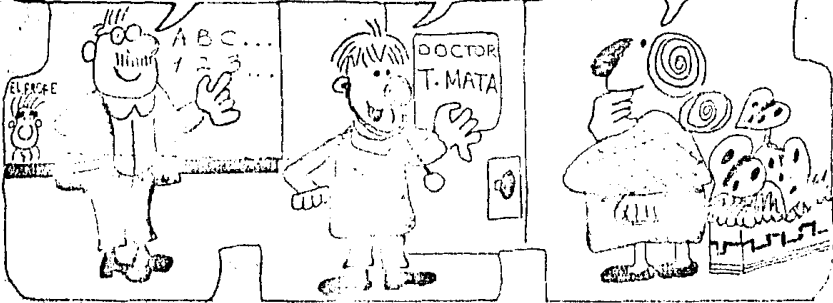
SE PODRÍA ADEMÁS EDUCAR A LOS PROFESORES PARA QUE ÉSTOS A SU VEZ EDUGUEN A LOS NIÑOS, EN MATERIA DE NUTRICIÓN, COSA QUE PODRÍA HACERSE EN LA PRIMARIA.

LA EDUCACIÓN EN NUTRICIÓN PARA SER EFECTIVA, DEBE COMENZAR EN EDADES MUY TEMPRANAS CUANDO LOS NIÑOS ESTÁN FORMANDO SUS HÁBITOS ALIMENTICIOS. YA QUE EL ASUNTO DE LA NUTRICIÓN ES COMPLEJO, LOS HECHOS MÁS SENCILLOS COMPRENDIDOS A ESTAS EDADES, PUEDEN ELABORARSE LENTAMENTE, EN RELACIÓN CON LOS NIVELES SUCESIVOS DE MADUREZ, DE MODO QUE, AL FINAL, LOS ALUMNOS LLEGUEN A ADQUIRIR UNA COMPLETA INFORMACIÓN DE NUTRICIÓN.



LOS PROFESORES DEBERAN DE UTILIZAR BASTANTES EJEMPLOS SOBRE TIPOS DE ALIMENTOS PARA HACER VIVIR EL PROBLEMA E INTERESAR A LOS ALUMNOS.

EN EL ASPECTO EDUCATIVO ES EN EL QUE MEJOR PUEDE TRABAJAR EL MAESTRO, EL MÉDICO, EL NUTRICIONISTA, LA ENFERMERA, LAS AMAS DE CASA, ETC. PARA PODER PLANEAR Y, REALIZAR PROGRAMAS O ACTIVIDADES SOBRE LA NUTRICIÓN.



LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS ES UN MÉTODO DE ENSEÑANZA QUE AYUDA A LOS EDUCANDOS A CAMBIAR SUS ACTITUDES SOBRE ALGUNOS ALIMENTOS. ES POSIBLE AUMENTAR LA ACEPTACIÓN DE VERDURAS Y FRUTAS, HACIENDO QUE LOS ALUMNOS LAS PREPAREN Y LAS CONSUMAN EN CLASE.

ANTES...



DESPUES...



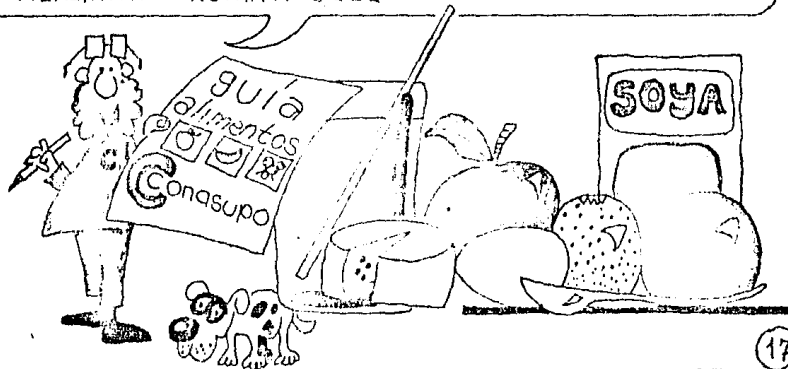
TAMBIÉN SE PODRÍAN APROVECHAR LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN (EN FORMA ESPECIAL LA TELEVISIÓN) PARA ORIENTAR AL PUEBLO SOBRE UNA ALIMENTACIÓN ADECUADA ---



Y QUITAR PUBLICIDAD NEFASTA DE "ALIMENTOS" COMO LA COCA-COLA, LOS CORN-FLAKES, LOS "GANSITOS", LOS TUINKY, LA NES-CAFÉ, LOS MAGGI, "SABRITAS", BIMBO Y DEMAS ---

La Conasupo

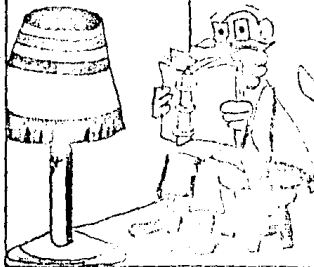
QUE HASTA LA FECHA SOLO SE HA ENCARGADO DE VENDERLE AL PUEBLO COSAS DE SEGUNDA, EN MAL ESTADO, DESECHOS Y SOBRANTES, SIN EMBARGO, PODRÍA SER EL CONDUCTO IDEAL PARA LLEVARLE AL PUEBLO LA BUENA ALIMENTACIÓN Y A LA VEZ EDUCARLO PARA QUE SEPA CONSUMIR ALIMENTOS REALMENTE NUTRITIVOS ---



FINALMENTE RECONOCEMOS QUE UNA FORMA DE QUERER A MÉXICO, ES EMPEZAR POR QUERERNOS A NOSOTROS MISMOS, A NUESTRAS FAMILIAS, ACEPTARNOS Y TRATAR DE MEJORAR, Y PODREMOS RECONSTRUIR ESTE PAÍS CAMBIANDO RADICALMENTE NUESTROS HÁBITOS DE VIDA.



AQUÍ ALGUNAS RECOMENDACIONES :



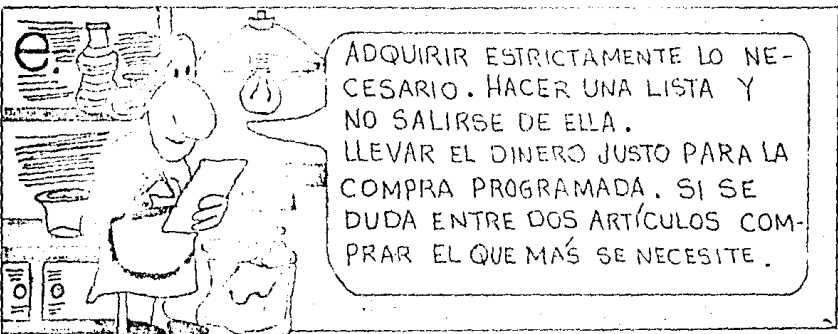
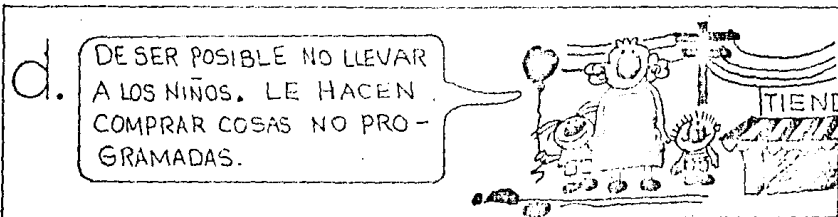
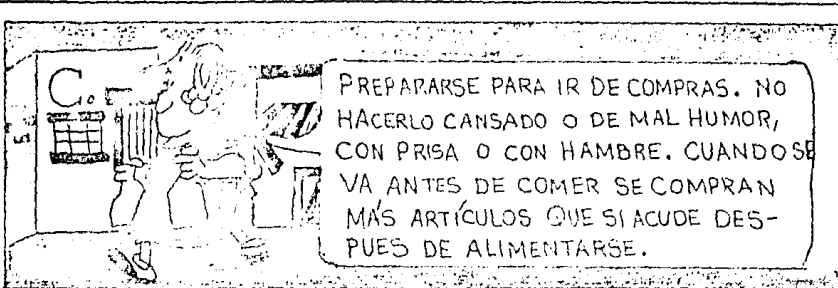
a. **TORTAS (TALLER) TIENDA**

RACIONALIZAR EL GASTO. HACER UNA LISTA DE LAS NECESIDADES BÁSICAS, DE LOS GASTOS FIJOS.

A woman is reading a long list in a shop. The shop has signs for 'TORTAS', '(TALLER)', and 'TIENDA'.

b. PROGRAMAR LAS COMPRAS. TRATAR HASTA DONDE SEA POSIBLE DE EFECTUAR LAS COMPRAS SEMANAL O QUINCENALMENTE. EVITAR EL CONSUMO "HORMIGA" AL ESTANQUILLO



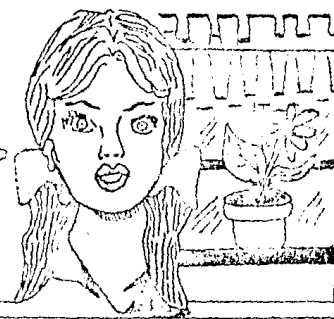




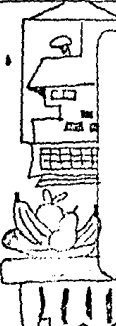
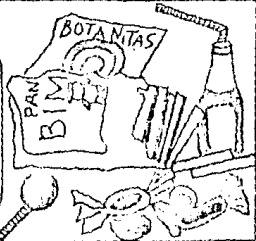
MUCHOS ARTÍCULOS SON BUENOS AUNQUE NO SE LES HAGA PUBLICIDAD. VEA LA CALIDAD Y LOS PRECIOS CONTRA EL PESO DRENADO (SIN LÍQUIDO Y SIN PESO DEL ENVASE).



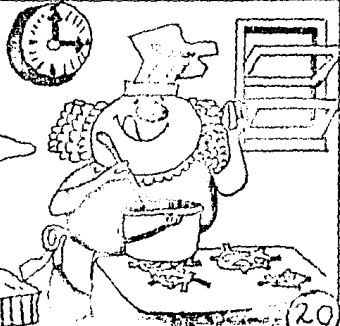
9. CONTRARRESTE LA PUBLICIDAD. OLVIDESE DE ENVASES Y ENVOLTURAS BONITAS Y ANUNCIOS QUE VAN INCLUIDOS. CONSIDERE A LOS MENSAJES COMO INFORMADORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

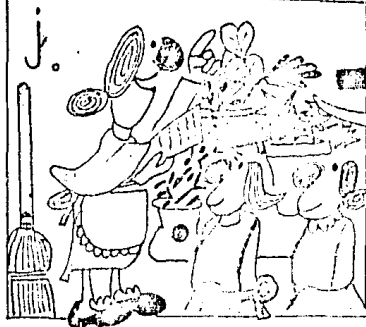


10. NO CONSUMIR ALIMENTOS DAÑINOS: FRITURAS, BOTANAS, PASTELITOS. SUSTITUIRLOS POR ALIMENTOS NATURALES COMO LAS FRUTAS Y LAS VERDURAS



ELABORAR EN CASA TODO LO QUE SE PUEDA COMO AGUAS FRESCAS EN LUGAR DE REFRESCOS. LAS PAPAS, LOS CACAHUATES Y LOS PASTITES, TAMBIÉN SE PUEDEN PREPARAR EN CASA.

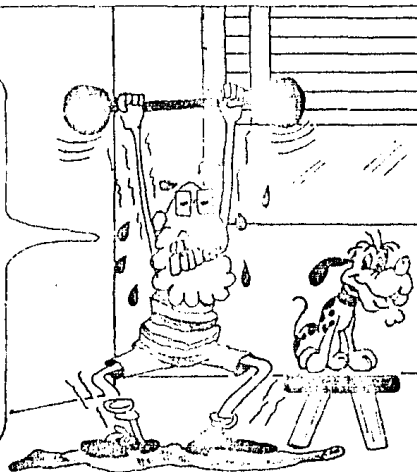




TODO AQUELLO QUE SE LE HA OCURRIDO PARA PRESERVAR EL GASTO FAMILIAR; POR EJEMPLO: ORGANIZARSE PARA HACER COMPRAS EN COMÚN, VARIAS FAMILIAS Y AL MAYOREO.

K.

TODOS UNIDOS PODEMOS AYUDAR A CAMBIAR NUESTROS HÁBITOS: SI RACIONAMOS NUESTROS GASTOS INNECESARIOS PROPICIANDO EL AHORRO, PODEMOS MODERARNOS EN EL USO DE SERVICIOS COMO LO SON LA LUZ, EL AGUA, LA ELECTRICIDAD, EL GAS, ETC.



UFF!!



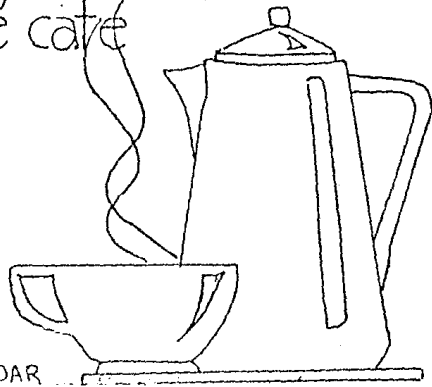
ES DURO, PERO NO IMPOSIBLE

Fin

Rumbo al trabajo...

señora, no le dé café
a sus hijos...

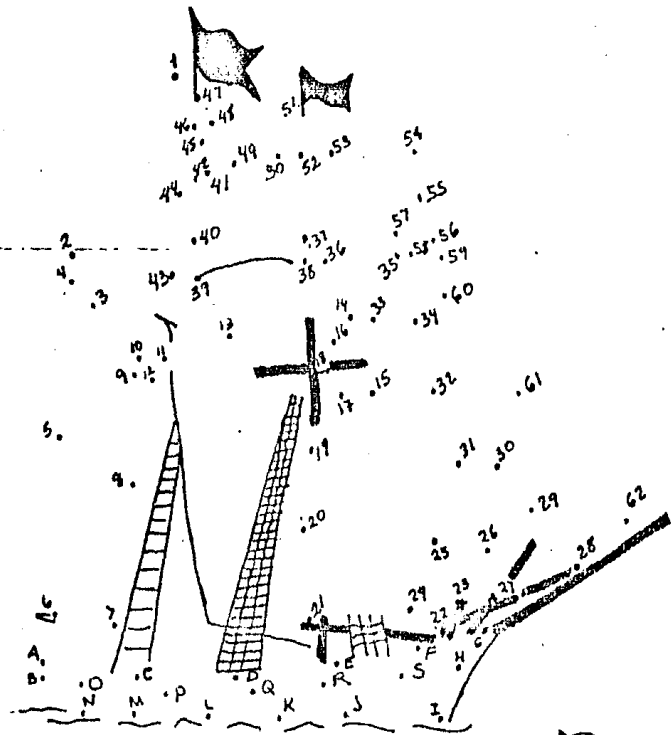
COMENTEMOS AHORA
ACERCA DE ESTA BEBIDA
AROMÁTICA EN LA ALI-
MENTACIÓN INFANTIL.



ALGUNAS MADRES DE
FAMILIA ACOSTUMBRAN DAR
A SUS HIJOS CAFÉ EN VEZ DE
LECHE EN EL DESAYUNO. ESTO SE DEBE A QUE PIENSAN
QUE ES NUTRITIVO. SIN EMBARGO, SEGÚN LA TABLA DE VA-
LORES NUTRITIVOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICIÓN,
NO APORTA NINGÚN NUTRIMENTO AL ORGANISMO. ES MÁS, EN LA
COMPARACIÓN QUE EL INN HIZO DEL CAFÉ CON LECHE Y OTRAS BE-
BIDAS COMO LOS ATOLES DE AVENA, ARROZ Y CHOCOLATE CON LECHE,
ES EL QUE MENOS ENERGÍA PROPORCIONA Y EL QUE CONTIENE MENOR
CANTIDAD DE PROTEÍNAS Y VITAMINAS. UN VASO DE LECHE
FRESCA APORTA AL ORGANISMO MÁS NUTRIMENTOS QUE LA -
COMBINACIÓN DE CAFÉ CON LECHE.

SEGÚN EL INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICIÓN NO ES
RECOMENDABLE QUE LA MADRE DE FAMILIA DÉ A SUS HI-
JOS CAFÉ COMO PARTE DEL DESAYUNO, YA QUE ADEMÁS DE
QUE NO LOS ALIMENTA, PUEDE ALTERAR SU SISTEMA NERVIOSO.
HAY OTRAS BEBIDAS MÁS NUTRITIVAS Y ECONÓMICAS COMO EL
ATOLE DE MAÍZ O DE TRIGO, LA AVENA CON AGUA O LECHE, O CUAL-
QUIER CEREAL DE GRANO ENTERO.

SACOYOTE



¡ TE INVITO A JUGAR !
SOLO RELACIONA LOS PUNTOS Y APARECERA
UN LINDO BARCO ANTIGÜO



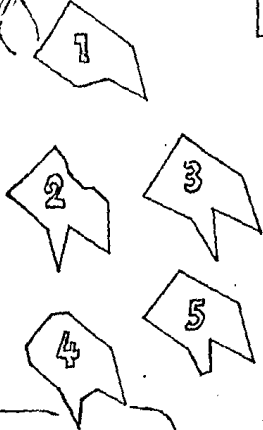
- | | |
|---------|---------|
| Reloj 1 | 6 Sol |
| Día 2 | 7 Motor |
| Noche 3 | 8 Lápiz |
| Pluma 4 | 9 Hora |
| Coche 5 | 0 Luna |

RELACIONA AMBAS COLUMNAS CON LA PALABRA QUE SEA PARA LA MISMA POSICIÓN. POR EJEMPLO: MESA - SILLA



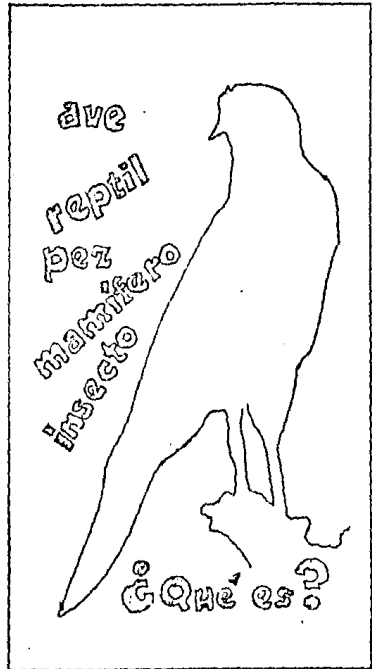
SOLUCION: 1-9-2-6-3-0-4-5-7-8

¡VAMOS A DIVERTIRNOS!

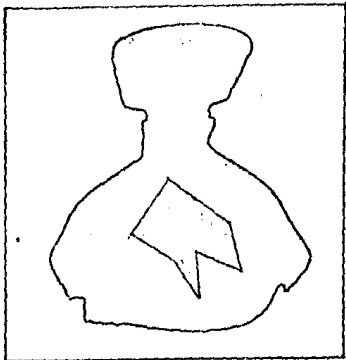


¿QUÉ PIEZA ES LA QUE FALTA?

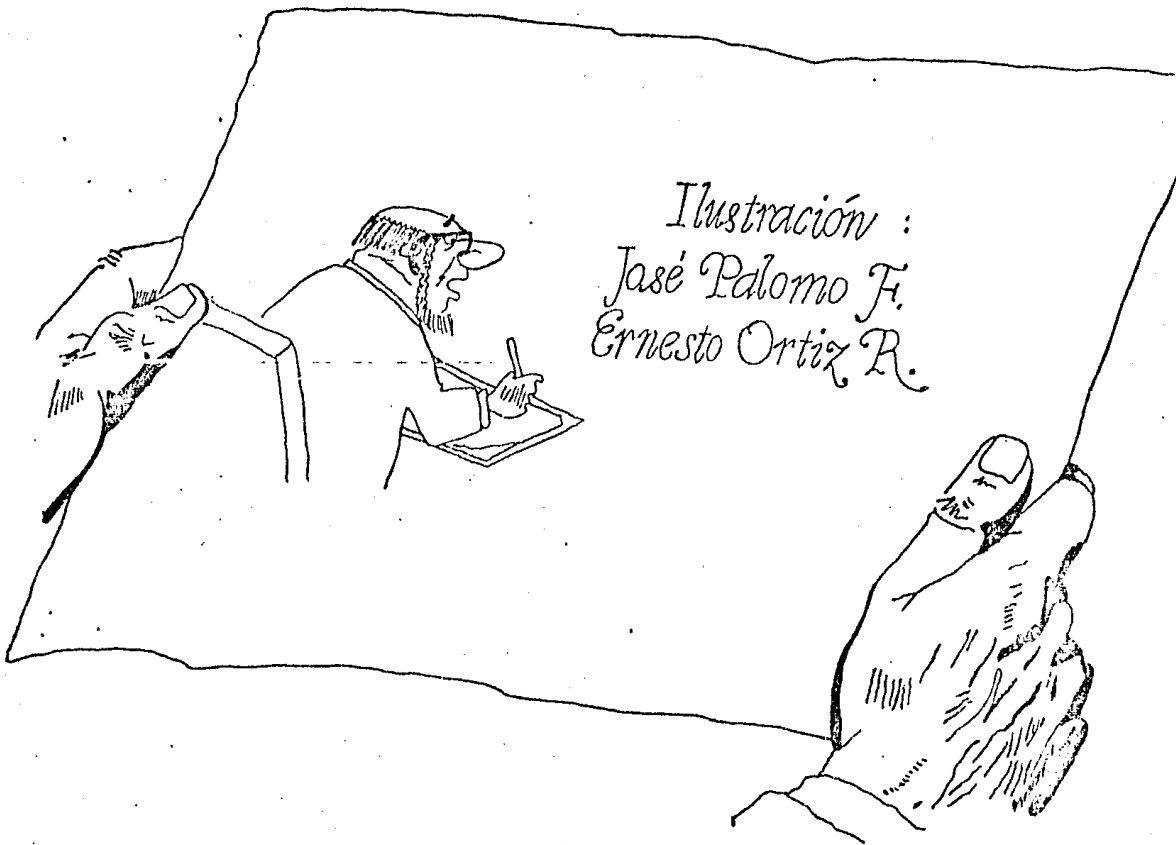
SOLUCION: FIGURA 3



SOLUCION: ES UN AVE



*Ilustración :
José Palomo F.
Ernesto Ortiz R.*



VII. CONCLUSIONES.

La historieta se caracteriza por ser un elemento de la industria cultural de masas, que nace y se desarrolla en el sistema capitalista. Uno de los rasgos más visibles del género es la de ser básicamente un producto sujeto a las leyes de la oferta y la demanda, de tal manera que queda negada cualquier personalidad en la creación de la historieta. Una segunda característica de esta "cultura para las masas" es la de ser un agente que suministra contenidos conservadores y reaccionarios cuyo propósito son los de justificar el sistema establecido y la aceptación por parte de los sectores populares de valores y formas sociales de comportamiento que le son ajenos y que ayudan a mantener la hegemonía de la alta burguesía.

Existe la posibilidad de utilizar a la historieta en otras formas, aprovechando sus numerosas ventajas. En la actualidad subsiste un mayor interés por este medio, tanto por su impacto social, como por la fuerza que puede ofrecer como vehículo didáctico.

Pero hay que poner los pies sobre la tierra, la introducción de una historieta nueva que maneje un contenido ideológico distinto a la tradicional, es una tarea muy difícil. En primer lugar, se debe contar con una editorial que esté dispuesta a elaborar esta clase de comic. Por otra parte, la producción y venta de comics en nuestro país se enfrenta a problemas como la

censura, los canales de distribución, monopolización, etc., y de safortunadamente una historieta, sólo cumple con su función -- cuando se elabora de acuerdo con los procesos de difusión cultural, logrando con ello el acceso a un amplio sector de la población, resultando muy reducido el espacio para el establecimiento de historietas que propaguen mensajes sociales y con-cientizadores.

El verdadero diseño de comic que desplieguen toda una campaña de amplios alcances pedagógicos y socializantes será el resultado de una auténtica revolución educativa (diferente a la que se está pregonando actualmente), por parte de la SEP, propiciando la edición de historietas que no enajenen.

Algunas alternativas para introducir en el mercado este tipo de revistas podrían ser:

- Buscar el apoyo de un grupo bien organizado (sindicatos, por ejemplo) que respalden económicamente la producción y distribución de historietas constructivas.

- La agrupación de equipos de trabajo, constituidos por profesionales del dibujo y de la educación.

- Motivar la participación de la población, acudiendo a los centros de trabajo, por ejemplo, para que sea la gente en forma directa la que proporcione la información y el contenido de la historieta; que habrá de diseñarse en relación con las expe-riencias propias de los ciudadanos.

- Diseñar cuadernos didácticos, (que serán utilizados en un taller de didáctica, por ejemplo) destinados a las escuelas de nivel primario, con la intención de orientar a los niños sobre el funcionamiento y las características que rodean a los medios masivos de comunicación. Fomentando el desarrollo de una técnica inquisitiva, de aprendizaje crítico, por medio del cual el niño aprenda a reflexionar, explorar, probar, experimentar, hacer y comprobar los conocimientos adquiridos. De esta forma se buscaría el establecimiento en el ser humano de una mentalidad crítica, que posteriormente en el transcurso de su vida ofrezca la posibilidad de discernir entre la calidad que presentan los contenidos de los diferentes medios de comunicación.

Sin embargo el comic no es la panacea, este medio tiene-- también sus limitaciones, e incluso las mejores deben ser consideradas sólo como un puente, y en la medida en que se cubran esas limitaciones con otras opciones en un amplio margen, se obtendrá un provecho mayor de sus potencialidades, al combinar se con la música, la literatura, el teatro, entre otras.

CITAS BIBLIOGRAFICAS:

- (1). Revista Audiovisual. Noviembre-Diciembre, 1975. Núm. 8
Escuela Normal Superior. "La magia de los comics co-
loniza nuestra cultura". Prof. Higilio Alvarez Cons-
tantino, pág. 575
- (2). Revista Artes Visuales. Instituto Nacional de Bellas
Artes. Julio-Agosto 1979. núm. 22. Entrevista con Car-
los Monsiváis de José Carlos Gonzalez, pág. 25
- (3). Monsiváis Carlos, Op. Cit. pág. 26
- (4). Monsiváis Carlos, Op. Cit. pág. 27
- (5). Ibidem pág. 28
- (6). Ludovico Silva. Teoría y Práctica de la ideología.
pág. 37
- (7). Marshall Mc Luhan, La comprensión de los medios como
las extensiones del hombre, pág. 43
- (8). Herner Irene. Mitos y Monitos. editorial Nueva Imagen
México, 1979 pág. 49
- (9). Mattelart Armand, Comunicación y cultura de masas, en
comunicación y revolución socialista. México, edit.
Diógenes, 1972, pág. 31
- (10). Ludovico Silva, Op. Cit. pág. 41

VIII. BIBLIOGRAFIA

- 1.- Padilla González, Ramón. "Manual para la elaboración de historietas". Instituto Latinoamericano de la comunicación educativa. México, 1984.
- 2.- Gubern, Roman. "El lenguaje de los comics". Barcelona, ediciones Península (colecc. de bolsillo, núm. 195). 1972
- 3.- Herner, Irene. "Mitos y Monitos". Editorial Nueva Imagen, México, 1979.
- 4.- Gallo, Miguel Angel. "Los comics: Un enfoque sociológico". Ediciones Quinto Sol. México, 1984.
- 5.- Rius. "La vida de cuadritos" -Gufa incompleta de la historieta-. México, 1984. editorial Grijalbo.
- 6.- Guerra, Georgina. "El comic o la historieta en la enseñanza". Edit. Grijalbo. México, 1982 colecc. pedagógica.
- 7.- Rodríguez Diéguez, J. Luis. "Las funciones de la imagen en la enseñanza". -Semántica y didáctica- colecc. comunicación visual. editorial Gustavo Gili.
- 8.- Enciclopedia juvenil Pala. "El arte del comic". vol. IV editorial Pala, s.a., San Sebastián, España.
- 9.- Eco, Umberto. "Apocalípticos e integrados en la cultura de masas". editorial Lumen, Barcelona, 1973.
- 10.- Ball, Raymond. "Pedagogía de la comunicación". Biblioteca "Nuevas orientaciones de la educación". edit. El Ateneo, Argentina, 1972. 142 páginas.
- 11.- Gomezjara, Francisco. "Sociología del cine". SepSetentas Diana, México, 1982.
- 12.- Allegri, Luigui. "Cultura, comunicación de masas y lucha de clases". Cap. Historietas y estructura narrativa. Editorial Nueva Imagen.
- 13.- Mattelart, Armand. "Comunicación y cultura de masas", en comunicación masiva y revolución socialista. México, 1972 Editorial Diógenes.
- 14.- Lavado Joaquín, Salvador. "El mundo Quino". México, 1982 editorial Nueva Imagen.