



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**“ANÁLISIS DEL DISEÑO DE LA HISTORIETA DE MEMÍN PINGUÍN
(1960-2000)”**

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTA:
GLORIA LINDA ARRIAGA FUENTES

DIRECTOR DE TESINA
LIC OLGA AMÉRICA DUARTE HERNANDEZ

ASESOR DE TESINA:
MTRA. ARIADNE GARCÍA MORALES

MÉXICO, D.F., ENERO 2006



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 esta 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.

Mis más sinceros agradecimiento a todas las personas que me guiaron para formar mi tesis; entre ellos mi hermano, su esposa, colaboradores y amigos.

Al maestro Sixto Valencia creador de "Memín Pinguín" el cual, con su gran empeño me instruyó acerca de todas las aventuras y peripecias de Memín desde su creación, que relato en mi tesina y me permitió retomar a este personaje que en todos los corazones de chicos y grandes dejó huella.

I N D I C E

INTRODUCCION

1. ORIGENES DE LA HISTORIETA EN EL MUNDO.	1
1.1 Siglo XX	6
1.1.1 Los primeros 50 años	6
1.1.2. Segunda época del siglo XX.	7
1.2 Historieta Mexicana	9
1.2.1. La prensa y la historieta como concepto político.	13
1.2.2. La historieta como una variante de la caricatura política.	16
1.2.3. La prensa moderna	18
1.2.4. La revista de "Monitos".	25
2. LA HISTORIETA Y SU RELACION CON LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO GRAFICO.	32
2.1 Conceptos de Diseño Gráfico, Comunicación e Historieta.	32

2.1.1. ¿Qué es la Comunicación?	32
2.1.2. ¿Qué es el Diseño Gráfico?	33
2.1.3. ¿Qué es la Historieta?	35
2.2. Tipos de Comunicación	38
2.2.1. Elementos de la Comunicación	39
2.2.2. Elementos de la Comunicación dentro del Diseño Gráfico.	41
2.2.2.1. Género	41
2.2.2.2. Discurso	44
2.2.2.3. Códigos.	47
3. ¿COMO COMENZÓ MEMÍN PINGUÍN?	63
3.1. Primera Época	64
3.1.1. Argumento	67
3.1.2. Personajes	68
3.1.2.1. Memín Pinguín	68
3.1.2.2. Caracterización psicológica y física	69
3.1.2.3. Los tres amigos de Memín Pinguín	70

3.2. Segunda Época	72
3.3. Cronología y análisis de las cuatro ediciones elaboradas por el dibujante Sixto Valencia.	76
3.3.1. Primera Edición	76
3.3.2. Segunda Edición	78
3.3.3. Tercera Edición	80
3.3.4. Cuarta Edición	81
3.4 Diagramación	83
3.5 Aplicación de los conceptos a una portada e interior	90
CONCLUSIONES	92
ANEXOS	96
BIBLIOGRAFÍA	101

INTRODUCCIÓN

Según Jorge Pérez Valdés “La Historieta es el medio de comunicación masivo de mayor potencial educativo, que hasta la fecha, no ha sido aprovechado”.

La realización y análisis de este proyecto, es estudiar la evolución y aportación que la Historieta Mexicana ha dado a México, a través de una de sus historietas más exitosas de la época de oro, “Memín Pinguín”.

Memín Pinguín nace en una época donde México tenía un crecimiento económico, político y social bueno dentro de las “Revistas de Monitos” con el nombre original de “Almas de Niño”. Las personas veían un futuro prospero y prometedor, y ésta historieta en este contexto su función social fue didáctica y recreativa, enseñando valores a través de un grupo de niños sanos, que con sus aventuras y travesuras si se portan mal recibían un castigo y si hacían las cosas bien recibían un premio.

Partiremos como base con los antecedentes históricos y las influencias europeas y norteamericanas, que abarcan desde los siglos XVI y XVII hasta el 2000.

Conoceremos el origen y desarrollo de la historieta mexicana a través de la prensa política decimonónica y su poderosa gráfica satírica.

Posteriormente seguiremos su evolución con la llegada de una prensa moderna en los inicios del siglo XX, que permite que la historieta perfeccione su lenguaje y se transforme en una publicación moderna y masiva.

Es entonces cuando la historieta moderna mexicana, con el fin de la Revolución, empieza a desarrollarse en los suplementos dominicales, en la "Sección de Monitos" de los grandes diarios, nacionalizando el lenguaje del comic e introduciendo estilos y personajes autóctonos, así como, compitiendo con las historietas importadas.

Finalmente independizada la historieta de los diarios y suplementos dominicales, encuentra un espacio en las "Revistas Especializadas de Monitos". Y es en una de ellas, en la revista "PEPIN", en 1943, donde en su primera época, con el nombre de "Almas de Niño" dibujada por Alberto Cabrera, surgen los orígenes de la historieta de Memín Pinguín, la cual, será actualizada, en 1964, en una segunda época, por el dibujante Sixto Valencia.

Esta investigación terminará con el conocimiento de los elementos de comunicación gráfica y el análisis del diseño de la historieta de "Memín Pinguín",



Original hecho por el Sr Sixto Valencia para esta tesina

1. ORÍGENES DE LA HISTORIETA EN EL MUNDO

Para poder analizar el proceso de evolución desde sus orígenes hasta nuestros días de las Historietas, nos remontaremos a las primeras expresiones gráficas que aparecieron dibujadas en cuevas por nuestros tatarabuelos, representando animales salvajes conocidas como las primeras pinturas rupestres, los jeroglíficos egipcios que se realizaban sobre hojas de papiro y como otro ejemplo tenemos los códices pintados por los mayas y los aztecas quienes al no contar con un alfabeto para expresarse en escritura, contaban sus historias sobre papel sin texto, y fué con la llegada de los conquistadores españoles cuando los indígenas se percataron que había letras para escribir textos y que podían incorporarlas a los códices, de esta manera se pudo narrar la conquista de México.

Sin embargo, se pueden considerar como las primeras historietas durante los siglos XVI y XVII, las Hojas Volantes en Francia, “catchpermy prints” en Inglaterra, o los pliegos sueltos en España que se vendían en las ferias y mercados para narrar historias picarescas, milagros, crímenes de la época, sucesos políticos o nuevas oraciones religiosas. Una de las más populares de ese tiempo fueron “El Mundo al Revés”.

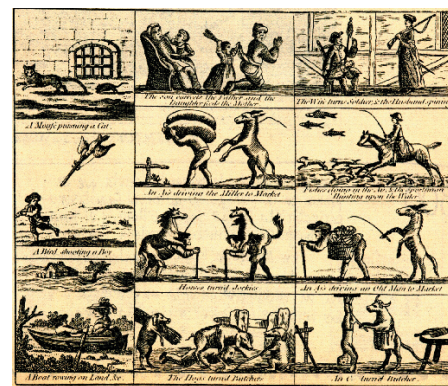


Imagen 1

“Otro ejemplo fue la biografía satírica de Napoleón Bonaparte, “la primera historieta que se publicó en la prensa. Su autor, el famosísimo caricaturista inglés James Gillray.”¹

“El buen ejemplo cunde, y los mejores dibujantes de la época hacen historietas.... Gustave Dore (1833-1883) hace “Los trabajos de Hércules”, “Historia de la Santa Rusia” y otros pseudo-reportajes, antes de dedicarse a la ilustración en serio, donde se volvió “el Gran Dore”....”²

“También Grandville, el formidable precursor de Walt Disney, ejecutó varias historietas (en el estilo de la época) tituladas “Los animales” y “Otro Mundo”, entre las más famosas.”³



Imagen 2

La fotografía no nace aún y la naciente prensa aligera sus páginas con dibujos e ilustraciones, sin embargo, los lectores demandan los dibujos cómicos, las historietas y los cartones. Es entonces como la prensa europea abre sus puertas a mediados del siglo XIX a los humoristas, que crean los primeros “personajes”.

1 Eduardo del Rius, La vida de cuadritos, p.14

2 Ibid, p. 16

3 Ibid, p. 17

Aparece por primera vez en Alemania por Wilhelm Busch (1832-1908) el gran clásico del comic denominado Max und Moritz, dos pilluelos dedicados a volver loca a la gente con sus travesuras "Inocentes", historieta elaborada con texto y dibujo por el mismo caricaturista. Este comics inspiró a un autor americano, Knarr, que creó los Katzenjammer kids.



Imagen 3

Otro genio precursor de la historieta fue el francés Christophe, que crea en 1889 "La familia Fenovillard" con las aventuras de una típica familia francesa por el mundo, otra de sus clásicas historietas fue "Las malicias de Plick y Plock" (1893) con dos gnomos como personajes centrales.

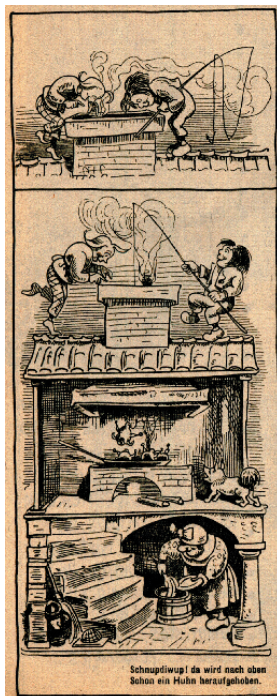


Imagen 4

A pesar de este prometedor comienzo en Europa, será en los Estados Unidos donde se desarrollen rápidamente las historietas, primero bajo la forma de comic strips, que aparecían diaria o semanalmente en los periódicos, posteriormente serán los comic books, folletos dedicados por completo a los héroes de las historietas.

Es en la Industria periodística cuando a lo largo del siglo XIX tanto en Europa como en Estados Unidos de Norteamérica, los periódicos utilizaron diversos incentivos para atraer al mayor número de lectores y así ejercer el control del mercado. Son las narraciones de crímenes, aventuras y sucesos sensacionalistas, que dieron lugar al nacimiento del (periodismo amarillo).

Dentro de este proceso el crecimiento de lectores demandó a la nueva industria, modernizarse en los sistemas de impresión, tiraje, y distribución.

La guerra con México y la guerra de Secesión, fueron para el periodismo norteamericano episodios políticos que favorecieron su expansión perfeccionando rápidamente los sistemas informativos. También los nuevos inventos contribuyeron a este avance, como el telégrafo y el teléfono.

En este marco surgen dos hombres de empresa: Joseph Pulitzer con su periódico el "NEW YORK WORLD" y William Randolph Hearst con THE NEW YORK JOURNAL.

Es en el Periódico New York World en la sección de suplementos dominicales con una página a todo color, donde en 1895 apareció una viñeta del dibujante Richard Felton Outcault, denominada Yellow Kid que describía escenas pintorescas del barrio popular de Nueva York y tenía como personaje principal a un niño vestido con un largo y amarillo camisón de dormir.

Outcault incluía textos en letreros, paredes, el propio camisón de Yellow Kid y en esa convención gráfica se fueron dando progresivamente los elementos específicos de la historieta.

Surge otra historieta o comic norteamericano cuyo autor es el dibujante Windsor Mckay denominada "Little Nemo in Slumberland", narraciones que por 25 años fueron principalmente cómicas.

De esta manera, con un gran público entusiasta, dos magnates de la prensa, actos de piratería comercial, se inició la historia de la historieta.



Imagen 5

1.1 SIGLO XX

1.1.1 Los Primeros 50 años.

Durante la primera mitad del Siglo XX, toca el Imperio a la Historieta Norteamericana, que cuando se creó por Hearst, en 1915 una Agencia que vendía material literario y para el entretenimiento como historietas, anecdotarios, crucigramas etc. llamada "EL KING FEATURES SINDICATE", logró difundirla por casi todo el mundo, trascendiendo a otros países las ideas, costumbres, expresiones, etc. del estilo de vida capitalista yanqui.

La aceptación y respuesta de esta historieta por los países receptores, carentes aún de una sólida escuela en el nuevo género, fué muy favorable. A los periódicos les convenía comprar a estos sindicatos a un costo económico las historietas de importación, en vez de pagarle a un dibujante por sus originales.

Bajo este contexto y la crisis de 1929, los años de la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial, episodios que afectaron notablemente a Estados Unidos, la historieta norteamericana desarrolló un gran crecimiento, llegando a considerarse a partir de este año hasta 1940

la "LA EPOCA DE ORO DEL COMIC O HISTORIETA NORTEAMERICANA"

Cuando el grueso de las historietas norteamericanas comenzó a declinarse, comienza el espíritu de una nueva época, no teniendo como eje principal a Estados Unidos.

Agregaremos que también en Argentina, España, Francia e Italia, este género cuenta con excelentes resultados, pero, es en los Sindicatos Norteamericanos, dentro del mercado internacional, donde se mantiene el monopolio.

1.1.2. Segunda Época del siglo XX.

"Las nuevas historietas surgen, concretamente, a partir de la década del sesenta. En Italia, Francia y España, así como en otros países de Europa, surgen: Diabolik, Neutrón, Valentina, Asterix, Barbarela, etc. paralelamente al interés que despierta el género en algunos intelectuales: por estos años se editan libros y revistas sobre la historieta, y se organizan grupos para su análisis y crítica."⁴

También en algunos países de América Latina, como Argentina, Brasil y México, se realizan nuevas historietas,

⁴ Juan Acevedo, para hacer historietas, p.142

como ejemplo tenemos (Los supermachos, Los agachados, Ernie Pike, Memín Pinguín, etc.

“La mayoría de las nuevas historietas expresan el espíritu de su tiempo: los intentos por construir un nuevo hombre, una nueva sociedad. A esta tarea concurre también un nuevo tipo de historieta, surgido en la década del 70: la historieta popular.”⁵

Es una alternativa nueva e interesante, elaborada por aficionados, con intenciones opuestas a las del mercado o industrial capitalista, busca llegar con un mensaje liberador al lector, incentivar su conciencia, y alentar su acción en el medio en que vive.

La evolución y sentido de la historieta depende de cómo la asuman autores y editores, y de la relación que se de con los lectores.

⁵ Juan Acevedo, para hacer historietas, p.144

1.2. LA HISTORIETA MEXICANA

La Historieta Mexicana nace en las postrimerías del siglo XIX, con el surgimiento de la prensa moderna y como en otros países es un fenómeno del siglo XX, sin embargo sus recursos narrativos, influencias gráficas, técnicas y modos son europeos y norteamericanos, pero su espíritu es distinto.

Por consiguiente nuestras tradiciones culturales no son relegadas por las influencias extranjeras, por el contrario, nuestra historieta es un fenómeno cultural que adquiere su propia personalidad, se reproducen y permanecen a lo largo de toda la historieta mexicana.

El origen y desarrollo de la historieta mexicana se ubica en las publicaciones periódicas ilustradas que abundan en la segunda mitad del siglo XIX. “La litografía que introduce en México el Italiano Claudio Linati en (1826), revoluciona el panorama editorial de la época”⁶.

Esta técnica de grabado sobre piedra agiliza el trabajo y da precisión y suavidad a la línea, permitiendo que proliferen las publicaciones ilustradas, que realizadas en base o grabados de madera, cobre o acero sería difíciles hacerlas.

⁶ Juan Aurrecoche, Puros Cuentos I, p.25

Es con José María Villasana, con láminas como “El pollo”, “La pollita” o “El Gacetillero”, realizadas para “México y sus Costumbres”, donde el dibujante abandona la imagen única y multiplica las viñetas en composiciones donde texto e ilustración forman un discurso narrativo integrado.

La litografía mexicana con láminas costumbristas e ilustraciones de libros, adquiere un estilo y carácter propio, aunque es en la caricatura política de la prensa periódica, que mencionaremos más adelante, es donde se puede encontrar su expresión más poderosa.



Imagen 6

Por estos años Benito Juárez pudo reelegirse como presidente pero su salud era frágil y murió el 18 de julio de 1872, es entonces cuando Porfirio Díaz se convierte en el terrible dictador que por más de 30 años soportó el pueblo de México, el cual será derrocado y obligado abandonar la presidencia y el país en 1911 por un grupo de liberales, subiendo al poder Francisco I. Madero.

El 28 de noviembre de 1876, Porfirio Díaz llega a la Presidencia. “El Plan de Tuxtepec” y su triunfo en la batalla de Tecuac, precipitan el exilio de Sebastián Lerdo de Tejada.

Díaz triunfa en las elecciones para el periodo 1876-1880. Hombre astuto y tenaz, Porfirio Díaz mantiene en esencia las mismas ideas de Benito Juárez: progreso basado en la confianza al mestizaje y al capital extranjero. Díaz pacifica el país, crea la infraestructura de una fuerte economía minero-agrícola de exportación, logra la construcción de una extensa red de comunicación (puertos, ferrocarriles y telégrafos).

Este progreso se sustenta en el poder cuyos pilares son los caciques, los hacendados y el clero.

A finales del siglo XIX la sociedad parece dominada por la producción gráfica de la época, imágenes, periódicos, revistas con caricaturas, hojas volantes, folletines ilustrados y diferentes publicaciones se distribuyen por la ciudad de México y provincia.

Otro antecedente dentro del contexto histórico de esa época que tuvo gran importancia, fue que siendo amplia la variedad de lectores en ese momento, a través de la casa Maucci Hermanos, con sede en Barcelona, se introducen a nuestro país publicaciones como folletines románticos, libros de aventuras, novelas costumbristas y picarescas, juegos de la Oca y Lotería, así como, las aleluyas y romances que influyeron notablemente en la formación de los primeros lectores de historietas.

Con lo anteriormente dicho mencionaremos que, formando parte de la literatura popular castellana, las aleluyas y romances eran hojas de colores de gran formato, impresas con grabados que tienen sus orígenes en las “aucas” catalanas, los “catchpenny prints” ingleses y los “canards” franceses, que desde el siglo XVIII se vendían en mercados y ferias del viejo continente, su finalidad era satisfacer la necesidad de instrucción de niños y adolescentes.

A través de las aleluyas se popularizan vidas ejemplares, textos de la literatura clásica como el Licenciado Vidriera y se difunden juegos y literatura infantiles con las que los niños aprenden a leer y escribir., aunque una característica importante es que los textos todavía no se integran orgánicamente dentro de los dibujos y se colocan al pie de los grabados a modo de explicación.

1.2.1. La Prensa y la Historieta como concepto Político.

Otros antecedentes de nuestra historieta mexicana a diferencia de las hojas ilustradas y aleluyas que difundían romances, corridos, oraciones y enseñanza etc. se pueden encontrar en la prensa política decimonónica y su poderosa gráfica satírica.

Desde la guerra de independencia en 1810 hasta el segundo gobierno de Porfirio Díaz, la prensa mexicana tuvo un papel muy importante en los acontecimientos nacionales, convirtiéndose en un espacio político por excelencia.

Estos acontecimientos transcurren con las armas, pero también sobre papel a través de periódicos que van desde los siete números de "El Despertador Americano (1810) con los que Hidalgo difunde el ideario insurgente, hasta "Regeneración" (1900-1918), que impulsa un proyecto revolucionario en las primeras décadas del siglo XX.

Mencionaremos los nombres de algunos periódicos que transcurren durante la historia política de México expresada a través de su poderosa gráfica satírica, tenemos: "El ilustrador Americano" promovido por Morelos en el año (1812), consumada la independencia Iturbide se hace respaldar por

una “Gaceta Imperial”, editada en (1821) y combatida por periódicos como “El Hombre Libre” que se publica en (1823).

“El Diario del Gobierno” se encarga de hacer la apología de Santa Anna, en (1846) “El Mosquito Mexicano” defiende a la religión católica y al país del expansionismo norteamericano. “El Monitor Republicano” y “El Demócrata” promueve las ideas liberales, mientras los conservadores se defienden con “La Cruz”. Por (1865), Maximiliano se respalda con “El Diario del Imperio”, mientras los liberales reivindicán la República, desde “La Independencia Mexicana”.

Terminada la guerra y restaurada la república federal, “La Paz y el Federalismo” apoyan a Juárez, mientras que las oposiciones conservadoras se expresan con “La Voz de México”.



Imagen 7

“Desde 1874, El Ahuizote, se ensaña con Lerdo de Tejada y apoya el plan de Tuxtepec animado por Porfirio Díaz, pero once años después su heredero, “El Hijo del Ahuizote”, de Cabrera”,⁷ se convierte en el arma principal del dictador Porfirio Díaz.

⁷ Juan Manuel Aurrecochea, Puros Cuentos I, p.46

La represión porfirista hace cambiar los nombres a estos semanarios, pero todos llevan la misma ideología de los Ahuizotes, estos siguen expresándose en “El Colmillo Público”, (1903), “El Ahuizote Jacobino, de Cabrera”, y infinidad de publicaciones satíricas como El Chinaco y El Insurgente de Paulino Martínez, etc.

Toda esta serie de periodismo y publicaciones satíricas tienen su fin de ciclo, simbólicamente en (1896), cuando Rafael Reyes Spíndola, publica con patrocinio de Díaz el 13 de septiembre de (1909), “EL IMPARCIAL”, diario oficial fundador del periodismo industrial y moderno y que define el carácter de la prensa mexicana del siglo XX.

En un país analfabeto, la gráfica política o social, compensa esta limitación del lenguaje escrito, así como, desde los tiempos de Lizardi (1826), con su caricatura política mexicana litográfica la prensa satírica y populachera se da cuenta que la imagen atrae aún más que lo verbal, por lo que la caricatura política con viñetas, se convierte en el medio expresivo más popular del periodismo decimonónico.



Imagen 8

1.2.2. La Historieta como una Variante de la Caricatura Política

“El lenguaje de la historieta, comienza a aparecer en nuestro país como una variante de la caricatura política”.⁸

Como antecedentes tenemos las ilustraciones de ficciones literarias o crónicas de costumbres, ahí están las litografías que acompañan a *La Quijotita* y su prima o *El periquillo sarniento*, y la colección dibujada por Casarín, Villasana y Alamillas, de novelas costumbristas de José Tomas de Cuellar, titulada *La linterna Mágica*.

Aquí Villasana compone planas de viñetas múltiples secuenciadas y con pies, que posteriormente realizará pocos años después, en “*El Ahuizote*”, “*La Época Ilustrada*” y “*México Gráfico*”.



Imagen 9

Concluiremos diciendo que algunos elementos de la historieta ya estaban presentes en la gráfica satírica del siglo XIX, como integración del texto e imagen con base de pies de viñetas y letreros internos, personajes reiterados y emblemáticos, etc., sin embargo, faltaría algo,

⁸ Ibid, p. 47

“la intención de contar una historia”, característica que le confiere solo a la historieta., en efecto, la caricatura política trabaja sobre una situación estática, y elige para su comentario crítico un instante congelado, no hay narración.

Sin embargo cuando los dibujantes comienzan a narrar una historia con una lectura sucesiva y con un discurso que integre el texto y la imagen en viñetas secuenciadas i.Nace la Historieta como Lenguaje .

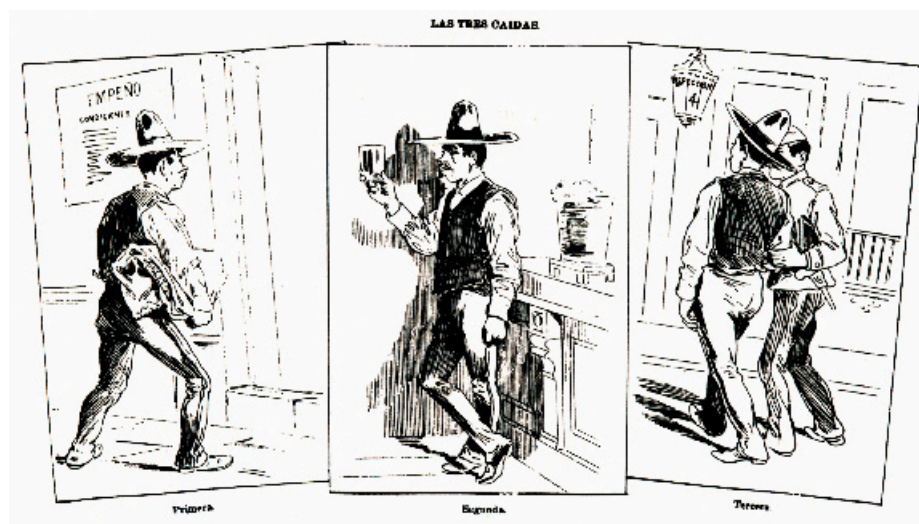


Imagen 10

1.2.3. La Prensa Moderna

Como hemos visto anteriormente, la caricatura política y social y su variante la historieta comprometida se mantiene fuerte en la gráfica periodística mexicana hasta el triunfo de la Revolución. Sin embargo a finales del siglo XIX surgirá un nuevo tipo de prensa periódica con un humorismo gráfico diferente, influyendo hasta la segunda década del siglo XX, y sus autores serán una nueva generación de caricaturistas políticos, pero ahora contrarrevolucionarios.

Este cambio comienza cuando, siendo Porfirio Díaz un presidente inclinado al mismo espíritu de modernización que anima a Spíndola, colabora a difundir con “El Imparcial”, un periodismo de masas, moderno y comercial... a condición de que apoye al régimen, es aquí donde nace el periodismo moderno que se traduce en “ más periodismo informativo y menos política doctrinaria”.⁹

Esto lo podemos entender en no tanto énfasis en lo político, sino en la diversión y la noticia trivial, menos discursos y más crónica de sociales, menos informes ministeriales y más nota roja y de esta manera el diario puede ser informativo y gobiernista.

⁹ Juan Manuel Aurrecochea, Puros Cuentos I, p.91

El diario con tendencias masivas tiene que buscar una nueva forma de impresión y abatir el precio, es entonces como “Reyes Spíndola introduce la primera rotativa del periodismo mexicano una “Gross Straight Line” capaz de tirar cerca de 50, 000 ejemplares por hora, pudiendo vender el diario a un centavo”.¹⁰

Antes el Imparcial se imprimía en prensa plana y costaban medio real, equivalente a la mitad de un salario mínimo o el precio de un pollo.

Ya no se escribe para ganar voluntades, sino consumidores.

Con todos estos cambios, la llegada de una prensa moderna en los inicios del siglo XX y con aires de modernidad la nueva historieta perfecciona su lenguaje y se transforma en una publicación que llegue a un público masivo, conservando su contenido cultural mexicano.

En el diario “El Demócrata”, en un artículo periodístico publicado el 19 de marzo de 1926, José Reynoso afirma que el fundador de la cigarrera “El Buen Tono” hizo una revolución en los sistemas de publicidad, distribuyendo cromos en las cajetillas de cigarros.

¹⁰ Ibid. p. 91

Es entonces que el nacimiento de la Historieta Moderna Mexicana la podemos considerar como dice Adriana Malvido:

...todas las versiones del inicio de nuestra historieta coinciden en que ésta empieza a germinarse cuando la cigarrera “El Buen Tono” decide insertar en cada cajetilla desde 1880 “Historia de una mujer”, serie de 102 litografías ejecutadas por un pintor catalán de nombre Eusebio Planas.

Teniendo ya la caricatura política una historia por detrás, “Historia de una mujer” aparece como lo más cercano al lenguaje de la historieta y al igual que las tiras españolas y francesas de la época, se trata de una serie de viñetas ilustradas en las que, dado que aún no aparecía el “globo”, el texto queda insertado en la parte inferior del encuadre.



Imagen 11

La venta de cigarros tuvieron gran éxito comercial gracias a la inserción de una narración ilustrada y 22 años después la tabacalera a través del dibujante mexicano, Juan Bautista Urrutia, publica de igual forma, otro personaje cuyo protagonista es "Ranilla", un fumador que pronto se convierte en el primer personaje de la historieta mexicana y cuyas aventuras llegan al lector con la compra de una cajetilla de cigarros.

El "Buen Tono" se asocia con la Cervecería Moctezuma de Orizaba y así los personajes de Urrutia, que siempre se meten en problemas, los resuelven fumándose un cigarro, -por supuesto de "El Buen Tono" -o bebiendo una cerveza Moctezuma.



Imagen 12

Otro acontecimiento importante que coincide con el nacimiento de la historieta mexicana moderna, es el fin de la etapa armada de la Revolución, es entonces en este contexto cuando la historieta empieza a desarrollarse en los suplementos dominicales en la "Sección de Monitos" de los grandes diarios como "El Herald de México", "El Demócrata", "El Universal" y "El País", durante un periodo de 1919 hasta principios de los años treinta.



imagen 13

Ya existiendo a principios del siglo XX, varios semanarios en México que publican historietas y posteriormente, con

la renovación tecnológica de la prensa y la introducción de la rotativa que impulsa el periodismo industrial, los diarios empiezan a comprar los derechos para reproducir tiras cómicas extranjeras en sus planas, en las que pronto intervendrán también autores mexicanos con suplementos ilustrados.



Imagen 14

Podemos mencionar como algunos ejemplos de estos suplementos a “Don Catarino”, Mamerto y sus Conocencias” (1925), y Chupamirto., publicaciones que demostraron que en México se podían hacer historietas autónomas y con demanda propia.



Imagen 16

los diarios, esta generación, nacionaliza el lenguaje del cómic e introduce estilos y personajes autóctonos, cobrando extraordinaria popularidad, puede disputar por un tiempo los espacios periodísticos a las historietas importadas, pero pierden batalla contra los cómics norteamericanos.

En 1928 aparece en el periódico “El Universal Gráfico”, “Adelaido El Conquistador”, de Juan Arthenack.



Imagen 15

Los moneros fundadores de este estilo son Acosta, Tilghmann, Arthenack, Audiffred, Neve, Zendejas, que trabajan ante un público escaso, no menos del 5 por ciento de la población, pero no es con ellos que la historieta mexicana se arraiga a la cultura popular masiva.

Durante 15 años, los diarios y suplementos dominicales serán el espacio privilegiado de las historietas, hasta que a mediados de los años treinta nuevamente encontrará la historieta un cambio dentro de las “Revistas Especializadas de Monitos.”

Es entonces que a finales de los años treinta y durante la década de los cuarenta, el pueblo mexicano se inició en la lectura con las seductoras páginas de revistas de monitos, y es aquí donde surge con millones de mexicanos una cultura popular.



Imagen 17

1.2.4. Las Revistas de “Monitos”

La Historieta Mexicana, por fin, independizada de los diarios y suplementos dominicales, encuentra un vehículo propio y potencialmente más popular. “Las revistas de monitos”.

Las revistas de monitos serán impulsadas por dibujantes de la nueva generación como Alfonso Tirado, Adolfo Mariño y José G. Cruz.

Este despegue y pasión por la revista de historietas toma altura, su publicación se hace cotidiana y se estabiliza durante los cuarenta, incrementando los tirajes desmesuradamente. En este proceso se disuelve el mito de que el destinatario de las historietas son los niños, en México la historieta ha tenido siempre un público predominantemente adulto, aunque por mucho tiempo los editores lo ubicaron en las secciones infantiles, influyendo este concepto en los títulos de las primeras y más famosas revistas de monitos, con nombres como “Paquín”, “Paquito”, “Pepín”, y “Chamaco”.

Algunas revistas, las menos, se dirigen aún a los niños, si bien la mayoría atienden definitivamente a los mayores.

Aparecen en el mercado dos revistas con historietas y de pretensiones menos infantiles: “Adelaido” fundada en 1932 por el dibujante Juan Arthenack, publicación familiar y vanguardista, precursora de los monitos mexicanos y “Pin Pón”, semanario que publica historietas cómicas norteamericanas y argentinas, así como, historietas mexicanas, como “Aguila Blanca” de Alfonso Tirado.

Ambas revistas no tuvieron el éxito comercial esperado, sin embargo, la Editorial Sayrols decide ir hacia un mercado que aún no incursionaba, de modo que cuando Perea y Flores le ofrecen Pin-Pón a Don Francisco la compra sin pensarlo y procede a inyectarle tinta nueva.

Con esta revista bajo el nuevo nombre de “Paquín”, da comienzo simbólicamente en 1934, la masificación de la lectura de la historieta.

Paquín de Sayrols, primera publicación especializada en este género, es un éxito comercial y en breve desplaza a sus modestos antecesores. Sin embargo nacerán competidores más poderosos y agresivos.



Imagen 18

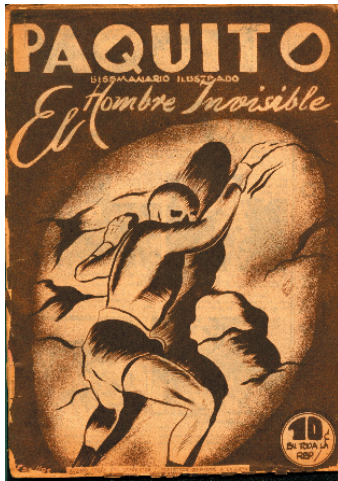


Imagen 19

En Marzo de 1935 aparece Paquito, la primera revista de monitos de García Valseca vendiéndose todos los martes con formato medio tabloide al precio de diez centavos, un año más tarde en Marzo de 1936 se lanza Pepín y en julio del mismo año surge Paquita, las dos de Valseca, en septiembre aparece Chamaco, de Herrerías, y ese mismo año también la SEP publica "Palomilla". En los años siguientes aparecerán Cartones, de Tamez, Pinocho, de Valseca y otras dos publicaciones con patrocinio gubernamental: Piocha y Hércules. Y por si fuera poco muchas



Imagen 20

de estas publicaciones se desdoblaron en una versión chica, (cuarto de tabloide) y otra grande, comienzan a aparecer dos veces por semana, después tres veces por semana y por fin, todos los días.



Imagen 21

Finalmente en 1937 el eje de la competencia estaba entre Pepín y Chamaco.

Por último mencionaremos a los tres hombres que se iniciaron dentro del negocio de la historieta mexicana y que dieron a un público de masas, las historietas de mayor éxito comercial de los años treinta, cuarenta y cincuenta.

Francisco Sayrols, creador de la revista "Paquín", español emigrante experto en mercadotecnia, García Valseca con "Pepín", coronel revolucionario y finalmente Ignacio el Chamaco Herrerías un periodista deportivo con pretensiones editoriales con su revista "Chamaco".

Es en la revista de "Pepín", que nace en 1936 y durará hasta 1955, donde se publicará en 1943 la historieta mexicana "Almas de Niño" con el dibujante Alberto Cabrera y que posteriormente será retomada y actualizada en 1963, por el dibujante Sixto Valencia con el título de "Memín Pinguín", alcanzando tirajes escalofriantes.

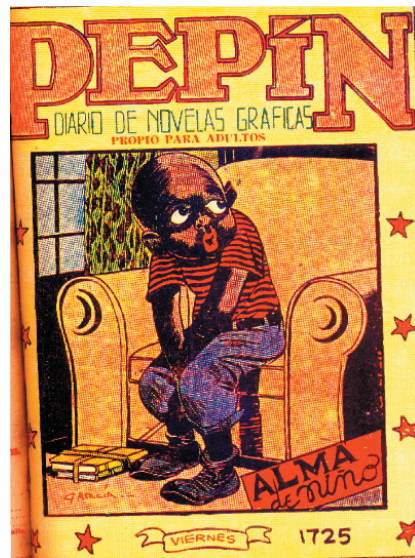


Imagen 22

La existencia de una población alfabetizada, permitió que la historieta mexicana, tuviera la popularización y éxito, para que México se convirtiera en 1989 en el mayor productor y consumidor de historietas en todo el mundo.

A fines del siglo XIX, menos de la quinta parte de la población sabía leer y escribir y en 1910 el porfiriato se derrumba dejando un analfabetismo del 75 por ciento. El "Imparcial", diario que logra una sorprendente distribución, solo logra publicar 100 mil ejemplares en un país de 15 millones de habitantes.

Es entonces que la Constitución de 1917 y la Ley Orgánica de la Educación establece el carácter gratuito, laico y obligatorio de la enseñanza primaria. En 1921 se crea la Secretaría de Educación Pública (SEP), y en 1922 José Vasconcelos, impulsa la primera campaña de alfabetización, que no termina con el analfabetismo, sin embargo, vuelve haber un nuevo intento de alfabetización en 1937 con Vazquez Vela, que impulsa una campaña por tres años apoyada por la Federación Mexicana de Trabajadores de la Enseñanza y por 100 mil comités que operan en todos los estados de la república, dándole seguimiento el secretario de Educación Jaime Torres Bodet a la campaña, teniendo como resultado a más de un millón de adultos que aprendieron a leer y escribir.

También para la quinta década del siglo, los jóvenes obreros y campesinos han sido alfabetizados, transformándose el leer y escribir en habilidades masivas y populares.

¿Qué lee este nuevo pueblo alfabetizado? Los pepines, son muchos los mexicanos que aprendieron a leer tratando de saber qué decía Memín Pinguín, un personaje que mantiene valores como la generosidad, la solidaridad, el amor y la amistad que no debe perderse en México y que analizaremos en forma cronológica desde sus antecedentes y evolución de la historieta.



Original hecho por el Sr Sixto Valencia para esta tesina

2. LA HISTORIETA Y SU RELACION CON LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO.

Desde una perspectiva teórica, en este segundo capítulo, se darán a conocer los conceptos de diseño gráfico y comunicación que intervienen en la historieta.

2.1. CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO GRÁFICO Y LA HISTORIETA.

2.1.1 ¿Qué es la Comunicación?

La comunicación consiste en la transmisión de un mensaje de una persona o entidad a otra, en base a un objetivo prefijado, a través de un determinado medio.

Dentro de la comunicación se satisfacen necesidades sociales e individuales, por lo que durante se vive, se es receptor y a la vez emisor de mensajes.

El hombre “se comunica” de muchas maneras:

- Mediante el habla, la mirada, la escritura, el dibujo.
- Personalmente o a través de medios: como el teléfono, diarios, fax, revistas, historietas, libros, internet, folletos, imágenes corporativas etc.
- Interpersonal o masivamente. ¹¹

2.1.2. ¿Qué es el Diseño Gráfico?

El Diseño Gráfico visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales; producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esa actividad.

Se considera que el objetivo del Diseño Gráfico, es la comunicación visual necesaria para la vida social, su funcionamiento esta regido por sus relaciones con el poder económico, político y cultural.

Estas necesidades de comunicación visual no son “naturales”, sino que provienen del contexto económico-social al que se pertenece.

¹¹ Leonor Arfuch, Diseño y Comunicación, p.42

El Diseño Gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes.

Según la Doctora Vilchis :

“Diseñar es la actividad y objeto de estudio del diseño, como disciplina estudia el comportamiento de las formas, sus combinaciones, su coherencia asociativa, sus posibilidades funcionales y sus valores estéticos captados en su integridad”.

“Diseño Gráfico, es la disciplina proyectual orientada hacia la resolución de problemas de comunicación visual, que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación al medio y según sus necesidades físicas y espirituales”.

Lo diseñado comprende el producto de la acción, plasmado en libros, revistas, periódicos, carteles, timbres

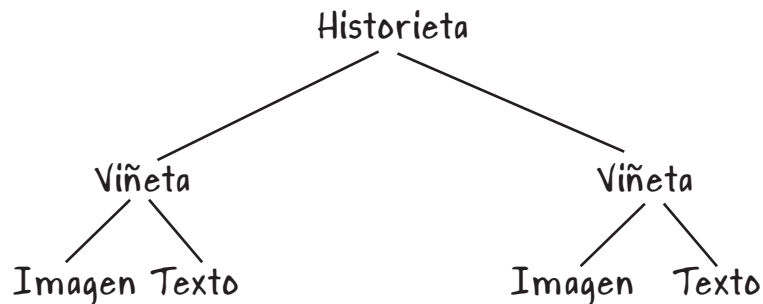
dibujo de animación folletos, portadas, señalizaciones, etc. La función del diseñador gráfico consiste en una transformación del entorno que se expresa en objetos gráficos, que como resultado modifican al hombre mismo.

2.1.3. ¿Qué es la Historieta?

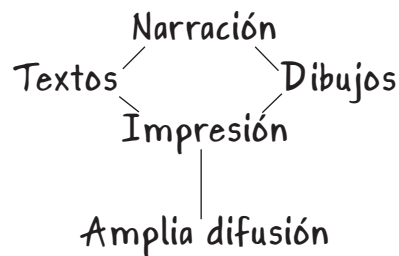
Según Juan Acevedo, “Es una estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de viñetas.”

Narración — Viñetas — Viñetas — Viñetas.

Según Irene Herner “Historietas, cuadernillos que relatan historias, eventos y cuentos de todo tipo, a través de una secuencia de viñetas, combinada de textos e imágenes



Según Manuel Muñoz Zielinski “La historieta es una narración construida por medio de imágenes dibujadas en papel, enlazadas encadenadamente por la presencia más o menos frecuente de los mismos personajes, por la continuidad temporal que supone la inclusión de textos y por la lógica implícita de la misma narración, impresa en una gran cantidad de ejemplares y difundida por los canales sociales que corresponden a su propia naturaleza.”



Podríamos definir entonces, que la historieta puede ser entendida como obra narrativa de viñetas múltiples progresivas, en la que frecuentemente se integran lenguaje escrito (texto) y lenguaje gráfico o icónico (imagen).

La historieta recibe distintos nombres en cada país, según su cultura:

Hispanoamérica: Historietas

Anglosajón: Comic

España: Tebeo. Debe su nombre a una publicación en específico TBO.

Itliano: Fumetto o Fumetti. Por la analogía entre los globos y una nube de humo.

Francia: Bandesessinée.

Japón: Manga.

2.2. TIPOS DE COMUNICACIÓN

En la comunicación existen dos tipos, comunicación personal y comunicación de masas.

Comunicación Personal.

Proceso en el cual el receptor se puede comportar como emisor, a la vez que éste se convierte en receptor. Puede tener lugar con presencia física de ambos sujetos, o a distancia. En ambas ocasiones existe la capacidad de interactuar.

Comunicación de Masas.

Proceso en el cual no hay capacidad de interacción del emisor y receptor, dentro del mismo. Se dirige a un público, a un número de seres humanos, heterogéneo y anónimo.

Dentro de ésta comunicación y siendo uno de los caracteres específicos, se encuentra el género de la historieta, su difusión nace y se vincula gracias al periodismo, durante la era de plenitud del capitalismo industrial.

En la comunicación masiva el receptor se limita a recibir mensajes. No puede emitir mensaje o respuesta durante el

proceso de comunicación. Sus respuestas consistirán en la adopción de una actitud o en la realización de una acción.

2.2.1 Elementos de la Comunicación¹²

A continuación nos referiremos de los elementos que integran un sistema de comunicación.

Emisor.- Es la persona, empresa u organización que genera el mensaje. Es el que determina tanto el contenido, como los objetivos del mismo.

Objetivo del mensaje.- ¿Para qué se emite el mensaje?, ¿Qué se espera lograr con él?, ¿Qué reacción se procura? Conocimiento de un hecho, adquisición de un conocimiento, formación de una actitud o realización de una acción.

Mensaje.- Son las ideas (conocimientos, valores...) que componen es sí el conjunto de estímulos que se pretende transmitir al receptor, codificado bajo un conjunto de normas, signos y símbolos, conocidos por el mismo, para su posterior comprensión. El contenido del mensaje se ve afectado por su contexto, por los anteriores o posteriores mensajes, el espacio, el tiempo y las circunstancias socio-culturales en el que se produce la comunicación.

¹² *ibid.*, p.41

Medios.- Es el instrumento a través del cual realiza la materialización del mensaje, Incluye los órganos naturales (vista, oído...) y los soportes físicos prolongación de los mismos (un diario, un cartel, una revista, una historieta...), permiten sensibilizar los sentidos del receptor, en especial la vista y el oído. Una donde el receptor puede interactuar a través del medio (teléfono, télex, videoteléfono...). Y otro, el medio permite la difusión de un mismo mensaje a un público numeroso y disperso, que no puede responder en el acto a través del mismo medio. En este grupo se incluye los medios de comunicación de masas, a través de los cuales se difunde la publicidad.

Receptor.- Es la persona o grupo de personas, que reciben el mensaje emitido. Necesita conocer el código empleado por el emisor, para poder decodificar, interpretar y comprender correctamente el mensaje.

Interpretación .- Es la conversión del mensaje recibido en función de los valores y códigos que maneja el receptor.

Efecto .- Es el resultado obtenido a través del mensaje, esencialmente: un cambio de comportamiento en el receptor.

Retroalimentación .- Es cuando el receptor tiene la capacidad de interactuar, de reaccionar al mensaje recibido por el

emisor, en consecuencia el emisor puede emitir un nuevo mensaje teniendo en cuenta la respuesta del receptor. A este fenómeno se le denomina “feed-back” (retroalimentación).

2.2.2. Elementos de Comunicación dentro del Diseño Gráfico.

2.2.2.1 GÉNERO¹³

La idea de género permite concebir las diversas manifestaciones discursivas del diseño de la comunicación gráfica en una taxonomía de medios organizados por sus características físicas y sus condiciones de configuración, producción y reproducción.

Dentro de la comunicación gráfica, existen los siguientes géneros:

Género editorial: son aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico depende de texto continuo, en general proporcionan conocimiento superficial o profundo sobre uno o varios temas, están condicionados por la legibilidad, su duración varía desde el tiempo breve hasta la permanencia indefinida,

¹³ Luz del Carmen Vilchis E., Diseño Universo de Conocimiento, pp.54-56

son los diseños más próximos al receptor, se clasifican en: libro, periódico, cuadernillo, informe Anual, revista, folleto, catálogo, etc.

Género paraeditorial: comprende aquéllos objetos impresos cuyo diseño gráfico tiene como origen un texto mínimo, reducido generalmente a información breve y específica, en ocasiones la imagen tiene mayor importancia que el texto, su duración, a pesar de variable, es efímera, tienen gran proximidad con el receptor en él se encuentran: volantes, calendarios, etiquetas, calcomanías, empaques, promocionales.

Género extraeditorial : comprende aquéllos objetos impresos cuyo diseño gráfico tienen como origen un tema determinado, pueden o no integrar texto, sin embargo éste siempre está condicionado por la imagen, son en general, efímeros, se muestran lejanos al receptor por sus características, es el género que suele trascender hacia el discurso plástico, comprende: Cartel, periódico mural, espectacular, escenografías, anuncio mural.

Género informativo e indicativo: comprende aquéllos objetos impresos con materiales diversos como soportes de impresión cuyo diseño gráfico se basa en imagen, proporcionan información aunque carezcan de texto, suelen utilizar el

de la representación simbólica y su permanencia es de largo plazo, suelen tener una proximidad media con el receptor, en él se encuentran: Identidad institucional o empresarial, sistemas de identificación, señalización, y museográficos.

Género ornamental: comprende aquéllos objetos impresos cuyos soportes de impresión varían, se encuentran plasmados en papel, tela, plásticos u otros, así como objetos varios-su diseño gráfico se basa en elementos morfológicos simples, no proporcionan información y carecen de texto, suelen utilizar el recurso del patrón repetitivo, son próximos al receptor, sin embargo su permanencia suele ser efímera, en él se encuentra: Papeles decorativos y de envoltura, Objetos: decorativos, promocionales y para fiestas.

Género narrativo no lineal: son aquellas manifestaciones gráficas cuya base de interpretación se manifiesta mediante dibujo y texto organizados con base en lenguaje digital, su lectura es electrónica, limitada por las condiciones impuestas por la navegación y la interactividad, ejemplos: desarrollo gráfico multimedia, publicaciones electrónicas, presentaciones, páginas. Nuestro objeto de estudio, se define y clasifica dentro de un género narrativo lineal.

Este género, incluye aquéllas manifestaciones gráficas impresas cuya base de interpretación se manifiesta por medio

del dibujo: si tienen texto será condicionado por la narración misma, están próximos al receptor en cuyas manos pueden permanecer indefinidamente, abarca: ilustración, fotonovela, dibujo animado y la historieta.

2.2.2.2. DISCURSO¹⁴

Otro de los elementos de la comunicación gráfica, es el Discurso que según la definición de la Doctora Luz del Carmen Vilchis “es la unidad máxima de determinantes del texto visual, está condicionada en la comunicación visual por los fines a los que ésta es destinada.”

Los diferentes tipos de discursos son:

- a) Discurso publicitario, integra la imagen diseñada con el pensamiento mercantil, se manifiesta en todas las formas de expresión de la publicidad y sus fines están relacionados con la promoción de aquellos objetos, productos o servicios entendidos como mercancías, y personas cuyas actividades son consideradas mercancía.
- b) Discurso propagandístico, integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento político y sus

¹⁴ Ibid.,pp.46-53

fines se enfocan a la persuasión o promoción de las ideas, su forma de respuesta se manifiesta en el voto o la manifestación.

- c) Discurso plástico, integra las relaciones de la imagen diseñada con el pensamiento estético y lúdico, se inserta en las artes visuales como parte de la denominada gráfica.
- d) Discurso ornamental, integra las relaciones de la imagen diseñada con las funciones de ornato, se relaciona con las artes decorativas y los oficios artesanales.
- e) Discurso perverso, se manifiesta en todos aquellos géneros de comunicación gráfica que causan intencionadamente un daño – visual – (perceptual), moral o intelectual a los receptores corrompiendo sus fines habituales.
- f) Discurso híbrido, son aquéllos que resultan de la unión de dos discursos de diferente naturaleza.

Es en el discurso educativo donde se incluye a la historieta, lo definiremos según Vilchis:

“integra las relaciones posibles de la imagen diseñada con finalidades de comunicación didáctica, enfocadas a la enseñanza formal escolarizada o enseñanza no formal, no escolarizada, que comprende todas las vertientes de aprendizaje: familia, calle medios impresos, medios audiovisuales, etc., la respuesta de los perceptores se encuentra en la modificación tangible de conductas.

El discurso en la Historieta, son todos los textos que se encuentran dentro de las viñetas, y que suelen presentarse en globos y cartelas, así como, las onomatopeyas. El discurso que maneja la historieta de “Memín Pinguín”, es el de la enseñanza no formal.

Emisores internos: docentes, capacitadores, promotores, informadores, líderes de opinión.

Receptores: desde la vertiente formativa serían todos aquellos agentes participantes de un proceso enseñanza-aprendizaje, desde la vertiente informativa, no hay claridad en grupos específicos.

Contenido de los mensajes: desde la vertiente formativa, los contenidos didácticos propios de los programas de estudio escolarizados, desde la vertiente informativa comprende la información simbólica (aquella que se manifiesta en significados arbitrarios o convencionales como sucede en la señalética, los símbolos de identidad, museografía y arquigrafía) y la información de contenido (que se manifiesta en los productos editoriales como revistas, periódicos, etc.)

2.2.2.3. CÓDIGOS¹⁵

Define y clasifica los conjuntos de elementos pertinentes con base en los cuales se forma el sistema de comunicación gráfica, mediante la combinación según, reglas básicas prefijadas; los elementos pertinentes de los códigos se denominan signos y sus propias condiciones posibilitan la articulación de mensajes.

En la comunicación gráfica se encuentran los siguientes códigos:

Código morfológico, según Vilchis

“comprende tanto los esquemas formales abstractos (plecas, planos, contornos, llamadas, etc.), como

¹⁵ Ibid.,pp.57-58

los elementos formales figurativos, (dibujos, ilustraciones, viñetas, etc.) que integran un diseño, pueden caracterizarse como orgánicas, geométricas, regulares, irregulares, etc. e identificarse por grados de iconicidad o grados de figuratividad.

Entre los elementos formales figurativos dentro del Código Morfológico en la historieta tenemos:

Viñeta.-Es el principal elemento de la historieta. Por si sola es una simple ilustración, pero la sucesión de viñetas nos permite narrar una historieta.

Formato.- Se denomina formato a la forma que presenta el encuadre en el papel, puede utilizarse rectangular (horizontal o vertical, cuadrado, con cantos redondeados o, incluso circular). Los límites del encuadre están señalados con una línea demarcatoria., como nota, mencionaremos que la línea demarcatoria puede ser alterada o eliminada. Normalmente se hacen con un trazo de tiralíneas o rotring y se pueden ver realizadas a mano, dándoles un aire de línea rota.

El globo.- Es un elemento propio de la historieta,

de texto que flotan en las viñetas, sirve para integrar el discurso o pensamientos de los personajes, (esta integración lleva lenguaje escrito y dibujo), se pueden encontrar en forma ovalado o cuadrado, con cantos redondeados y con rabo. Los más usados son: globo normal, globo cruzados, globo electrónico, globo burbuja, globo en (off) y globo punteado.

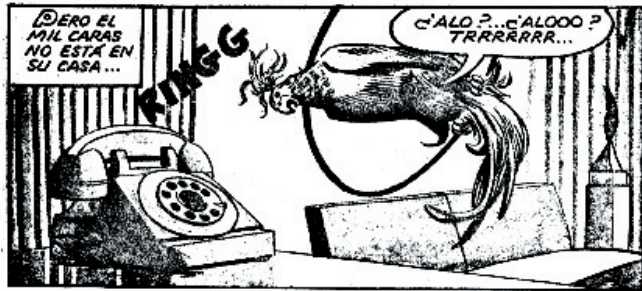


Imagen 23

La Cartela .- Para explicaciones y aclaraciones fuera de diálogo, su forma más frecuente es la rectangular alargada, aunque puede adoptar otras y normalmente se sitúa dentro de la viñeta, en la parte superior. Tiene una voz ajena y narra algo acerca de la acción.

Expresiones gráficas.- Las entendemos como el movimiento de las cejas y la boca.

Signos gráficos.- Son aquellos que apoyan y enfatizan las expresiones faciales o del rostro, para darle determinada precisión y se usan tanto para la expresión de un estado anímico, como para señalar algunos caracteres a las cosas.

Como ejemplos tenemos.



Líneas rectas que salen como del rostro hacia fuera, significando resplandor y ponen como relieve al sujeto u objeto al cual se aplican. Por ejemplo , un rostro con alegría radiante.



Línea vibratorias, que parecen emitirse del rostro hacia fuera, significando calor, radiación, por ejemplo un rostro molesto, pero con los signos se vuelve insoportable.



Línea quebradas, a manera de rayos, que parecen emitirse del rostro hacia fuera, significando energía, electricidad, por ejemplo un rostro molesto adquiere matices extremos, el personaje esta que echa chispas.



Líneas vibratorias paralelas a los lados del rostro, significando temblor: por ejemplo, un rostro triste se ha convertido en temor.

Imágenes 24

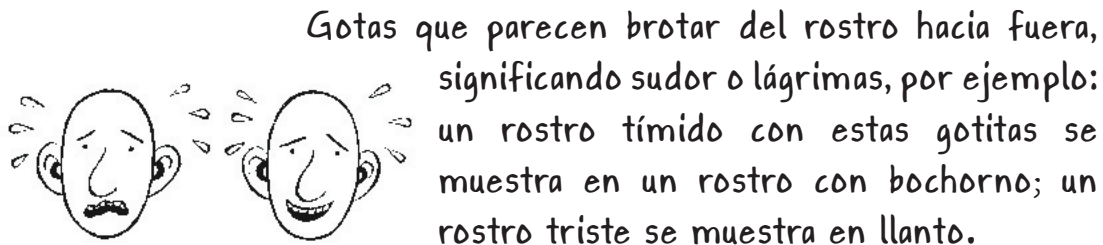


Imagen 24

Signos gráficos que apoyan a las expresiones corporales: Son los mismos signos que apoyan a las expresiones faciales, aunque en este caso se aplicarán en expresiones corporales.

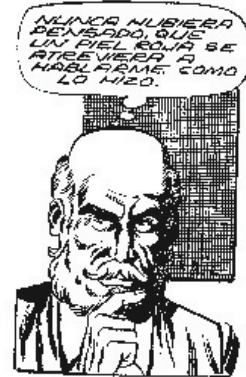
Ahora estudiaremos los elementos formales abstractos dentro del Código Morfológico en la Historieta:

Los elementos formales abstractos son:

Plano.- En la viñeta como ocurre en el cine o la fotografía, existen diferentes tipos de planos. El plano define el grado de alejamiento o aproximación que tiene el objeto dentro de la viñeta. Existen diferentes tipos de planos que bien utilizados pueden proporcionar claridad y movimiento a la hora de contar una historia, contamos con:



Primerísimo plano
Imagen 25



Primer plano
Imagen 26



Plano medio
Imagen 28



Plano Americano
Imagen 27



Plano general
Imagen 29

El encuadre.- Comprende los personajes y a los signos gráficos que apoyan sus expresiones, así como, a los ambientes en que tiene lugar su acción. El encuadre determina el espacio real que se desea dibujar.

El ángulo de visión - Es el punto desde el cual se observa la acción. Existen tres tipos de ángulo de visión: medio, picado y contrapicado, como características podemos mencionar que es muy útil para dar profundidad y volumen o sensaciones de grandeza o pequeñez, según donde veamos la figura.



Imagen 30

Angulo de visión en picada: La acción se enfoca desde arriba hacia abajo.

Angulo de visión medio: la acción se observa como si ocurriera a la altura de los ojos.



Imagen 31

Imagen 32



Angulo de visión en contrapicado: La acción es enfocada desde abajo hacia arriba.

La composición.- La organización gráfica de los elementos que conforman la viñeta, así como sobre la organización gráfica del conjunto de viñetas (en tiras, media página, página entera, etc. "Es decir, atiende tanto a la viñeta como al conjunto de que aquélla forma parte".

Nos referimos entonces al gusto y la gracia para organizar todos los ingredientes que hay dentro de una viñeta, con el propósito de conseguir el mejor efecto posible. Existen dos formas de composición, (la simétrica y la asimétrica).

Las metáfora visualizada.- es un elemento gráfica que expresa el estado síquico de los personajes mediante imágenes de carácter metafórico. La mayoría de estas metáforas que se emplean en la historieta provienen del lenguaje oral, como ejemplo mencionaremos algunas:



Imagen 33

Lenguaje oral visualizada

Metáfora

“Dormir como un tronco”	Se visualiza como un tronco cortado por un serrucho.
“Iluminarse el cerebro”	Se visualiza como una bombilla eléctrica encendida.
“La plata se va volando”	Se visualiza como un billete alado.

Otras metáforas visualizadas de la historieta proceden del lenguaje escrito como en el caso de los signos de admiración o interrogación, los puntos suspensivos, etc.

Las metáforas de la escritura musical podemos mencionar los signos de notación musical y las palabras groseras se representan como, (sapos, culebras, espirales y asteriscos).

Las figuras cinéticas.- elemento de la historieta que expresa la ilusión del movimiento o la trayectoria de los móviles. Se denominan como “huellas del movimiento”.



Imagen 34

Código cromático, según Vilchis:

“comprende los esquemas de color que son adjudicados a un determinado diseño, se caracteriza por la elección de la intensidad, del valor dinámico, de la legibilidad por contraste con los colores ambientales, de la luminosidad, de la reflexión y las condiciones semánticas por las que los colores tienen referencias culturales de sentido muy específicas.

Son varias maneras de colorear un original como ejemplo tenemos que es pintar sobre él o indicar al grabador la selección de colores que deseamos.

Otro sistema que algunos dibujantes utilizan es calcar en otro papel el dibujo y pintar en él, entregando al grabador por separado el original pluma y el de color.

Si el grabador realiza la selección, y el dibujante solo indica el color, el proceso es de esta manera: Partiendo del original pluma, dibujaremos a lápiz en su reverso y por el procedimiento de calcar por transparencia los límites de las superficies a colorear., luego, con acuarela y mezclando entre sí los colores primarios (azul cián, magenta y amarillo, más el negro), pintaremos esas zonas y pondremos encima el nombre del color, indicando así la selección de colores que deberá realizar el grabador.

Código tipográfico, según Vilchis

“comprende todos los textos caracterizados por la elección de tamaño, valor (blanco/negro), grano (trama uniforme o interferencias blanco/negro bien definidas),

forma y orientación de los caracteres. Incluye también la elección de signos (letras gruesas o bien delineadas) o de configuraciones estructuradas o estilizadas (letras infantiles, casuales, pop, manuscritas, etc.)

La Historieta se vale del lenguaje escrito para comunicar los diálogos y pensamientos de los personajes, así como, para representar los sonidos a través, por ejemplo de las onomatopeyas.

La onomatopeya.- “Es el texto que va fuera de los globos y que representa los efectos sonoros, tales como golpes, gritos, disparos, bombazos, batacazos, ruidos de coches, de moto, etc.



Imagen 35

Es la imitación del sonido de una cosa a través de un vocablo, por ejemplo “talan” es la onomatopeya de una campana, “tataplán” el redoble de un tambor, etc. La onomatopeya puede estar ubicada en la viñeta al interior del globo o independiente

de él. Este último caso es el más común, considerando que no siempre son dichas por un personaje, más bien, se ubican directamente en el lugar del cual procede el sonido y sugiere gráficamente el tipo de sonido.

La historieta como código tipográfico maneja:

La rotulación.- “Son todos los textos que van dentro del globo, principalmente se rotulan a mano, aunque en las grandes editoriales se usan máquinas especiales para este fin, o como otro recurso tenemos el método de la fotocomposición, sin embargo el que mejor queda y resulta agradable de leer, es el texto rotulado a mano que en sus inicios era del mismo dibujante o por gente especializada”.¹⁶

NORMAS

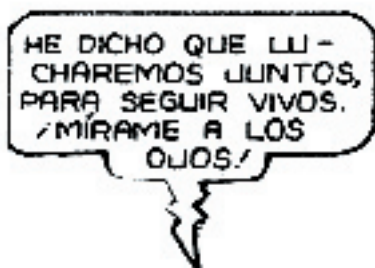
1. Los textos se escriben siempre con letras mayúsculas.
2. El tipo de letra que se usa habitualmente es el de palo seco.
3. El interlineado debe ser siempre el mismo, evitando que se toquen las palabras entre sí o que toquen el límite del globo.
4. Si hay poco texto y el globo es muy grande se centrará el texto dejando alrededor un blanco igualado.
5. Las letras no deben tocarse unas con otras.
6. Para destacar palabras o frases en un texto, se puede hacer

¹⁶Jordi Vives, Dibujemos Cómic, p.41

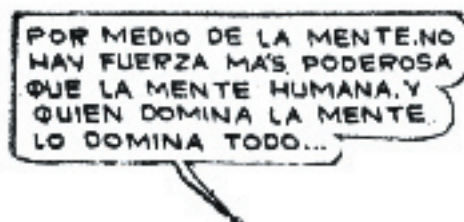
la letra un poco más gruesa de lo habitual, usar la letra globo o subrayarla.

Concluimos que para la revista de historieta, la tipografía más indicada es la de tipo molde, trazo intermedio o grueso, cuadrada, vertical, espaciada.

DE TRAZO GRUESO



CUADRADA VERTICAL



Imágenes 36

Código fotográfico, según Vilchis

“comprende todas las imágenes fotográficas (originales o manipuladas) que se caracterizan por las tomas, encuadres, escalas, grados de definición, tramados y grados de iconicidad, Este es otro código complejo porque, al igual que el tipográfico genera una función metalingüística en tanto traduce y semantiza el lenguaje fotográfico al lenguaje de la comunicación gráfica cuyo análisis implica el traslape entre la sintaxis de la imagen fotográfica y la sintaxis del diseño:

Este código no es aplicado dentro del género de la Historieta.



Original hecho por el Sr Sixto Valencia para esta tesina

3.1 PRIMERA ÉPOCA

En un principio los comics importados dominan el mercado, con el paso del tiempo las historietas nacionales toman presencia e imponen su peculiar estilo y temática.

Es entonces que nace con el dibujante Alberto Cabrera el 30 de Octubre de 1943 el primer número de "Almas de Niño" en la Revista "PEPIN".



Imagen 39

Los primeros números se caracterizan por la combinación de series abiertas, que aparecen semanalmente. En un inicio predomina el dibujo de línea, aunque pronto la sombra gris del medio tono y los fotomontajes invaden las páginas de las revistas.



Imagen 40

Así como los formatos y la periodicidad se ajustan, también el estilo y las líneas temáticas se definen sobre la marcha.

“Alberto Cabrera ilustrador de la primera época, introduce el contrapunto entre el trazo francamente caricaturesco de la pareja protagónica formada por Memín Pinguín y Eufrosina, y el tratamiento naturalista del resto de los personajes y de las escenografías. Además, Cabrera imprime dramatismo a los elementos realistas a través de encuadres y composiciones expresionistas”.¹⁷ Llama la atención el minucioso y documentado trabajo de los fondos y el esfuerzo dedicado a la caracterización de personajes incidentales.

La técnica utilizada por el dibujante Alberto Cabrera, fue a línea. Memín Pinguín es dibujado como un niño negrito, la diagramación de la página contiene de dos a cuatro viñetas, la letra es dibujada, el tamaño del formato es de un cuarto de tabloide, el encabezado de la primera página, hace mención el título del capítulo y el nombre del dibujante, que en este caso es Alberto Cabrera, la imagen de Memín Pinguín, como la de los demás personajes de la historieta, no están bien definidas en sus inicios, sin embargo, el trazo mejorará en los años subsecuentes.



Imagen 41

17 Juan Manuel Aurrecochea, Puros Cuentos I., p.391

En esta primera etapa, muy independientemente de las influencias que haya podido tener Yolanda Vargas Dulche en “La Pandilla” o en “Madre querida”, la creación de Memín Pinguín, fue concebido cuando Yolanda viajó a Cuba por el año de 1930, donde estaba trabajando como cantante de radio, quedando impactada con el espíritu festivo y sensibilidad de los cubanos, así como, de los niños negros. Este suceso la inspiró para el personaje de Memín Pinguín.

Memín Pinguín , se desarrolla en una época posterior a la segunda guerra mundial, y durante el periodo presidencial de Miguel Alemán Valdez, (1946-1952), quién se dedicó a promover la industrialización y el crecimiento empresarial, propició que México cambiara de la vida rural a la urbana, apoya a la producción agrícola, a la construcción de carreteras, amplia la red de aeropuertos y destaca la participación de los universitarios. ¡Memín nace en una época de prosperidad !

3.1.1. Argumento

La creación del personaje se ubica en un periodo, donde comenzó a crecer la Historieta Mexicana hasta un punto donde se considera la Edad de Oro.

La serie tiene una trama sencilla, en la que un grupo de niños que pertenecen a diferentes clases sociales, acuden a la escuela oficial donde cursan su tercer año de primaria, tienen a un excelente profesor en quien recae la noble tarea de dotarlos de las herramientas que los ayudarán a salir adelante en la vida.

Entre ellos destaca Memín Pinguín, un negrito de baja estatura, simpático y dicharachero que gracias a su buen humor y a su particular forma de ver el mundo, conquista el corazón de sus compañeros.

También Memín Pinguín tiene su ángel guardián, su ma' linda que va a controlarlo y encauzarlo para llevarlo a ser un ser pleno.



Imagen 43



Imagen 42

En Memín Pinguín se muestra una visión optimista de la pobreza, situación que se identificó con los lectores populares de la revista, así como, el amor todo lo puede, ni la pobreza, ni la ignorancia, ni el vicio son capaces de contaminar las pequeñas almas puras.

Con el tiempo Almas de Niño toma su propio tono y tema, soportándose en que la ingenuidad es más fuerte que la desventura.

Memín Pinguín consta de 372 capítulos, los cuales han sido un éxito en muchos lugares y ha obtenido innumerables reconocimientos.

3.1.2 Personajes

3.1.2.1 Memín Pinguín

El nombre de Memín Pinguín, tiene también sus raíces familiares, fue tomado de Guillermo de la Parra, en ese entonces novio de Yolanda Vargas Dulché, quién de niño era muy travieso y por tanto le llamaban “Memín”, en vez de “Memo”. Lo de Pinguín venía por “pingo” una forma de decir diablo o demonio, alguien sumamente travieso.

Memín Pinguín se considera un ícono de la cultura popular pero muy independiente de esto, es un personaje; que a través de sus aventuras inculca a sus lectores toda gama de valores: la unión familiar, la solidaridad con los amigos, la gratitud con los maestros, el apoyo al prójimo, y la superación personal sin importar raza, sexo o situación económica, sobre todo, hacer el bien siempre.

3.1.2.2. Caracterización psicológica y física.

Memín es calvo, negro, chaparro, feo, torpe, ignorante, chapucero y pobre, pero en compensación melodramática es también tierno, ingenioso, alegre, simpático, tenaz y con gran reservas de camaradería y solidaridad. Viste camisa a rayas, cachucha y grandes tenis. Sus ojos y labios son exageradamente grandes simplemente porque es una caricatura, donde las características físicas se exageran.

Y por sobre todas las cosas Memín tiene madre, con el valor tan significativo que solo le damos los mexicanos a este amor filial. “Ser niño y tener mucha madre, compensa todas las carencias de Memín: su pobreza, su grotesca fealdad, su aturdida falta de talento”.



Imagen 44

3.1.2.3. Los tres amigos de Memín Pinguín.

Mémín Pinguín tiene tres amigos que lo acompañan en sus aventuras: Carlos Arrozamena, llamado por Memín Carlangas, Ernestillo Vargas y Ricardo Arcará, con quién fomenta una amistad y solidaridad.



Carlanguito es el fuerte del grupo, de apariencia agresiva, pero de un corazón noble.

Es hijo de un padre que no supo cumplir con su madre, se entera por los chismes del vecindario que su mamá no es costurera, sino fichera de un cabaretucho, Carlanguito la busca y la encuentra en pleno connato de faje con un individuo, él se avienta contra ese hombre y se arma la trifulca, su mamá termina en un hospital herida y él en un tribunal de menores. Finalmente su mamá se recupera y compra una máquina de coser y Carlanguito vende periódicos para ayudar a pagar los abonos.

Imagen 45

Ernestillo es el tilico de la clase, aunque el más aplicado, paliducho, flaco, lleno de bondad y terriblemente pobre, pues es hijo de un carpintero honrado.

El también sufre un drama familiar. Su padre carpintero, honesto y viudo, se ahoga en alcohol, descuidando su trabajo por largas temporadas, quedando a cargo de la carpintería con Ernestillo, Cuando el viudo queda parálitico de un borrachazo, el niño carpintero no se da abasto, pero gracias a la solidaridad de su amigos y el apoyo de su maestro sale adelante y no tiene que dejar la escuela.

Ricardo “el niño rico”. A pesar de su apariencia aristocrática, no es tan sangrón como aparenta.

Es también en el hogar de Ricardo “donde nada falta”, está amenazado por el divorcio de sus padres. Los pleitos son interminables, su mamá se la pasa en el club con sus amigas y su papá encuentra consuelo con su secretaria.

3.2 SEGUNDA EPOCA

En la segunda época de Almas de Niño, el trazo corresponde a Sixto Valencia, quien retoma las soluciones gráficas de Cabrera, pero desarrollándolas con estilo propio.

Valencia es un monero de resonancias eisnerianas (Influencia del Historietista Willeisner), excepcionalmente dotado para el humor y la caricatura, y maestro en la distorsión cinética que requieren los gags historietados. Memín Pinguín pierde parte de la atmósfera expresionista y a veces sórdida de la primera época, pero gana en dinamismo y comicidad.

Esta segunda época da inicio en 1963, cuando la Editorial Argumentos, del matrimonio formado por Yolanda Vargas y Guillermo de la Parra, decide relanzar la serie en fascículos semanales. En la nueva etapa, el nombre del personaje se utiliza como título, y al principio Sixto Valencia la dibuja en medio tono para ser impresa en tinta sepia. La revista se transforma en uno de los pilares de la revista VID y para fines de los sesenta se exporta a varios países latinoamericanos.



Imagen 46

La internacionalización obliga a cambiar el nombre del negrito, pues sólo en México pingo equivale a travieso, mientras que en Sudamérica tiene otros significados y en Colombia se designa al falo; así, el comprometedor Pinguín se transforma en la jitanjáfora Pinguin”.



Imagen 47



Imagen 48



Imagen 49

Al fallecimiento de Yolanda Vargas Dulché, seguir con Memín dejó de tener sentido, sin embargo, la revista tiene muchos lectores y la Editorial Vid la sostiene con viejos episodios, actualizados y retocados por el dibujante Sixto Valencia.

A mediados de los ochenta vienen cambios de modernidad,



Imagen 50

y influyen fuertemente a la industria de los monitos. Memín es una de las primeras historietas nacionales “reconvertidas”. En su cuarta edición, con el ejemplar no.1, el 6 de Octubre de 1986, cambia el medio tono y la tinta sepia por la impresión a color, mientras que una fuerte campaña publicitaria asocia al “nuevo memín” con los personajes de la series norteamericanas que también publica Vid. Así, el negrito autóctono, sobreviviente de los pepines, se codea con Archie, La Pequeña Lulú, Donald, Supermán y The Punisher.

En la etapa policroma de Memín, Sixto Valencia se sigue encargando de actualizar y redibujar a línea los viejos episodios de medio tono.

Memín Pinguín, ha sido y sigue siendo uno de los mayores Best Sellers de la historieta mexicana: ha conquistado el mercado del sur de los Estados Unidos, así como los de Centroamérica,



Sudamérica y el Caribe; traducido al tagalo, es una de las historietas mexicanas más leídas en Filipinas, tomada como lectura obligatoria en las escuelas por fomentar en los estudiantes el respeto hacia la familia y las instituciones..

Imagen 51



Imagen 52

3.3 CRONOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LAS CUATRO EDICIONES ELABORADAS POR EL DIBUJANTE SIXTO VALENCIA.

ÉPOCA DEL DIBUJANTE SIXTO VALENCIA

El dibujante Sixto Valencia, comienza a dibujar y actualizar por órdenes de la Sra Yolanda Vargas Dulche, la historieta de Memín Pinguín a partir del año 1963, publicando con gran éxito cinco primeros ejemplares, que después se convertirían en cinco ediciones por haber tenido nuevamente gran aceptación por los lectores de la Editorial Vid.

3.3.1. PRIMERA EDICION

INICIO: 4 de Marzo de 1964.

TERMINO: 16 de Mayo de 1978

Características:

Portada: Son trazadas a línea con guía de color.

Interiores: Trabajados con medio tono e impresión en sepia.

Tipografía: Dibujada a mano alzada.

Tamaño: Medio tabloide.



Imagen 53



Imagen 54



Imagen 55

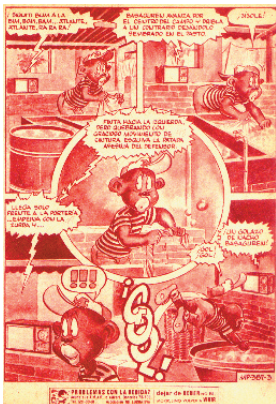


Imagen 57



Imagen 56

3.3.2. SEGUNDA EDICION

INICIO: 22 de Junio de 1971

TERMINO: 16 de Mayo de 1978

Características:

Portada: Son tres los estilos: A una tinta

A todo color

Línea con Anilina

Interiores: Trabajados con medio tono e impresión en sepia.

Tipografía: Dibujada a mano alzada.

Tamaño: Diferentes tamaños.

En esta edición surge un cambio de técnica en las portadas realizado por el Sr. Sixto Valencia, de estarlas dibujando a una línea, cambia a realizarlas a todo color, proporcionando a la imagen mayor volumen, realismo y calidad, la primer portada que se trabajo con estas características la encontramos en el ejemplar No.382



Imagen 57

En el No. 412 de Enero 25 de 1972, se realiza la última portada a todo color por el Sr. Sixto Valencia. Es entonces, en el ejemplar No. 413 de Febrero 6 de 1972, Valencia comienza a pintar de manera diferente las portadas, ahora la técnica será línea con anilina.

Otro rasgo característico e importante en esta edición, es la variación que sufre el tamaño de la revista Pepín.

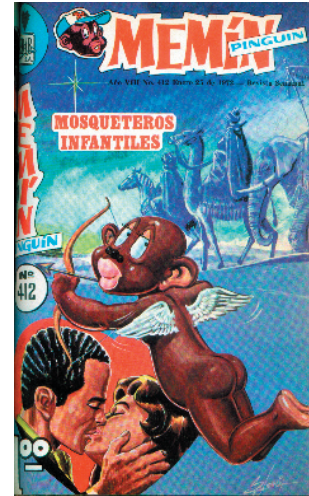


Imagen 58



Imagen 59

Evolución de los Tamaños de Formato durante la 2ª. Edición:

Formato en 1971: Medidas 17 cm. de ancho por 23.5 cm. de largo.

Formato en 1972: Medidas 14.5 cm. de ancho por 22.5 cm. de largo.

Formato en 1978: Medidas 10.5 cm. de ancho por 18.0 cm. de largo.

3.3.3. TERCERA EDICIÓN

INICIO: 23 de Mayo de 1978

TERMINO: 29 de Septiembre de 1986

Características:

Portada: Línea con anilina

Interiores: Medios tonos e impresión en sepia.

Tipografía: Dibujada a mano alzada.

Tamaño: Un cuarto de tabloide.

En esta edición el argumento disminuye por haber sido extraídos 12 números sobre las aventuras de Nachito, Federico y el perro cañitas que se publicó con el nombre de "Bolillo" en otra historieta, sin embargo, la historia no tiene el mismo éxito que cuando estuvo con Memín Pinguín.

Otro acontecimiento importante es que en esta edición el Sr. Sixto Valencia llega a su portada No.1000, por la cual recibe un reconocimiento.



Imagen 60

3.3.4. CUARTA EDICION

INICIO: 6 de Octubre de 1986

TERMINO: 15 de Junio de 1993.

Características:

Portada: Línea con anilina.

Interiores: Color

Tipografía: De mano alzada cambia a ser elaborada por computadora

Tamaño: Un cuarto de tabloide.



Imagen 61

En esta edición se deja los tonos sepias para pasar a color y se vuelve a dibujar en su totalidad la serie, conservando el argumento, las características de los personajes, los fondos y las escenografías. Con relación al texto, la tipografía deja de ser dibujada a mano alzada para pasar a elaborarse por computadora, a partir del ejemplar No. 286 del 2 de Marzo de 1992.



Imagen 62

La quinta edición es ubicada en el periodo de 1993 al 2000, siendo trabajada con las mismas características de la cuarta edición, sin embargo, es en el primero y segundo número donde encontraremos que el Sr. Sixto Valencia los dibujará de manera distinta.



Imagen 63

3.4 DIAGRAMACIONES¹⁸

Cuadros en áreas de página simétrica
de la primera época.

Cuatro cuadros hipotéticos de igual tamaño cada
uno.

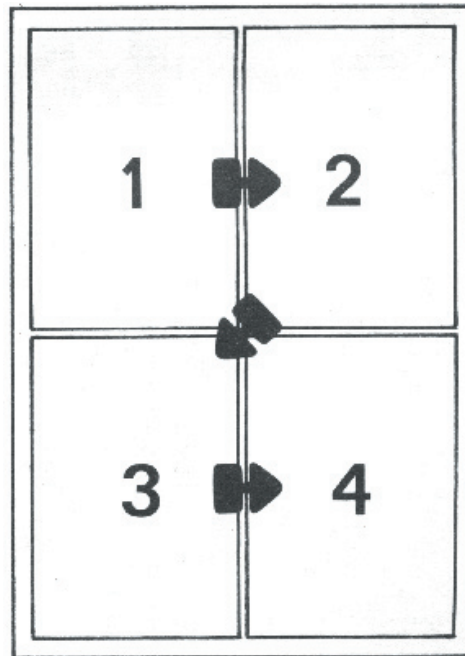


Imagen 64

¹⁸ Modesto Vazquez Gonzalez, La Historietica., pp.325-365

Tres efectivos en cuatro cuadros hipotéticos.

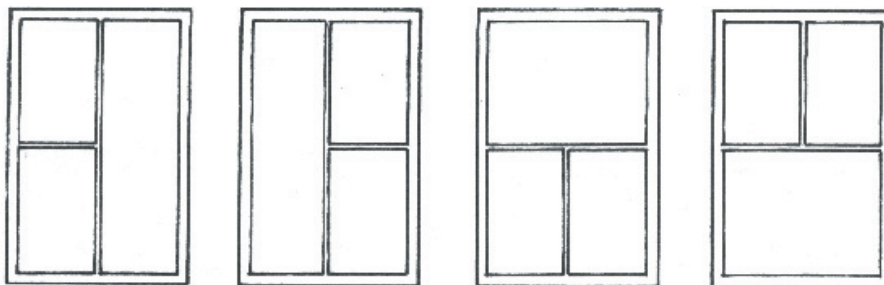


Imagen 65



Imagen 66

Dos efectivos en cuatro cuadros hipotéticos.

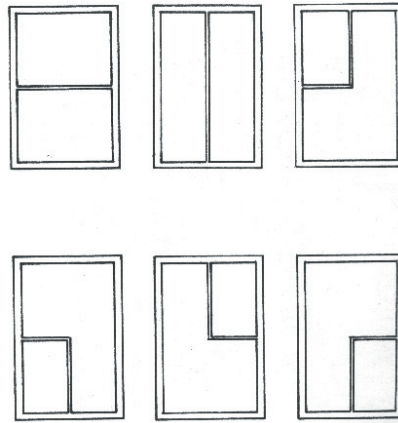
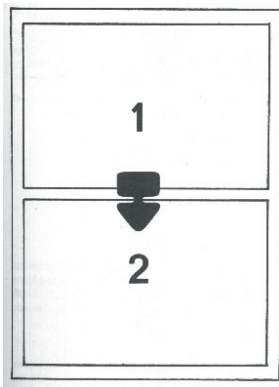


Imagen 67



Dos cuadros hipotéticos del mismo tamaño cada uno.

Imagen 68

Dos efectivos en dos hipotéticos.

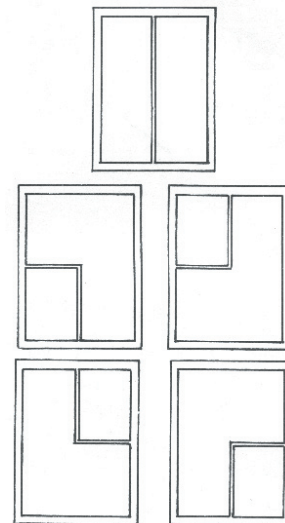


Imagen 69

Cuadros en área de página simétrica
segunda época.

Seis cuadros hipotéticos de igual
tamaño cada uno.

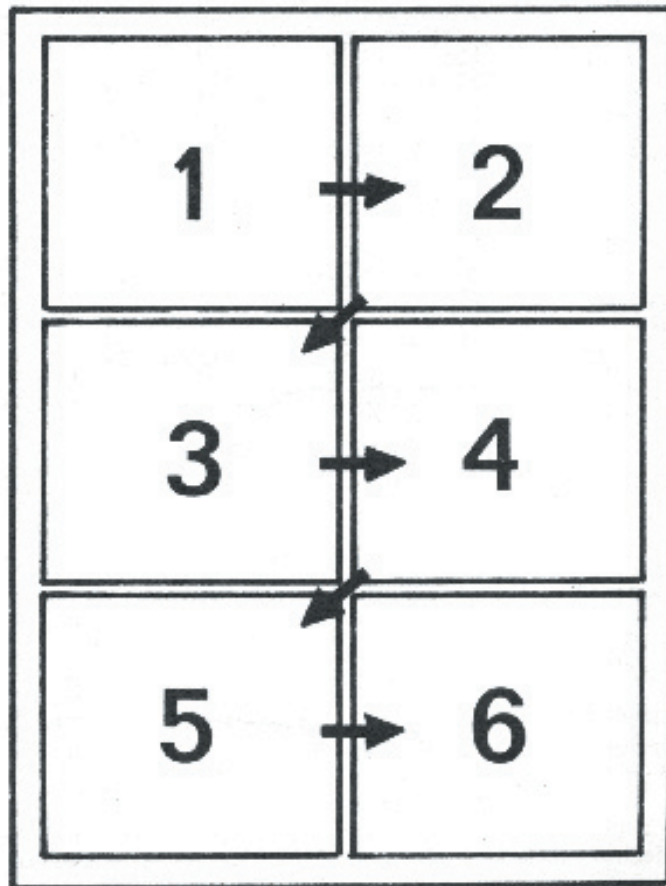


Imagen 70

Cuatro efectivos en seis cuadros hipotéticos.

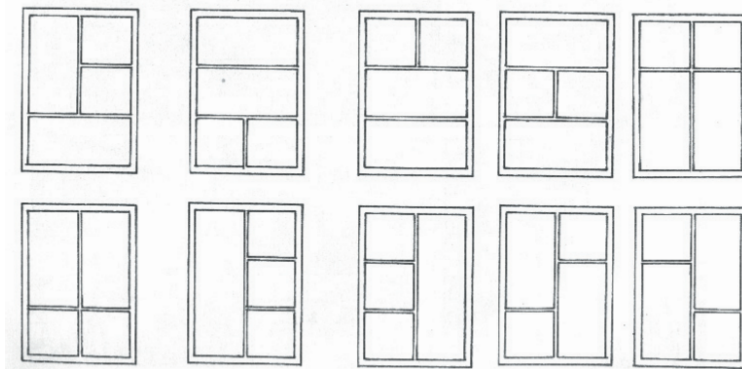


Imagen 73

Tres efectivos en seis cuadros hipotéticos

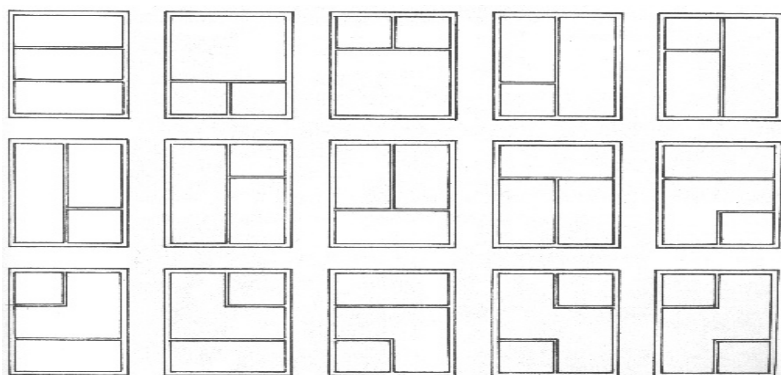


Imagen 74

Dos cuadros efectivos en seis cuadros hipotéticos.

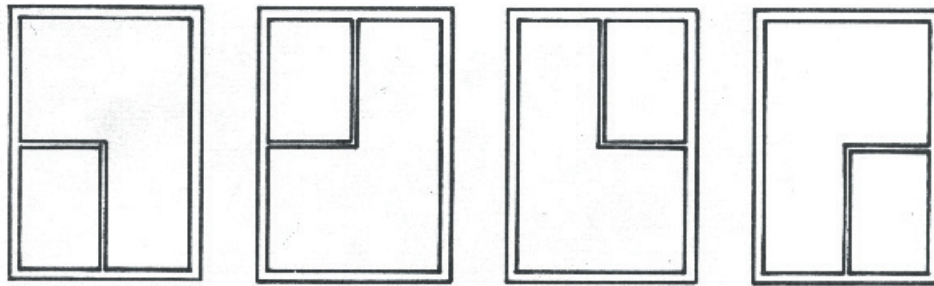


Imagen 75

Páginas Asimétricas o Irregulares

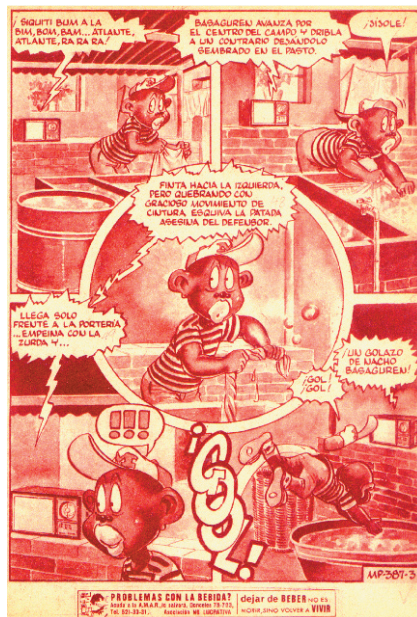


Imagen 76

3.5. APLICACIÓN DE LOS CONCEPTOS A UNA PORTADA E INTERIOR.

Género: Narrativo Lineal

Discurso: Educativo en enseñanza no formal.

Portada: Línea con anilina.

Tipografía: Dibujada a mano alzada.



1. Encabezado

2. Formato rectangular horizontal

3. Signo gráfico de gotas

4. Metáfora visual de dolor

5. Signo gráfico de enojo

6. Plano general

7. Formato rectangular vertical

8. Figura Cinética

Imagen 77

Interior Memín Pinguín



1. Globo

2. Plano medio

3. Cartela

4. Plano general

5. Formato rectangular vertical

6. Figura cinética.

7. Metáfora visual de dolor

Imagen 78

C O N C L U S I O N E S

Después de haber realizado el presente análisis del diseño de la Historieta de Memín Pinguín y seguir paso a paso cada uno de los temas a desarrollar, concluyo que la función social y gráfica aplicada en Memín fue recreativa, didáctica, y dando trascendencia a los elementos gráficos, técnicas y modos que venían de Europa y Norteamérica.

En relación a los elementos gráficos de este análisis, observe que cuando se usaba inicialmente la técnica de medios tonos y tinta en sepia , en las páginas interiores de ésta historieta, permitía generar efectos muy interesantes, como el claro oscuro que proporcionaba volumen a la imagen y fungía como tono color carne de los personajes , también la mancha aplicada con el pincel del dibujante en las escenografías, dejaba a la imaginación del lector figurarse la ambientación e n donde se desarrollaba la acción, esta técnica que en realidad se uso por concepto de economía, dio a Memín, un estilo y personalidad propia.

También concluyo que en la segunda época con el dibujante Sixto Valencia, que conserva la profundidad existencial de los personajes, se alcanza mayor definición de trazo, más

movimiento dentro de las viñetas, y da a Memín Pinguín una fisonomía de un niño más tierno, sonriente, vivaracho, travieso, juguetón y carismático.

Algo importante que aportó, el dibujante Sixto Valencia, según la década, fueron las variantes que trabajó en el vestuario de los personajes y escenografías, por ejemplo, las faldas cortas de la mamá de Carlugas y Ricardo, los automóviles que estaban de moda, el metro, etc.

Este género de la historieta, para ser diferente a los demás medios de comunicación masiva como el periódico, revista, folletos, fotonovelas etc., contiene en su naturaleza propia, un discurso con finalidades de comunicación didáctica, que suele presentarse en globos y cartelas, esto unido a elementos como la imagen, onomatopeyas, viñetas secuenciadas, expresiones y signos gráficos, formato, planos, encuadres, ángulos de visión, metáforas visualizadas, tipografía y color, conforman el lenguaje de la historieta.

Esta historieta mexicana con la imagen caricaturesca de Memín Pinguín, su argumento sano, la escala de valores que maneja e impresión a color, puede ser considerada como un lectura de enseñanza no formal y de entretenimiento en sustitución de una serie de revistas actuales que se caracterizan por ser violentas, grotescas y agresivas.

La historieta en general es un medio de comunicación que valiéndose de una serie de elementos gráficos que la integran, una imagen y un lenguaje escrito, debería ser tomada en cuenta por los profesionales de diseño, guionistas e historietistas, para que comuniquen mensajes que eleven el nivel cultural de la sociedad.



Original hecho por el Sr Sixto Valencia para esta tesina

ANEXOS

Imagen 1. "El Mundo al Revés", Rius la vida de cuadritos. 1 p.

Imagen 2. "Gustave Dore", Rius la vida de cuadritos, 2 p.

Imagen 3. "Max y Moritz", Rius la vida de cuadritos. 3 p.

Imagen 4. "Max y Moritz", Rius la vida de cuadritos, 3 p.

Imagen 5. "The Yellow Kid Takes a Hand at Golf",
Literatura de la Imagen, 5 p.

Imagen 6. "El Pollo", Ilustración de José María Villasana,
1872, Puros Cuentos I, 10 p.

Imagen 7. "El Hijo del Ahuizote", Diccionario Biográfico
Ilustrado de la Caricatura Mexicana, 14 p.

Imagen 8 "El Ahuizote Jacobino", Diccionario Biográfico
Ilustrado de la Caricatura Mexicana, 15 p.

Imagen 9. "México Gráfico", Diccionario Biográfico
Ilustrado de la Caricatura Mexicana, 16 p.

Imagen 10. "Las Tres Caídas", Puros Cuentos I, 17 p.

Imagen 11. "El Buen Tono", Puros Cuentos I, 20 p.

Imagen 12. "Aventuras de Ranilla"; Ilustración de Juan Bautista Urrutia, historia del humor gráfico en México, 21 p.

Imagen 13 "El Herando de México", Puros Cuentos III, 22p

Imagen 14. "Dick Tracy", original 1936, Acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 22p. Imagen 15. "El Universal, Mamerto y sus Conocencias", Puros Cuentos II, 23 p.

Imagen 16 "Adelaido", Puros Cuentos III, 23 p.

Imagen 17. "Audiffred", historia del humor gráfico en México, 24 p.

Imagen 18. "Paquín", Revista original de 1937, "News Syndicate". Acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 26 p.

Imagen 19 "Paquito", Revista original de 1938. Acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 27 p.

Imagen 20. "Pepín" No.4, Ilustración original de 1936,
Acervo personal de Sr. Sixto Valencia. 27 p.

Imagen 21. "Pepín" No.3418, Ilustración original de 1948,
Acervo personal de Sr. Sixto
Valencia. 27 p.

Imagen 22. "Pepín", Revista original de 1943, Acervo
personal del Sr. Sixto Valencia. 28 p.

Imagen 23 "Onomatopeya", La Historietica, 49 p

Imágenes 24 "Línea recta", "Línea vibratoria", "Línea
quebrada", "Línea vibratoria paralelas", para hacer
historietas, 50 p.

Imagen 24. "Gotas que parecen brotar del rostro hacia
fuera, para hacer historietas, 51 p

Imagen 25. "Primerísimo plano", La Historietita, 52 p

Imagen 26 "Primer plano", para hacer historietas, 52 p.

Imagen 27 "Plano americano", para hacer historieta, 52 p

Imagen 28 “Plano medio”, La Historietica, 52 p

Imagen 29 “Plano general”, La Historietica, 52 p

Imagen 30 “Angulo de visión medio, La Historietica, 53 p

Imagen 31 “Angulo de visión en picada, La Historietica, 53 p.

Imagen 32 “Angulo de visión en contrapicada, para hacer historietas, 54 p

Imagen 33 “Metáfora visualizada, para hacer historietas, 54 p

Imagen 34 “Figuras Cinéticas, ilustración del acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 56 p.

Imagen 35 “Onomatopeya”, La Historietita, 58 p.

Imagen 36 “De trazo grueso” y “Cuadrada vertical”, La Historietica, 60 p.

Imagen 37 a la 63, Acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 64-82 pp.

Imagen 64 y 65, La Historietica, 83-84 pp.

Imagen 66, Acervo personal del Sr. Sixto Valencia, 84 p.

Imagen 67 a la 71, La Historietica, 85-87 pp.

Imagen 72, Acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 87 p.

Imagen 73-75, La Historietica, 88-89 pp.

Imagen 76, Acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 89 p.

Imagen 77, Acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 90 p.

Imagen 78, Acervo personal del Sr. Sixto Valencia. 91 p.

BIBLIOGRAFIA

VILCHIS, E. Luz del Carmen, Diseño Universo de Conocimiento, 2ed., Centro Juan Acha A.C. México, 2002. 163 pp.

ESCALANTE, Pablo, Nueva historia mínima de México, El Colegio de México, A.C. México, 2004. 315 pp.

VAZQUEZ Modesto González, La Historietica, Editorial Promotora K, S.A., México 1981. 645 pp.

CARVAIS, Annie Barón, La Historieta, Fondo de Cultura Económica S.A. de C.V., México, 1989. 181 pp.

AURRECOECHEA, Juan Manuel, Puros Cuentos II, Historia de la Historieta en México (1974-1984), Editorial Grijalbo, S.A. de C.V., México, 1994. 185 pp.

AURRECOECHEA, Juan Manuel, Puros Cuentos III, Historia de la Historieta en México (1984-1994), Editorial Grijalbo, S.A. de C.V., México, 1994. 190 pp.

HERNES, Irene, Monos y Monitos, Historietas y Fotonovelas en México, Editorial Nueva Imagen, México, 1979. 318 pp.

GUBERT, Ramón, Literatura de la Imagen, Salvad Editores, S.A., Barcelona, 1973. 141pp.

GUBERT, Ramón, El lenguaje de los Comics, Ediciones Península S.A., Barcelona, 1979. 184 pp.

ACEVEDO, Juan, Para Hacer Historietas, 2º ed., Editorial Popular, México, 1986. 207pp. .

VIVES, Jordi, Dibujemos Comics, Editorial Labor, S.A., México, 1986. 112 pp.

SCOUT, Gillam Robert, Fundamentos del Diseño, 6 ed., Editorial Víctor Leru, S.A., Buenos Aires, 1973. 195 pp.

ALFIL, David, El Comic es algo serio, Ediciones Eufesa, S.A., México, 1982. 198 pp.

PÉREZ, Basurto Alejandro, historia del humor gráfico en México, Editorial Milenio, México, 2001. 229 pp.

SANCHEZ Agustín Gonzalez, Diccionario Biográfico Ilustrado de la caricatura mexicana, Editorial Limusa, S.A. de C.V., México, 1997. 285 pp.

