



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES ACATLÁN

Guía de Aplicación de la Historieta como Recurso
de Comunicación del Diseñador Gráfico

TESIS

Que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta

Mario Rodrigo López Zumaya

Asesor: Prof. Alfredo López Estrada

1º de Julio de 2009



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.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO



FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES ACATLÁN



LA HISTORIETA COMO RECURSO DE COMUNICACIÓN DEL DISEÑADOR GRÁFICO

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

Presenta

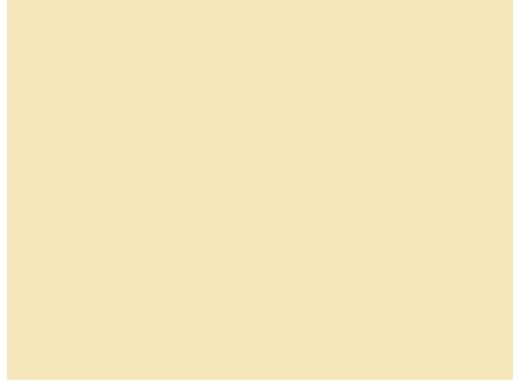
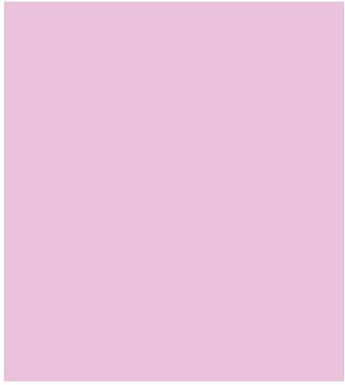
MARIO RODRIGO LÓPEZ ZUMAYA

Asesor: Prof. Alfredo López Estrada

1 de julio de 2009



**Guía de Aplicación de la Historieta
como Recurso de Comunicación del
Diseñador Gráfico**



Guía de Aplicación de la Historieta
como Recurso de Comunicación del
Diseñador Gráfico

Julio 2009

Diseño, maquetación y Portada

Mario Rodrigo López Zumaya *Lepilou*

www.lepilou.deviantart.com

55971187

México, DF.

*Dedicado a mi Madre, Sandra Luz Zumaya Ortiz[†], a quien le debo todo,
y a los muchos buenos amigos que colaboraron con este proyecto.*

*...cualquier estilo, cualquier enfoque, cualquier herramienta,
puede funcionar en un cómic si es adecuado para ti.*

Scott Mc Cloud 1992



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO 1 - Concepto y antecedentes de la historieta	
Definición de Historieta	15
Orígenes de la historieta	18
Historia de la Historieta en Estados Unidos	19
Historia de la Historieta en México	31
Historia de la Historieta en Japón	45
La industria de la Historieta en la Actualidad	60
Aplicaciones de la Historieta hacia un fin específico	62
Aplicaciones de la historieta como medio propagandístico	62
La historieta propagandística a través de la Historia	62
La Historieta como Recurso Didáctico	64
Comparación entre el dibujo humorístico y la historieta como recurso didáctico	66
Conclusiones	68
Fuentes y Bibliografía	70
CAPÍTULO 2 - Lenguaje y Metodología de la Historieta	
Características de la Historieta	75
El Lenguaje de la Historieta	75
Elementos Visuales del Código de la Historieta	77
Aplicaciones y Variaciones del Código de la Historieta	86
Recursos Visuales Narrativos de la Historieta	87
Elementos estructurales de la Historieta	99
Personajes	106
Proceso de Elaboración de una Historieta	114
Comparaciones entre Métodos de Producción	114
Una Metodología simplificada	119
La importancia del Aspecto Visual	124
Consideraciones finales sobre la elaboración de Historietas	131
Conclusiones	132
Referencias y Bibliografía	133
CAPÍTULO 3 - La Historieta y su Relación con otras Disciplinas	
Relación de la Historieta con el Diseño Gráfico	137
Integración del proceso de creación de la historieta en la metodología del diseño	139
La Historieta y el Dibujo Humorístico	142
Relación de la Historieta con la Ilustración	144
Conclusiones	147
Referencias y Bibliografía	148

CAPÍTULO 4 - Análisis de Aplicaciones de la Historieta como medio de Comunicación

Análisis de Aplicaciones	151
Caso 1: 2 De Julio ¡El cambio en México ya nadie lo para!	157
Caso 2: ¿Qué son las ITS?	161
Caso 3: ¡La historia de amor más grande del mundo!	164
Caso 4: Cuando el Hambre llama ¡Llama!	166
Caso 5: Dime cómo vives y te diré qué enfermedades tienes	169
Caso 6 Cuando los peores enemigos juegan sucio	173
Ejemplos con uso de algunos elementos de la Historieta	176
Caso A: Estrena además de año un automóvil	177
Caso B: El Nuevo Ace Limón	178
Caso C: ¿Qué Canijos es la Ley de Justicia Cívica? (Y que sanciona)	179
Caso D: Los expertos en acidez recomiendan Noax	180
Conclusiones Generales sobre los ejemplos	181
Referencias y Bibliografía	182

CAPÍTULO 5 - Aplicación Práctica con Ejercicios Reales

Problemas de comunicación a resolver	185
Proceso de análisis	185
Desarrollo Metodológico	186
Información aplicable para ambos problemas	187
Panorama general aplicado a ambos problemas	188
Desarrollo metodológico aplicado a ambos problemas	189
Caso 1: Proyecto Autoestima	193
Caso 2: Proyecto TDHA (Trastorno por Déficit de Atención con Hiperactividad)	204
Conclusiones	214
Referencias y Bibliografía	215

CAPITULO 6 - Conclusiones Generales

Conclusiones Generales	219
------------------------	-----

ANEXO- Material recopilado utilizado en los capítulos 4 y 5

Material de referencia del capítulo 4	223
Material de referencia del capítulo 5	237

INTRODUCCIÓN

En el pasado, hubo grandes periodos históricos donde, originado por los apenas nacientes métodos de impresión, toda la comunicación sobre papel se hacía solo con el uso de textos, y solo como objeto de refuerzo, en algunos casos, las imágenes. Con el avance de la tecnología, gradualmente se fueron incorporando una mayor cantidad de posibilidades de manipulación de los elementos aplicables en los soportes impresos, así, donde al principio solo se imprimía texto, hoy en día hemos llegado al punto en el cual la manipulación de imágenes, tipografías, colores, y todos aquellos recursos visuales que pueden ser reproducidos parece no tener límite.

La suma de todos estos avances históricos y tecnológicos a generado la aparición de profesionistas especializados en la creación de mensajes gráficos efectivos. Diseñadores Gráficos, Ilustradores, Diseñadores Editoriales, entre otros, son quienes debe ser capaces, auxiliados de su creatividad, de organizar visualmente en un soporte determinados elementos en función de la creación de un mensaje específico, solucionando un problema de comunicación.

Entre los muchos elementos de los que disponen estos profesionistas se encuentran entre otros, texturas, ilustraciones, fotografías, formas digitales, etc. Es mediante la práctica que cada diseñador adquiere conocimientos sobre la efectividad de usar un recurso frente a otro dependiendo del público.

No es lo mismo utilizar una ilustración que una fotografía, o un cartel en vez de un volante. Cada uno de los recursos existentes tiene un determinado impacto y cada soporte un alcance.

Por otro lado, los recursos visuales disponibles son en la actualidad tantos, que es común que no puedan ser dominados en su totalidad por una misma persona, no obstante, muchos profesionistas se esfuerzan constantemente por conocer e incluir nuevos elementos constantemente, pues esto crea una diferencia entre el mayor o menor logro del objetivo de comunicación planeado en un soporte.

Muchas veces, la falta de consideración de una determinada posibilidad para resolver un problema, esta originada en el desconocimiento de un proceso, como un sistema de impresión o la falta de habilidad para dibujar, como ejemplo, y en otros casos, por el simple desconocimiento de un recurso de comunicación, como podría llegar a ser por ejemplo, una presentación multimedia, una página de Internet o, en nuestro caso, una historieta, la cual es el tema central de esta tesis.

La historieta, es un recursos que aunque existente y es ampliamente utilizado por muchas personas, el desconocimiento de sus procesos y su lenguaje entro otros, la ha limitado como medio de comunicación.

Nuestro objetivo es entonces, darlo a conocer como uno de esos recursos visuales que un día podrían ser la respuesta perfecta a un problema de comunicación, y que gracias a la información, podremos utilizar adecuadamente.

Como todos los medios, tiene características que la hacen apta para algunas cosas y poco conveniente para otras. Trataremos de presentar aquí, de forma clara aquellos aspectos positivos y negativos, enfocándolos en el desarrollo y análisis de ejemplos. Además, se presentan los aspectos que pueden tener mayor relevancia para un diseñador, aunque cabe destacar que la historieta tiene una gran cantidad de elementos que se pueden estudiar, desde los diferentes géneros y estilos, hasta los muy diversos públicos que puede tener, lo cual requiere una investigación mucho más extensa, y va más allá de las limitantes de esta síntesis.

Esta investigación trata entonces, de presentar en orden de fácil comprensión diversos aspectos de la historieta, inicialmente enfocada a presentar un marco de referencia de esta, incluyendo su concepto, su desarrollo histórico y sus distintos usos, las características particulares de su lenguaje, y posteriormente su relación con otras disciplinas visuales como el diseño y la ilustración, para finalmente abordar el análisis y desarrollo de ejemplos.

Después de haber leído la totalidad de este documento, (lo cual apreciamos sinceramente) esperamos que la información presentada resulte productiva y ayude a resolver problemas visuales de comunicación, o al menos, sumando posibilidades visuales en el acervo creativo del lector. Esperamos entonces encuentren en la historieta una herramienta más que enriquezca la labor de cada persona interesada en la comunicación gráfica.



CAPÍTULO 1

Concepto y Antecedentes de la Historieta

Antes de hacer uso de algún recurso, es importante conocer sus limitantes. Precisar las características de la historieta nos permite estimar su utilidad. El contexto histórico nos permite conocer el impacto de la historieta en gran escala, desde un punto de vista histórico.

DEFINICIÓN DE HISTORIETA

Muy probablemente, la mayor parte de las personas, han tenido algún contacto con una historieta. También es probable que desde la primera vez que tratamos de leerla no tuviéramos problema alguno para entender su contenido, al menos claro, que fuésemos niños muy pequeños.

Aunque en esencia, una historieta es un medio de fácil comprensión, en lo que respecta a su definición es algo más complicado.

Podemos mencionar, por inicio, que la palabra historieta es equivalente al inglés *comic*, al francés *bande dessinée*, *manga* (まんが) del japonés y a la palabra *tebeo* en España, entre otras. Conceptualmente, podemos pensar en estos términos como sinónimos, y por ello nos referiremos indistintamente con cualquiera de ellos a lo largo de este texto.

Para definir qué es la historieta, al menos en términos generales, podemos citar algunas definiciones, como la de Roman Gubern (1973):

«...historia corta ilustrada cuya acción se sucede en diversas viñetas, en donde el texto de lo que cada personaje dice se encuentra encerrado en un globo o bocadillo que sale de su boca. Pueden estar divididas en tiras o episodios que se publican en los sucesivos números de un periódico o revista, o presentarse como historietas completas en un solo cuaderno o comic-book».

Otra definición común que podemos encontrar en algunos diccionarios es la de Annie Barón Carvais (1985):

«Es una secuencia de imágenes acompañadas de un texto en el que se relata una acción cuyo desenvolvimiento temporal se efectúa por saltos sucesivos de una imagen a otra si que se interrumpe el relato».

Estas definiciones se han ido modificando con el tiempo. Un referente importante y que, sin recurrir a ninguna consideración técnica puede claramente enmarcar este concepto, es la presentada por Will Eisner (1990), quien considera que la historieta (la cual llama arte secuencial) es:

«... es un medio creativo y de expresión, material de estudio en sí mismo y forma artística y literaria que trata de la disposición de los dibujos o las imágenes y palabras para contar una historia o escenificar una idea»...

Hoy día, una definición muy acertada y breve, que considera otras definiciones anteriormente planteadas es la de Scott Mc Cloud (1993):

«Comic: Ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencia deliberada con el propósito de transmitir información y obtener una respuesta estética del lector».

Estas definiciones engloban claramente el concepto de historieta, mas para facilitar su comprensión mencionaremos una que toca aspectos de su configuración. Estos nos permiten distinguir una historieta de otros medios que hacen uso de elementos este lenguaje, como la caricatura o la ilustración.

Rodríguez Dieguez (1986), creó una definición tomando en cuenta las características ya observadas por otros en aquel entonces. En base a su análisis concluyó que la historieta se puede definir por algunos rasgos formales que, aunque variables, son los más distintivos de este medio.



«Yo soy Lem» - Lepilou. Las historietas comunican gracias a la suma de diversos elementos visuales y narrativos, que revisaremos más adelante.



«Juancho, el pelosnecio» por FER publicado en la rev. El Chamuco No. 125. Esta revista utiliza la historieta como medio para acercarse aun publico plural, con la finalidad de aportar puntos de vista de política.

De forma resumida, los aspectos que él consideró relevantes sobre la historieta son las siguientes:

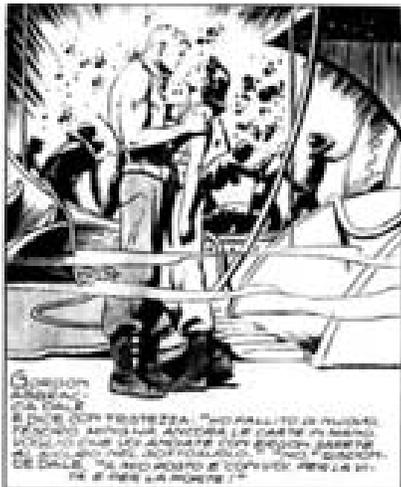
Es de carácter predominantemente narrativo, diacrónico, del mensaje En la historieta las viñetas narran una acción a través de una línea temporal, es decir, hay un antes y un después, la viñeta que leemos en ese momento es presente y a su vez se volverá pasado al leer la siguiente, que, a su vez tiene otra al frente que representa el futuro. Esta es precisamente, la diacronía (ya que existe un desarrollo temporal).

Por otro lado, cabe mencionar que cada viñeta tiene la posibilidad de ser *sincrónica*, es decir, que en ella pueden representarse la sucesión de varias cosas al mismo tiempo, por ejemplo, puede mostrar distintas etapas de un mismo movimiento, o también a alguien que hace algo en un primer plano, mientras al fondo suceden otras cosas.

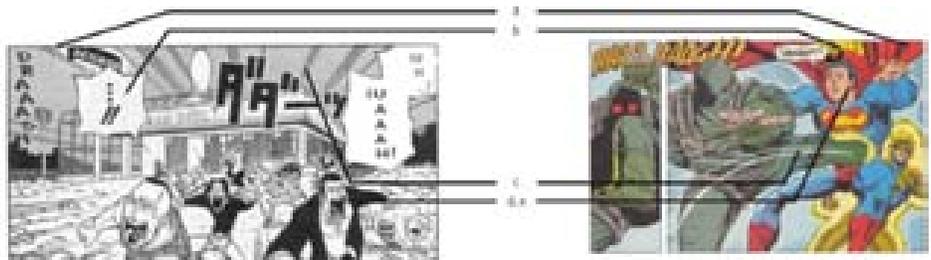
Integra elementos verbales e icónicos Considera representativo también la integración de ambos elementos; los elementos verbales que corresponden a todos los diferentes tipos de textos que aparecen en las historietas, como los textos en didascalias y las onomatopeyas (conceptos que veremos más adelante), y los elementos icónicos que son las formas en las cuales estos textos se representan, como son los diferentes tipos de didascalias, las diferentes formas de los globos de dialogo, y la forma en como se representa particularmente cada onomatopeya para enfatizar su sentido.

Utiliza una serie bien definida -en sus aspectos básicos- de códigos y convenciones

Al hablar de códigos, se refiere a la utilización de un catálogo determinado de elementos previamente definidos de entre los cuales se escogen unidades para elaborar mensajes, es decir, que la historieta tiene una serie de elementos comunes –hasta cierto punto- de



«Flash Gordon» (Alexander Gillespie, Raymond) 1940. Imagen Sincrónica. En el primer plano de esta ópera espacial se encuentra Flash Gordon abrazando a Dale Arlen mientras que en el fondo camina un ejército abatido. Nótese la lectura más lenta de esta imagen.



los cuales se sirve el historietista para dar a entender su mensaje, con la premisa de que el lector ya conoce el significado de ellos y lo reconocerá.

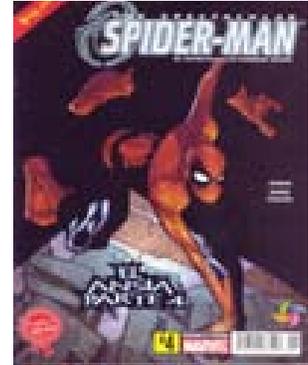
Como una aproximación a los códigos específicos de la historieta, distingue los siguientes:

- A) La viñeta como primer elemento
- B) El globo y sus elementos analíticos: el globo en sí, el delta direccional, el contenido (verbal o no verbal). Etc.
- C) Las indicaciones de movimiento, los códigos cinéticos, que revisten una amplísima variedad de modos y estilos.
- D) La expresión gestual de los personajes, los modos de poner en evidencia la situación anímica de los mismos: alegría, enfado, astucia, etc.
- E) Cabe diferenciar igualmente en la historieta una línea que iría desde el máximo realismo del personaje o personajes hasta la abstracción que supone la caricatura. Constituiría los que podríamos denominar el «nivel de iconicidad» de las ilustraciones.

Su realización se efectúa tendiendo a una amplia difusión, a lo cual suele subordinarse su creación El crear una historieta por lo general esta ligado a su difusión, no se crea una historieta si no es para un número considerable de lectores, a lo cual muy comúnmente se encuentra supeditada su creación. Roman Gubern dice al respecto «Un comic producido en el taller de dibujante, pero no multiplicado mediante el proceso de impresión, no es todavía un verdadero comic». Lo cual reafirma lo antes mencionado.

Su finalidad es predominantemente distractiva. En sus inicios, la historieta fue creada con esta pura intención, misma que por lo general se ha mantenido el grueso de su producción, aunque, como él mismo menciona «esto no supone, ni mucho menos, que no puedan producirse fenómenos de traslación de objetivos» refiriéndose a que no es su única posible finalidad, puede seguir siendo distractiva y además poder tener otros objetivos detrás como por ejemplo, los didácticos o propagandísticos, en los cuales no deja de ser distractiva y además, puede conducir la ideología de las personas hacia determinados objetivos.

Todas estas son entonces, características que encontramos en aquellas que se llaman historietas propiamente. No esta de sobra mencionar que no siempre esta presentes todas estas características, pues existen aquellas historietas que, por ejemplo, no presentan elementos textuales, o como veremos, no tienen una finalidad predominantemente distractiva.



«El Increíble Hombre Araña» (Arriba) Comúnmente, las historietas han tenido una finalidad casi exclusivamente distractiva, aunque también ha sido utilizada con otros fines, como en «¿Piensas Votar?» (Abajo).

«Condorito» René Ríos (Pepo) Historieta cómica con único fin distractivo.





«Ally Slopers Half Holliday.» (Charles Ross)
Apareció por primera vez en 1867. Fue uno de los primeros personajes reconocibles de historieta, en Inglaterra.



Reimpresiones modernas que representan las «broadsheets» antiguas.

Una de las primeras historietas, creada por Christophe.

En este punto, tenemos una idea aproximada de que es una historieta. Esta mera definición teórica no nos dice por sí misma todo lo que debemos saber sobre lo que es una historieta y, para mejorar la comprensión de este concepto vamos a introducirnos un poco en los aspectos históricos que la originaron, de tal suerte que al final no solo tendremos un concepto más definido de lo que es una historieta sino que además, ampliaremos nuestro conocimiento acerca del impacto social que ejerce en la actualidad, especialmente como medio de comunicación. Ahora, nos adentraremos en el proceso histórico de la historieta.

ORÍGENES DE LA HISTORIETA

El proceso histórico que dio origen a la historieta contempla una gran cantidad de información que no es fundamental para nuestro estudio. Nuestro objetivo es, únicamente mostrar a grandes rasgos algunos hechos que, dada su importancia, fueron claves para el subsecuente origen de este medio, en la forma como lo conocemos hoy en día. De entre estos, existen aquellos que influyeron de forma directa, y aquellos que impulsaron de algún modo su creación. Dentro de los segundos, se encuentran los hechos relacionados con el origen de las revistas.

En Inglaterra, se desarrollaron las «broadsheets» (láminas de papel), que eran producidas de forma anónima. Consistían en una hoja de papel o pergamino impresa por un solo lado, que abordaba típicamente temas religiosos o actuales.

A mediados de 1880 hubo un significativo parteaguas tecnológico, los avances en los procesos fotográficos hicieron posible por primera vez la reproducción de facsímiles extraídos de un original, lo que reducía el costo de impresión, abriendo el camino a publicaciones más baratas.

Finalmente, los avances en la forma de vender, al incrementarse entre los editores el concepto de «revistas» que consistía en vender varias hojas juntas, algo que se convirtió en algo más financieramente viable.

Al existir las publicaciones periódicas, poco a poco se fueron especializando sus contenidos, dando origen a las publicaciones de corte humorístico. De estas es de donde se comienza a abrir el camino del desarrollo para los diversos elementos que, posteriormente se transformaron en la historieta.



La historieta, como la conocemos hoy día, es el resultado de un lento proceso en el que se le fueron sumando los elementos que ahora la componen. Este se dió en varios momentos de la historia y fomentados por alguna idea particular de un autor, o bien como consecuencia de un fenómeno cultural, político o social, de tal forma que podemos recurrir a la presentación de algunos sucesos importantes a fin de crear un panorama general sobre su desarrollo a través del tiempo.

Como un referente, a continuación mostraremos una lista de sucesos reelevantes. Para la mejor comprensión de ellos, serán presentados de forma cronológica. Cada tabla, además de sucesos importantes, también menciona aquellas obras que, gracias a otros medios como el cine o la televisión, podemos reconocer en la actualidad. Esta inclusión tiene la finalidad de concientizar sobre la penetración cultural de este género hasta nuestros días.

De igual modo, para facilitar la comprensión de esta lista de sucesos, está dividido de acuerdo con zonas geográficas, incluyendo la de nuestro país, en un total de tres listas. La primera corresponde a los aspectos importantes ocurridos en los Estados Unidos, pues es aquí donde encontramos su origen. La segunda corresponde al desarrollo en nuestro país, y la última corresponden a la forma en como se desarrolló en Japón, que consideramos conveniente incluir dada su influencia en México y el resto del mundo.

DESARROLLO DE LA HISTORIETA EN ESTADOS UNIDOS

Es en este país donde la historieta comienza y se expande. Es claro que, las ideas que originaron a tal medio no solo se desarrollaron en este país, sino que casi al mismo tiempo, en Europa, se comenzaron a crear obras que también se consideran antecedentes de la historieta. Por otro lado, el éxito comercial en los diarios norteamericanos fue el suceso que marcó su difusión y el interés de varios artistas por sumarse a dicho medio.

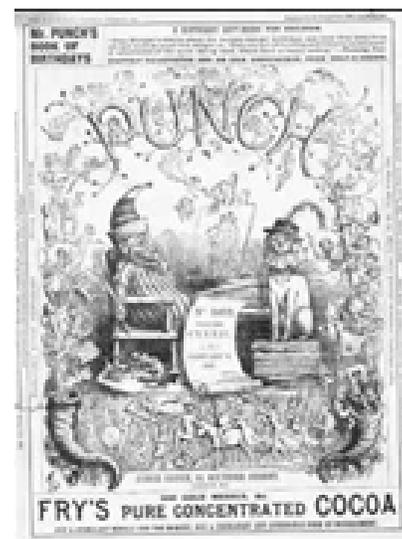
Recalcamos que está fuera del alcance de estas tablas incluir todos los fenómenos que históricamente son destacables, sin embargo, hemos seleccionado aquellos que nos permiten entender claramente su desarrollo y los sucesos influyeron en este fenómeno de comunicación.

Año	Autor o autores, excepto cuando es un dato histórico.
"Título de la obra"	
- Información relevante.	

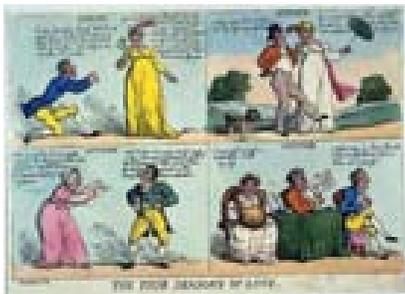
1850
 Un avance significativo en el desarrollo de fotoprocesamientos hizo posible, por primera vez, la reproducción de copias extraídas de un dibujo. Esto redujo costos a los editores, abriendo el camino para copias más baratas.



«Judy» Esta es la apariencia de una de las primeras revistas, Nótese la aparición de texto en la mayor parte de la superficie.



«Punch» (1867) Cubierta de una revista Inglesa popular en su época.



«The Four Seasons of Love» (Thomas Rowlandson). Pionero Ingles de la narración de historias con imágenes.

San Francisco Academy of Comic Art Collection, The Ohio State University Cartoon Research Library.



Un ejemplo de «Hogan's Alley».



Personajes de James Swinnerton de «Little Bears & Tigers».

1884	Gilbert Daziel
«Ally Sloper's Half Hollyday» - Utiliza por primera vez un personaje regular, tanto femenino como masculino.	
1892	Jammes Guilford Swinnerton
«Little Bears & Tlgers» Al igual que Ally Slopers, es considerada antecedente de la historieta por la aparición de personajes regulares.	
1894 (noviembre)	Richard Felton Outcault
«The origin of a new species, or the evolution of the cocodrile explained» (La evolución del cocodrilo explicada) - Es considerada por varios autores como el verdadero origen de la historieta como la conocemos en la actualidad, con fines comerciales.	
1895 (17 de julio)	Richard Felton Outcault
«Hogan's Alley» - La necesidad de incluir textos para expresar los pensamientos o sentimientos lo condujo a la técnica de inscripciones en paredes, pancartas, letreros, y muy particularmente, sobre la camisa del personaje central (más tarde llamado «Yellow Kid») Es considerado un diáfano antecedente del globo de diálogo.	



«Li Hung Chang visit Hogan's Alley» (Outcault) Septiembre 1896. Los personajes se expresan por inscripciones. Aunque ya antes se ha utilizado un globo de diálogo.



Yellow Kid; «The great Dog Show in Mac Googan Avenue» Esta es la primer imagen conteniendo un globo de diálogo, (Vease el loro en la ventana).



Yellow Kid; «The Yellow Kid and his new Gramophone» (San Francisco Academy of Comic Art Collection, The Ohio State University Cartoon Research Library) Es la primera tira comica con globos en todos los personajes.

1896 (16 de febrero)

«Hogan's Alley: The great dog Show in Mc' Googans avenue»

- Aparece por primera vez el personaje central en color, con su característica camisa amarilla que le daría el nombre (Yellow Kid).

-Contiene un globo de diálogo «transparente» que sale de la boca de un loro.

1896 (17 de octubre)

Comienza a trabajar en el «New York Journal», en donde su Jefe, Rudolph Hearst, es quien le pide que convierta la gran viñeta de Yellow Kid en una secuencia de viñetas consecutivas que articulen una breve narración en realidad un chiste visual o «gag».

1896 (25 de octubre)

Richard Felton Outcault

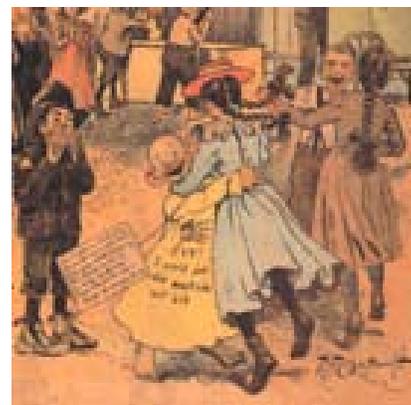
«The Yellow Kid and his new Gramophone»

-Es el primer cómic con globos en todos los personajes, incluyendo a Yellow Kid, en este punto además estos adquieren en esencia su forma definitiva.

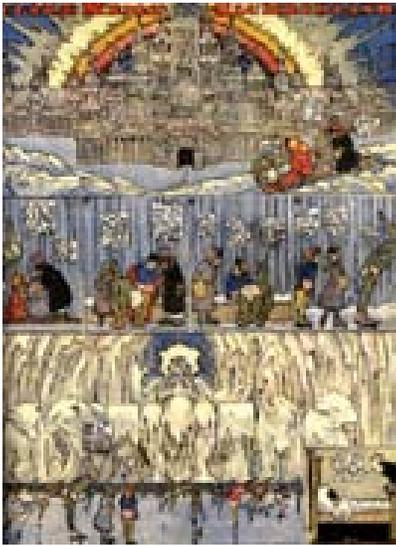
1900

Richard Felton Outcault

En el censo de este año, es la primera vez en los Estados Unidos que los habitantes urbanos superan en número a los rurales. Esto explica porqué la mayoría de las historietas están enfocadas a este grupo.



«Yellow Kid» En un principio, las funciones del globo fueron ocupadas por textos en distintas partes de la viñeta..



«Little Nemo in Slumberland» (Windsor Mc Kay) Tiene una clara influencia del Art Nouveau.



«The Kin-der- Kids» (Lyonel Fenninger) Uno de los primeros autores perteneciente a la primera década del s. XX.



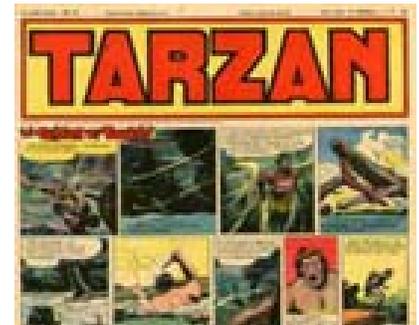
Dibujo de Lyonel Fenninger, en «The Kin-Der-kids».



«Krazy Kat» Ignatz, es el ratón quien siempre lanza ladrillos a Krazy, el gato.

1905	Richard Felton Outcault
«Little Nemo in Slumberland» -Introdujo la utilización de diferentes planos y argumentos inteligentes. -Estuvo influenciado además, estilísticamente por el Art Nouveau.	
1906	Lyonel Fenninger
«The Kin-Der-Kids»	
1907	Windsor Mc Cay
Quedan establecidos definitivamente los «Sunday Comics» es decir, la producción de historietas de forma regular en los diarios de los domingos.	
1907	Bud Fisher
«August Mutt» (Nombre del personaje que aparecía en la tira sin título) -Fue el primero en producir una tira cómica exitosa en un diario deportivo.	
1910	George Herriman
«Krazy Cat» (La gata loca) -Fue una de las publicaciones más exitosas, por su contenido profundo. Utiliza como personajes principales a un gato y a un ratón que actúan y se conducen como personas.	
1917	Sydney Smith
«The Gumps» -Son un ejemplo de «family strips», que son las historietas que recogen episodios hogareños como expresión de respeto a la familia.	
1918	Frank King
«Gasoline Alley» - En esta historieta, los personajes envejecen por primera vez.	

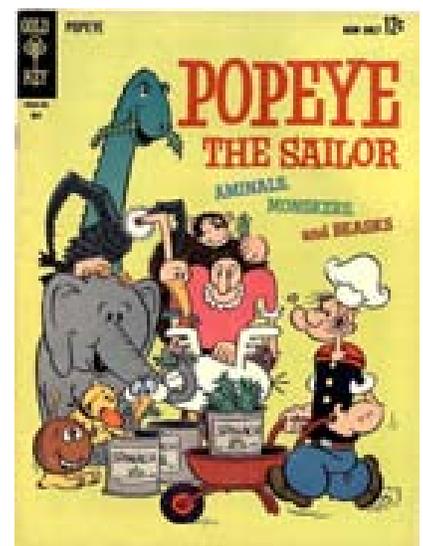
1920	Otto Mesmer
«Felix The cat» (El gato Felix)	
1924	Harold Gray
«Little Orphan Annie» (Anita la Huerfanita)	
1929	Helsie Crisler Segar
«Popeye The Sailor» (Popeye el Marino)	
-Fue utilizado en 1939 para reclutar jóvenes y sumarse al ejercito.	
1929	Harold Foster (guionista) Rex Manson (Dibujante)
«Tarzan»	
-Esta basada en una novela de Edgar Rice, publicada en 1912.	
1929	George Delacorte (Propietario de la cía. - Dell Publishing Co.-)
«The Funnies»	
-Apareció como estímulo para los compradores de productos de la marca -Procter & Gamble-.	
-Contenía comics a cuatro colores, se publicaron 13 números y es considerado un experimento pionero e los comic books.	
1930	Walt Disney (Idea Original)
«Mickey Mouse»	
-Es en este año cuando sale de las series animadas, y se incorpora a la historieta.	
1931	<i>Efectos de la gran depresión</i>
<i>Los efectos combinados de la depresión y de la ola de crimen engendrada a raíz de la enmienda 18 de la constitución (que prohibía el transporte, fabricación y comercialización de bebidas alcohólicas) había convertido a EE.UU.. en una jaula dominada por los espectros de la miseria y el asesinato.</i>	
1931	<i>Epoca de la aventura</i>
<i>A partir de este año, las historietas dejan de estar enfocadas centralmente en hacer reír, y comienzan a proliferar aquellas con contenidos enfocados hacia la aventura. La representación en esta época es predominantemente figurativa, en contraste con la de la época anterior, donde el dibujo de los personajes concordaba con la intención de hacer reír, y por tanto, era más caricaturesco.</i>	
1931	<i>Aparición de los «Dirty Comics»</i>
<i>Estos hacen parodias de los más famosos personajes de historieta (Lorenzo y Pepita, Goofy, entre otros) ubicándolos en explícitas escenas sexuales.</i>	
1931 (11 octubre)	Chester Gould
«Dick Tracy»	
- Su aparición crea el antecedente para las películas de gángster producidas por Warner Bros.	
1933	George Janosik, Harry Wildenberg, M.C. Gaines
«Funnies on Parade»	
- Esta obra fue impresa en el formato que conocemos actualmente de 8 x 11 pulgadas. Fue una de las pioneras.	



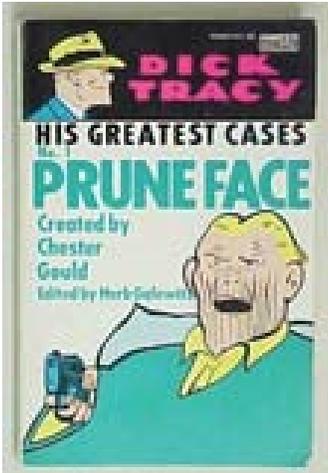
"Tarzán" Es una publicación cuyo estilo, a diferencia de los anteriores, trata de ser realista y detallado.



"El Gato Felix".



Portada de "popeye the sailor".



«Dick Tracy», fue la primera obra en presentar villanos con características particulares. Originalmente, se basó en los sobrenombres de gangsters.



Mickey Mouse fue dibujado por primera vez en 1928.

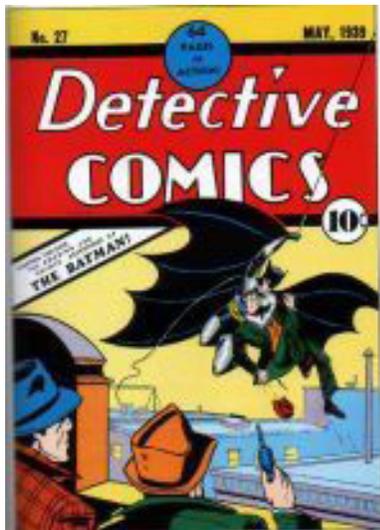


Ejemplo de «Dirty Comics», utilizando a Pilón y a Popeye.

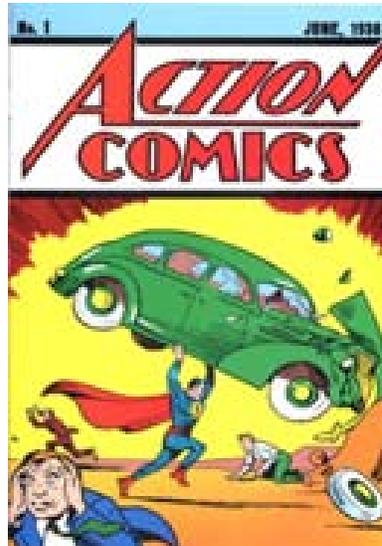


«Flash Gordon», Una serie fantástica desarrollada en Mongo, un mundo fantástico dominado por un tirano llamado «Mink».

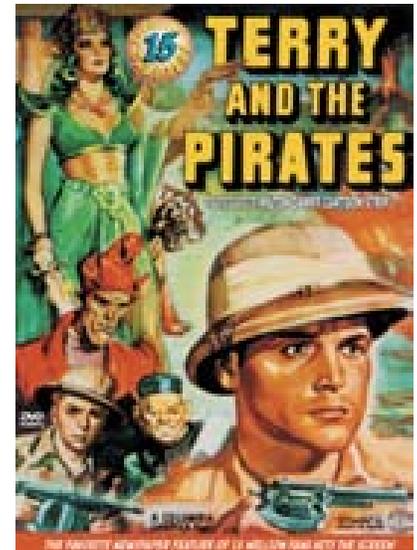
1934	Alex Raymond y Dan Moore
«Flash Gordon»	
- Una obra célebre por su estilo, con pocos globos y viñetas que destacaban los aspectos heroicos de sus personajes, entre otras características.	
- Otras de sus obras son «Jim de la selva» y «Agente Secreto X».	
1934 (11 de junio)	Lee Falk
«Mandrake»	
- Introduce el concepto de capa en los personajes centrales.	
1934	Milton Caniff
«Terry & The Pirates»	
- Después de Windsor Mc Kay, otro de los pioneros en utilizar la estética cinematográfica adaptada a historieta.	
- Se trata de una historieta de acción y aventura.	
1934	Marge Hendelson Buell
«Little Lulú» (La pequeña Lulú)	
- Fue Publicada hasta 1947, posteriormente se convertiría en animación.	
1934	Mac C. Gaines (Idea Original)
«Famous Funnies»	
- Reimprime tiras cómicas aparecidas en diarios con anterioridad, fue editada por Easter Color Printings.	
- Fue el primer cómic en ser comercializado, a un costo de 10 c de dólar.	
1935	
«New Comics»	
- A diferencia de las anteriores, esta fue la primera en contener historietas creadas específicamente para esta publicación.	
1936 (17 de febrero)	Ray Moore
«The Phantom» (El fantasma)	
- Es el primer personaje en utilizar ropa pegada al cuerpo, considerado como el primer héroe y «costume hero» (héroe disfrazado), es una especie de «divinidad invencible».	
- Los comics de superhéroes, con la finalidad de acentuar su identidad diferenciada, adoptaron de «The Phantom» la idea del uniforme emblemático y fantasioso.	



Portada del No. 1 de «Batman» de 1939.



Superman adoptó elementos de héroes anteriores, como la ropa adherida al cuerpo y la capa.

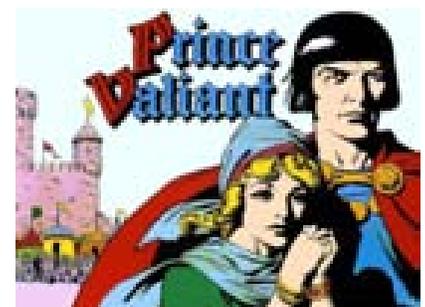


Aunque inicialmente solo era una tira cómica, posteriormente obtuvo su propia publicación.

1937	Harold Foster
«Prince Valiant» (El Príncipe Valiente).	
1937	
«Detective Comics» edita un Comic Book que es todo un libro aparte.	
1938 (Junio)	Jerry Siegel (guión) y Joe Shuster (dib.)
«Superman» - Aparece por primera vez en "Action Comics" no. 1.	
1939 (Mayo)	Bob Kane
«Batman» - Aparece en el no. 27 de "Detective Comics" (Hoy DC comics).	
1939 (Noviembre)	Stan Lee Jack Kirby
«Human Torch & The Submariner» - Primer número de «Marvel Comics».	
1940	Will Eisner
«The Spirit» - A diferencia de los héroes antecesores, la cualidad de su personaje principal es no poseer ningún poder sobrehumano.	
1940	Dell (Editor)
«Walt Disney's Comic & Histories» - Logró publicar los personajes gracias a un contrato con los estudios Disney. - Se publicó durante 22 años.	
1941	
El Psiquiatra F. Wherham estudia la influencia de las historietas sobre la psiquis de los niños, y las acusa de ser un «genio malo». Las protestas del doctor mueven al subcomité sobre delincuencia juvenil del senado de los E.U. con lo cual se crea un «Comic Code Authority», sin el cual no pueden aparecer las revistas.	
1941	C.C. Beck y Bill Parker
«Captain Marvel» - Es una imitación de Superman, desaparece en 1953 tras perder un juicio por plagio.	



Mandrake, el personaje que introduce el concepto de capa a los super héroes, la adopta dada su condición de mago.

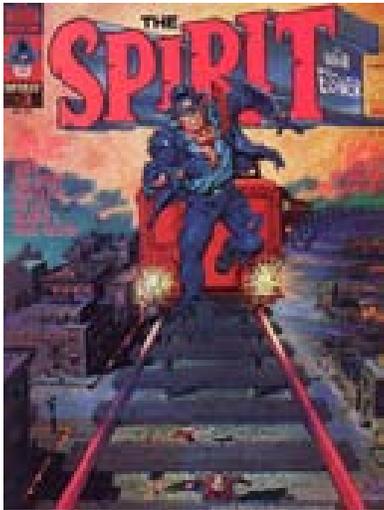


Prince Valiant

Mantenia al igual que Tarsán, un estilo donde se destacaban las fortalezas de su héroe.



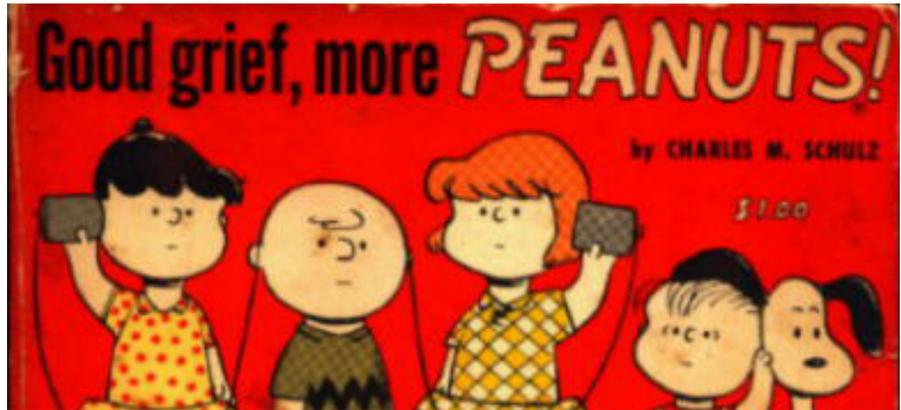
Al decir la palabra «Shazam», el Capitán Marvel se transformaba en un héroe muy parecido a superman.



Will Eisner, autor de «The Spirit», es reconocido mundialmente por sus aportaciones teóricas a la gráfica secuencial.



«Captain America» (Capitán América) una historieta cuya creación fue alentada por la guerra.



«Peanuts» por Schulz.

1941	Jack Kirby y Joe Simon
«Captain América»	
- Es creado con la intención de elevar el espíritu nacional, razón misma por la cual porta los colores de su bandera nacional.	
1942	William Moulton Marston
«Wonder Woman» (La mujer Maravilla)	
- Su autor, es un psicólogo conocido por su participación en la invención del polígrafo.	
1944	
Todos los periódicos de la época sirven de soporte para las historietas, lo que explica la diversidad de categorías de sus lectores.	
1950	Charles M- Schulz
«Peanuts» (Charlie Brown)	
- A diferencia de las tiras cómicas que le precedieron, en esta los protagonistas son niños que actúan como adultos.	
1952	William Gaines
«Mad» (Revista de historietas)	
- Ofrece sátira de los diversos elementos de la cultura norteamericana «pop».	
1954	José Sanchis Graw
«Pumbie the happy cat»	
1955	Theodor Seuss Geissel
«The cat in the hat» (El gato en el sombrero)	
- Esta historia se hizo a partir de un libro escolar ilustrado del mismo autor.	
1956	Mark Silvestri, David Wohl, Brian Harbelin y Michael Turner (guión) Michel Turner (dib.)
«Avengers»	
- En esta historieta Marvel Comics presenta juntos a sus heroes más famosos: «Ant Man (el hombre hormiga)», «Wasp» (La avispa), «Iron Man» (El hombre de hierro, «Thor» y «The Hulk», al igual que otros heroes menos conocidos, todos liderados por su héroe más conocido, «El Capitan America».	
-Es publicado hasta la actualidad (2008).	
1958	
Surgen los comics underground, una nueva ola de comics de humor inspirados en los hippies que asestaron sobre objetivos políticos y sociales, como el sexo, las drogas, el rock y protestas contra la guerra. Por esta razón estos comics fueron conocidos como «comix», para poder diferenciarlos de los de la corriente principal, y enfatizar su clasificación «X».	

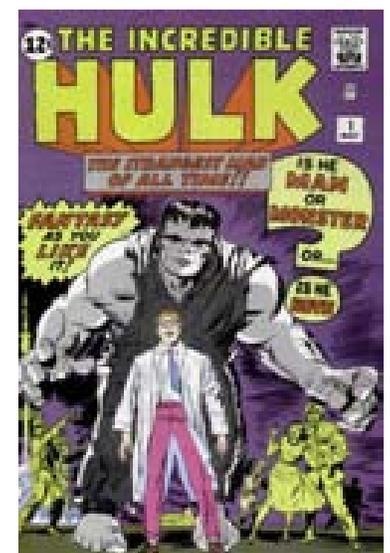
1960	Gradner Fox (guión) Mike Sekowsky
«JLA» (<i>Justice League of America</i>)	
- El inicio de esta historia se encuentra en la historieta «The Brave and the Bold» #28.	
- En ese mismo año obtiene su propio título, siendo uno de los más vendidos de DC cómics.	
- En 1984 se substituyeron e incluyeron otros nuevos personajes más jóvenes, tratando de emular el éxito obtenido con otra de sus producciones: «The new teen titans». Pese a estas variaciones y a la re introducción de «Batman» en el no. 250, la serie dejó de publicarse en el no. 261.	
1961	Stan Lee y Jack Kirby
«Fantastic Four» (<i>los cuatro fantásticos</i>)	
- Crea uno de los primeros héroes que no es apuesto, sino feo y sin máscara.	
- A diferencia de los anteriores, estos están dotados de una vida y personalidad propias.	
1962 (marzo)	Stan Lee y Steve Ditko
«Spiderman»	
- Apareció por primera vez en «Amazing Fantasy» #15 y es uno de los personajes de super héroes más reconocible.	
1962 (mayo)	Stan Lee
«The Incredible Hulk» (<i>Hulk el hombre increíble</i>) y «Thor»	
1963 (marzo)	Stan Lee, Larry Lieber y Donald Heck
«Iron Man»	
- Apareció por primera vez en «Tales of Suspense» #39.	
- En mayo de 1968 comenzó a publicarse su propio comic book.	
1965	Robert Crumb (Comix)
«Fritz the Cat» (<i>El Gato Fritz</i>)	
- Aparece por primera vez en la revista «Help» , #22 titulada «Fritz comes on strong».	
1968	Robert Crumb (comix)
«Zap Comix»	
- Es uno de los comix underground mejor conocidos	
- Es considerada el modelo de revista de historietas «underground».	
1968	Stan Lee y Bill Everet
«Daredevil»	
- Stan Lee sugirió a Everett que continuara la serie detenida en 1941, de Charles Biró.	
1969	Stan Lee y Jack Kirby
«X Men» (<i>Los hombres X</i>)	
1969	Frank Foolbert Sturgeon
«The great adventures of Jesus» (<i>Las grandes aventuras de Jesús</i>)	
- Es considerado por varios el primer comic underground.	
1970	Roy Thomas (guión) Barry Smith (Dibujo)
«Connan The Barbarian» (<i>Conan el bárbaro</i>)	
- Marvel Comics lo publica a partir de una novela de Howard.	



Descripción de «Fritz the Cat» Realizada por su autor, Robert Crumb.



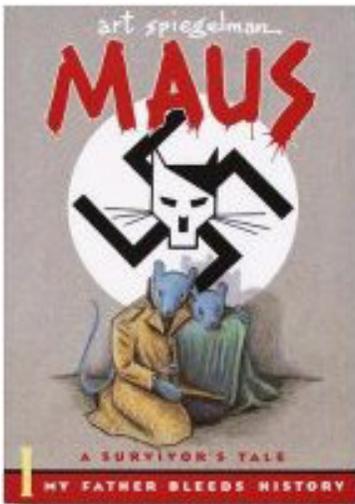
«Amazing Fantasy» No. 15 Primera aparición de «Spiderman».



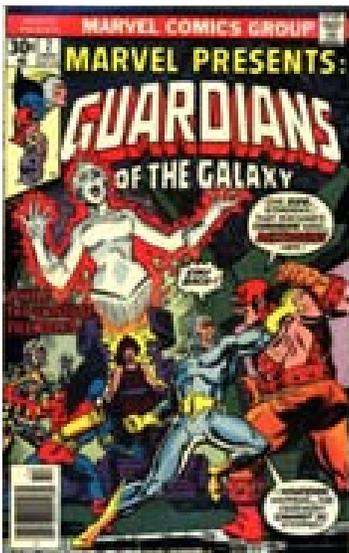
Primera aparición de «The Hulk» en su propio número.



Primer tira de «Garfield» 19 de junio de 1978.



Portada de «Maus» de Art Spiegelman.



Primer comic en el cual existe una escena sexual explícita.

1971

Se actualiza el código de 1959, perjudicando a la prensa «underground», pues esta deja de ser marginal. Debido a este hecho los comics pueden abordar desde entonces temas como el sexo, la seducción, drogas, etc, pueden mostrar simpatía por criminales y hasta dudar de las autoridades.

1973

Art Spiegelman

«Maus»

- Es una historia que trata sobre la vida en los campos de concentración, en ella a los judíos son representados como ratones, ya los soldados alemanes como gatos.

1976

La imagen propia de los comix cambia a la llegada de la corriente «punk».

1976

Steve Gerber (historia) Al Milgrom y Bob Wiacek (dibujo)

«Marvel Presents:» #7

- Es la primer historieta de la corriente principal en contener una escena con contenido sexual explícita.

1977

Doug Potter, Mike Roberts, Al Decoren, Ripp, entre otros.

«Doctor Wirtham's comix & Histories»

- Es una parodia burlona sobre el autor del libro «Seducción del inocente».

1978

Jim Davis

«Garfield»

1979

En este periodo comenzaron a declinar las ventas de las historietas den general, las compañías de comics no podían seguir tomando riesgos, Argumentaron entonces que esta industria solo podía seguir siendo rentable por medio de los personajes reconocibles.

1981

James O'Barr.

«The Crow» (El Cuervo)

- Es esta misma historia la que años después es la base de una película del mismo nombre.

1982

Mike Richardson

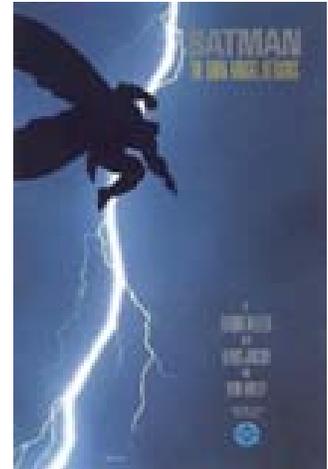
«The Mask»

- Al igual que «El cuervo» de esta también derivó una película.

1986

Comienza a cobrar fuerza la imagen de los «anti héroes» por tanto, personajes como «The Punisher», «Wolverine» o «Spawn» se renuevan ante el público.

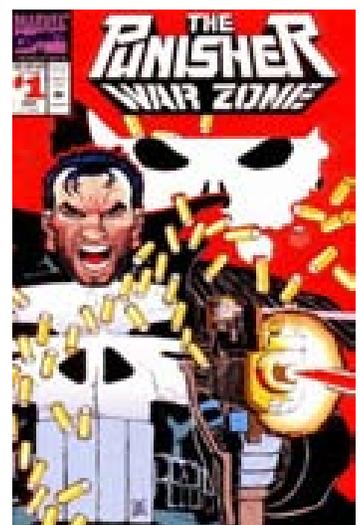
1986 (enero)	Mike Zeck y Steven Grant
<p>«<i>The Punisher</i>»</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es retomado de «Spiderman» en el cual fue publicado por primera vez en el no 129 de febrero de 1974. - Es un antihéroe el cual considera que el asesinato, el secuestro, la extorsión, la coacción, los tratos violentos y la tortura son formas aceptables de combatir al crimen. 	
1986 (febrero)	Frank Miller
<p>«<i>Batman: The dark knight returns</i>» (<i>Batman: el caballero de la noche regresa</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es redibujado y actualizado, dejando atrás la imagen de los años 60's. 	
1974 (octubre)	Len Wein John Romita Sr
<p>«<i>Wolverine</i>»</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aparece por primera vez en la última página de «<i>The incredible Hulk #180</i>, y se incorpora a «<i>The X Men</i>» en 1975. - Es uno de los personajes más exitosos de Marvel Comics, y su culto puede compararse con el de «Spiderman» o «Superman». 	
1988	Edit. Dark Horse Comics
<p>«<i>Alien</i>»</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fueron proyectados inicialmente como una secuela de la película del director James Cameron «<i>Alien</i>». - Con la muerte de los personajes protagonistas de la serie en la película «<i>Alien 3</i>» la serie ya no era más una secuela. - »Dark Horse Comics« cambió los nombres de los personajes para futuras impresiones de esta historieta. 	
1987	Edit Marvel Comics, (primera serie de 23 números)
<p>«<i>Robocop</i>»</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al igual que otros títulos de la época, este también estaba basado directamente en la producción cinematográfica. - Similarmente, también se crearon títulos combinados como «<i>Robocop vs Terminator</i>» (de Frank Miller), adaptaciones de las películas 2 y 3 además de otras 4 series individuales. 	
1988	Stan Lee
<p>«<i>The Terminator</i>» (<i>Terminator</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se originó gracias al éxito de la película, y se planeo como una secuela. - Fue publicada por «New Comics» y se constituye por 17 números. 	
1989 (junio)	Mark Verheiden (guión), Chris Warner (dibujo), Sam de la Rosa (tinta)
<p>«<i>Predator</i>»</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consta inicialmente de una serie de 4 números, de los cuales el último en el cual aparece como único personaje central fue publicado en 1999. - A aparecido en lucha junto con otros personajes como «<i>Alien</i>», <i>WhitchBlade</i>», «<i>Batman</i>», «<i>Magnus Robot Fighter</i>», «<i>Tarzán</i>», «<i>Justice League of America</i>» (JLA), «<i>The Terminator</i>» (<i>Terminator</i>), «<i>Superman</i>», entre otros. 	
1989	Randy Stradley (guión) Phill Norwood (dibujo) Karl Story (tinta)
<p>«<i>Alien vs Predator</i>» (<i>Alien contra Depredador</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir de entonces, se han creado al menos 5 series en historieta, como «<i>Alien vs Predator: Booty</i>» (inicios), «<i>Alien vs Predator: Eternal</i>» (Eterno) o «<i>Alien vs Predator: Thrill of Hunt</i>» (El reto de la cacería), etc. 	



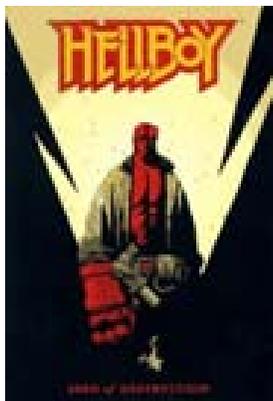
Cubierta de «*Batman: The Dark Knight Returns*» (1986).



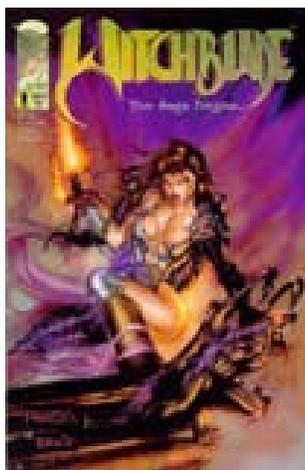
Primer numero especial de *Wolverine* (1982) Dibujado por Frank Miller.



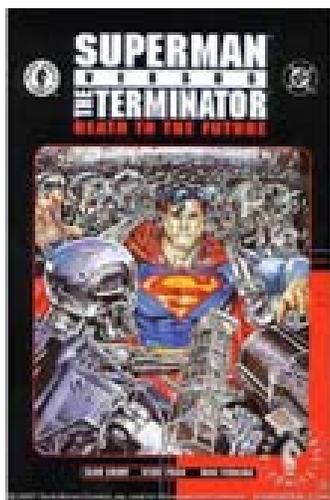
«*The Punisher* es un personaje que corresponde a los «*Anti Heroes*», personajes cuya conducta no es ejemplar, y sin embargo los resultados de sus acciones si lo son.



«Hell Boy» es el primer trabajo reconocido de Mike Mignola, el autor de la historia y al mismo tiempo el guionista.



«WitchBlade» #1 Uno de los elementos más destacados de esta historieta es su estilización y proporciones de los personajes.



«Superman» durante la década de los 90's se enfrentó a muchos héroes de películas, como alien, depredador, o terminator.

1991	Frank Miller
«Sin City»	
- Retoma el género negro, un género que ya se consideraba terminado.	
1992	Todd Mc Farlane (guión, dibujo, tintas, lápices y cubierta)
«Spawn»	
- Su nuevo autor, Todd Mc Farlane, es un artista cuyo estilo es tan característico que se han creado varios objetos de mercadotecnia a partir de su arte, principalmente «figuras de acción» y juguetes.	
1994 (marzo)	Mike Mignola
«HellBoy»	
- Su primera serie, consta de 14 números.	
- Al año siguiente de su aparición ganó el premio de mejor novela gráfica.	
- En 1998 ganó el premio por el «mejor guionista/dibujante».	
- En el 2002 gana el Premio Eisner por la mejor novela gráfica.	
- Fue llevada al cine en el año 2004.	
1996	Mark Silvestri, Garth Ennis, David Wohl
«Darkness»	
- Fue Producido por TPC (Top Cow Productions) Comics, y tuvo éxito hasta el inicios del año 2000, cuando fue rediseñado.	
- En el año 2004 «Dimension Films» pago una fuerte suma para adquirir derechos de personajes, para realizar una producción cinematográfica la cual debía estar terminada hacia el 2007.	
- Ha vendido más de 1 millón de copias a nivel mundial.	
1996	Mark Silvestri, David Wohl, Brian Harbelin y Michael Turner (guión) Michel Turner (dib.)
«WitchBlade»	
- La historia es sobre un guante que brindada poderes especiales solo a las mujeres. Una policía Neoyorquina es la poseedora de dicho guante.	
1996	Mark Silvestri, David Wohl, Brian Harbelin y Michael Turner (guión) Michel Turner (dib.)
«JLA» (Liga de la Justicia Norteamericana)	
- Tras diversas variaciones, en este año se renueva la serie, utilizando los siete personajes originales, (Superman, Batman, Wonder Woman, Aquaman, Flash, Green Lantern, y Martian Manhunter), añadiendo además a «The Plastic Man».	
1998	Frank Miller (guión y dib.) Lynn Varley (color)
«300»	
- Retoma el genero histórico, abandonado por los cómics norteamericanos hace tiempo, y representa la batalla de Termópilas sucedida en el año 489 a. C. entre los Espartanos y los Persas.	
- Fue publicado por Dark Horse comics, en una miniserie de 5 números.	
2000	Alan Grant y Steve Pugh
«Superman vs Terminator»	
- Se publicó una serie de cuatro números bajo el sello «Dark Horse Comics».	

2001 (agosto)	David Quinn (guión) Erick Kohler (cubierta) Mel Rubi (dibujo) Mike Perkins (tinta)
----------------------	---

«*Alien vs Predator/witchblade/darkness: Mindhunter*»

- Esta es la segunda serie en la cual se reúnen todos estos personajes en una historieta.

2003	Frank Miller (cubierta y guión) Juan José Rip (dibujo)
-------------	--

«*Robocop*»

- Rehacen una nueva serie de historietas, las cuales están a cargo de este renombrado dibujante.

- Es creada bajo el sello de «Avatar Comics», y la serie consta de nueve números.

2005	Robert Crumb (Comix)
-------------	----------------------

«*Zap*» # 15

- Este es uno de los más recientes números de esta publicación underground.

DESARROLLO DE LA HISTORIETA EN MÉXICO

El fenómeno de la historieta en poco tiempo trascendió las fronteras de los Estados Unidos, y se expandió hacia Europa y desde luego, hacia América Latina. En México este fenómeno, en parte gracias a la cercanía con el país de origen, se dio pocos años después. Debe puntualizarse, no obstante, que el desarrollo fue mucho menor y fue grandemente influenciado por los estilos y géneros de este país vecino durante un gran periodo de tiempo.

Revisemos brevemente este proceso histórico.

Año	Autor o autores, excepto cuando es un dato histórico.
"Título de la obra"	
- Información relevante.	

1880	Eusebio Planas (Catalán)
-------------	--------------------------

«*Historia de una mujer*»

- A esta se le conoce como la primera historieta publicada en nuestro país.

- Se ofrecía en la compra de cajas de puros.

- Es una serie de viñetas, sin globos, con el texto inserto debajo de cada viñeta.

1902	??
-------------	----

«*Filipo*»

- Apareció en la revista «Caras y Caretas».

1902	Juan Bautista Urrutia
-------------	-----------------------

«*Ranilla*»

- Es la historia de un fumador que pronto se convierte en el primer personaje de historieta mexicana cuyas aventuras llegan al lector por medio de la compra de una cajetilla de cigarros.

- Fue publicada por la cigarrera «El buen tono» misma que publicó 22 años antes «Historia de una mujer».



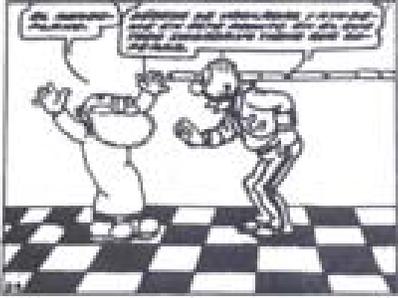
«Ranilla» es el personaje protagonista de las historias publicadas por la cigarrera «El Buen Tono».



Este es uno de los primeros ejemplares de la revista publicada en 1902.



«Mamerto y sus conocencias» Jesús Acosta.



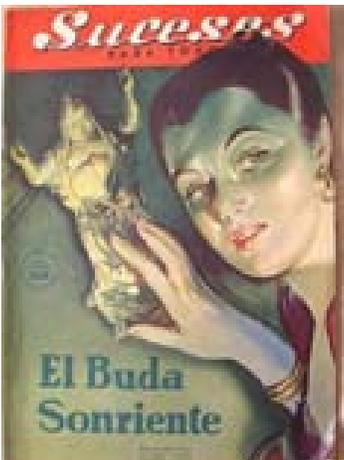
Viñeta retomada de «Don Catarino».



«El Señor Pestaña» (Andres Audiffred).

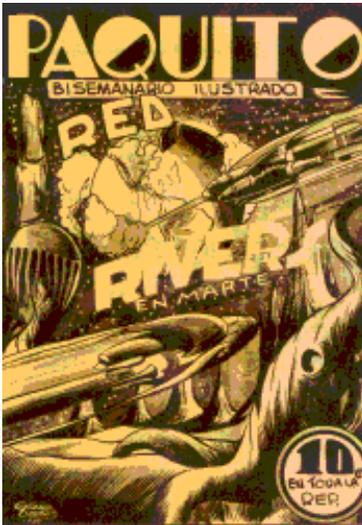


«Adelaido el Conquistador» (Juan Arthenack)



Portada de una de las ediciones de la revista «Suceso para Todos».

1910	
El analfabetismo en este año, corresponde al 75% de la población.	
1921	Pruneda hijo
«Don Catarino» - Este personaje aparecía en tiras de «El Heraldo de México».	
1927	Andres Audiffred e Hipólito Zendejas
«Señor Pestaña» - Aparece en un suplemento de el diario «El Universal» y se convierte en la obra principal del Autor.	
1928	Juan Arthenack
«Adelaido el Conquistador» - Apareció dentro de las páginas del periódico «El Universal Gráfico».	
1930	
Aparecen las primeras historietas en publicaciones separadas de los diarios como «Pepín y Chamaco».	
1932	
La Secretaria de Educación Publica (SEP) introduce en los periódicos historietas de aventuras educativas.	
1932	??
«Adelaido» - Este personaje aparecía en tiras de «El Heraldo de México». - En 1934 se convierte en el primer personaje de historieta que adquiere una publicación propia casi en su totalidad.	
1933	??
«Macaco» - Se trata de la primera revista especializada de la publicación de historietas. - Dejo de ser producida un año más tarde.	
1934	Editorial Sayrols
«Paquín» - Es la primera publicación especializada en este genero comercialmente exitosa, aparecía cada semana. - Publica principalmente material de éxito en los Estados Unidos, marginando a la producción mexicana. - En 1947 es vendida a - Editora de Periódicos -.	
1934	Carlos Neve
«Segundo I Rey de Moscobia» - Este es el título de la obra que sustituye a «Mamerto y sus Conocencias» de la plana principal de historietas dominicales del diario «El Universal». Relegando a la primera a Media plana en color.	
1934	??
«Sucesos para Todos» - Rompe la línea o de historietas únicamente de corte cómico hasta entonces, iniciando otro género con «Las Calles de México».	



En esta revista se incorporó material extranjero,



«Segundo Rey de Moscavia» (4 de Abril de 1938).
Sustituyó a «Mamerto y Sus Conocencias» en «El Universal».

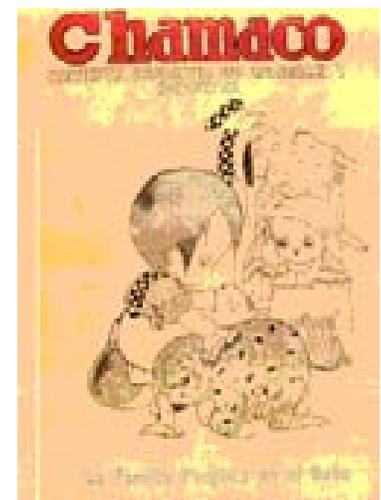


«Paquita» No. 1.

1935	Editorial Juventud
«Paquito»	
- Desde el título, evidenciaba que pretendía ser la competencia directa de la revista «Paquín».	
- Su publicidad se acortó hasta convertirse en una revista diaria. En la década de los 40's tuvo tirajes de hasta 320,000 ejemplares.	
1936	Publicaciones Herrerías
«Mujeres y Deportes»	
- Dentro de esta publicación aparecen por primera vez, en el no. 161 la historieta de «Los Supersabios» una de las series mexicanas más importantes hasta la actualidad.	
- Dentro de esta revista apareció un suplemento llamado «Chamaco», que en ese mismo año se convertiría en una revista aparte gracias al éxito.	
1936	??
«Paquita»	
- Revista para mujeres, originalmente solo publicaba comics extranjeros traducidos. A partir del número 30 comienza la publicación de la producción nacional.	
1936	Adolfo Marino
«El Charro Negro»	
- Fue Publicada dentro de la revista «Chamaco».	
1936	??
«Chamaco Grande»	
- Primera revista semanal mexicana con material nacional. En 1937 se convirtió en el primer diario de historietas del mundo.	
- La competencia lanzó el mismo año la revista «Pepín» que duró hasta 1956.	
1936	??
«Ti-To»	
- Este es el primer «Comic Book» mexicano, reimpresión del norteamericano Tip-Top Comics, publicación que re imprimiría tiras cómicas publicadas previamente en los diarios.	
1936	Ignacio Sierra (dibujo) Elías Torres (guión)
«El Centauro del Norte»	
-Este se convierte en uno de los primeros héroes de la historieta mexicana.	



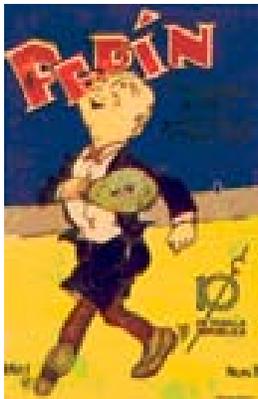
«El Charro Negro» (Adolfo Marino) igual que muchas otras obras, posteriormente adquirió su propia publicación.



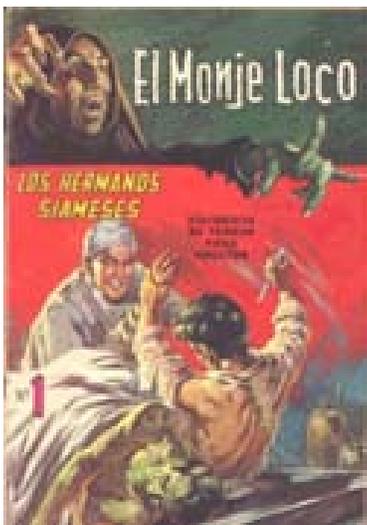
«Chamaco» primera publicación con contenido nacional.



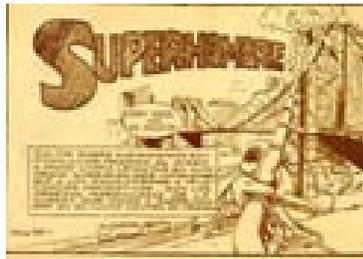
«Los Supersabios» (German Butze) Imagen de 1953, correspondiente al No. 9 de la obra.



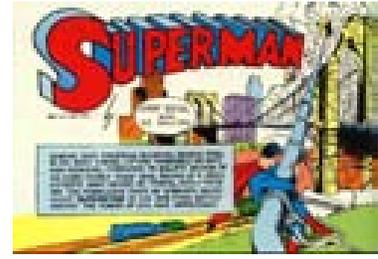
Revista «Pepín» este ejemplo corresponde a los publicados durante su primer año.



«El Monje Loco» Historieta producida a partir del éxito del radioteatro del mismo nombre.



Una viñeta de las primeras historietas publicadas en México de «Superhombre».



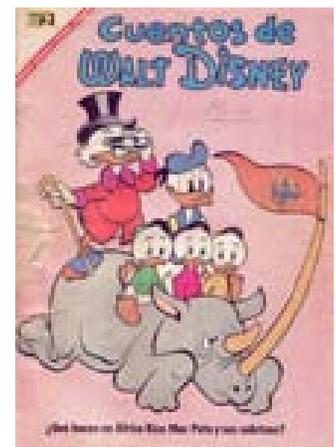
Misma viñeta que la anterior, solo que en la forma como se publicó originalmente en color en los E.U.

1936	German Butze
«Los Supersabios»	
-Aparece por primera vez dentro del periodico "Novedades". Posteriormente se traslada a la revista "Mujeres y deportes".	
- Deja de publicarse en la década de los 60's después de más de 600 números.	
1938 (octubre)	Publicaciones Herrerías
«Chamaco Chico»	
-A causa del encarecimiento causado por la crisis mundial de papel, la revista «Chamaco» reduce su tamaño y cambia su nombre.	
- Su periodicidad fue reduciéndose, al principio era semanal y después se publicaba dos veces por semana, hasta que en 1940 se publicaba diariamente excepto por el domingo.	
- Fue la primer revista de historietas de formato de bolsillo en México. Llegó a alcanzar tirajes de hasta 750,000 ejemplares diarios.	
1938 (agosto)	Ed. Juventud
«Superman»	
- Apareció originalmente dentro de las páginas de la revista "Pepín" (de la familia de las revistas "Paquito").	
- El título con el cual apareció fue con su traducción directa «Superhombre».	
- Su publicación comenzó apenas dos meses después de su lanzamiento en E. U.	
1939	
Surge el género del terror, a partir de novelas de los siglos XVII y XIX como «El Castillo de Otranto», «Drácula», «El vampiro», etc.	
1939	
Surge el «Tamez Features Syndicate» (Si, en inglés) creado por Jesús H. Tamez para distribuir tiras cómicas mexicanas.	
1940	Riveroll (Guión) Juan Reyes Belker (Dibujo)
«El Monje Loco»	
-Aparece en la revista «Chamaco», surge a partir de un radio teatro del mismo nombre que surgió a finales de los años 30, producido por la XEW.	
1940	Gabriel Vargas
«Los Superlocos»	
- Es considerada en su momento como una historieta «de autor» pues es concebido, escrito y dibujado por la misma persona.	
- Es la primer historieta publicada del autor, quien la creó a los 16 años. El titulo es directamente alusivo al de «Los supersabios».	
1943	José G. Cruz Editorial Juventud
«Pepín»	
- Es en esta publicación donde se introduce la técnica del foto montaje (personajes fotografiados, recortados y pegados sobre fondos dibujados, casi siempre en medio tono).	

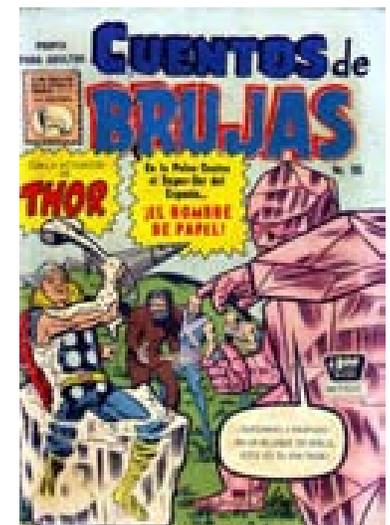
1943	Gutierrez
«Don Proverbio» - Una de las primeras publicada en medio tono.	
1945	??
«Cartones» - Reedita material del «Tamez Features Syndicate».	
1948	Gabriel vargas
«La Familia Burrón» - Se trata de otra de las series más exitosas producidas en México. - Surge dentro de la revista «Pepín». - Es hasta 1978 cuando se convierte en una publicación aparte.	
1949	Sociedad Editora América (más tarde editorial «Novaro»)
«Historietas de Walt Disney» y «Cuentos de Walt Disney» - Están impresas en el formato standard de un comic book. - Son las primeras publicaciones de esta editorial.	
1950	
Surge «Editorial Novaro», fundada por el director del periódico «la Prensa» Luis Novaro, quien adquirió derechos de varias tiras cómicas, llenando el mercado de autores norteamericanos como Walt Disney y Hanna Barbera.	
1950	Rodolfo Marino
«Yolanda» -Esta aparece por primera vez en un periódico tabloide de nota roja «Alarma».	
1951	??
«Tesoros» -Es una de las últimas revistas que presenta varias historietas serieadas.	
1951	??
«Halcón Negro» -Es la primer revista con e contenido producido en México en el formato convencional de comic. -Es editada por «Editora de periódicos S.C.L. (La Prensa).	
1951	Editora de Periódicos (Adquirió la publicación en 1947)
»Paquín» -En este año elimina su contenido de producción nacional publicado exclusivamente material extranjero. -Este hecho constituye para algunos el «final de la primera etapa de la historieta mexicana».	
1951	La Prensa
«Cuentos de Brujas» -Publica dentro de sus paginas la historieta norteamericana «Witch Tales».	
1951	José G. Cruz
«Jornadas de Terror» -Presentaba varias historias de horror, algunas en fotonovela, otras solo texto acompañado de ilustraciones, y otras, en formato de historieta. - Es el primer intento de el autor por independizarse de la revista «Pepín».	



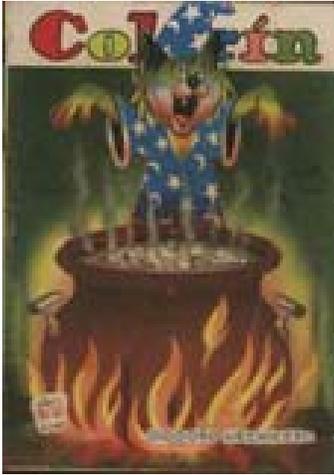
Portada de un ejemplar de la revista «Cartones».



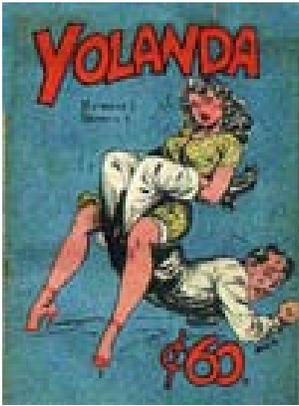
Ejemplo de «Cuentos de Walt Disney» de editorial Novaro.



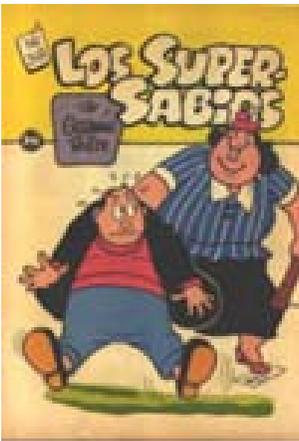
«Cuentos de Brujas» Es la traducción adaptada de la obra norteamericana «Witch's Tales».



«Colorín» (No. 7) Es una de las primeras publicaciones en el formato estándar.



«Yolanda» No.3 (Adolfo Marino) Portada correspondiente al 6 de Febrero de 1952. Este tipo de publicaciones fue etiquetada como - perversidora de la niñez -.



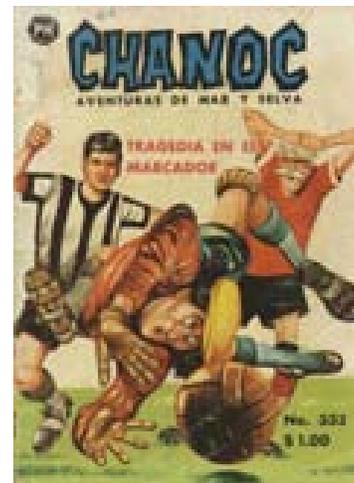
«Los supersabios» no tardaron en adquirir su propia publicación. Aquí un ejemplo de una de sus ediciones.

1952	Editormex
«El Pequeño Sheriff»	
-En un año de experimentación, es lanzado como una serie de cuadernillos continuados, dedicados a un solo personaje.	
-Este, el primero, es de origen italiano.	
1952	Publicaciones Herrerías
«El Libro Mensual»	
-El inicio de esta nueva publicación, marca el final de la revista «Chamaco», su publicación anterior.	
1952	Guillermo de la Parra y Satiel Alatraste
«Te Quiero»	
-Aparece dentro de «El Libro Mensual».	
- Se crea gracias a la influencia de la «novela rosa» norteamericana.	
1952	Publicaciones Herrerías
«Colorín» y «Mexicolor»	
- Son las primeras publicaciones en el formato standard de historieta de esta editorial.	
- Seatiel Alatraste es quien promueve el lanzamiento de estas publicaciones.	
1952	José G. Cruz (Editorial JGC)
«El Santo»	
- Conformándose a los gustos del momento, su autor lo hace pelear contra seres de ultratumba.	
- Fue continuada hasta 1982, aunque fue suspendida temporalmente en 1974.	
- En el 2005 fue retomada su publicación, sin mucho éxito.	
1952	Adolfo Marino
«Yolanda» y «Picante»	
-Son las primeras dos revistas de contenido semi pornográfico (la primera apareció previamente en la revista «Alarma»).	
1953	Riveroll (guión) Juan Reyes Beiker
«El Monje Loco»	
-Reaparece nuevamente, con historias nuevas, y en su propia revista. Esta deja de dibujarse a principios de la década de los 60's.	
1953	Germán Butze
«Los Supersabios»	
-En este año adquieren su propia revista.	
- En 1957 es cuando esta adquiere el formato convencional de cómic.	
1953	La Prensa
«Witch's Tale», «Chamber of Chill» y «Weird & Horror»	
-La editorial traduce todas estas obras, del género de horror.	
1954	
Se estandariza en un peso el precio de las revistas de historietas de formato convencional.	
1954	Editorial Novaro

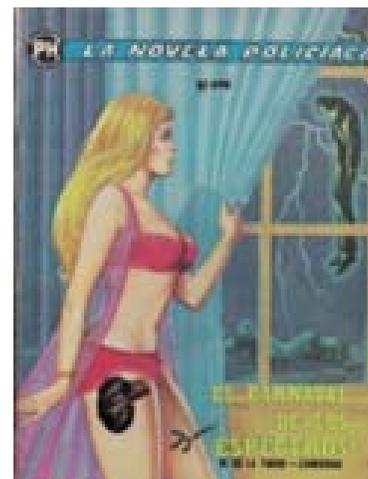
«Batman»

-Esta es la primera vez que se publica en nuestro país.

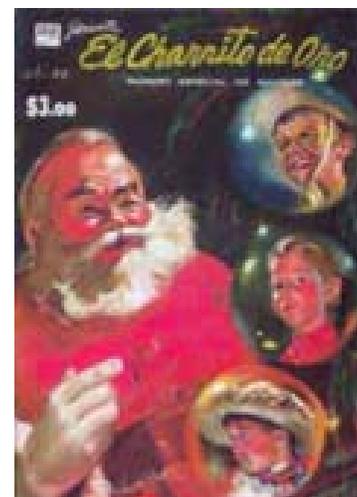
1954	Guillermo Cardoso
«Aguilucho»	
-Primera revista «3D» (impresa en color, la cual auxiliada de un par de anteojos especiales, crea la ilusión de la tercera dimensión) producida en nuestro país.	
1954	Selecciones de Reader's Digest
«Historietas Educativas para Futuros Delincuentes»	
-En una de sus ediciones condensa parte del libro «Seduction of the innocent».	
- Adicionalmente, contiene referencia a algunos comics mexicanos.	
1955	
Se llevó a cabo una campaña anti pornográfica, encabezada por agrupaciones de padres de familias, damas católicas, profesores, la federación de estudiantes universitarios, y politécnicos, que culminó con la quema de revistas de historietas en el zócalo de la ciudad de México, siendo las primeras en ser señaladas «Yolanda» y «Picante», de Adolfo Marino quien fue encarcelado brevemente, por pervertir a la niñez.	
1955	
Surge - Editorial Argumentos» (EDAR) A cargo de Guillermo de la Parra y Yolanda Vargas Dulché.	
1956	
«El Libro Mensual» gracias a su éxito se convierte en «El Libro Semanal».	
1956	Editorial Herrerías
«La Novela Policiaca»	
- Se publica aún en el año 2007. Habiendo pasado por otras editoriales, como Novedades Editores y NIESA Editores.	
1956	Seatiel Alatríste
«Tabor»	
-Por este personaje, Western Publishing Company le solicitó al autor que dibujara algunos números de «Tarzán».	
1957	
Se funda La sociedad Mexicana de Dibujantes, que constaba de 11 miembros; Rábago, Galindo, Cárdenas, Gutiérrez, Suarez, López.	
1959	Ángel Mora (Dibujo) Lucernay (Guión)
«Chanoc»	
-Fue Creada por el Dr. Ángel Martín de Lucernay, quien escribió los primeros veinte argumentos.	
- Pedro Zapiain continuó con los guiones de la revista por más de 20 años.	
1960	Gabriel Vargas
«Cuentos»	
- Fue la primera fotonovela en color.	
- Se presentó dentro de la revista «Paquito» en el no. 16593 (Abril).	
1960	Revista «Hombres Intrépidos» 1 Super Ediciones S.A. (ESA)
«El hombre Mosca»	
- Fue abiertamente inspirada en la norteamericana «The Fly» publicada apenas unos meses atrás en la unión americana.	



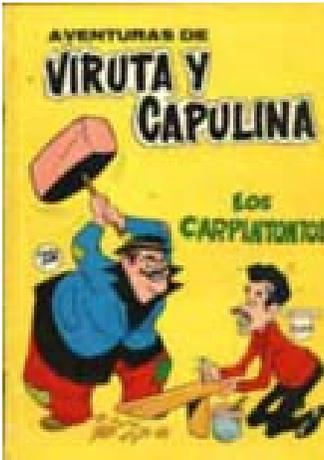
Chanoc aun hoy en día, representa una serie de culto para algunas personas Este ejemplo corresponde al no. 133.



«La Novela Policiaca» No 898 Una publicación que aun se produce hoy en día (2007).



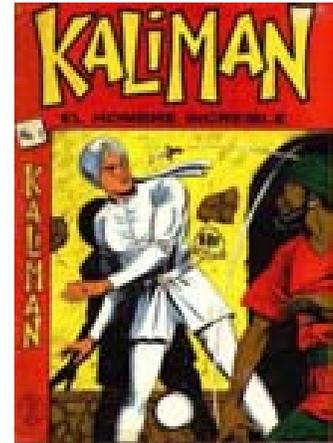
«El Charrito de oro» Una publicación menor producida por EDAR.



«Aventuras de Viruta y Capulina» posteriormente se transformó en «Las Aventuras de Capulina» en un formato más pequeño.



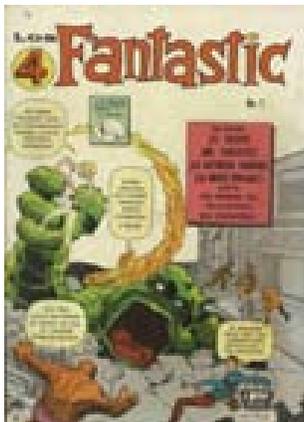
Portada de «Alma Grande» No.1 de Publicaciones Herrerías.



«Kaliman» es una historieta derivada del éxito del radio teatro del mismo nombre.



Ejemplo de la aparición de «Memín Pingüín» en «Paquín».



Este es el no. 1 de la publicación mexicana de los 4 fantásticos. Aunque previamente ya habían aparecido en un número de «El increíble hombre araña».

1961

Las historietas del género romántico llegan a nuestro país, se traducen obras como «Cindy» (Susy) Heart's Secrets (Secretos del Corazón) de DC Comics.

1961

José Suárez

«Alma Grande, el Yaqui Justiciero»

- A partir de esta, se han hecho dos películas.
- Fue publicada por Editorial Herrerías.

1961

La Prensa

«Los Cuatro Fantásticos»

- Con esta revista, comienza la era Marvel en México.

1962

Editorial Argumentos (EDAR)

«Lágrimas, Risas Amor»

- Con el tiempo, se convierte en la más exitosa de las publicaciones de esta editorial.
- Sus primeros doce números fueron fotonovelas.

1963

Rafael Cutberto Navarro y Modesto Vasquez Gonzalez

«Kalimán»

- Fue creado a partir de un radio teatro de ese mismo año.

1963

??

«Monstruos» y «Tradiciones, Leyendas de la Colonia».

- Son dos de las más exitosas series de horror en nuestro país. La primera fue publicada hasta finales de los setenta.

1963

Editormex

«Aventuras de Viruta y Capulina»

- A partir de la fama del duo de cómicos mexicanos del mismo nombre, se crea una historieta.

1963

La Prensa

Comienza la era Marvel en México. Adquiere los derechos y publica títulos como «El sorprendente hombre araña» y «Capitán América». Conservando los derechos hasta 1973.

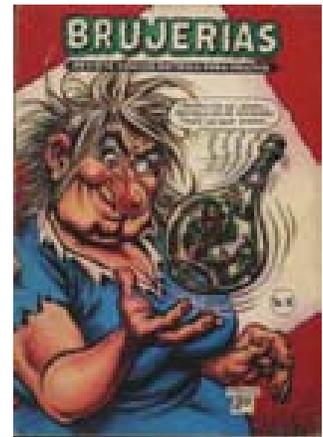
1964

Sixto Valencia

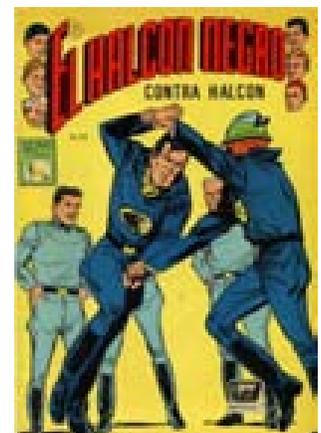
«Memín Pingüín»

- Se basó en los personajes creados por Alberto Carrera publicados en «Pepín».

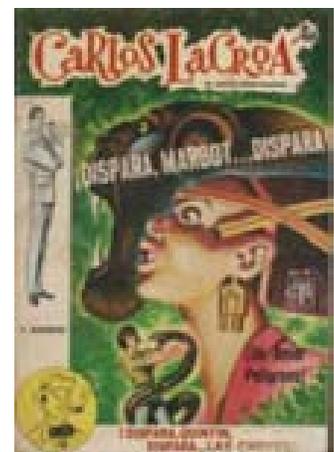
1964	Ramón Alonso Fernández
«Azor» y «Relámpago»	
- Son dos intentos, poco exitosos de competir contra las series de super héroes de Marvel Comics.	
- Fueron editados por La Prensa.	
1965	??
«Cine Secretos»	
-Es una serie de 24 números presentando la vida de «Los Beatles» por medio de fotomontajes.	
1965	Editormex
«Brujerías»	
- Es una serie de horror y humor negro que introdujo a uno de los personajes más célebres de la historieta mexicana, -Hermelinda Linda - una bruja de la colonia Bondonjito.	
1965	Eduardo del Río «Rius»
«Los Supermachos»	
- Fue la primer revista de historietas de sátira política.	
- RIUS, la produjo por una sugerencia de Rafael Viadana.	
1965 (junio)	Rafael Vidiana, Alfonso Segura, Sixto Valencia
«El Halcón Negro» (Black Hawk)	
- Fue publicado por editorial «la prensa», basándose en un título original norteamericano, pero creando historias propias.	
-Editorial Novaro lo publicó casi simultáneamente bajo el título «El Halcón de Oro» siendo traducciones del original norteamericano.	
1966 (febrero)	Editorial Argumentos (EDAR)
«Mini historias»	
- Consiste en el lanzamiento de historietas en pequeño formato, ya que su producción es más económica.	
- José Suárez es quien propone la idea a la editorial.	
- Tuvo mucho éxito durante esta década y parte de los 70's.	
1966 (Mayo)	EDITORMEX
«Minilibros»	
- Esta es la primera imitación al formato de EDAR.	
1966 (Julio)	Editorial Argumentos (EDAR)
«Mini Policiaca»	
- Se trata de la segunda publicación en un formato pequeño de Editorial Argumentos.	
1966 (Julio)	Ortega Flores
«Monje Místico»	
- Un plagio del «Monje Loco». Cambiaron la frase utilizada por este; «Nadie sabe, nadie supo», por «Nadie conoce... Nadie supone».	
1966	Carlos del Prado (guión) Arturo Casillas (dibujo) Ed. Palogra.
«Carlos Lacroá»	
- Esta es otra historieta creada a partir de un radio teatro homónimo.	



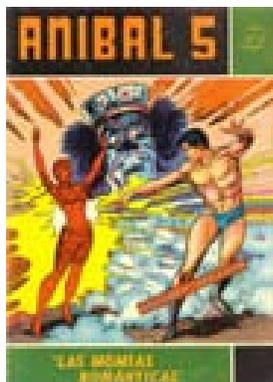
«Brujerías» es otro de los títulos más notables dentro de la producción nacional de historietas.



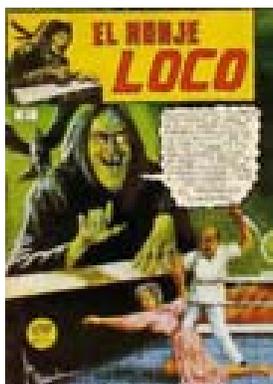
«El halcón negro» fue impresa y distribuida por dos editoriales bajo títulos diferentes simultáneamente, siendo el mismo contenido.



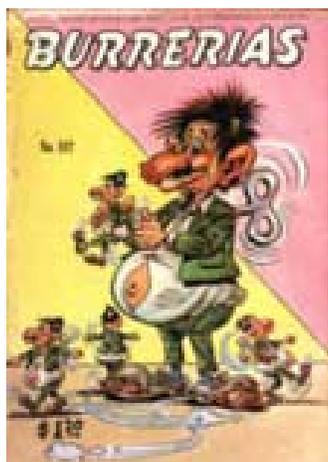
«Carlos Lacroá» No. 10 Al igual que «El Monje Loco» Esta historieta se desarrolló a partir de un radioteatro.



«Anibal 5» (izquierda) y «Fábulas Pánicas» (arriba) son dos obras de Alejandro Jodorowsky creadas en México.



«El Monje Loco.» (Salvador Carrasco). Portada del no. 1 de su tercera época, bajo el sello de editorial continente.



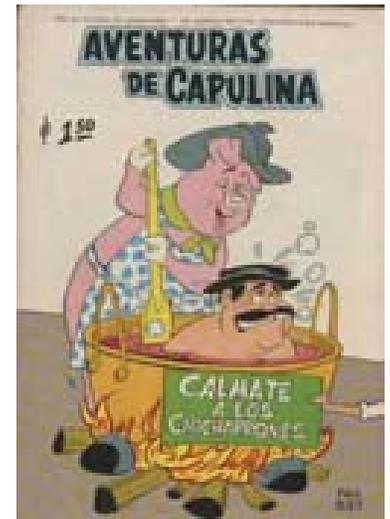
«Burrerías» NO 142 El personaje de la portada (Aniceto) alcanza su propia publicación.



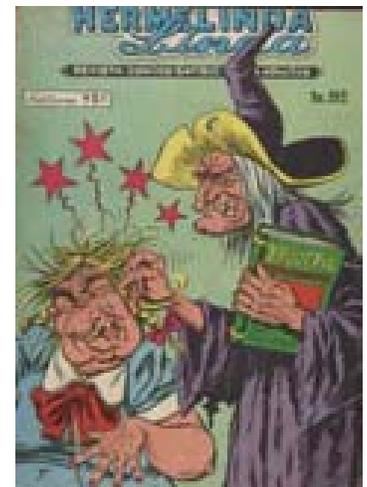
«México, Historia de un Pueblo» (Dib. Sealtiel Alatraste). Viñeta publicada en un suplemento del diario «El Universal» en los años 60's

1966	Alejandro Jodorowsky (guión) Manuel Moro Cid (dibujo)
«Anibal 5»	
- Fue una historieta muy controvertida en su momento.	
- Solo se publicaron 6 números.	
1967	Editorial Continente
«Micro Suspenso»	
- Es otra imitación del formato inicialmente introducido al mercado por EDAR.	
1967 (Diciembre)	Salvador Carrasco (Guión) Rubén Lara y Carlos M. Ed. Continente
«El Monje Loco»	
- Es continuada, una vez más.	
- Su autor, Salvador Carrasco, es la voz del monje loco dentro del programa de radio.	
1967 (Diciembre)	EDITORMEX
«Burrerías»	
- Es uno de los títulos más populares de esta editorial, junto con «Brujerías».	
1968	Sealtiel Alatraste
«Tarzán»	
- La compañía «Western Publishing» le propone ser el primer artista mexicano que dibuje episodios de dicha serie.	
- El autor aceptó hasta que se le pidió que se mudara a los Estados Unidos.	
1968	
El número 129 de la revista «Brujerías» cambió su nombre a «Hermelinda Linda». Editormex fue obligada a cambiar el nombre, ya que brujas y brujos «reales» escribían cartas a la editorial pidiendo hechizos y pociones reales.	
Así mismo, la revista «Burrerías» de la misma editorial, cambió su nombre en «Las andanzas de Aniceto».	
1968	Alfonso Arau
«Águila Descalza»	
- Esta historieta fue llevada al cine por el mismo autor en 1969.	
1968 (Abril)	??
«Linda» no. 196	
- A partir de este número, esta foto-historieta comienza a publicarse en color. siendo la segunda en aplicar esta técnica.	
1968	Rius
«Los Agachados»	
- En los primeros dos números de esta nueva serie el autor retomó personajes de su publicación anterior «Los Supermachos».	

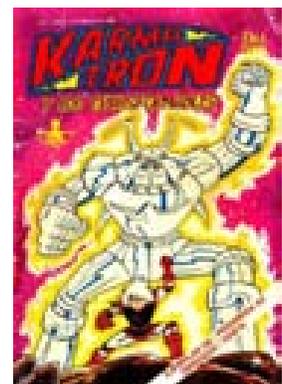
1969	Guillermo de la Parra
«El Viejo» - Otro personaje, cuyo papel es narrar historias de horror.	
1970	
«Chanoc» Es llevado a la pantalla grande por primera vez. En total en el periodo de 1970 a 1981 se hicieron tres películas.	
1971	
Se exhibe en el Palacio de Bellas Artes, el «Primer Salón de la Historieta Mexicana».	
1973	
Sobreviene la crisis de la producción mundial de papel. Este hecho causo que progresivamente desaparecieran las revistas para niños, a su vez, aparecen la violencia y el erotismo en las historietas.	
1975	EDITORMEX
«Aventuras de Capulinita» - Aproximadamente es en este año cuando la revista cambia su formato hacia uno más pequeño, posiblemente derivado de la crisis en la producción de papel.	
1981	Editorial Vid. (Antes EDAR)
«¿Quién Fue?» - Serie de historietas cuyo tema central son las biografías de personajes famosos.	
1983	
Gabriel Vargas recibió el premio nacional de periodismo.	
1984	Novedades Editores
«Joyas de la Literatura» - Una historieta enfocada a desarrollar en forma de historieta, obras clásicas de la literatura.	
1984	Francisco García Aldape (Fraga)
«Don Ramirito» - Fue publicada en el diario «El Sol del Norte» en Coahuila. Aun se publicaba en el 2007.	
1986	Oscar González Loyo
«Karmatrón y Los Transformables» - Trataba temas espirituales a través de diversas perspectivas religiosas y metafísicas. - Fue publicada de febrero de ese año hasta mediados de 1991, con un total de 298 ejemplares. - Fue re editada en diciembre del 2002.	
1989	
México es el mayor productor (impresor) y consumidor de historietas, se estima que se producían cerca de 40 millones de historietas producidas cada mes, incluidos títulos que por sí solos rebasan el millón de ejemplares.	
1992	Victor del Real (fundador)
Aparece el primer número de la revista «El Gallito Inglés» la cual posteriormente se convirtió en Gallito Comics» publicación que duró alrededor de diez años, y 60 números. Publicó autores como José Quintero, Jis y Trino, entre otros.	
1994	
Oscar González Loyo, funda el estudio de historietas «Ka- Boom»	
1994	
Se lleva a cabo la primer convención de historietas en México a gran escala. - Fue realizada en el Poliforum Cultural Siqueiros en la Ciudad de México, Denominada «CONQUE»	



«Aventuras de capulinita» fue producida al tamaño de 1/4 de carta aprox. debido a la crisis de papel.



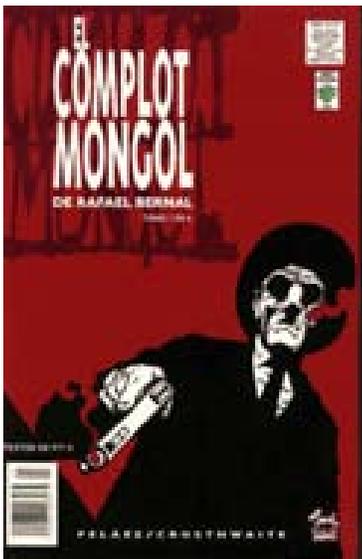
«Hermelinda Linda» Es el nuevo título de la publicación «Brujerías» en 1968.



«Karmatrón» es una historia de ciencia ficción cuya temática metafísica la diferenció de las demás.



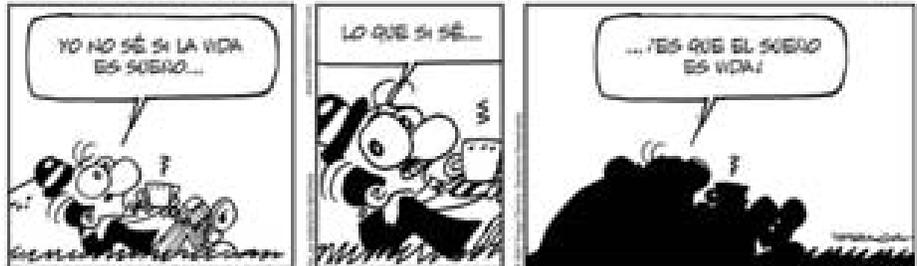
«Tetzuko» -Arturo Ceja. Se publicaron 45 números aprox.



«El Complot Mongol» -Rafael Bernal- una historieta desarrollada a partir de una novela policiaca.



«Video Girl A. I.» (no. 1) portada de la publicación mexicana.



«Don Ramirito» por FRAGA 2007.

1996 Arturo Ceja - Editoposter

«Tetzuko»

-Con el auge del comic japonés (manga) comienzan las producciones nacionales que abordan este género. Esta es una de las primeras.

1997 Arnulfo Flores Muños Ed. AF

«Chicas Trabajadoras»

-Primera publicación periodica del género «hentai» (historietas para adultos en estilo manga).

1998 Arnulfo Flores Muños Ed. AF

Un grupo de historietistas (Edgar Clément, Frik, Ricardo Peláez y José Quintero) fundan el «Taller del Perro», enfocado a la promoción de autores mexicanos de historietas por medio de la publicación de sus obras. De este derivan obras como «Operación Bolívar» (Edgar Clément), La serie de comics «La corneta» (varios autores). Su material es de tiraje limitado.

1998 Ed Toukan

«Sailor Moon Anime Cómic»

- Una reimpresión de una japonesa, caracterizada por el ensamble en forma de historieta de imágenes producidas originalmente para animación televisiva.
- Esta adaptación de televisión es uno de los primeros acercamientos de la difusión de historietas en México con contenido producido en Japón.

1998 Ed. Toukan

«Ranma 1/2»

- Esta es la primera historieta de contenido original japonés publicada en México.
- Reimpresión de una adaptación norteamericana (Viz Comics).
- Solo se publicaron 45 números equivalentes apenas a poco más de 7 números del original, de un total de 39.

1999 Ed. Vid

«Video Girl Ai»

- Esta es la primera mexicana cuyo formato, forma de lectura y contenidos son japoneses.
- Procuraron mantener el material de la forma más aproximada al original japonés.
- Solo se publicaba por número, la mitad del contenido del original. Es decir, dos números de la edición mexicana equivalían a la de un original japonés.

1999 Ed. Vid

«Mixx Zine» (Revista)

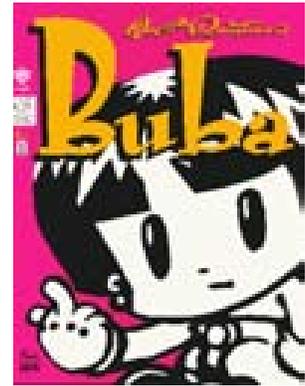
- Primera publicación tipo revista, cuyo contenido es japonés.
- Esta es una reedición de la versión norteamericana de la revista del mismo nombre.
- Aunque las viñetas eran traducidas al español, el material se mantenía igual al de la ed norteamericana, donde le fueron suprimidas las onomatopeyas originales (en japonés) para superponer sus equivalentes en inglés.
- Solo se publicaron 24 números.

2000 Rafael Bernal (guión) Bacha, Frik, Patricio Betteo (color) - Ed. Vid, Taller de Perro

«El Complot Mongol»

- Adaptación a comic de una novela policiaca homónima. Solo se publicó un número.

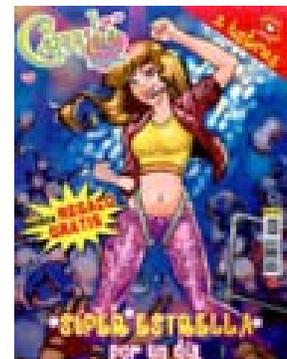
2001	José Quintero- Ed. Vid, Taller del Perro
«Buba»	- Recopilación de tiras (a criterio del autor) de este personaje desde 1989 hasta su publicación.
2001	Leopoldo Jasso
«El Cerdotado»	- Apareció por primera vez en el no. 7 de un Fanzine llamado «Comic Club». - Su título propio fue publicado por la ed PsyComix. - Aparece actualmente (2006) en el diario «Milenio».
2002	Jorge Break
«Meteorix 5.9 no aprobado»	- Esta publicación mezclaba el estilo del manga japonés con historietas en color entintadas en estilo similar al americano, y cuyas historias contenían elementos propios de la cultura mexicana. - Se publicaron alrededor de 90 números y fue terminada en el 2007.
2002	Ed Vid
«Oh Mi Diosa » (Oh Megami Sama)	- Segundo título manga publicado por esta editorial.
2002 (24 octubre)	Ed Televisa- Disney Publishing Worldwide Magazine Creative Center (Milán, Italia)
«W. i. t. c. h. «	- Revista orientada a las jóvenes. Su contenido es en su mayor parte una historieta, aunque también incluye artículos sobre moda, novedades de música, T. V., cine y libros entre otros. - El diseño de personajes es de Alessandro Barbucci.
2003	Ed. Toukan
«One Piece» y «El Diario de Sana» (Kodomo no Omocha)	- Primeras y únicas publicaciones de contenido original japonés de la editorial. - Al igual que en ed. Vid, cada número equivalía a la mitad de un original japonés, aunque su formato era más grande. - Ambas fueron suspendidas en el 2004, Solo se publicaron 8 números de cada una.
2004	Ed. Vid
«X» (X 1999)	- Esta es la primera publicación producida en nuestro país, cuyo formato y contenido es equivalente a uno japonés.
2004	Arturo Vázquez «Lobo» (guión) Edgar Manjarrez (Dibujo)
«Goji! Un dragón con Ángel»	- Retomando el estilo manga, y relativa a una historia anterior «Tetzuko», el autor retoma el género japonés de heroínas, adaptando aspectos culturales comunes a nuestro país. -Es publicada por Editoposter. Se publicaron un total de 40 números, finalizando en el 2007.
2004	Salvador García (Guión) Ricardo Osnaya (Dib.)
«Camila, Ilusión de Mujer»	- En ese momento, uno de los pocos títulos que logran publicarse de producción nacional. - Solo se publican 3 números.



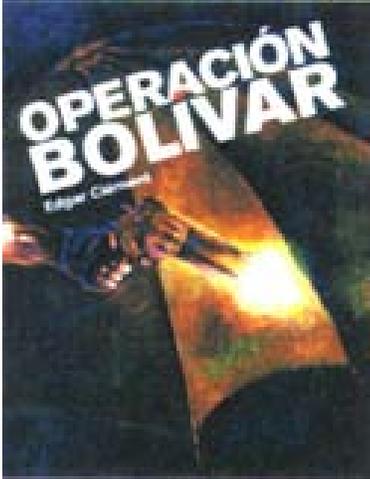
«Buba»No. 1 -José Quintero- Un raro ejemplo de publicación de un autor nacional por una casa editorial importante.



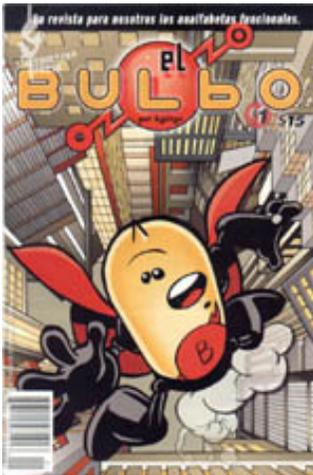
Goji! No. 35 Revista dibujada y editada por mexicanos. Con el estilo manga.



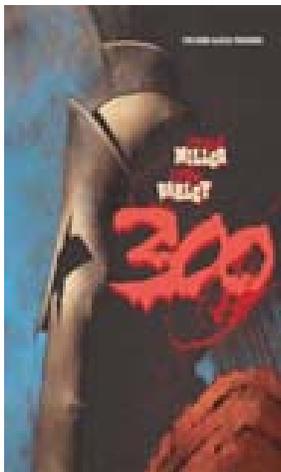
«Camila» No. 1 Salvador García.



«Operación Bolívar» Publicado separadamente en «Gallito Comics» y después en un tomo por «EL taller del Perro».



«El Bulbo» No. 1 -Sebastian Carrillo (Bachan)- Edición del 2000.



«300» - Frank Miller- Fue Publicada al tiempo que se estrenó la película del mismo nombre.

2007	Ed. Vid
«Azuki», «Vampire Princess Miyu», «Saiyuki» , - Son importadas y distribuidas a través de tiendas propias. Originalmente son producidas en España, pero con contenido Japonés.	
2005	Editorial Televisa
«Fantastic Four», «X Men», «Wolverine», «Spiderman» y «Avengers» - Adquiere los derechos de publicación de Marvel Comics, Continúa publicando sus títulos desde entonces a la fecha (julio 2007).	
2007	Frank Miller

«300»
- Es comercializada en nuestro país en su formato original (apaisado), impreso por la Editorial Vid. Coincide con la aparición de la película producido a partir de este estrenada el 9 de marzo de este mismo año.

2007	Sebastian Carrillo (Bachan)
------	-----------------------------

«El Bulbo»
- Se comercializa por segunda vez, bajo el sello de Editorial Caligrama,
-Su primera publicación comenzó en el 2000 sin mucho éxito. (Solo se publicaron 10 números).

2007	Editorial VID
------	---------------

- Ha publicado 29 series concluidas del genero manga, entre ellos «Love Hina» (ken Akamatsu) «X 1999» (CLAMP), «Saint Seiya» (Masami Kurumada), «Dragon Ball2, «Dragon Ball Z» (Akira Toriyama), «Saikano» (Shin Takahashi), etc. y mantiene otras23 en proceso.
- Dentro del género de la historieta norteamericana, mantiene vigentes alrededor de 27 títulos distintos.



«Meteorix 5.9» No. 88 - Jorge Break- Uno de los últimos números



«Paraiso» (MIMU) Derivado del «Boom» del manga, surgieron publicaciones propias, llamadas «Fanzines»



El dibujo estilo «Ukyo-e» es una arte que puede ser considerada precedente de la historieta en la actualidad.



«La depresión de la gran ola de Kanagawa» de Katsushita Hokusai.



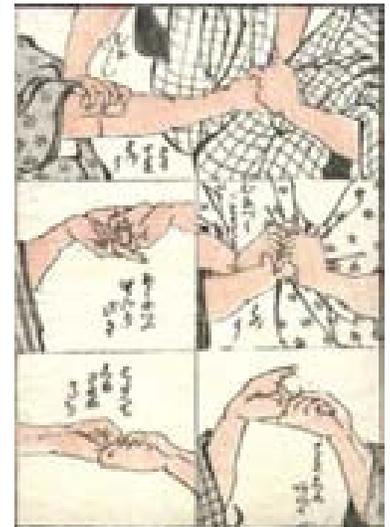
Dibujo de Katsushita Hokusai, de 1895.

LA HISTORIETA EN JAPÓN

Japón es un país cuyo desarrollo histórico en el campo de la historieta, ha tenido un impacto importante a nivel mundial, particularmente a partir de la década de los noventa. El estilo distintivo y característico de sus producciones en este campo, al igual que las temáticas desarrolladas, se ha expandido con gran éxito tanto en Europa como en América, al grado tal que incluso es imitado y desarrollado tanto por aficionados como por profesionistas del medio, en muy diferentes latitudes.

México desde luego no ha sido la excepción y a partir de 1994 aproximadamente, el material original proveniente de este país oriental comenzó a aumentar su demanda. Este primer impulso puede ser atribuido a la introducción en México de producciones de televisión animadas denominadas «anime», cuyo origen radica en las historietas japonesas.

Títulos de animaciones japonesas como «Candy Candy», y «Sailor Moon», fueron producidos gracias al éxito de sus equivalentes en historietas (llamados «mangas»). En nuestro país, el éxito derivado de la transmisión por televisión de producciones como estas trajo además, la demanda de toda clase de productos japoneses, así como de información cultural de todo tipo relacionada con dicho país oriental.



Página de manga de Katsushita Hokusai.

1781

Se encuentra por primera vez el realismo en las imágenes.

1814

Katsushita Hokusai se desarrolló en el arte del Ukiyo-E y es el primero en utilizar el termino «manga» al cual define como «dibujo rápido o dibujo que transmite una idea».

- También realizó historias cortas protagonizadas por samurais en las cuales representaba las guerras y sucesos por los cuales había atravesado Japón en aquéllos años.

- Acuñó el termino manga al combinar los kanjis correspondientes a informal (man) y dibujo (ga).

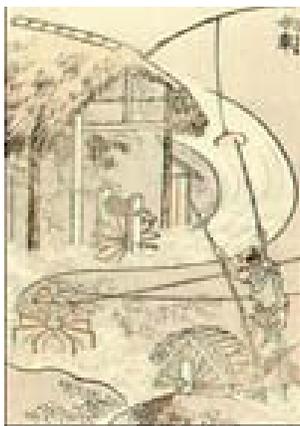
- Es uno de los artistas más destacados del Ukyo-e.



Rakuten Kitazawa, en sus dibujos de principios del siglo XX ya mostraba características que posee el manga actual.



Número de «Tokyo Puck» publicada en 1913.



Este es un ejemplo del trabajo realizado por Charles Wirgman.

1841	
El emperador Misuno, censura los dibujos eróticos.	
??	Charles Wirgman
«Wakuman» - Este autor es considerado como un precursor del manga.	
1867	
Comienza la era Meiji (1872-1912) corresponde al reinado del Emperador Meiji. Durante este periodo Japón comenzó su modernización, erigiéndose como potencia mundial.	
1900	
A principios de este siglo comienzan a aparecer series de historieta en la prensa diaria.	
1905	Rakuten Kitazawa
«Tokio Puck» - Es en esta revista donde se comienza la difusión de trabajos de autores manga, como Ippei Okomoto, Kiyochika Kayashi. - Tenía el mismo formato y aventuras que la revista occidental.	
??	??
«Tagosakuto Makubena Tokyo Kenbutsu» - Es considerado como el primer manga de la era moderna. - Apareció dentro de la revista «Tokyo Puck».	
1929	??
«Yomiuri Sunday» - Es una revista manga que tuvo una acogida favorable, tanto en el público infantil como en los adultos. - Fue publicada hasta 1931.	
1934-1939	
- Surge el grupo del «Nuevo Manga» Yokohama Sugiera y Kondó, entre otros. - Estudió las historietas Norteamericanas.	
1930	Ichiro Suzuki, Takeo Nagamatzu
«Orgon Bat» - El personaje era un semidiós justiciero que combatía el crimen, puede ser considerado un antecedente en el mundo de los super héroes. - Reaparece durante la segunda guerra mundial (década de los 40's) cuando se da la explosión de mangas alusivos a la situación bélica mundial.	
1931	Shihou Takawa
«Norakuro» - En la historia original, Norakuro es un soldado que sirve a una armada conformada por perros, en la «Brigada de los Perros Fieros» y esta basada claramente en la Armada Japonesa Imperial de aquellos tiempos. - La historia es de corte humorístico. - Influenció fuertemente a la autora de «Sasae San», Machito Hasegawa. - Se han hecho varias películas animadas (1970, 1987) además de una serie televisiva.	

1938	Ryuichi Yokohama
<p>«Fuku-chan»</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es difundida en los diarios «Daily Asshi» y «Mainichi Shogakusei Shinbun» - Tiene un total de 5,534 ediciones, y dejó de publicarse en 1971. - En 1982 se convirtió en una serie televisiva, que terminó dos años después. - El autor fue el primer cartonista japonés que tuvo el reconocimiento de «Una Persona con mérito Cultural». 	
1939 - 1945	
<p>En esta época se editan historietas propagandísticas para incitar al combate.</p>	
1945	
<p>Con la rendición incondicional de Japón en 1945, entra a una nueva era. El entretenimiento emergió como industria respondiendo a la necesidad psicológica de evasión ante la cruda posguerra. La falta de recursos de la población en general requería de medios baratos de entretenimiento.</p>	
1945	??
<p>«Liberal Historia de actualidades»</p> <ul style="list-style-type: none"> - «Blondie» de Joung, apareció en «Shukan Asahi», y las revistas «Manga Club» y «Shonen» para niños y adolescentes. 	
1946	Machito Hasegawa
<p>«Sasae San»</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es una historieta de corte cómico, producido por uno de las primeras dibujantes de manga. - Fue alumna de Shiho Tagawa, (creador de «Norakuro». - En 1949 comenzó a publicarse en el diario nacional Asahi Shimbun hasta su retiro en febrero de 1974. - En 1955 se transformó además en una radio serie dramática, que aun se producía hasta el 2005. - En 1965 fue producida con personas reales, y en 1969 Fuji Televisión produjo una serie animada. - Parte de su obra fue traducida al inglés bajo el nombre de «The wonderful world of Sasae San». 	
1946 (marzo 31)	Ozamu Tezuka - Diario Mainichi
<p>«Machan no Nichiko» (El diario de Ma-chan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Este es el primer trabajo en manga del autor. - Apareció en la publicación infantil «Mainichi Shogakusei Shimbun». - Es considerado el iniciador del que se conoce en la actualidad como el estilo «manga». 	
1947	??
<p>«Manga Shonen» (revista)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Surge en este año esta revista. - Fue la primera revista infantil dedicada en exclusiva al manga. 	
1947	Ozamu Tezuka
<p>«Shin Takarajima» (La nueva isla del tesoro)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vendió sorpresivamente entre 400,000 y 800.000 ejemplares. Su éxito fue aplicar al cómic un estilo cinematográfico descomponiendo los movimientos en varias viñetas y combinado este dinamismo con abundantes efectos sonoros. - Los publicistas reaccionaron a este hecho y encontraron (y contrataron) a jóvenes que emularon el trabajo de Tezuka. 	



«Orgon Bat» fue transformada en animación años después.



«Norakuro» emplea un estilo caricatesco, propio de las series de corte humorístico de esos años.



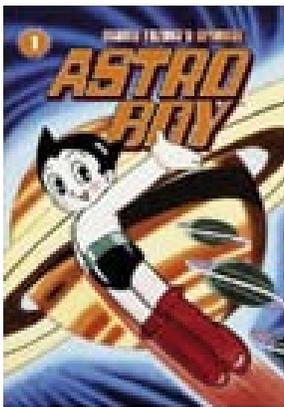
Ejemplo de «Fuku chan» su lectura es de arriba hacia abajo, coincidente con la forma de lectura de este país.



«Jungle Tatei» es una obra que trata de las aventuras de un pequeño león blanco en su hábitat. Esta obra años después inspiró la película de Walt Disney «El Rey León».



Portada de la revista «Shojo Club» cuyo material era orientado hacia las niñas.

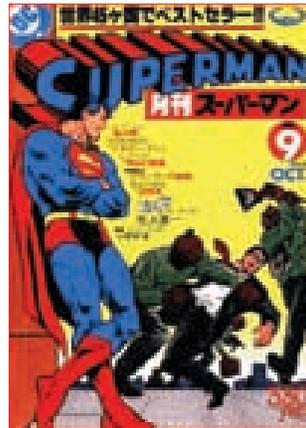


Portada de una de las reediciones de «Tetsuwan Atom» (Astroboy).

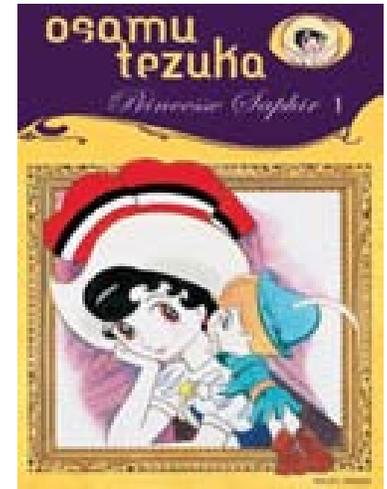
1948	??
«Boken Katsugueki Bunko» -Son de aventuras y de acción. - Con esta publicación se inician las series infantiles.	
1950	??
«Asociación Tokio Manga» -Edita historietas para niños.	
1950	Tezuka Osamu -Revista «Manga Shonen» Ed. Gakudo-sha
«Jungle Tatei» (Emperador de la Jungla) - Fue publicada en Manga Shonen entre noviembre de 1950 y abril de 1954. - El autor dirigió en 1965 su proyecto de animación, el cual representó el primer trabajo de animación en color en Japón.	
1951	??
«Shojo Book» - Contiene diversas historietas para muchachas. - Las historias Shojo se desarrollaban con niñas de la escuela primaria y generalmente parecían caer en tres categorías; humor, horror y tristeza. - Las relaciones madre-hija eran destacadas prominentemente y las historias de niñas que conocían niños eran relativamente raras, hecho que no es tan sorprendente si se considera la edad de las protagonistas.	
1952	Tezuka Osamu Comic «Shonen» Ed. Kobunsha Publishers Ltd.
«Tetsuwan Atom» (Astroboy) - Este es el trabajo más conocido de autor. Se publicó desde abril de 1952 a marzo de 1968.	
1952	
Los temas bélicos tienen éxito.	
1952	Tezuka Osamu
«El Príncipe Saphir» - Se convirtió en una serie televisiva transmitida en Francia.	
1954	Tezuka Osamu
«Ribbon no Kishi» - Fue una historia que combina drama, aventura, fantasía, tragedia, humor y romance.	
1954	
Se realiza la primera transmisión por televisión en Japón. Solo había 866 televisores.	
1955	
Aparecen las historietas en forma de libros de bolsillo.	
1955	??
«Ribbon Magazine» (revista) - Es una revista que publica trabajos en manga, publicada por Shueisha. - Ribbon es orientado al «Shojo», es decir, su contenido es ajustado para chicas jóvenes desde la escuela primaria hasta la escuela secundaria. - Cada edición consta de 400 páginas, en las que se encuentran varias historias en color. Se distribuye acompañada de juguetes pequeños, libretas, agendas, etc. - En ella se ha publicado historias como «Marmalade Boy».	



«Tetsujin 28» (Gigantor) #2 Por Go Nagai.



Uno de los números de «Superman» publicados en Japón.



«El príncipe Saphir» de Ozamu Tezuka.

1956

- Aparece la primera revista semanal en Japón.
- El alquiler de historietas tiene éxito en Osaka.

1956

- «Shukan Manga Times»
- Aparece como revista semanal con historietas para adultos.

1956

Jerry Siegel (guión) y Joe Shuster (dib)

- «Superman»
- Llega a Japón y tiene éxito.

1956

??

- «Tetsujin 28» (Ironman 28, Gigantor)
- Fue Publicada en "Shonen Magazine"
- Se trata de una de las historietas precursoras del ahora género de los «mechas» (protagonizados por robots gigantes generalmente pilotados).
- Se transformó en una serie animada en 1963.

1956

- Yoshihiro Tatsumi comenzó a publicar gekiga en 1957. El gekiga era sumamente diferente a la mayoría de los mangas que para ese entonces estaban dirigidos a niños.
- Gekiga es el vocablo japonés para «imagen dramática». El término fue creado por Yoshihiro Tatsumi y adoptado por muchos otros mangakas serios que no querían que su trabajo fuera conocido como manga ó «garabatos». Es comparable con el trabajo de Will Eisner, quien comenzó a llamar a sus historietas «Novelas gráficas» en contraste a los «libros de historietas ó Comic books» por la misma razón.
- Las Gekiga enfatizaban el realismo, tanto en el dibujo como en el contenido. Seguido eran crueles y mediatundas, o violentas, de humor negro muchas veces, muy diferente del sentido cómico de los mangas que se leían en primaria.

1959

- La mayoría de los mangas «Shojo» (para niñas) eran desarrollados por artistas hombres, muchos de los cuales también trabajaban en el género Shōnen.
- El número de artistas femeninas dentro del manga casi se contaba con los dedos (Entre ellas Masako Watanabe, Hideko Mizuno, Miyako Maki).



Comparación entre el estilo común (izquierda) y el gekiga (derecha).



Imagen en estilo «Gekiga» Los personajes son representados de forma más realista que en el estilo que se utilizaba comúnmente dirigido a los niños.



«Weekly Shonen Sunday» Cubierta de una edición de 2005.



Ilustración de «Honey Honey no Sutetkina Bouken» por Hideko Mizuno.



«Shojo Book» Es publicado por Shueisha.

1959 ??

«Weekly Manga Sunday»

- Una historieta semanal cuyo contenido está orientado a los adultos.

1959

Ya había 2 000 000 de televisores en Japón.

1959 Kodansha (editorial)

«Weekly Shonen Magazine» y «Weekly Shonen Sunday»

- Esta editorial, que solo se dedicaba a la publicación de libros, comienza su participación en el mercado de los mangas, bajo el nombre de «Weekly Shonen Magazine».

- Estas se convirtieron en las primeras revistas semanales para niños.

- Inicialmente estas revistas estaban concebidas como de información y entretenimiento en general y el manga ocupaba menos del 40% del total de las páginas.

- Los publicistas notaron que podrían incrementar las ventas si aumentaban la cantidad de mangas contenidos.

1961

La violencia no solo es aceptada dentro de los mangas, sino que además es demandada.

- Esta tendencia perduró hasta finales de la década.

La sexualidad es otro elemento que entra en las historietas japonesas, con su liberación de costumbres, junto con los movimientos «underground» aunque en principio, de una forma muy ingenua e inocente.

Finales de los 60's

- Conforme el público de los mangas fue creciendo, fueron cambiando los temas en los cuales se interesaba, entonces se volvieron populares las tiendas de «renta de mangas» donde se encontraban los mangas llamados Gekiga, que eran más serios y sofisticados.

- En estos lugares trabajaron autores como Sampei Shirato (trad. de «La leyenda de Kamui» al inglés) y Takao Sayito (Trad. de «Galgo B» al inglés), aunque trabajaron en estas cuando ya comenzaban a decaer en demanda.

- Algunos de los artistas que trabajaban en las tiendas migraron a revistas Seinen (para jóvenes) como Weekly Manga Action (1967, Futaba Publishing Co.) y Monthly Big Comic (Shogakukan Publishing Co.) y muchos otros comenzaron a trabajar en revistas para niños (Shōnen).

- Como consecuencia, las revistas Shōnen incorporaron el estilo Gekiga Bajado de tono con la finalidad de atraer a los lectores que consideraban el estilo Gekiga tal cual demasiado expresivo.

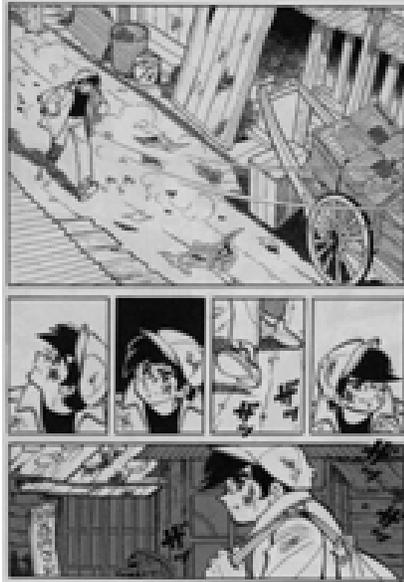
-En respuesta a esta ofensiva, las revistas Seinen reutilizaron ciertas técnicas del manga de historia (el utilizado por el Shōnen), para incrementar la apariencia popular.

-En la batalla por los lectores más grandes las dos revistas Shōnen líderes (Shogakukan Publishing Sunday y Kondansha Publishing Magazine) comenzaron a perder su público de primaria, los cuales eran sus lectores centrales, y su circulación se desplomó.

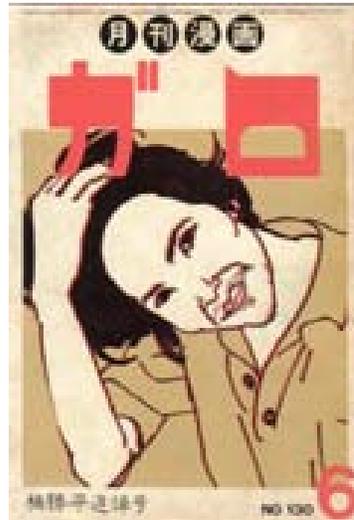
1963

- El género Shojo saltó del periodo mensual al semanal a causa de la demanda.

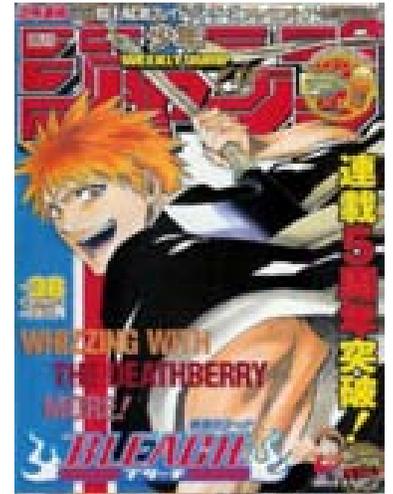
- Este hecho ocasionó que se requiriera de un mayor número de artistas. También estuvo claro que las mujeres eran mejores que los hombres para entender las demandas de estas mismas, y ayudaban por ende a los publicistas a vender más.



«Ashita no Joe» Pagina del no. 1.



«Garô» No. 47. Única revista underground en esa época.



«Weekly Shonen Jump» ejemplar publicado en 1999.

1964

Katsuichi Nagai

«Garô»

- Esta es la única revista "underground" publicada en Japón.
- Fue patrocinada por Sampei Shirato.
- Los participantes en esta revista, trabajaban sin paga a cambio de tener total libertad creativa.

1967

«Shūkan Manga Action»

- Es otra revista de contenido manga. Posteriormente cambió su nombre a "Weekly Manga Action".

1968

Editorial Shueisha

«Weekly Shōnen Jump»

- Redirigió su contenido hacia el público infantil, lo cual logró que se colocara nuevamente a la cabeza a principios de la década de los 70's.
- Dentro de esta se han publicado éxitos como «Dragon Ball», y «Slam Dunk».

1968

Chiba Tetsuya

«Ashita no Joe»

- Su personaje central (Joe) actualmente es considerado un ícono dentro de la cultura japonesa.

1968

Takumi Nagayasu

«Ofukuro»

- Se inspiró en los trabajos de Chiba Tetsuya.

1968

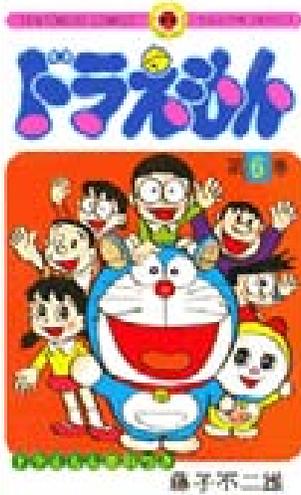
Go Nagai

«Harechi Gakuen» (Escuela Inmoral)

- Es una de las primeras publicaciones que inicia el manejo de temas sexuales.
- No pasaba de mostrar juguetos sexuales (ropa interior femenina, traseros y pechos desnudos).
- Apareció Publicada en la revista «Shōnen Jump».
- Fue muy criticada por todos los niveles de la sociedad, en parte, por haber sido publicada en una revista infantil.
- La serie concluye dramáticamente en 1972, cuando todos los personajes mueren en una masacre.
- A partir de ese momento comienza la competencia por ver qué tan lejos pueden llegar y qué tanto les permiten las leyes de restricción.



«Harechi Gakuen» de Go Nagai. Primeras imágenes sobre la temática de la sexualidad en Japón.



«Doraemon» una de las series con más éxito en Japón.



«Candy Candy» No.. 9 Igarashi Y Mizuki.



«Mazinger Z» - Go Nagai Viñeta tomada del n0.1 de la publicación en español.

1969 Fujimoto Iroshi, Motoo Abiko

«Doraemon» (El Gato Cósmico)

- En el tiempo en el que fue publicada por primera vez, apreció simultáneamente en 6 revistas.
- Es una de las series más populares en Japón, aunque su éxito parece haberse extendido recientemente.
- La autora del guión Fujiko Fujio fue premiada en 1973 con el premio de la excelencia de la Asociación de Artistas Manga Japoneses. Este mismo título recibió el Primer premio en el "Premio Cultural Osamu Tezuka" 1997 (primera edición del concurso).
- A sido traducida a varios idiomas.
- Su fama y reconocimiento en Japón puede compararse con el de «Mickey Mouse» en los Estados Unidos.

1970

-El artículo 175 de las leyes japonesas les impedía la exhibición de escenas sexuales explícitas, vello púbico y genitales, salvo de niños. Para evadirla, los autores presentaron niñas, mejor dicho adolescentes que acababan de abandonar la infancia, y que, pese a no mostrar el menor signo de vello púbico, tenían pechos exagerados. De esa formase crea el género «rorikon» (Complejo de Lolita) – cuyo máximo representante es el artista «U-Jin».

1972 (junio)

Go Nagai - Kodansha Shonen Magazine

«Devilman» (Hombre Demonio)

- Es una serie extremadamente violenta. Sus OVAs contienen un grado de violencia tal, que no fueron transmitidas por televisión.
- La serie gusto tanto que en ese mismo año se transformó en animación.
- Fue publicada originalmente desde el 11 de junio de 1972 hasta el 24 de junio de 1973.

1972

Go Nagai - Revista Shonen Jump.

«Mazinger Z»

- Apareció entre los números 42 de 1972 y 35 de 1973 antes de aparecer en 4 tomos separados.
- Fue muy popular en lugares como España e Italia.
- En 1978 es llevada a la pantalla llegando a América al año siguiente.

1975

Kyoko Mizuki/Yumiko Igarashi - Ed. Kodansha

«Candy Candy»

- Esta es una historieta cuya versión animada fue de las primeras en llegar a la televisión abierta de nuestro país.
- Su publicación en tomos individuales consta de 9 números publicados entre 1975 y 1982.
- Desde 1998 y hasta el 2002 fue prohibida la difusión de la serie animada en todos los países del mundo debido a un proceso legal entre Igarashi y Mizuki por los derechos de autor de Candy Candy.

1977

Osau Akimoto - Jump Comics (Shueisha)

«Kochira Katsushikaku Kameari Kouenmae Hashutsujo»- aka. Kochikame (La estación de policía en frente del parque Kameari en la guardia de Katsushita)

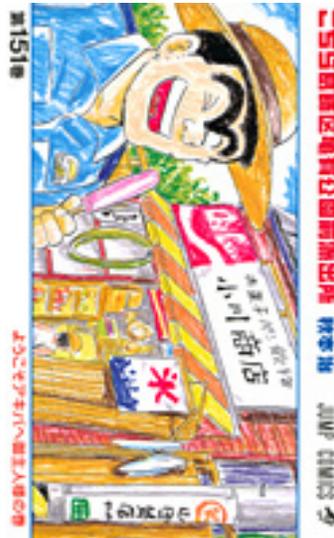
- Es la serie más larga aún produciéndose en la actualidad (consta de 153 volúmenes)

1978

- Se producen series radiofónicas a partir de historietas



«Urusei Yatsura» No. 1 - Rumiko Takahashi.



«Kochira Katsushikaku Kameari Koenmae Hashutsujo» No. 151 - Osamu Akimoto.



«Dr Slump» #1 De Akira Toriyama

1978

Rumiko Takahashi

«Urusei Yatsura»

- Se produjo una animación de 1981 a 1986, y consta de 195 capítulos y 6 películas

1980

- En esta época aparecen los OVA's (Original Video Animations), Hasta entonces la única manera de conocer el anime era por medio del cine o de la televisión. Los OAV's (también llamados OVAS) son animaciones producidas exclusivamente para ser comercializadas en video.

1980

- La circulación de la revista «Jump» era de 3,000,000

1980

Akira Toriyama

«Dr Slump»

- Esta fue la primer serie reconocida de este célebre autor

- Dejo de ser publicada en 1984

- A menos de un año de su publicación, fue comenzada la producción de su serie animada gracias al éxito producido.

1980

Kodansha (Editorial)

«Young Magazine»

- Es una revista publicada por Kodansha orientada al público masculino

- En sus páginas se han publicado series famosas como "Akira", "Ghost in the Shell", y "Chobits"

1980

Rumiko Takahashi

«Maison Ikkoku»

- Fue publicada en la revista "Big Comic Spirits" hasta 1987

- En 1986 se hizo una película con personajes reales a partir de su historia

1982

Ashi Productions (Estudio de T. V.)

«Mahou no princess Minky Momo»

- Es una producción televisiva base para el desarrollo posterior del género de las «chicas mágicas» en la producción de historietas.

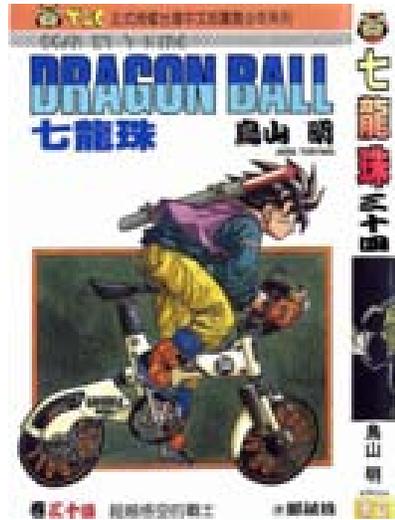
- Consta de un total de 63 capítulos.



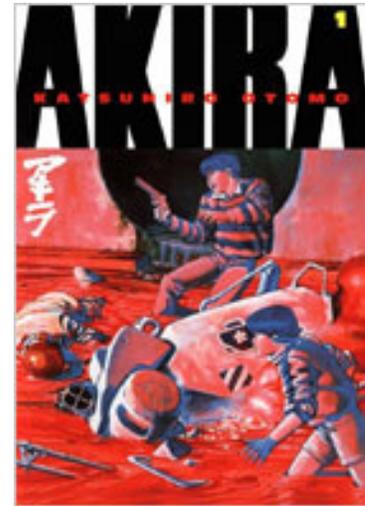
Viñeta tomada de «Urusei Yatsura»



«Saint Seiya» es una de las historietas más conocidas a nivel mundial.



«Dragon Ball» Cubierta y lomo correspondiente al no. 34.



Cubierta del no.1 de «Akira», serie con la cual la animación japonesa se dio a conocer a nivel mundial.

1982

Katsushiro Otomo

«Akira»

- Fue publicada hasta 1993, contenía en total más de 2000 páginas.
- Apareció en la revista Young Magazine de Kodansha.
- En 1989 es llevada al cine, fue dirigida por su autor, Katsushiro Otomo. Esta marca el inicio de la difusión del anime y del manga fuera de Japón, gracias al impacto que generó en todo el mundo.

1984

Akira Toriyama

«Dragon Ball»

- Fue publicada en la revista Shōnen Jump entre el #51 de 1984 y el #25 de 1995.
- Esta es una de las series más conocidas en todo el mundo del género del manga, también es una de las más largas, comprendiendo 211 tomos de manga (más de 7,000 páginas) y 508 capítulos de animación sumando el total de sus series.
- Dejó de ser publicada en 1995.

1985

Masamune Shirow

«Apple Seed»

- Mezcla elementos de los géneros de «ciberpunk» (género enfocado en las computadoras y en sociedades anti-utópicas, con algún grado de rompimiento en el orden social).
- A diferencia del resto de los mangas, este fue impreso inicialmente como tankobon (es decir, en vez de aparecer de forma seriada en alguna revista, fue impresa directamente como libro) que es algo muy poco común en Japón.
- Esta serie le da el premio «Seiun» de ciencia ficción a su autor en ese mismo año.
- En el año siguiente, gana el premio Galaxy Award al «Mejor manga de Ciencia Ficción» por este título.

1985

- Es creada en Estados Unidos la serie animada «Robotech» la cual esta basada en tres series animadas japonesas «Superdimensional Fortress Macross», «Super dimensional Cavalry Southern Cross» y «Genesis Climber Mosteada»
- La circulación de «Jump» llega a los 4, 000 000.



«Super dimensional Cavalry Southern Cross» Cubierta de video de una de las producciones animadas.

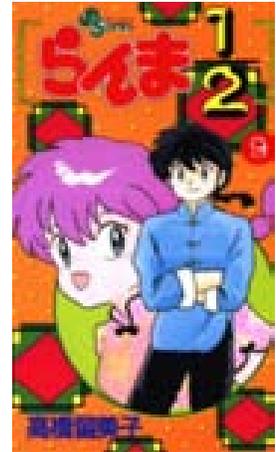
1986

Masami Kurumada

«Saint Seiya» (Los Caballeros del Zodiaco)

- Fue publicada por la editorial Shueisha en la revista Shōnen Jump.
- Fue transformada en animación por TV Asahi desde octubre de 1986 hasta abril de 1989.

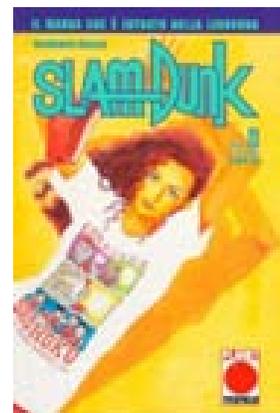
1987	Rumiko Takahashi
« <i>Ranma 1/2</i> »	
<ul style="list-style-type: none"> - Dejó de ser publicada en 1996. - Esta serie se volvió extremadamente popular en los años 90 en América, (Incluyendo México) cuando fue transmitida su producción animada. 	
1988	Kozuke Fujishima
« <i>Oh Megami Sama</i> »(Oh Mi Diosa, Ah! My Goddess u Oh! My Goddess)	
<ul style="list-style-type: none"> - En 1991 comenzó la producción de animación. - Actualmente aún no ha terminado su publicación. - Fue publicado en la revista «Super Manga Blast» de Kodansha. 	
1989	Masamune Shirou
« <i>Kokaku Kidotai</i> » (<i>Ghost in the Shell</i>)	
<ul style="list-style-type: none"> - Dejo de ser publicada en 1997. - Se transformó en película animada en 1996 y hubo una secuela en el 2004. 	
1990	Takehiko Inoue
« <i>Slam Dunk</i> »	
<ul style="list-style-type: none"> - Fue publicada en la revista Weekly Shōnen Jump entre el #42 de 1990 y el #27 de 1996. - Llegó a convertirse en el manga más leído en la historia (título que posteriormente le arrebató la serie One Piece). - Consta de 31 tomos y 101 capítulos de animación, mas sus OVAS. 	
1991	Naoko Takeuchi
« <i>Sailor Moon</i> »	
<ul style="list-style-type: none"> - En el año siguiente fue transformada en Anime, el cual consta de 200 capítulos. - Fue redibujado por su misma autora en el año 2003, con otros diálogos y más larga, pero siendo la misma historia. 	
1991	Yukito Kishiro - Revista Business Jump (Shueisha)
« <i>Hyper Future Vision GUNNM</i> » (<i>Battle Angel Alita</i>)	
<ul style="list-style-type: none"> - Se finalizó su publicación en 1995. Constando de 9 números, y en 1993 se realizó una animación de 2 capítulos (OAV). - En el 2001 continuó su publicación con el título de «Last Order» publicando 13 números a la fecha (2007) en la revista Ultra Jump. 	
1992 (mayo)	Yu Watase - Shoho Comic (Shogakukan)
« <i>Fushigi Yugi</i> » (<i>El Juego Misterioso</i>)	
<ul style="list-style-type: none"> - Consta de 18 volúmenes, finalizando su publicación en 1998. - Se produjo una serie animada de 52 capítulos. 2 especiales de TV y 13 OAVS. 	
1994	Nobuhiro Watsuki - Shonene Jump (Shueisha)
« <i>Rurouni Kenshin</i> » (<i>También conocida como Samurai X, Hltokiri Battousai (El destajador).</i>)	
<ul style="list-style-type: none"> - Fue publicado en la revista Weekly Shōnen Jump entre el #19 de 1994 y el #43 de 1999 y posteriormente en 28 tomos en su publicación propia (tankobon). 	
1994	Kadokawa Shoten (Editorial)
« <i>Shonen Ace</i> »	
<ul style="list-style-type: none"> - Es una revista recopilatoria de manga shōnen (para jóvenes hombres). - En ella se han publicado mangas famosos como Angelic Layer, Neon Genesis Evangelion, Cowboy Bebop, Samurai Champloo, Visión of Escaflowne, Macross 7 Trash y Brain Powered entre otros. 	



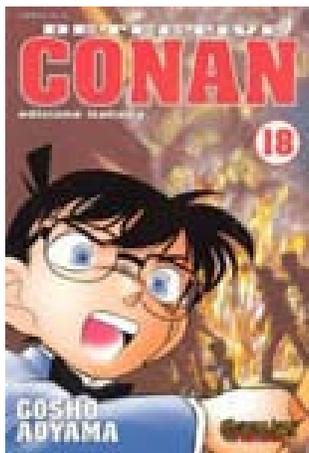
«*Ranma 1/2*» Es una de las obras más conocidas de Rumiko Takahashi tanto en historieta como en animación.



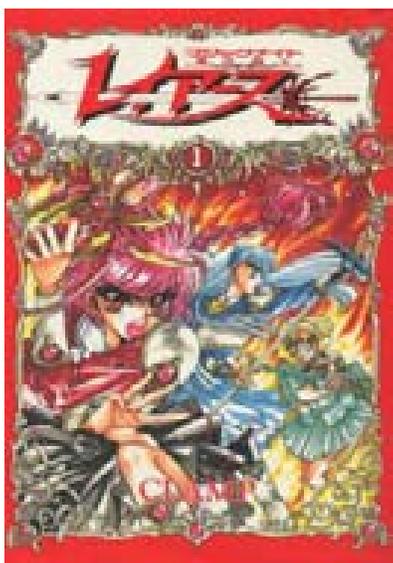
«*Sailor Moon*» No. 12 Naoko Takeuchi.



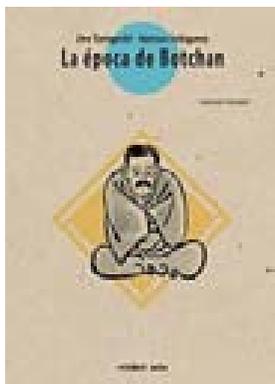
En cuanto a ventas «*Slam Dunk*» es una de las series más leídas en Japón.



«Detective Conan» De Gosho Aoyama.



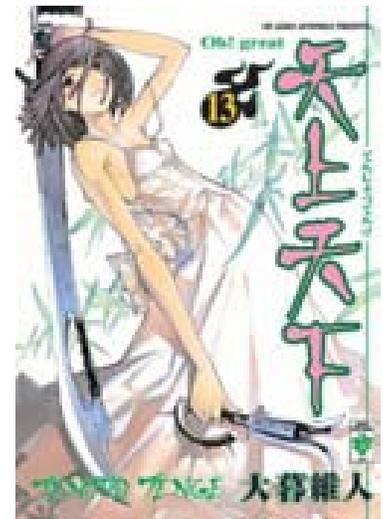
«Magic Knight Rayearth» se inició en 1994.



«La Época de Botchan» Jiro Taniguchi tardaron más de diez años en aparecer sus 5 tomos.

1994	Gosho Aoyama
«Conan Detective» (<i>Detectivo Conan</i>)	
- Es una de las series más largas publicadas en Japón.	
- Actualmente, no están terminados ni el manga, ni el anime.	
- A la fecha el manga consta de más de 60 tomos y 400 capítulos de animación, además de 10 películas.	
1994	CLAMP
«Magic Knight Rayerth»	
- CLAMP es un estudio de dibujantes compuesto por Mokona Apapa, Ageha Okawa, Tsubaki Nekoi y Satsuki Igarashi.	
1994	
- la circulación de la revista «Jump» llega a los 6 200 000.	
1994	koshi Rikdo
«Excel Saga»	
- Al contrario de lo que sucede comúnmente, la producción animada tiene poco que ver con el manga.	
- La serie es abiertamente una parodia de otras series conocidas como Dragon Ball, Sailor Moon, Doraemon, Mickey Mouse, Superman, La Guerra de las galaxias, entre otros.	
- La versión animada fue nombrada «Animación absurda y experimental Excel Saga».	
1996	Chiho Saito
«Utena»	
- Esta condensada en 5 tomos recopilatorios, apareció inicialmente en la revista «Ciao».	
- Fue llevada a la televisión en 1997, consta de 39 capítulos.	
- En México, la serie animada se tituló «El anillo mágico de Úrsula».	
1996	Tsuda Masami
«Kareishi Kanojo no Jippo» (<i>Karekano</i>)	
- Apareció en la revista «Hana to Yume».	
- Consta de 21 volúmenes, y fue llevada a la televisión poco después.	
1997	Eichiro Oda
«One Piece»	
- Esta serie no ha dejado de ser publicada hasta la actualidad (2007).	
- A la fecha existen 41 tomos recopilatorios (tankobon) y 263 episodios de animación.	
- El tomo 24 de esta serie, rompió los records de ventas para un solo número (record que mantenían los tomos 21 y 23 de la serie Slam Dunk).	
1997	Yukiro Sugisaki
«D. N. Angel»	
- Fue publicada en la revista «Azuka» de Kodokawa Shoten.	
- Aun no se ha terminado la publicación en volúmenes recopilatorios, se tiene 11 hasta el momento.	
- La serie televisiva consta de 26 capítulos, y fue producida en 2003 por «Tokyo TV».	
1998	Natsuo Sekikawa (historia) Jiro Taniguchi (dib.) Ed. Futabasha
«Batchan no Jidai» (<i>La Época de Botchan</i>)	
- Fue la publicación ganadora del premio Cultural Osamu Tezuka de este año. Pertenece al género del manga histórico.	
- Comenzó a publicarse en 1985 y casi 12 años después fueron terminados los 5 volúmenes que la componen.	

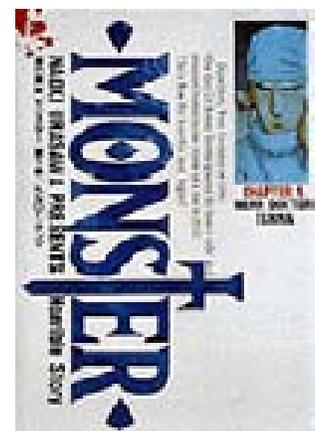
1998	CLAMP
« <i>Angelic Layer</i> »	
- Fue publicada en México en el año 2005	
1998	Ken Akamatsu
« <i>Love Hina</i> »	
- Este es uno de los títulos más importantes de este autor. Consta de 14 tomos y fue publicada en la revista «Shonen Jump».	
1998	Shueisha (Editorial)
« <i>Ultra Jump</i> »	
--Es una revista publicada por Shueisha, y su público objetivo son los jóvenes adultos.	
- En ella se han publicado historietas como «Tenjho Tenge».	
1998	Oh Great!
« <i>Tenjho Tenge</i> » (<i>Sobre el cielo, bajo el cielo</i>)	
- Fue publicada en la revista «Ultra Jump» de Shueisha, El «Tankobon» (Libro recopilatorio) consta hasta el momento de 21 tomos.	
- Igual que muchos otros títulos, ha sido publicado en varios países.	
- La serie televisiva consta de 24 capítulos, y dos OAV's y fue producida en 2004.	
1999	Akira Toriyama
« <i>Neko Majin</i> » (<i>Hombre Gato del Mal</i>)	
- Apareció en «Weekly Shōnen Jump» en el mes de abril.	
- Comprende una compilación de historias cortas del autor.	
- Dejó de ser publicada en el año 2005 con su final «Neko Majin Z» que es una auto parodia de su obra más conocida «Dragon Ball».	
1999	Natsuki Takaya
« <i>Fruits basket</i> »	
- Apareció en la revista «Hana to Yume» de la ed. Hakusensha.	
- La serie aun no se ha terminado aun, no obstante se espera que finalice en el no. 23 habiéndose publicado 22 números.	
- En julio del 2001 fue llevada a la televisión.	
1999	Naoki Urasawa Rev. «Big Comic Original» (Shogakukan)
« <i>Monster</i> »	
- Obra ganadora del Premio Cultural Osamu Tezuka de ese año.	
- Comenzó a publicarse en 1994, Consta de 18 volúmenes concluida en el 2004.	
2000	Shoji Gato
« <i>Full metal Panic!</i> »	
- Es una adaptación de una animación homónima de la compañía «Gonzo», que a su vez estaba basado en una serie de novelas.	
- Apareció en la revista «Monthly Comic Dragon» (revista publicada por (Kadokawa Shoten) y consta de 9 volúmenes.	
2000	Kiyohiko Azuma
« <i>Azumanga Dahio</i> »	
- El manga consta de historietas de 4 páneles, (conocido en Japón como 4-koma)	
- Aunque los japoneses están acostumbrados a este formato, es poco común que exista una serie de manga completa de esta forma.	
- Fue adaptada a animación en el año 2002.	



«Tenjho Tenge» No. 13 Oh Great!



«Angelic Layer» No. 1 CLAMP.



«Monster» No.1 Naoki Urasawa.



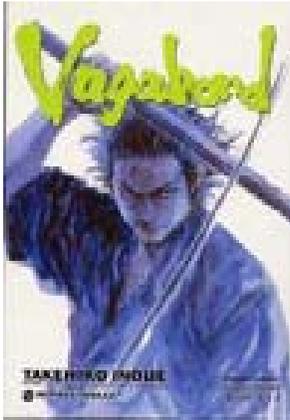
«Onmioji» Okano reiko.



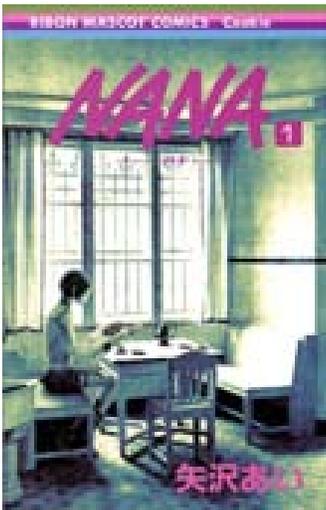
«Gantz» No. 1 Hiroya Oku.



«Naruto» Una de las series más vendidas y vistas alrededor del mundo.



«Vagabond» Takehiko Inoue- Es una obra de accion basada en una leyenda.



«Nana» No. 1 Ai Yazawa.

2000

Masashi kishimoto

«Naruto»

- Fue publicada en la revista «Weekly Shonen Jump» de Shueisha, El Tankobon consta hasta el momento de 36 números.
- La serie televisiva comenzó a transmitirse en el 2002 y fue producida por el estudio «Pierrot» teniendo 204 capítulos hasta el momento.
- En la actualidad (2007) es uno de los mangas más vendidos no solo en Japón sino a nivel mundial, incluso al grado de ser comparada con el éxito de «Dragon Ball».

2000

Hiroya Oku - Young Jump (Shueisha).

«Gantz»

- Por su alto contenido sangriento y con escenas de fuerte contenido sexual, esta serie fue censurada en varios países.
- Actualmente se compone de 20 volúmenes, y aun no termina su publicación .

2001

Kubo Taido (Kubotite)

«Bleach»

- Apareció en «Weekly Shōnen Jump»
- La serie aun no esta concluida, sin embargo, los 10 tomos ya publicados se han traducido a más de siete idiomas y se han vendido más de 7 millones de copias.
- En octubre del 2004 fue creado el anime de esta historia.

2001

Boku Yumemakura (historia) Okano Reiko (dib.) Jet Comics.

«Onmioji» (El maestro de la luz y la sombra)

- Ganador del Premio Ozamu Tezuka de ese año.
- Consta de 10 volúmenes publicados originalmente en 1994 por SC Deluxe Burger.

2002

Takehiko Inoue Weekly Morning (Kodansha)

«Vagabond»

- Describe la historia de Miyamoto Musashi, el samurai. La obra serializada consta de 26 volúmenes que siguen publicándose.
- Fue ganadora del premio Cultural Osamu Tezuka de ese año. Este autor fue nominado al premio Eisner al año siguiente.
- Es el mismo autor de la obra «Slam Dunk»

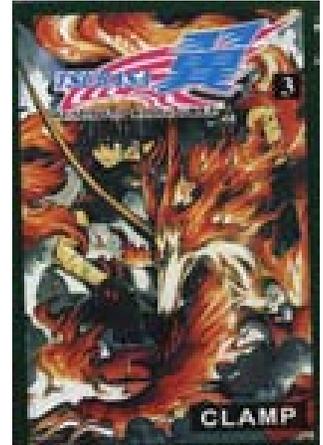
2002 (noviembre)

Ai Yazawa - Rev. Cookie (Shueisha)

«Nana» (7)

- Sus 12 primeros números han vendido más de 22 millones de copias. Actualmente se han publicado 17 números.
- Se ha hecho una película (2005) y una adaptación a anime (2006)

2003	Fumiko Takano (Kodansha)
<p>«Kiroi Hon» (El libro Amarillo)</p> <p>-Ganador Del Premio Culutral Ozamu Tezuka de ese año</p> <p>-Fue publicado el año anterior</p>	
2003	CLAMP - Young Magazine (Kodansha)
<p>«xxx Holic»</p> <p>-Es una serie que se encuentra entrelazada con otra publicación simultánea: «Reservoir Cronicles Tsubasa».</p> <p>- Recientemente en EE.UU. han renombrado la serie como HOLiC pues las x, se confundían con una referencia sobre algo oculto u omitido y si son 3 x con la pornografía, sin relación con la serie.</p>	
2003	CLAMP Shonen Magazine (Kodansha)
<p>«Reservoir Cronicles Tsubasa»</p> <p>- Es publicada en la revista «Weekly Shōnen Magazine» de Kodansha</p> <p>- Aun no se termina de publicar y actualmente consta de 21 tomos</p>	
2004	Akira Toriyama
<p>- Es reeditada la serie «Dragon Ball» en 34 números</p>	
2004	Kyoko Okazaki
<p>«Heruta Sukerutaa» (Helter Skelter)</p> <p>- La trama psicológica de esta obra gira en torno a la vida de una artista cuya belleza y salud se ven afectadas por inadecuadas prácticas médicas Y como gira y se tambalea su vida como en un tobogán</p> <p>-Helter Skelter refiere a un tipo de tobogan en los parques Ingleses</p>	
2004	Tomoko Ninomiya - Shonen Jump (Kodansha)
<p>«Nodame Cantabile»</p> <p>-En el 2004 recibió un premio por mejor sh jo manga por Kodansha. En Japón ha sido adaptada a la TV con un Live Action (Dorama) en el 2006 y con una serie de TV en el 2007.</p>	
2004	Tsugumi Oba/ Takeshi Obata - Shonen Jump (Shueisha)
<p>«Death Note» (El cuaderno de la muerte)</p> <p>-Conforma un total de 108 capítulos semanales condensados en 13 volúmenes</p> <p>-Se ha adaptado en 2 películas y una serie de anime.</p>	
2005	Ozamu Tezuka (guión) Hisashi Nagasaki (dib.) - Big Comics Shogakukan
<p>«Pluto»</p> <p>- El artista parte del guión realizado por Ozamu Tezuka. Se han publicado 4 volúmenes desde el 2003 y continua.</p> <p>-La historia gira en torno a la resolución de un crimen, en un universo donde la convivencia entre humanos y robots es habitual.</p>	
2005	Hideo Azuma - East Press
<p>«Shissou Nikki» (Diario de una desaparición)</p> <p>-Se trata de un tomo único. Fue ganador del Premio Cultural Ozamu Tezuka el año siguiente.</p>	
2007	
<p>El título «Maihime Terepushikoora» de Ryoko Yamagishi gana el premio cultural Ozamu Tezuka en la categoría de mejor manga largo.</p>	



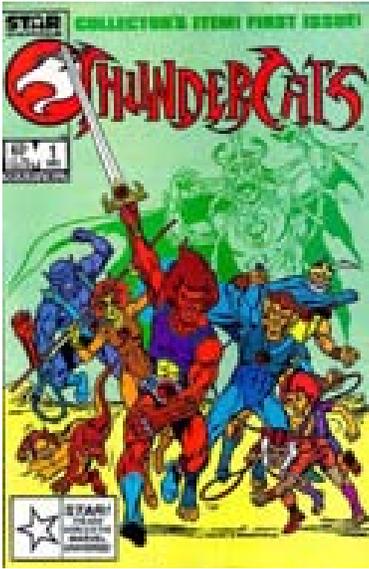
«Reservoir Chronicles Tsubasa» y «Holic» son dos obras que se encuentran ligadas en la trama.



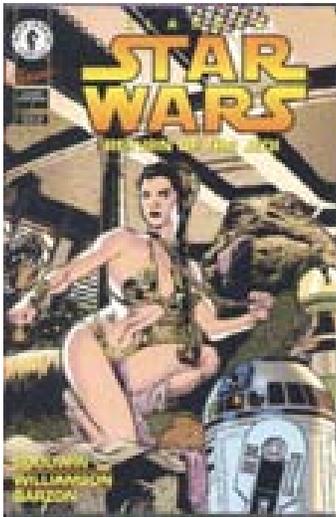
«Kiroi Hon» (El Libro Amarillo) - Fumiko Takano - Es la historia de una joven que se enamora.



«Helter Skelter» Kyoko Okazaki .



Los «Thundercats» fueron originalmente creados por la compañía de juguetes Mattel para comercializar juguetes derivados de ellos.



Como en el caso de otras películas de ciencia ficción «Star Wars» también fue transformada en historieta, continuando la secuela a partir de las novelas originales.

A grandes rangos, este es el panorama cronológico general de la historieta comercial hasta este momento, si bien no abarcamos referencias a nivel mundial, incluimos material suficiente para tener un panorama más claro de la historieta y cómo esta ha evolucionado en las zonas del mundo que han influenciado mayormente a nuestro país.

Teniendo hasta este momento referencia sobre algunos de los títulos más renombrados y algunas referencias cronológicas, aún falta referir (brevemente) el panorama general que, en la actualidad afecta la producción de historietas en este mismo campo, el de la historieta comercial. Es particularmente importante referir este aspecto, dado que la historieta podría parecer un medio de comunicación en decadencia (al menos, a nivel comercial). Ello tiene una causa, que abordaremos.

La industria de la historieta en la actualidad

La industria de la historieta a nivel mundial actualmente tiende hacia un proceso de recesión, originado entre otras causas, por el desarrollo de otros medios, como lo son la televisión o el internet, que hoy constituyen medios masivos con gran atractivo para los jóvenes, la parte más importante de su público. Adicionando también a los videojuegos, los cuales dado su creciente desarrollo exigen de la industria de la historieta una mejor calidad y mayor competitividad todo el tiempo, este hecho a terminado por reducir el número de empresas dedicadas únicamente a su producción.

En los Estados Unidos, por ejemplo, este receso comenzó desde finales de la década de los 70's, momento desde el cual «las compañías de comics ya no podían tomar riesgos, y arguyeron que «solo comerciando con personajes ya reconocibles podrían obtener ganancias» entonces decidieron mirar hacia otras industrias como el cine, las caricaturas, los juguetes e incluso los videojuegos para la producción de los nuevos materiales, así por ejemplo surgieron comics como «Star Wars», «Alien», «Los Thundercats», «Terminator», entre otros.

El fenómeno no terminó en este punto, pues después de que dichas fórmulas ya habían cobrado su cuota incluso dentro del campo de la historieta, optaron por mantener esta estrategia de comercialización «mezclando» los diferentes personajes reconocibles. De aquí se desprenden obras como «Alien vs. Depredador» «Alien contra Terminator», «Los Thundercats y Fuerza G», entre muchos otros, sumándole además la publicación que aun se mantiene, aunque de manera muy marginal, de la producción de héroes clásicos como «Batman» o «Spiderman».

Finalmente, y como resultado del «boom» internacional del anime y del manga han optado por aceptar este género dentro de su producción originando como consecuencia colecciones como «Marvel Mangaverse» donde los personajes conocidos de Marvel Cómics son redibujados en estilo manga y abordan temáticas similares a las del género

original, (el norteamericano) siempre manteniendo el ideal comercial del personaje reconocible. Otras editoriales en respuesta a este fenómeno han comprado los derechos de materiales originales de Japón para publicarlos en el formato americano, como es el caso de «Dark Horse» , quien tradujo al inglés obras de autores conocidos como Masamune Shirow (Appleseed, Orion, Dominion Tank Police, etc) o Kosuke Fujishima (Oh, my Goddess!),etc.

Por otro lado, en nuestro país el panorama es muy diferente. Mientras la industria norteamericana se mantiene refugiada en su propia producción, la industria nacional se mantiene casi en su totalidad gracias a que las editoriales adquieren derechos de producción de material procedente de Estados Unidos y Japón principalmente, el cual traducen y comercializan con su sello.

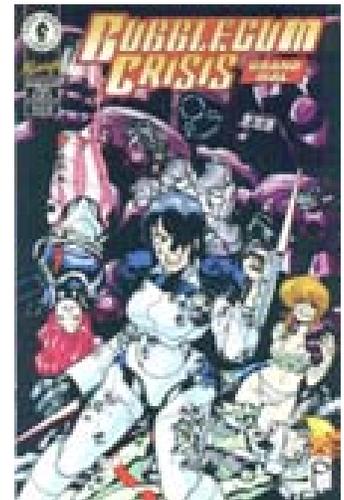
Por lo general estas empresas no invierten en la producción de material nuevo de procedencia nacional; es más común que reimpriman material que ya ha probado tener éxito, como «Memín Pingüín» o «Lagrimas y risas», rezagando a los autores nuevos a las pequeñas editoriales como Caligrama, Taller del Perro, Cygnus, Codice, etc. que los publican en revistas de baja circulación o en otro caso, si el autor produce contenido para adultos y pertenece a algún género conocido, como el manga, podrá publicarlo en una revista de mayor circulación. El grueso de la producción nacional se sigue concentrando como desde mediados de los 70's en las revistas para adultos que tratan temas como la violencia, el erotismo, y la pornografía, que si bien su contenido no ha variado, su estilo muestra alguna evolución además de irse incorporando con otras tendencias, como el «Hentai», (la llamada «para perversos» en Japón).

Finalmente los autores de historietas pueden publicarse gracias a todos los medios electrónicos como el Internet, o en el caso de ilustradores y otros profesionistas (sólo aquellos muy célebres) en medios impresos de alta circulación que incluyen entre sus páginas alguna historieta, tales como diarios, revistas, suplementos, etc, dentro del cual encontramos tanto a historietistas como a diseñadores y dibujantes entre otros. En esta esfera, ciertamente más elitista, podemos reconocer a autores como José Quintero (autor de Bubba), Trino (creador de El Santos), Jorge Alderete (Dr. Aldete) entre otros. Ciertamente o no, algunos los han considerado como «Lo mejor de la producción nacional». Aunque la mayoría de ellos siempre ha tenido un público limitado.

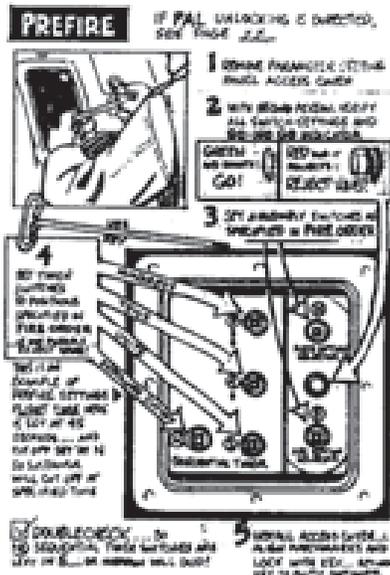
En contraste, el caso de Japón es totalmente opuesto al del resto del mundo, pues gradualmente han ido aumentando su producción de material original, el cual no solo se comercializa en su país, sino que los mejores son convertidos en animación (Anime) y exportadas a una gran cantidad de países. Existen múltiples publicaciones en donde se inician muchos nuevos talentos y se sostienen gracias al creciente número de historietistas de oficio que producen profesionalmente, aunándole además todo el «merchandising» o productos que se crean a partir del éxito de una animación, estos van desde los libros de ilustraciones hasta las figuras de colección pasando por toda clase de objetos, como peluches, bolsas, bolígrafos, tazas de café, artículos de baño, videos especiales, etc. Han logrado importar su cultura y sus valores gracias a este medio, colocándolos hasta cierto punto, como el estilo que guía el gusto de la época.



«Marvel Mangaverse» Condensación del estilo manga con héroes norteamericanos.



«Bubblegum Crisis» realizada por Frank Miller. Aunque se trata de un título original japonés, la editorial Dark Horse creo una continuación en estilo americano.



Ejemplo de comic de técnico presentado en el libro de Will Eisner «El comic y el arte secuencial», referente a los utilizados para instruir a los soldados norteamericanos.

APLICACIONES DE LA HISTORIETA HACIA UN FIN ESPECÍFICO

La historieta, con el paso del tiempo, fue convirtiéndose en un medio de comunicación con un gran impacto, especialmente en el público joven. Entonces, publicistas y entidades gubernamentales entre otros comenzaron a ver el potencial de la historieta como forma de acercarse a un público, y promover una determinada ideología.

Dos formas más comunes de utilizar la historieta como un medio con un fin no distractivo, son la propagandística y la didáctica. La primera fue y es utilizada para promover una ideología política, religiosa o de cualquier otra índole, y la segunda como un medio para orientar al público sobre una determinada información. A continuación las veremos a un mayor detalle.

Aplicaciones de la Historieta como Medio Propagandístico

Una definición muy simple nos dice que *propaganda* es

- Toda acción organizada para difundir una opinión, una religión, una doctrina, etc. // Publicidad dada a un producto comercial para fomentar su venta // Prospectos, anuncios con los que se hace esta publicidad (DEL, 1988)

Por tanto, es de notarse que existen al menos dos sentidos en los cuales podemos entender a la historieta como medio propagandístico, puede entonces:

- Crearse para difundir una opinión, una religión, una doctrina, etc.
- Crearse como una forma para crear publicidad a un producto y así fomentar su venta.

El enfoque que analizaremos ahora es el que la refiere como un medio para adoctrinar o difundir ideas, el segundo lo abordaremos más adelante.

La historieta propagandística a través de la historia

La historieta no siempre tuvo la posibilidad de ser un medio de difusión propagandística. En sus inicios, cuando no era muy aceptada o conocida por la gente, carecía de importancia como medio de comunicación. Recordemos que el momento del nacimiento de la historieta es muy cercano al de otros medios de comunicación masiva, por ejemplo, su desarrollo comienza cerca del año 1895 mismo en el que nace el cine, y esto es además muy cercano al nacimiento de la radio, que fue en 1896. La televisión es un invento también que se comenzaba su desarrollo en esos años, su antecesor técnico el televisor de Nipkow fue inventado en 1894 aunque esta, como un medio de comunicación masiva no surgiría sino hasta muchos años después. La historieta igual que otros, también se convirtió en un medio de comunicación masiva al paso del tiempo, siendo su desarrollo más rápido y, para la Segunda Guerra Mundial ya estaba lista para influir en las personas.

El campo de la política fue tal vez el primero que la utilizó como un medio de manipulación masiva; según Roman Gubern, *los ejemplos de manipulación política de los comics como arma de propaganda son numerosísimos.*



«El Pan De La Muerte» (Jack T. Chick) 1988. Historieta propagandística evangelista, que por medio de la descalificación de la iglesia Católica busca allegarse de nuevos miembros.

Existen casos de propaganda en todas partes del mundo, mas sin embargo, los más notorios son los producidos por los Estados Unidos, pues en este país, por su volumen de publicaciones, mayor al del resto de los países en aquel momento, en donde fueron creados un importante número de ejemplos con una penetración cultural más notoria.

Entre aquellos títulos que se sumaron en su momento a la difusión propagandística encontramos a personajes como *Joe Palooka* (personaje creado por Ham Fisher), *Terry Lee* personaje central de «*Terry and the pirates*» y al «*Secret Agent 9-X*» (creado por Alex Raymond, autor de «*Flash Gordon*», quien incluso desde su otra dimensión se convirtió en libertador contra el malvado Mink, llevando así la ideología norteamericana), etc. Prácticamente todos los héroes de comic books reorientaron su lucha hacia objetivos políticos, así héroes hoy famosos como Batman y Superman tuvieron como enemigo a aquel que lo fuera de los Estados Unidos.

La penetración política en los cómics fue tal, que incluso se creó uno específicamente para tal fin, «*Captain America*» cuyo personaje central combatía a las fuerzas del Eje (Conformado por Alemania, Italia y Japón) . Este ejercicio de historieta formó parte de un experimento alentado por su presidente Franklin Delano Roosevelt.

Después, también fue utilizada en otros conflictos bélicos, como los de Vietnam y Corea, en donde el uso reiterado de argumentos llenos de soldados, armas y conflictos bélicos terminó haciendo de este por sí solo un género, el hoy llamado bélico

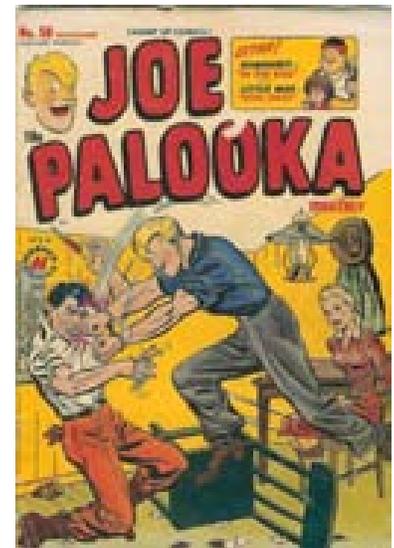
De igual forma, Japón e Italia, países pertenecientes al Eje, utilizaron esta misma técnica y apoyados en el arraigo de su propia cultura, crearon material igualmente propagandístico, Como ejemplos podemos citar:

-Las aventuras de Dankichi de Keizo Shimada- Esta historia es sobre un niño japonés que naufragaba con su mascota en una isla del sur del pacífico, en la que más tarde era coronado rey de los nativos, quienes según Gubern, *así reconocían la hegemonía política nipona*

-»*Dick Fulmine*» - historia creada por Carlo Cossio en la Italia de Mussolini nos muestra a un héroe musculoso que utilizando además su sagacidad y su fuerza luchaba contra el enemigo de Italia en la Guerra Civil Española, los frentes de África colonial y contra la Unión Soviética.

En esta misma Guerra Civil Española, también España se sirvió de la historieta para tal fin, véase por ejemplo a «*Flechas y Pelayos*» publicación que al igual que la nacida posteriormente «*Chicos*» es de adoctrinamiento franquista.

Estos son tan solo algunos ejemplos de los usos que se le dieron históricamente a la historieta, con la finalidad de influir en las personas, en muchos casos como vimos, para crear la imagen de un enemigo común, o en otras para llevar los ideales propios de ciertos grupos a sectores de la población. Como un medio de comunicación masiva tiene entonces capacidad probada para transmitir mensajes, no solo de la forma tradicional, apegada a su dimensión icónica en la cual lo visual tiene un papel dominante, si no también además, una capacidad para llegar a cambiar una idea, que es en sí algo más abstracto y sin una dimensión visible, pero que gracias a la narrativa de la historieta puede llegar a afectar a las personas de la misma forma que lo hace la televisión o un cuento infantil, el cual transmite un mensaje orientado a mostrar las consecuencias de las malas acciones, por ejemplo, entonces el lector aprende de los errores, aciertos y situaciones en las que se encuentra envuelto el personaje.



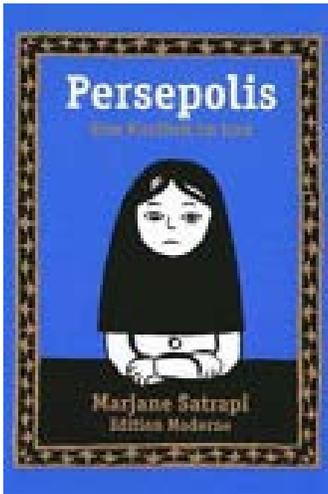
«*Joe Palooka*» otro de los personajes que se unió a la segunda guerra mundial



«*Terry and the Pirates*»



«*Secret Agent x-9*» Historieta de Alex Raymond que se incorpora a la segunda guerra mundial .



«Persepolis» de Marjane Satrapi, es una historieta autobiográfica sobre su propia perspectiva de Irán. Este es utilizado en otros países para enseñar sobre la cultura de dicho país.

La historieta como un recurso didáctico

La historieta se integró a nuevos campos como parte de su adaptación a los cambios de la sociedad, y uno de las mejores adaptaciones es aquella desarrollada para la enseñanza, donde además de seguir siendo de entretenimiento, cumple objetivos didácticos, es decir, además de distraer también educa. Y como antes mencionamos, a este fenómeno, en donde se suman nuevos objetivos a los anteriores se le conoce como **translación de objetivos**.

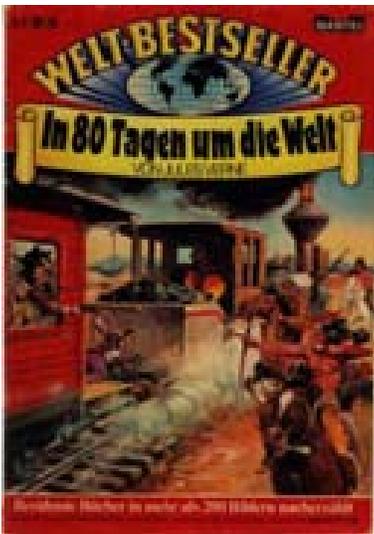
«La translación (de objetivos) no supone perder los (objetivos) originarios, si no completarlos con otros más adecuados al momento. E incluso es frecuente el falso desplazamiento orientado tan solo a la imagen pública de una organización o de sus productos.» (Rodríguez Dieguez)

Aplicarla de forma didáctica consiste en hacer de ella un instrumento con las características necesarias para poder transmitir un conocimiento de forma apropiada, veamos una definición:

Didáctico:

-Aquello propio para enseñar
-El propósito de expresar nociones o verdades de orden científico, histórico, artístico, u información relevante para un núcleo social, en forma adecuada para enseñar o instruir. (DEL).

Es posible utilizarla en este sentido gracias a su aceptación mas o menos generalizada, la facilidad de aprender su código y a su gran difusión entre otras características.



«La vuelta al mundo en 80 días» de Julio Verne ha sido llevada al campo de la historieta varias veces a través del tiempo. Ejemplo de historieta de 1977.

Según Luis Ernesto Medina, tanto las personas que saben leer como las analfabetas la mayoría de las veces pueden comprenderla (refiriéndose a la historieta); ya que sobrepasa las barreras del idioma y por su alta iconicidad es lo más adecuado para presentar la cosa de que hablamos.

La historieta es un medio capaz de transmitir determinados tipos de información con mayor facilidad que otros, en este sentido, R. Dieguez en su libro «El comic y su utilización didáctica» cita un estudio hecho por Bernardino Salinas, un profesor de la Universidad de Valencia, en el cual analizó la respuesta de estudiantes hacia un mensaje verbo icónico (comic) y uno solamente verbal, sobre un mismo pasaje de la vuelta al mundo en ochenta días de Julio Verne.

Las conclusiones presentadas sobre dicho experimento son las siguientes:

- Los códigos verbo icónicos bajo la forma de comic, su lenguaje, convenciones y estructuración, son conocidos o fácilmente asimilables dentro del contexto escolar.

- Los códigos verbo icónicos pueden ser utilizados, en circunstancias concretas y con informaciones adecuadas, para transmitir unos contenidos específicos. Con la consideración de que carece de sentido incidir en informaciones de tipo cuantitativo, fechas, cifras, nombres, siendo más adecuado para la transmisión de contenidos referentes a situaciones, estados...



Ejemplo de comic de aptitudes presentado en el libro de Will Eisner «El comic y el arte secuencial».

- No existe, en principio y en la población estudiada, dificultad en la transmisión de unos contenidos originarios del mensaje verbo icónico a mensaje verbal.

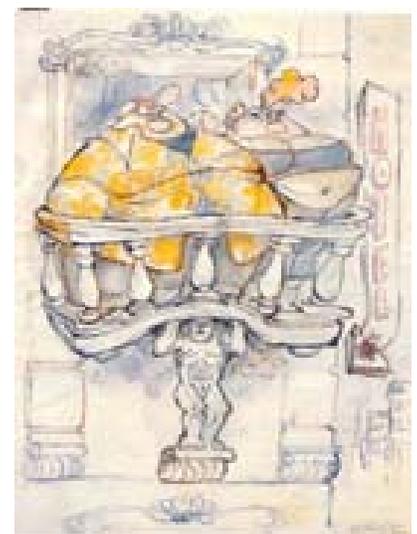
Esto nos da una idea sobre las limitaciones y las posibilidades de la historieta para transmitir información, imisma que resultará especialmente útil al momento de decidir si lo que deseamos comunicar es factible para una historieta.

El desarrollo de la historieta en el campo de la enseñanza ya ha sido clasificado, de acuerdo con el objetivo que persiguen. Will Eisner, clasificó dos tipos básicos de comics de enseñanza: los «técnicos» y los de «aptitudes».

Comic técnico: Es en el que el proceso de aprendizaje se muestra desde el punto de vista del lector, da las instrucciones de sus procedimientos, método y modo de utilización, generalmente asociado con cosas tales como montaje de los aparatos y modo de repáralos.

Comic de aptitudes: Es en el cual se condiciona una actitud para un trabajo. La relación o identificación sugeridas en la interpretación o dramatización en una secuencia de dibujos es instructiva por si misma, la gente aprende imitando y el lector puede suministrar fácilmente las acciones intermedias o conectivas tomando como base su propia experiencia

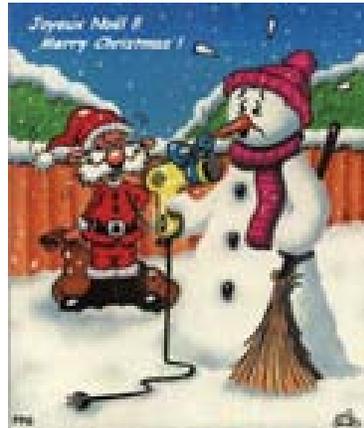
Estos dos tipos básicos de historieta son formas de presentar información hacia el público con dos intenciones diferentes, en el primer caso se trata de transmitir la forma de llevar a cabo un proceso, una secuencia de acciones, en el segundo caso, el de las historietas «de aptitudes», se trata de fomentar en el lector cierta disposición para realizar una determinada actividad, por ejemplo, en una fabrica. Para ambos casos el mismo autor nos señala la importancia de la característica del comic de ser un medio que, a diferencia del cine y los dibujos animados, no existe presión sobre el tiempo de lectura, y cada persona puede leerlo y examinarlo hasta que halla podido comprender la información presentada de forma satisfactoria.



Viñeta humorística creada por Carlos Killian.



«Maus» de Art Spiegelman muestra a los lectores la vida de los judíos en los campos de concentración, por lo cual se le puede considerar un comic didáctico.



Viñeta humorística creada por Steve Jones. La viñeta solo causa efecto humorístico si el observador esta familiarizado con los elementos que contienen la historieta.

Viñeta Humorística creada por Pumarino. Es muy probable que muchas personas esten familiarizadas con el tema el que trata, y comprendan la viñeta.

Comparación entre el dibujo humorístico y la historieta como recursos didáctico

Los dibujos humorísticos, como su nombre lo señala, son cierto tipo de dibujo con intención de causar risa, se caracteriza por la distorsión de sus elementos para dar énfasis a las cualidades más significativas del tema que se trata, a la vez que se reducen al mínimo los elementos sobrantes. (ver ejemplo a la derecha). Estas son algunas de sus características:

- Pueden emplearse formas que no requieren de gran esfuerzo
- Es fácil de comprender y recordar
- Un signo icónico bien estructurado puede ahorrar largas descripciones verbales, y exige un menor esfuerzo para su lectura.

Con respecto a estos, Luis Ernesto Medina nos presenta algunas características que considera aprovechables dentro del campo de la enseñanza. Estas son:

- Debe reducirse al mínimo la ambigüedad que pueda contener.
- Debe responder a todos los objetivos previamente establecidos.

Deben de considerarse a su vez ciertos factores como:

- La percepción del ser humano.
- El humor.
- Las características de diseño de los personajes.
- Los medios de comunicación.
- Las características del preceptor en su medio sociocultural.

La diferencia más notable entre una historieta y una viñeta humorística es desde luego la secuencialidad. Una viñeta humorística es sólo eso, una viñeta. Una historieta, como hemos visto previamente esta compuesta por varias de ellas.

Mientras una viñeta de corte humorístico necesariamente busca generar un gesto de alegría en el espectador, una historieta puede tener la expectativa de generar otros sentimientos en el lector, como tristeza, emoción, etc. Aunque pueden abordar los mismos temas, en el caso de la viñeta humorística, siempre será con la finalidad de divertir.



Viñeta de José María Pumarino Orueta. Aunque el estilo de dibujo sea limitado, se pueden lograr resultados positivos.



«Esas Mortíferas Enfermedades» Nick Arnold Ilustraciones -Tony de Saulles. Parte de una colección de libros que se apoya en dibujos humorísticos para presentar información de diversos temas.

Así también, el estilo del dibujo en una viñeta humorística debe de estar proyectado para apoyar la intencionalidad de la imagen presentada, La historieta debe de la misma forma contener este refuerzo en lo posible. La viñeta humorística siempre procura una estilización adecuada a lo cómico, no así la historieta que debe procurar adecuar su estilo a la intencionalidad de la historia.

Respecto de las similitudes, podemos observar que:

- Tanto en la historieta como en el dibujo humorístico pueden emplearse formas que no requieren de un gran esfuerzo, aunque ciertamente hacer un solo dibujo es menos trabajo que hacer una historieta completa.
- Al igual que el dibujo humorístico, la historieta también es fácil de comprender y recordar, aunque, ya que la cantidad del material presentado al público que lee una historieta es mayor, la información que retenga también lo será.
- En ambos casos, dibujo humorístico e historieta el uso de signos icónicos bien estructurados ahorran largas descripciones verbales, e igualmente exige un menor esfuerzo para su lectura.

Para la elaboración de material destinado a la enseñanza, no debemos olvidar que:

- En cualquier caso, debe de reducirse la ambigüedad
- Debe responder a los objetivos preestablecidos

Como apunte final dentro de este tema citamos los factores que según el mismo autor, deben ser considerados para dicho material didáctico:

- La percepción del ser humano, debe ser considerada en ambos casos
- El humor debe ser considerado, como es evidente, en aquellas historietas de corte humorístico al igual que en la viñeta cómica.
- Las características de los personajes son igualmente importantes en ambos casos.
- Los medios de comunicación, igualmente deben ser considerados.
- Finalmente también deben ser consideradas las características del lector en su entorno sociocultural.



Una viñeta humorística elaborada en tinta. Pueden ser creadas con recursos técnicos simples.

Conclusiones

Una historieta es un conjunto de imágenes consecutivas que narran una historia, esta serie puede o no tener determinados elementos, los cuales mostramos al inicio del capítulo.

Dentro de su historia, su desarrollo ha sido desigual en diferentes partes del mundo. Nuestro país ha recibido grandes influencias del extranjero que se reflejan en sus producciones propias. Dos de los países que más han influenciado el desarrollo moderno y actual de este medio en nuestro país, son las tendencias provenientes de Japón o Estados Unidos.

Por otro lado, podemos ver que comercialmente, el desarrollo de historias y personajes que podemos encontrar representados en películas y animaciones tuvieron sus orígenes en alguna historieta comercial.

La historieta es un medio de comunicación que históricamente ha sido orientado principalmente al entretenimiento. Aunque en ocasiones ha sido utilizada con fines distintos a este. Entre ellos se encuentra su utilización didáctica y propagandística, aplicaciones que muestran y comprueban su utilidad y posibilidades fuera del campo del esparcimiento.

Igualmente, basados en la información presentada, podemos hacer algunas breves consideraciones. La historieta tiene características que la hacen adaptable para resolver ciertos problemas gráficos, y al mismo tiempo, para otro tipo de problemas, poco conveniente. Al utilizarla para resolver un problema de comunicación, debemos valorar y considerar los aspectos positivos y negativos de comunicar con este medio. Tomar en cuenta las siguientes consideraciones generales nos ayudará a determinar si es al menos en principio, una opción acertada:

Consideraciones Positivas

Es fácilmente comprensible por diferentes tipos de públicos.- Adecuando el estilo, el lenguaje y otros elementos debidamente, puede transmitir diversos mensajes a diferentes segmentos de un público.

Puede transmitir mensajes complejos.- Al desarrollarse textual y gráficamente al mismo tiempo, puede adaptarse para transmitir información con cierto grado de dificultad, como ejemplo, un proceso de fabricación, o las instrucciones de ensamblado de algún aparato

Es un medio llamativo.- Comúnmente es atractiva a la vista. Posiblemente este ligado a que una buena parte del contenido de las historietas publicadas con fines distractivos promete ser interesante. Personas de diversas edades, desde niños hasta adultos pueden ser alcanzados por este medio. Puede, frente al lector, darle cierta ventaja contra otros mensajes impresos.

Consideraciones Negativas

Requiere de espacio.- Independientemente del mensaje, el lenguaje icónico requiere más espacio del que utilizaría solamente el texto escrito. Adicionalmente, si tomamos en cuenta que es un medio narrativo requiere de un planteamiento secuencial que implica un desarrollo. A su vez es influido por el guión utilizado como base. Si el guión es muy largo, aunque el mensaje sea pequeño puede distraer la atención y no cumplir su finalidad. Esta característica puede incluso reflejarse en otros aspectos, como en los económicos

Requiere de cierta habilidad gráfica.- Es muy importante poder expresar gráficamente lo que tenemos en mente. Podemos igualmente tener un guión adecuado, mas, si la representación gráfica no es correcta y el lector no entiende la imagen presentada, no se puede cumplir el objetivo. Por ello, es indispensable poder representar ideas por medio de viñetas.

Su tiempo de lectura es largo.- Existen lugares donde este efecto es especialmente notable, por ejemplo. Cuando es utilizada en carteles probablemente la gente no se detendrá el tiempo suficiente como para leer en este historieta, en cambio, si le es entregada en un tríptico o díptico, el lector es el que determinará en qué momento leerlo.

Todas estas consideraciones y otras más, como las referentes a los aspectos económicos, temporales o tecnológicos son más fácilmente comprensibles si conocemos el proceso de elaboración de la historieta.

Ahora ya tenemos una idea clara de los aspectos que enmarcan la historieta. Podemos entonces abordar el proceso de elaboración de esta. En el siguiente capítulo, de forma sistematizada, presentaremos cómo elaborar una historieta considerando una serie de diversos aspectos que en la práctica son relevantes, tanto en su aplicación comercial, como distractiva. Pasemos entonces al siguiente capítulo.



«El comic y el arte secuencial» Will Eisner.



«La Mirada Opulenta» Roman Gubern.

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

Referente al concepto de historieta:

Baron – Carvais **La Historieta** Ed. Fondo de Cultura Económica Colección Popular París 1985 Trad. José Barrales Valladares

Dieguez, Rodríguez José Luis **El Cómic y su utilización didáctica. Los Tebeos en la enseñanza** Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1986

Eisner Will **El Comic y el arte secuencial** Ed. Norma Editorial, Col. Will Eisner 3ra Ed. 2002 Trad. Enrique S Abulí.

Gubern Roman **El Lenguaje de los Comics** Ed. Península Barcelona 1973

McCloud, Scott **Entender el comic: el arte invisible** Ed. Astiberri Bilbao 2007 Trad. Enrique S. Abulí.

McCloud Scott **La revolución de los comics** Colección Creativa. Ed. Norma Editorial, Boston E. U. 2001

Referente a la historia de la historieta:

Sobre México, Japón y E. U.:

Annie Baron – Carvais **La Historieta** Ed. Fondo de Cultura Económica Colección Popular París 1985 Trad. José Barrales Valladares

Internet:

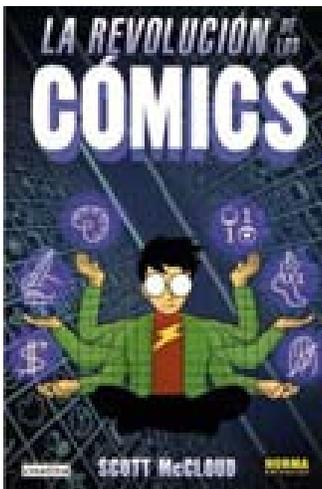
<http://es.wikipedia.org> (historia de la historieta en Mexico, Japón, E. U. General y por autores)

<http://www.contactparfait.com/index.html> (autores, publicaciones, portadas y editoriales de historietas en Japon)

<http://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/people.php?id=42497> (portadas e información sobre comic Japonés)

<http://www.perumanga.com> (Premios Culturales Ozamu Tezuka)

revistas:



«La Revolución de Los Comics» Scott McCloud.

Trazos de Historieta Revista **Etcétera** No. 47 Sep 2004 (Historia de la historieta en General)

Sobre Historieta en México:

Aurrecochea, Juan Manuel ; Bartra, Armando **Puros Cuentos, Historia de la historieta en México** Vol. 3 1934 a 1950 Ed. Museo de las Culturas Populares México 1988

Internet

<http://www.angelfire.com/az/monjeloco/indice.html> (cronología de hechos reelevantes en la historieta mexicana)

<http://blogvecindad.com/mini-historia-del-comic-mexicano-del-sigloxvi-a-1968-2/2007/01/05> (imagenes de las primeras historietas mexicanas).

<http://www.dawtrina.com/personal/books/spanish/lanovelapolicia.html> (portadas libro policiaco)

<http://www.kingdomcomics.org/> (portadas de historietas por editoriales, decadas 50 a 90's)

<http://www.mundovid.com> (publicaciones de historietas en la actualidad)

<http://www15.brinkster.com/lacucaracha/> (registro de historietas mexicanas publicadas en la actualidad)

http://www.universomarvel.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1623&Itemid=30 (Marvel Comics, su hitoria en México)

Revistas:

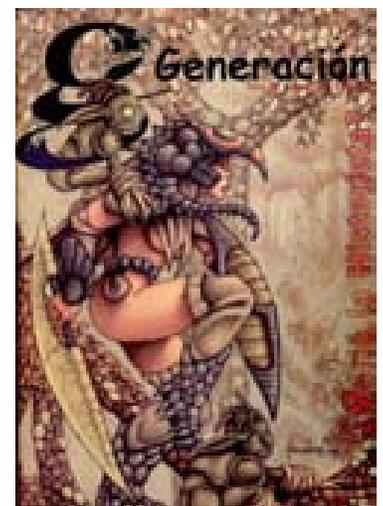
¿Murio La Historieta? Mauricio Matamoros Durán, Ernesto Priego, Sergio Santiago Madariaga Revista «Generación» Año XV No. 51 2003

Referente a la historieta en la actualidad:

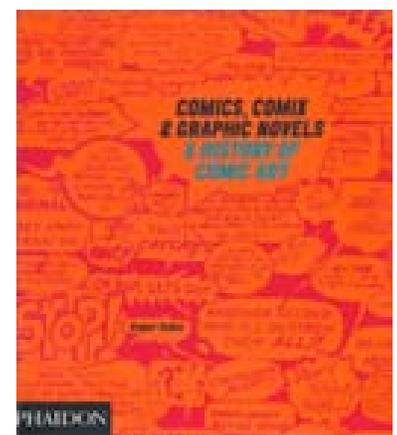
Sabin Roger **Comic, Comix & Graphic Novels** Ed. Phaidon Press Limited E.U. 2001
McCloud, Scott **La revolución de los comics** Colección Creativa. Ed. Norma Editorial, Boston E. U. 2001

Referente a la utilización de la historieta de forma no comercial:

Bubern Roman **La Mirada Opulenta** Co.l. MassMedia Ed. Gustavo Gili Barcelona 1987
Medina, Luis Ernesto **Comunicación, Humor e Imagen, Funciones Didácticas del Dibujo Humorístico** Ed. Trillas México 1992



Revista «Generación» ¿Murio la hisotireta?.



«Comics, Comix & Graphic Novels» Ed. Phaidon.



CAPITULO 2

Lenguaje y Metodología de la Historieta

El lenguaje de la historieta, como cualquier código de comunicación, tiene componentes. Estos componentes, junto a una metodología adecuada generan resultados más eficaces en la conformación de un mensaje por este medio.



«Goji Un Dragón con Ángel» No. 29 Arturo Vázquez (Lobo)



«KISS Psychocircus» #1

CARACTERÍSTICAS DE LA HISTORIETA

La integración del lenguaje icónico verbal consiste en la utilización simultánea de imágenes y de textos.

Este capítulo se centra en el desarrollo de dos temas; primero, a los elementos que componen la historieta y posteriormente, al uso de la metodología para su elaboración.

Muy diversos autores han analizado y profundizado el estudio de los elementos de la historieta desde muchos puntos de vista y con múltiples finalidades, es por ello que, nuestro objetivo es presentar un catálogo de forma resumida. Si se desea abordar este tema más a fondo, puede consultar la bibliografía al final de este capítulo. Con respecto de la metodología, la aquí presentada refiere al proceso de elaboración en sus terminos más generales. Cabe mencionar que cada persona tiene una forma particular de desarrollar un proceso, por factores de conveniencia, por tanto, cualquier metodología es necesariamente adaptada.

El lenguaje de la historieta

- Los comics están gobernados simultáneamente por códigos iconográficos y por códigos narrativos - (Gubern, 1988)

La historieta en general, hace uso de dos formas de comunicación; la palabra y la imagen, cada lenguaje, ya sea el verbal o el de las imágenes, transmite por si mismo una información al lector.

Al mismo tiempo, ambos se encuentran integrados. Existen elementos textuales cuya creación esta apoyada en imágenes, como por ejemplo, las tipografías cuya estilización refuerza el sentido de lo dicho, como aquellas que simulan incendiarse o parecen estar congeladas, así también contienen imágenes que son comprensibles gracias a las palabras. Este tipo de comunicación, al ser simultáneamente de ambos tipos, se denomina icónico-verbal.



«Ranma 1/2» No. 12 Rumiko Takahashi



«Calvin y Hobbes» por Bill Watterson. Cada elemento, incluso el trazado de los dibujos, es importante en la historieta.

Una viñeta es cada uno de los recuadros con un dibujo con tenido en este, que al sumarlos, en un mismo soporte gráfico, constituyen una tira o una página.

Como ya hemos mencionado con anterioridad, una de las principales características del lenguaje de la historieta es su rápida comprensión por la mayoría de las personas, independientemente de si han leído antes una historieta o no.

La historieta esta conformada por elementos llamados *convenciones*, y esto es porque la mayoría de las personas, en un acuerdo no escrito, le dan el mismo significado. Estas convenciones originan un código, que es la forma como denominamos a un conjunto de símbolos y reglas afines. Al código al que hacemos referencia es a aquel que se emplea en las historietas para transmitir un mensaje.

Este código, nos permite al igual que todos, el uso selectivo de sus componentes, lo que permite la existencia de historietas que, ya sea de forma intencional o casual omiten el uso de ciertos elementos. Podemos decir entonces, que no existen elementos comunes a todas las historietas.

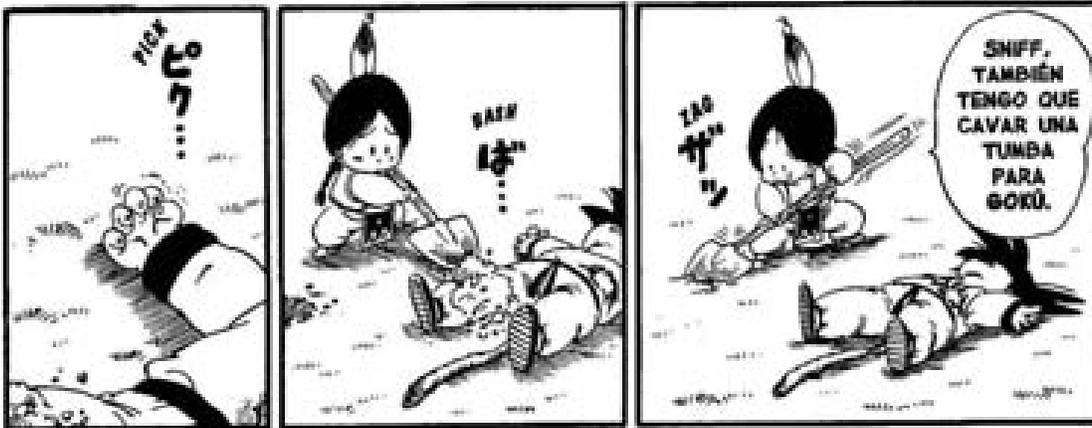
La historieta, se apoya en elementos visuales como los textos y las imágenes, pero además, se apoya de otros elementos estructurales, los cuales permiten la construcción adecuada de la historieta y guardan una relación psicológica con el espectador, como el ritmo narrativo, por ejemplo.

A continuación analizaremos cada uno de los elementos que componen una historieta.

Para simplificar y facilitar la comprensión de estos elementos, los dividiremos en cuatro grupos, compuestos de la siguiente forma:

- 1.- Los elementos visuales del código.- Aquellos elementos que son dibujados asemejando objetos existentes en el mundo interior de la historieta.
- 2.- Los recursos visuales narrativos.- Aquellos que aparecen dibujados, pero corresponden a objetos que no se encuentran como objetos existentes en el mundo interior de la historieta.
- 3.- Los elementos estructurales.- Aquellos que están relacionados con la forma de contar una historia y desarrollarla, pero no son individualmente dibujados.
- 4.- Los personajes.- La representación de personas o seres vivos en torno a los cuales se desarrolla la historieta, y participan de forma activa.

Así pues, comencemos entonces a revisar cada uno de los elementos que podemos (y debemos) considerar al desarrollar una historieta.



«Dragon Ball» # 44. El espacio de separación entre las viñetas puede ser muy pequeño.

1.- Elementos Visuales del Código de la Historieta

Aquellos elementos gráficos que son comunes en las historietas, y que como antes mencionamos, se repiten constantemente en varias historietas, son los que revisaremos en este apartado.

Los analizaremos partiendo de la que es, por muchos, considerada el elemento fundamental de la historieta: la viñeta.

La Viñeta

Gráficamente, una viñeta es cada uno de los relativamente pequeños dibujos comúnmente enmarcados cuya secuencia nos marca el paso del tiempo y la narrativa que constituye la historieta. Este elemento es imprescindible, y es considerada por varios autores como la unidad mínima de significación de la historieta.

Aquí algunas de sus definiciones:

...La representación pictográfica del mínimo espacio y/o tiempo significativo, que constituye la unidad del cómic.

...representa pictográficamente, por lo tanto, un espacio y un tiempo, o más precisamente, un espacio que adquiere dimensión de temporalidad...

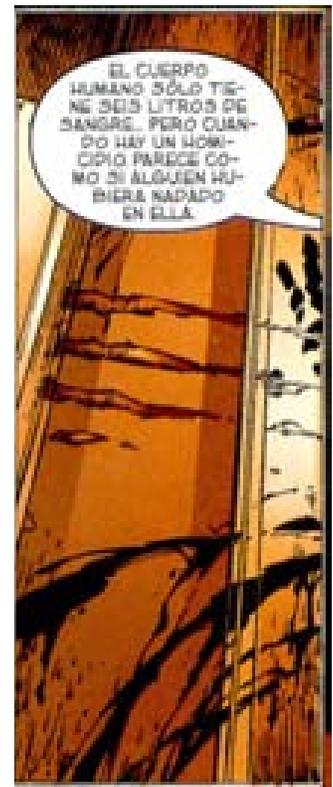
(Roman Gubern 1973)

... La función fundamental del arte de los comics, comunicar ideas o historias por medio de palabras y dibujos, implica el movimiento de ciertas imágenes (ya sean personas o cosas) a través de un espacio. Para habérselas con la captura o encapsulación de estos elementos en el flujo de la narración, es preciso desmenuzarlos en una secuencia de segmentos. A estos segmentos se les llama viñetas...

(Will Eisner 1998).

La viñeta comúnmente está delimitada por un rectángulo o un cuadrado delineado en negro. Aunque muchas veces este es omitido o modificado con fines comunicativos. Es por ello que hemos incluido en nuestro análisis un espacio para analizar este elemento al cual no se referiremos como el marco de la viñeta.

El espacio entre viñetas nos permite separar conceptualmente el contenido de estas, lo que nos permite su comprensión.



«Witchblade» #12

ALLÍ ESTÁ... ¡Y TIENE UN PELLEJO DE AGUA!



Viñeta cuya intención es dar al lector la impresión de que observa a través de los ojos del personaje



Viñeta con forma de puerta, creada por Will Eisner.

El marco de la viñeta

La forma más común del marco de la viñeta es la rectangular, posiblemente a consecuencia de la necesaria distribución de la superficie de la página en la que se incluye (Dieguez 1991 p.55) sin embargo, no es la única. En la historieta no existe un espacio definido para la creación de una viñeta dentro de la página, la única limitación, es la página misma (también comúnmente rectangular), por lo que existe un amplio margen para la creación y distribución de viñetas de diversas formas y tamaños.

Algunos autores como Will Eisner han creado viñetas donde pretende que el lector esté ubicado en lugares dentro de la escena, como por ejemplo, detrás del marco de una puerta o ventana, a través del orificio de la cerradura, o incluso a través del marco creado por los ojos de algún personaje, un marco inexistente en la vida real pero posible en la historieta.

Sobre este respecto, el autor nos menciona que el marco de la viñeta, tiene una función emocional la cual consiste en *añadir elementos cuya finalidad supone un esfuerzo por generar en el lector una reacción ante la historia, involucrándolo emocionalmente en la narración* (Will Eisner 1998 p. 61)

Las variaciones en la forma y tamaño del marco tienen efectos psicológicos diversos, Eisner nos menciona algunos:

- Una viñeta estrecha te hace sentir encerrado
- Una viñeta amplia sugiere un espacio ancho en el que moverse o escapar (Eisner 1990).

Dieguez menciona además que:

- La verticalidad de la viñeta puede asociarse a un mayor ritmo, a cierto tipo de intranquilidad, a desasosiego.
- La serenidad y el relajado pueden expresarse de modo más directo mediante un montaje de cuadros horizontales.

Por otro lado, también es común encontrar casos donde no existe un marco. En ellos los elementos se desdibujan en las orillas del fondo o simplemente presentan en un espacio vacío los elementos importantes.

Esta ausencia supone en determinados casos una atemporalidad con respecto al resto de las viñetas. En otros solo corresponden al diseño.

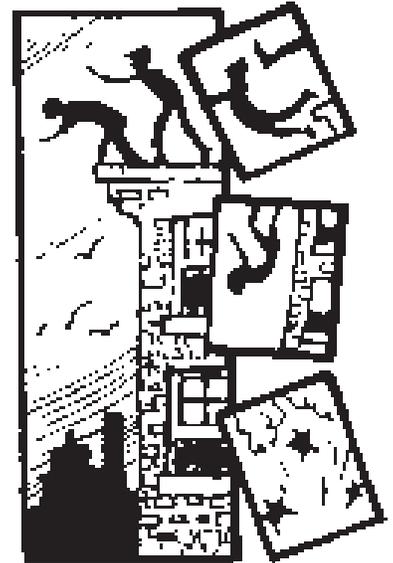
El marco de la viñeta, según nos refiere Eisner, *«Puede Llegar a ser parte de la misma historia, se puede emplear para transmitir algo referente al sonido o al clima, así como contribuir a la atmósfera de la página y su conjunto»* (Eisner 2002)



«Neon Genesis Evangelion» #1. La verticalidad de esta viñeta trata de reforzar la impresión visual de acorralamiento hacia el personaje.



«Tenjho Tenge» (Oh Great!) 2007. Viñeta de inicio del cap. 98. Los elementos que contiene la tienda, así como la acción conllevan a una lectura visual más larga.



Ejemplo tomado de «El Comic y El Arte Secuencial»
La intencionalidad de la verticalidad de la viñeta es acentuar la altitud del edificio.

El tamaño en las viñetas y el paso del tiempo

Según nos menciona Roman Gubern:

... la intuición les ha llevado (refiriéndose a los dibujantes) a identificar expresivamente un lapso de tiempo pequeño con un espacio pequeño...

Ello implica que las viñetas pequeñas, al carecer de suficiente espacio para incorporar muchos elementos, tengan una lectura más rápida, y por tanto nos den la impresión psicológica de un suceso repentino.

A si mismo, un espacio vasto como un paisaje constituye un tiempo de lectura mayor, pues al ser más grande puede contener en su interior una mayor cantidad de elementos legibles, por lo que nos da la impresión psicológica de un paso del tiempo más lento. Una viñeta grande que representa una toma completa de un personaje funciona de la misma forma que un paisaje, solo que en este caso, lo que se pone frente al lector es con una finalidad primordialmente descriptiva.



«Caraban Kidd» de Johji Manabe. Viñeta cuya forma horizontal que representa el espacio preciso para contextualizar a los personajes al centro de un grupo de personas.



«Azuki» No. 1 « Chika Kimura. Globo o bocadillo con puntas, que representa un grito.



«NANA» No. 1 « Ai Yazawa. Onomatopeya (en japonés) refiriendo llanto. Nótese la forma en cómo se han estilizado la tipografía (en Hiragana).

Elementos internos de la viñeta

Dentro del espacio creado por el marco de la viñeta, podemos encontrar diversos elementos. Para citar a algunos, podemos mencionar a los «globos de dialogo», a los textos en recuadros colocados en las esquinas de algunas viñetas (didascalias), y las líneas de movimiento, que son aquellas colocadas en los objetos o partes de estos que se desplazan.

La forma más sencilla de entender estos elementos es separándolos por categorías. A partir de un análisis detenido, Rodríguez Dieguez concluyó que los elementos de la historieta se pueden clasificar básicamente de la siguiente forma:

- Los globos de texto
- Las onomatopeyas
- Las didascalias o cartuchos
- Los encuadres
- Las líneas cinéticas

Abordaremos ahora cada uno de estos elementos

Los globos de texto, nubecillas o bocadillos.

Su función es la de enmarcar texto, su nombre se debe a su apariencia similar a la de un globo, es generalmente opaco y cuando su contenido es textual nos comunica cosas como lo que las personas dicen o piensan. Aquí algunas otras definiciones:

Convención específica de los comics destinada a integrar gráficamente el texto de los diálogos o del pensamiento en la estructura icónica de la viñeta (Roman Gubern 1973)

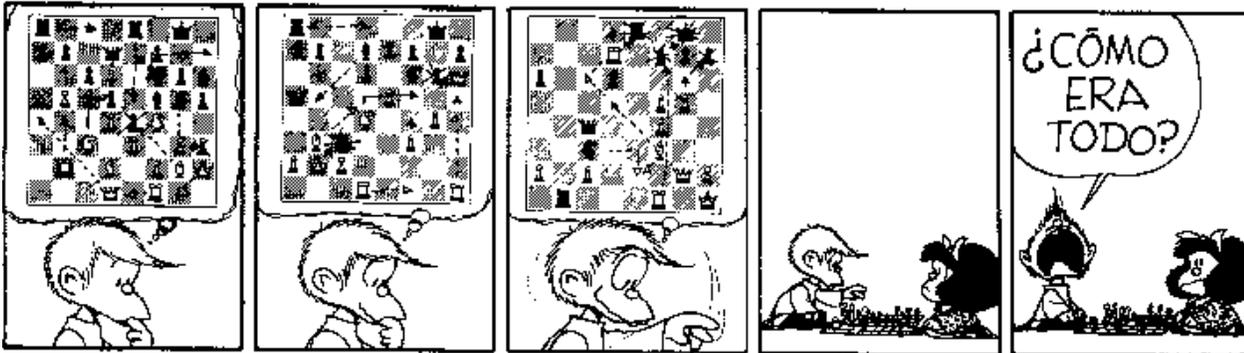
El bocadillo o globo es un invento desesperado que logra capturar y hacer visible un elemento etéreo: el sonido (Will Eisner 1998).

Partes del globo

El globo esta compuesto por tres partes; la silueta, el delta, y el contenido

La silueta.- Esta es la superficie útil para ser ocupada por elementos significativos. (Dieguez 1988) Generalmente es ovalada o tiende a ser esta figura, podemos decir que esta es la silueta convencional, pues esta es el molde básico para todas.

El delta.- Este es el apéndice lineal generalmente en forma de ángulo que marca la direccionalidad del mensaje. (Dieguez 1988). Confiere direccionalidad al parlamento, señala el origen u orígenes del mensaje textual y este varia de acuerdo con la forma del globo



«Mafalda» por Quino. La viñeta de pensamiento tiene contenido gráfico.

El contenido propio del globo.

Este, según nos menciona Ramón Padilla, puede dividirse en tres tipos:

- A) verbal: simple desarrollo de lo que el personaje dice
- B) figurativo: representa el pensar y el soñar de los personajes mediante imágenes
- C) Metáforas visualizadas: presentan un tronco cortado por una sierra (el personaje duerme), rayos y signos indescifrables (impresiones), notas musicales (textos cantados) etc.
- D) Combinaciones de los tres anteriores.

Existen, dentro de los códigos de la historieta occidentales, tres globos básicos (observe los ejemplos a la derecha):

- 1- El globo de habla normal.
- 2- El globo de pensamiento
- 3- El globo de sonidos procedentes de máquinas, como radios, televisores, teléfonos, etc.

Aunque estos son los tres globos más comunes en la historieta, no son los únicos. Es válido crear cualquier globo que sea capaz de reforzar el sentido de lo expresado. En el ejemplo de «Mafalda» arriba mostrado observamos cómo se utiliza la imagen como contenido, con la intención de comunicar lo que el personaje piensa de una forma simple.

Al combinar los contenidos de los globos, sus siluetas y los marcos de las viñetas se obtienen muchos recursos para transmitir un mensaje. Depende generalmente de la habilidad del dibujante el lograr una comunicación efectiva.

Debe tenerse cuidado de no exagerar al tratar de reforzar un mensaje, pues podemos hacer de la imagen algo confuso, dificultando la comprensión del lector.





«Las Guerreras Mágicas» (CLAMP). Aunque comunmente los globos se rotulan en letras mayúsculas, existen historietas rotuladas en minúsculas.



Algunos ejemplos de onomatopeyas.



Algunos aspectos que debemos tomar en cuenta al momento de definir la tipografía en el interior son los siguientes:

- El texto en el interior de los globos comúnmente se escribe en letras mayúsculas, posiblemente por su facilidad de lectura en tamaños pequeños, no obstante si existen historietas cuya tipografía se hace con mayúsculas y minúsculas.
- Existen tipografías mecanizadas (fuentes) creadas específicamente para historietas. Estas garantizan la legibilidad y la integración con el aspecto manual de la historieta. Pese a ello, aún existen historietistas que prefieren el trazo a mano, como se hacía inicialmente.
- Dentro de las tipografías mecanizadas también encontramos aquellas que pueden ayudar a reforzar el sentido de lo dicho, pues denotan frío, calor, velocidad, etc. Su legibilidad puede no ser buena en determinados tamaños, por lo cual debe considerarse especialmente su uso.
- Cuando el texto es rotulado manualmente sobre un original, debe considerarse la reducción del original a su escala final. el no contemplarlo, podría dar como resultado un texto muy pequeño o muy grande.



«Pokemon Adventures» por Mato. Ejemplo de onomatopeya fonosimbólica. Flip significa « mover bruscamente».

Las onomatopeyas

Las onomatopeyas son la imitación de ciertos ruidos o sonidos por medio de letras: el ¡bang! De un disparo, el ¡brrr! de un motor, etc. (Diéguez 1988).

Fonemas con valor gráfico que sugieren acústicamente al lector el ruido de una acción o de un animal. (Gubern 1973).

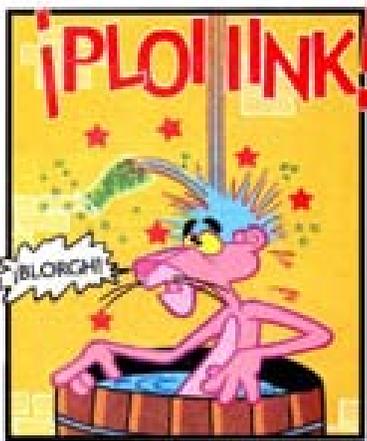
Muchas de las conocidas en la actualidad, independientemente del idioma en el cual se encuentre la historieta, provienen de verbos fonosimbólicos comunes en el inglés, como ring (llamar el timbre), smash (aplantar), knock (golpear), crack (quebrar, cruji), crash (estallar), boom (dar estampido), splash (salpicar), etc.

Sobre estas hay que agregar que por lo general la representación visual de los sonidos se hace tratando de deformar la tipografía de tal forma que refuerce la idea del tipo de sonido que se trata, al igual que su colocación, que muestra alguna indicación de la dirección donde se encuentra el objeto que produjo el sonido.

Los encuadres

Sobre estos elementos, si bien su representación es gráfica, su mayor importancia es como elemento dramático. Estos serán revisados en el siguiente apartado.

«Pokemon Adventures» por Mato. Ejemplo de onomatopeya fonosimbólica. Rattle significa «hacer ruido» en inglés.



«La Pantera Rosa y el Inspector» #5. Líneas cinéticas que muestran una trayectoria lineal en color (1.2).



«Chrono Crusade» (Daizuke Moriyama). El arma forma un movimiento oscilatorio que es representado por líneas que desdibujan algunas de sus piezas (1.3).



Las líneas cinéticas de trayectoria son similares a el efecto de barrido en las fotografías de objetos en movimiento.

Las líneas cinéticas

Estas líneas aparecen en las viñetas representando a los objetos en movimiento. Nos muestran la trayectoria o recorrido que hace el objeto que se quiere presentar como desplazante. Su representación gráfica corresponde en parte, a una imitación de lo ocurrido con aquellas fotografías que muestran una trayectoria de un objeto barrido, al ser tomado durante una cantidad de tiempo y determinada iluminación, que le permitió a la película captar una cierta parte del objeto en sus distintas etapas de movimiento.

Gubern las define como una convención gráfica específica de los comics, que expresa la ilusión de movimiento o la trayectoria de los móviles. (Gubern 1973)

A este respecto, R. Dieguez propone la siguiente clasificación:

1.- Trayectoria.

Es la señalización gráfica del espacio que hipotéticamente recorre un objeto en un breve periodo de tiempo

1.1 Trayectoria lineal simple

Es en la que una o varias líneas señalan el espacio recorrido. Por debajo de las líneas se observa la parte de ilustración correspondiente.

1.2 Trayectoria lineal en color

Caracterizada como la anterior por la presencia de una o varias líneas que señalan el desplazamiento del objeto en la cual en la superficie acotada por las líneas que la demarcan, aparecen señaladas en un color distinto del que tiene el fondo sobre el que se produce el movimiento.

1.3 Oscilación

Suele expresarse por medio de un halo punteado o elementos similares a la silueta, pero desdibujados. Se utiliza para expresar un movimiento oscilatorio o de vaivén.

2.- Efectos secundarios de movimiento

Se refiere a aquellas líneas o marcas que aparecen junto a las trayectorias. La representación de diversos efectos derivados del movimiento tiene el objetivo de aportarnos información adicional sobre este. Comúnmente enfatizan algún aspecto específico del movimiento,



«Inuyasha Urusei Yatsura» por Rumiko Takahashi (Viz). Líneas Cinéticas con trayectoria simple (1.1).



«Dragon Ball» #42. A. Toriyama Ejemplo de descomposición visual del movimiento. Las piernas son representadas por líneas, indicando movimiento rápido (2.4).

ya sea de su desarrollo o de sus consecuencias.

2.1 Impacto

Presupone un movimiento previo inmediato. Suele representarse por medio de una estrella irregular, en cuyo centro se localiza el objeto causante del impacto, puede presentarse de modo «transparente» o mediante el contraste de color.

2.2 Nubes

Estas son nubes que acompañan el trayecto de movimiento. El origen cabría imaginarlo en hipotéticas nubes de polvo. Sin embargo, tienen virtualidad como código cinético incluso en situaciones en las que no cabe pensar en la formación de tales nubes

2.3 Deformación Cinética

Se produce como indicador de movimiento, en aquellas situaciones en las que un objeto flexible se deforma como consecuencia del movimiento.

2.4 Descomposición visual del movimiento

La posibilidad de una exposición larga ante el objetivo lleva al desdibujamiento de los contornos del móvil en el sentido en que se desplaza. (Véase ejemplo en la página anterior) La transferencia al comic da lugar a efectos diversos, algunos de alto valor estético: representación de piernas como óvalos desdibujados para dar la impresión de rápido desplazamiento del personaje, la presentación de un objeto en tres posiciones sucesivas, etc, son ejemplos concretos.

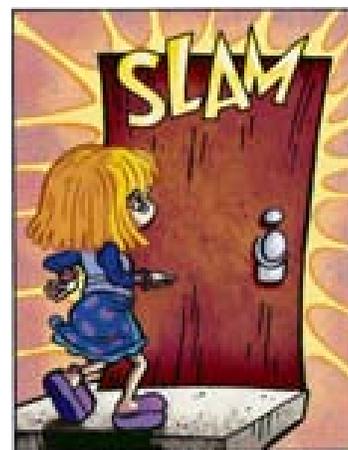
3.- Instantánea

Caracterizada por la detención de la acción en una situación que supone un equilibrio inestable a no ser que se entienda, justamente como una paralización del móvil mediante un efecto similar al que supone una toma fotográfica con una velocidad de obturación muy alta.

Al respecto de todos estos elementos, globos, didascalias y líneas cinéticas, debemos mencionar que no son comunes a todos los géneros ni a todos los autores, aunque sean parte del mismo código. En ciertos géneros, por ejemplo, en el manga, no es común encontrar nubes de polvo como un recurso para denotar movimiento al caminar, y por otro lado, es común en las historietas infantiles norteamericanas desarrolladas en una época.



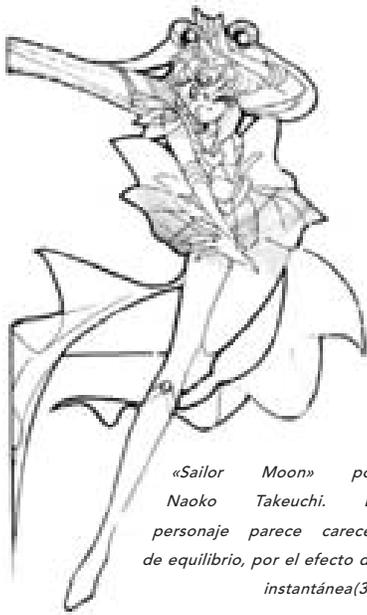
«One Piece» #8 Eichiro Oda (Toukan). Ejemplo de deformación cinética. El mazo parece curvarse, a causa de la fuerza con la que es impulsado (2.3).



«Revista Nick especial de comics: Los Rugrats». Efecto secundario de movimiento que muestra impacto (2.1).



«La Familia Burrón» por Gabriel Vargas. Podemos ver las «nubes» que se forman al paso de los personajes, aunque no exista razón aparente para ello. (2.2)



«Sailor Moon» por Naoko Takeuchi. El personaje parece carecer de equilibrio, por el efecto de instantánea(3).



«Animaniacs» No. 32 -Leo Batic. Deromación del movimiento por medio de múltiples instantáneas. Los pasos sucesivos muestran la progresión de un suceso por medio de la descomposición del movimiento. (3).

Aplicaciones y Variaciones del código de la historieta

Debemos recordar nuevamente, que muchos de los que llamamos elementos de la historieta no son utilizados únicamente por esta. Muchas de estos son compartidos con otros tipos de dibujo.

Entre aquellos tipos de dibujo que hacen uso de elementos de la historieta están por su puesto el dibujo humorístico y la caricatura política, además de los dibujos de animación, etc.

La razón de que existan elementos comunes a diversas aplicaciones se ha generado por diversas causas, entre ellas se encuentra la procedencia de un origen similar, como en el caso del dibujo humorístico, un antecesor de la historieta que aportó algunas convenciones a esta, como el globo de pensamiento.

Como antes mencionamos, existen variaciones en los códigos visuales que son producto del desarrollo de la historieta en diversas regiones. En algunos lugares como Japón, las variaciones han llegado a tal grado que actualmente existen diferencias importantes respecto de las formas que se desarrollaron en América (estos fueron claro, los pioneros), y los que también se utilizan en nuestro país.

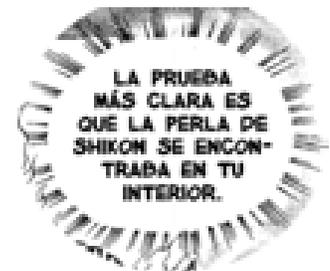
Como consecuencia de esto, ciertos elementos de los códigos occidentales y los orientales son muy diferentes. Así también, existen variaciones entre diversos géneros como los cómicos y los dramáticos. Debe de tomarse en cuenta esto, ya que dependiendo del estilo o género que se desee desarrollar, se deberá estar más familiarizado con sus variaciones y elementos particulares.



Viñeta política de Hernández, para el periódico «La Jornada». Como en la historieta, también es común la utilización de globos de diálogo.



En las historietas infantiles, los estilos son más simples y los colores más vivos.



En el manga, existe el globo con forma de «óvalo resplandeciente», cuyo contenido comúnmente es lo dicho por una «voz en off» por ejemplo, la de los pensamientos o dichos de alguien que esta recordando.

2.- Recursos Visuales Narrativos de la Historieta

Estos elementos visuales corresponden a los que influyen directamente en la forma de contar la historia, esta directamente relacionado con la disposición de los elementos dibujados en el interior de las viñetas.

Particularmente sobre cada elemento, comprenderemos la forma en que su disposición influye en la percepción del lector y su comprensión de la historia.

Existen conceptos manejados por la historieta que son retomados de aspectos técnicos cinematográficos y fotográficos. Tal es el caso de la escena, el encuadre, el plano, la profundidad de campo, el ángulo de toma y la iluminación, que son elementos aplicados al interior de las viñetas.

Recordemos que fue el cine quien introdujo inicialmente la variación en los planos, ángulos, iluminación y encuadres, y que más tarde, esto fue retomado y adaptado al lenguaje de la historieta, misma que anteriormente no recurría a estos. Por esta misma razón, es por la cual en los «story boards» (guiones) cinematográficos, las convenciones gráficas de este tipo también son aplicadas.



«Gabriel y Gabriela» por Yoland Vargas Dulché. Durante el cambio al nuevo escenario, referido por la didascalia, se recurre a la toma abierta para contextualizar al lector.

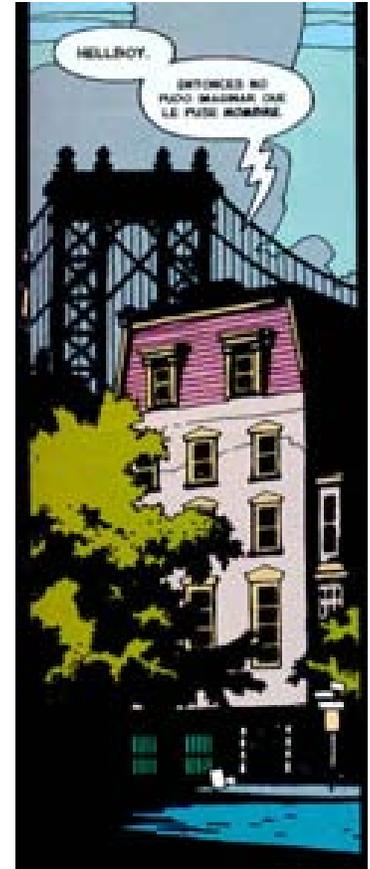
Escena

Una definición común es la siguiente:

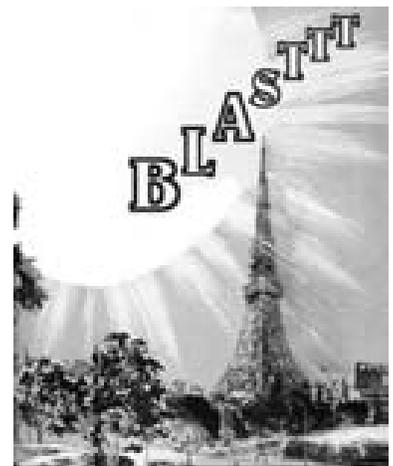
Escena: Parte del teatro donde actúan los actores // Caracterización del escenario para que represente el lugar donde se supone que ocurre la acción. (DEL 1979)

Como en el teatro o el cine, la escena en la historieta es el espacio donde se desarrolla un acontecimiento, ahí se encuentran los personajes y objetos que participan en la narración. Dichos elementos permiten contextualizar una determinada época o lugar, abordando toda clase de aspectos, incluyendo estilos arquitectónicos, accesorios, ropa, condiciones geográficas, plantas y animales, etc. Considerando una escena en particular, se seleccionan elementos de esta para su representación.

«Las Guerreras Mágicas». (CLAMP) Escena de la Torre de Tokio en la Pág. 2. Plantea el contexto inicial de la historia en una página completa



«Hellboy Semilla de la destrucción». (Mike Mignola) Escena de la casa antigua donde el personaje vivió su infancia. Obsérvese el fuerte contraste.





«Lagrimas y Risas: Gabriel y Gabriela» Encuadre de la playa (ya en acercamiento) sobre la escena antes presentada.



«Neon Genesis Evangelion» (Yoshiyuki Sadamoto).
La inclinación corresponde a añadir dinamismo, fue mostrado antes el suelo como horizontal.



«Hell Boy: Semilla de la destrucción» (Mike Mignola)
Encuadre sobre el interior de la casa de la viñeta en la pag. anterior.



«Las Guerreras Mágicas». (CLAMP) Encuadre sobre la escena de la Torre de Tokio en la Pág. 3. Selecciona un objeto particular de la escena (ver pág. anterior)

Encuadre

El encuadre, cinematográficamente, corresponde a aquel contenido mostrado como objeto importante dentro del rectángulo del visor de la cámara. Si bien es cierto, como antes mencionamos, que en la historieta no existe realmente una cámara, el adoptar este concepto en ella nos permite imaginar la selección de un objeto sobre la escena.

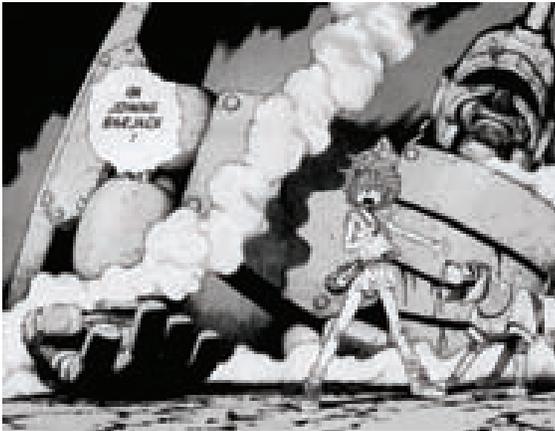
Los encuadres, pueden ser tomados sobre cualquier punto de la escena, no importando que este sea tomado desde una perspectiva diferente de la de la escena presentada inicialmente, siempre y cuando se entienda que pertenece a esta, es decir que se trata del mismo lugar.

Adicionalmente cabe destacar que a diferencia de la toma de una cámara, nuestro encuadre puede tener cualquier forma. Incluso siendo rectangular, puede tener muy diversas proporciones, determinadas por fines compositivos u otros. Recordemos que puede incluso, si así lo decidimos, no tener un marco definido.

Los encuadres, comúnmente, son horizontales al «suelo» de la imagen contenida, siendo su mayor valor el equilibrio psicológico.

La variación del encuadre puede tener varios efectos. Un encuadre inclinado del suelo puede tener un valor descriptivo (el héroe que camina por los pasillos de un barco que se hunde) o valores psicológicos (el villano que se encuentra en un momento de desequilibrio emocional). (Padilla, ILCE)

«X-Men» No. 54 Viñeta de Plano entero, describiendo al personaje central, Nótese la ausencia de fondo y la sobreposición con otras viñetas.



«Battle Angel Alita» (Yukito Kishiro) Plano General. El personaje al centro es mostrado a escala de otros elementos que la rodean..



«Tenjho Tenge» No. 1 (Oh! Great) Viñeta de plano entero describiendo físicamente uno de los personajes principales.

Planos

Los planos son la variación de la amplitud del encuadre, a fin de obtener una «ampliación» o bien una «concentración» del tema representado. (Gubern 1972)

Aquí algunos planos básicos.

El plano general, que se emplea, para dar a conocer aspectos generales, como el lugar en donde se desarrolla una acción, el tamaño relativo de los objetos entre sí o ubicarnos en un determinado ambiente. Se caracteriza por tratar de mostrar el «todo» que compone un lugar, con sus diversos elementos. Podríamos pensar en el como la representación de todo un escenario

El plano entero, es en el cual los personajes aparecen completos de pies a cabeza. Se usa comúnmente para mostrarnos algún personaje. Su contenido delimita la vista de tal forma que podemos apreciar más claramente las características físicas de este sin que el fondo, que aparece «rodeando» a la persona nos distraiga de lo que se desee mostrar. Cumple la misma función que el plano general, solo que aplicado a personajes.

El plano americano, que es retomado de las películas del tipo «Western» nos muestra a los personas, que aparecen cortadas desde las rodillas. La causa de ello, radica en que en este tipo de películas era necesario destacar la importancia de la posición de las manos de los vaqueros con respecto a las armas que portaban en la cintura. Una toma completa no daba la relevancia necesaria, y un medio plano no contemplaría esta parte del cuerpo.



«Goji Un dragon con Angel» (Artuo Vázquez) Este plano, cortando el personaje a la altura de las rodillas, es el plano americano.



«Bestia» (Wellington Dias) No. 1 Medio Plano .

Planos medios, son aquellos que representan objetos a una mediana distancia. Este tipo de planos contempla la vista desde la cabeza a la cintura. *Centran la atención sobre las acciones más importantes de un episodio* (Padilla, ILCE) Este plano presenta centralmente a la cabeza y las manos, que son elementos importantes dentro de la comunicación en la historieta



«The Death of Superman» (Dan Jurgens, Jerry Ordway, entre otros) No. 1 Primer Plano.



«Irs» (Mazakazu Katsura) #30 Plano detalle.



«Karekano» (Tsuda Masami) #1 Primer Plano sobre el rostro visto de frente.

El primer plano nos muestra la cabeza o cabezas de los personajes, ocupando todo el espacio. Su uso está ligado a tratar de crear en el lector la idea de interiorización con los sentimientos y pensamientos de los personajes, por ejemplo, cuando estos son invadidos por algún tipo de sentimiento, como el odio, o cuando están absortos en algún pensamiento.

El plano detalle, que como su nombre lo indica su función es destacar un elemento de un todo. Aplicado al rostro, nos muestra detalles como ojos, boca, cejas o cualquier otro elemento de este. Tiene una connotación psicológica más profunda, pues se limita a una pequeña parte, lo cual nos permite (mentalmente) completar la imagen o pensar específicamente sobre un punto. Este proceso genera una reflexión más profunda.



«Revista Larva: Fantasmas» (Samuel Pérez) Plano detalle.

Al respecto de los diversos planos, podemos clasificarlos: »Los planos generales son, pues, descriptivos y los planos detalle son psicológicos en cuanto manifiestan emociones tales como: alegría, tristeza, enojo, etc.» (Padilla, 1983).



«Card Captor Sakura» (CLAMP) Medio Plano .



«A.I. Love You» (Ken Akamatsu) Plano en el cual ha decidido omitir los pies.

La variación de los planos añade dinamismo a la narración de la historieta. Una historieta donde siempre se mantiene el mismo plano, plantea una narración sin grandes sobresaltos emotivos. Si los planos son seleccionados adecuadamente, pueden participar de forma importante en la narración de la historia.

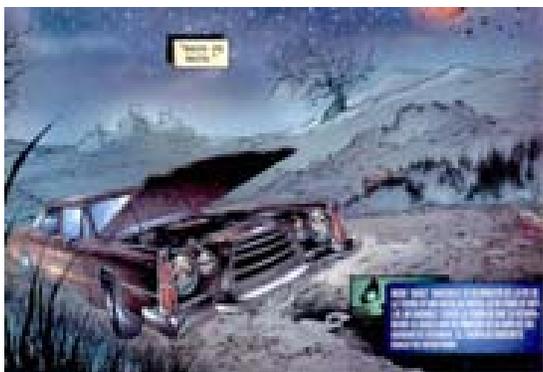
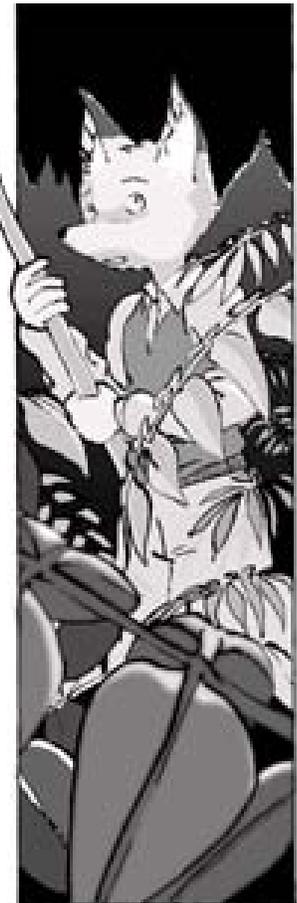
Finalmente, cabe recordar que estos no son los únicos planos. Pueden crearse convenientemente, incluyendo y excluyendo aquellos elementos que consideremos necesario.

Profundidad de campo

En la fotografía esta corresponde a la cantidad de elementos que podemos apreciar claramente a través del visor de la cámara. Mientras mayor sea la profundidad de campo, la cantidad de objetos que se apreciarán claramente en la imagen será mayor; cuanto menor sea, la cantidad de objetos que aparezcan nítidamente será menor, enfocando solo a aquellos que se encuentren en una determinada zona entre el frente y el fondo de la fotografía. En las viñetas de historieta, esta se aplica análogamente dibujando aquellos elementos supuestamente «enfocados» de forma clara y a los elementos «fuera de foco» de forma simple y poco definida, por ejemplo.

En la fotografía existe la opción de determinar que objetos queremos que aparezcan «fuera de foco», y podemos escoger entre objetos al frente y objetos al fondo. En la historieta, es común que solo se encuentren fuera de foco los elementos al fondo.

Otra posibilidad dentro de la historieta es tener todos los objetos nítidos, independientemente de su distancia. En la fotografía esto equivale a tener una mayor profundidad de campo. En la historieta esto sucede cuando aún los elementos del fondo, que comúnmente están dibujados con formas más simples, se representan detallados. En tales casos es la variación de tamaño por la perspectiva la que nos da la ilusión de distancia.



1.- «Saikano» (Shin Takahashi) No. 1 (Der.) Los objetos aparecen nítidos, aunque se encuentren al fondo.

2.-«Kiss Psicho Circus» (Brian Holguin) No. 1 (izq.) Los objetos más lejanos aparecen desdibujados.

3.- «LH el numero 1» (Lepilou) (arriba) Primer plano difuso obtenido digitalmente.





«Dragon Ball» (Akira Toriyama) El observador se encuentra a la misma altura que el personaje representado, no es mas pequeño ni mas grande.



«Aquaman: Guerra de Reyes» (Erik Battle) No. 31 Esta toma permite observar al héroe junto con sus perseguidores.



«Ultrapato» (Edgar Delgado) No. 3 Este encuadre es hecho suponiendo que la «camara» es colocada en la parte superior para permitir observar el lugar hacia donde caen los personajes.



«La Novia de Acero» (Hayashi Fumino) No. 3 La intención de variar los ángulos de toma debe de participar en función de las intenciones narrativas del autor.

Los ángulos de toma

Las cámaras cinematográficas además de ampliar o concentrar el espacio tomado, pueden capturar imágenes desde diversos puntos respecto a la escena que toman (arriba, abajo, desde atrás, desde abajo, etc). Los ángulos de toma hacen referencia a la incidencia angular del eje del objetivo sobre los personajes que se cinematografían (Gubern, 1972) La colocación de la cámara en un ángulo determinado, brinda al observador o al lector un punto de observación con una connotación psicológica.

Este impacto psicológico es una de las principales razones para variar el punto de observación de la cámara. El espectador o lector dentro de su experiencia personal asocia ciertos ángulos de toma con sentimientos y condiciones, comúnmente, de forma inconsciente.

Como ejemplo, podemos mencionar que, en la niñez, observábamos a las personas y a las cosas desde un punto más cercano al suelo a causa de la estatura. Nuestro punto de observación del entorno era desde abajo. Entonces, siguiendo con el ejemplo, podemos asociar este punto de vista con el de un niño o el de alguien pequeño.

La persona que observe una composición que se presenta desde cierto ángulo, generará una impresión al relacionarlo con su propia información, ya sea de una forma consciente o inconsciente. A su vez, si la historia narrada lo permite, puede reforzar una asociación psicológica con su propia experiencia (la del lector). Si aprovechamos estas asociaciones podemos aumentar el efecto dramático.

En la historieta, según nos menciona Will Eisner al respecto de los ángulos de toma, su función principal debería de ser la de manipular la orientación visual del lector en función de las intenciones narrativas del autor. Aunado además a la función de manipular y provocar emociones diversas en el lector.

El mismo autor, partiendo de la teoría de que la respuesta del lector a una escena se ve influida por su posición como espectador, menciona:

- Al mirar la escena desde arriba, el espectador siente una cierta separación respecto de la acción: es observador más que participante.
- Cuando el observador contempla una escena desde abajo, experimenta un sentimiento de pequeñez que suscita una sensación de miedo. (Eisner, 1988)

Dieguez nos menciona además las siguientes angulaciones:

Ángulo Horizontal.- La cámara hipotética es colocada a la altura del tórax, o la cabeza de los personajes. Responde a la vista normal de que tiene un sujeto de otro o de un grupo al que observa.

Angulación en Picado .- En la que los objetos presentados aparecen vistos desde arriba. Como si se les observara desde una elevación o un edificio alto.



«El Asombroso Hombre Araña» No. 15 (Frank Miller). Vista en Picada.

Angulación en Contrapicado .- Aquello que se reproduce esta tomado desde abajo, a la altura de las rodillas de los sujetos, y el eje óptico de la cámara hipotética apunta hacia arriba. (ver ejemplo de Acuman pag. 96)

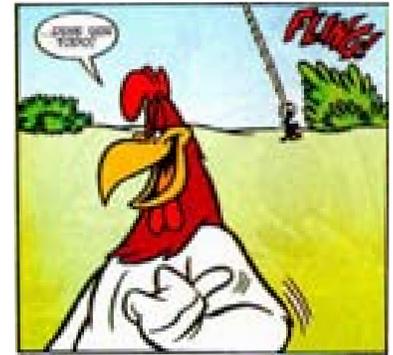
Angulación vertical prono .- En la que manteniendo vertical el eje de la cámara. Esta mira hacia abajo: esta sería la angulación que necesitamos para fotografiar nuestros pies.

Angulación vertical supino .- En el que el hipotético eje óptico de la cámara se coloca verticalmente y se dirige hacia arriba: es la angulación que se necesita para realizar la toma de un avión que pasara sobre nuestra cabeza.

Para poder lograr este efecto, las historietas se apoyan en el recurso técnico de la perspectiva, que hace que lo representado se aproxime visualmente a la forma en como percibimos naturalmente, aportándole además tridimensionalidad.



«BATMAN: War on Crime» (Alex Ross) El ángulo en Picado refuerza el sentimiento de «pequeñez» y vulnerabilidad del personaje en la viñeta.



«Looney Tunes» #3 Ángulo Horizontal. responde a la vista normal de las personas



«El Círculo Azul» (Lepilou) Ángulo vertical prono.



«Chobits» (CLAMP) #6 Al observar una escena desde arriba, se crea una sensación de apreciación externa de una situación



«Cardcaptor Sakura» (CLAMP) Composición de página completa.



«X-Men» (Steve Epting) La posición del personaje, además de tener una función comunicativa, también tiene una función estética.



«Sonic The Hedgehog» No.39 Al tiempo que se cuenta la historia, se organizan los diversos elementos en su lectura y orden con un valor estético.



«Mémín Pingüín» (Sixto Valencia) No.3 Los planos y la perspectiva son elementos que participan en la composición.

La composición

La composición corresponde a la organización de los elementos para su lectura dentro de la viñeta, a su vez que en la página y también en la totalidad de la historieta. No debe de olvidarse que esta debe ponerse al servicio de la narrativa y ajustarse a las normas clásicas de la lectura. Debe de mostrar claramente lo que sucede en su interior, así como orientar al lector y suscitar la emoción.

Es igualmente primordial, la consideración del tono, la emoción, la acción y el ritmo de la historia, Solo cuando estas consideraciones esta solventadas entran en juego el decorado o la originalidad de la composición. (Eisner 1998 p. 90).

La composición consiste a su vez en establecer relaciones interesantes entre los elementos que conforman la estructura que representa el dibujo, para hacerlo agradable a la vista como totalidad. (Medina 1992 p. 103))

Componer implica organizar los elementos de forma que la totalidad genere la impresión de unidad orgánica, es decir, donde cada objeto participa para que el total de la viñeta o página, este integrada visualmente.



«Hell Boy» (Mike Mignola) El alto contraste añade dramatismo a lo presentado.



«Terry and tha Pirates» (Milton Canif) Alto contraste desde abajo. Probablemente retomada de la iluminación cinematográfica. Aquí utilizada para enfatizar la maldad.

La iluminación (Contraste de Matices)

En términos de imagen, corresponde al contraste de matices (cromáticos o acromáticos) y de texturas, es decir, con la forma en cómo las áreas blancas, o claras contrastan con las negras y los diferentes grises, o en el caso del color, los diferentes tonos y valores entre sí, permitiendo el realce o desvanecimiento de determinados elementos. En nuestro análisis este elemento plástico es visto desde la óptica del cine nuevamente, ya que es desde este punto de vista que adquiere un sentido narrativo.

«La iluminación ayuda a la dramatización del ambiente y de las circunstancias psicológicas que se ofrecen en una ilustración o en una secuencia de historietas» (Padilla, 1983)

La iluminación corresponde al aspecto de una imagen gracias a la forma en como incide la luz en los objetos contenidos en esta, creando juegos de luces, sombras o de colores. Su importancia va más allá de la que tiene por el simple hecho de hacer los objetos visibles, ya que si se utiliza adecuadamente se puede reforzar visualmente una sensación que se desea transmitir.

Diversas teorías y planteamientos con respecto del color y la iluminación son considerados como elementos importantes. Ya sea en imágenes fijas como la fotografía o la ilustración, o imágenes con movimiento como en el cine o la televisión. El considerar estas nociones añaden un valor comunicativo e impacto visual.

En la historieta, la adopción de formas de iluminación a partir de las planteadas en el cine es algo común. Observando un poco la iluminación cinematográfica podemos tener una idea de las posibles adaptaciones y usos que se le pueden dar en la historieta.



«Aquaman» (Eric Battle) Algunos contrastes hacen que partes oscuras sean invisibles.



«Scooby Doo» (Joe Staton) Ejemplo de Iluminación simple. Todos los objetos aparecen claramente definidos.



«Ranma 1/2» (Rumiko Takahashi) El alto contraste, originado por la fuente de luz al fondo, genera una impresión de «fuerza maligna».

Observemos entonces, algunos de los ejemplos de iluminación que se han utilizado en la historieta y que ya se consideran comunes.

Iluminación convencional.- Esta es la que se utiliza comúnmente para todas las viñetas, corresponde a aquella que en la realidad trata de que los objetos se aprecien con nitidez y con un contraste medio. Los colores utilizados no tienen una función enfática.

Iluminación en alto contraste de sombras desde abajo.- Al contrastar las luces y las sombras de esta forma se obtiene un efecto dramático similar al utilizado por las películas de terror, obteniendo un realce en el dramatismo. (vease ejemplo de «Terry and The Pirates» en la página anterior).

Iluminación en alto contraste de sombras desde cualquier dirección.- Cuando existen dos objetos en la escena, y uno de ellos es demasiado brillante, (como por ejemplo, una antorcha, una fogata, una explosión, una lámpara sorda, las luces de un automóvil en la noche, etc) el otro objeto tiende a obscurecerse y como resultado, el punto más brillante genera áreas demasiado claras, a tal grado que a veces estas se hacen invisibles.

Iluminación con colores con valor alto (colores tendientes al blanco).- En una escena normal nos da la sensación de bruma. Para obtener este efecto basta con tender hacia el color blanco los colores que representan la escena normal. En una historieta blanco y negro, equivale a utilizar la clave alta. (es decir, una escala de grises muy claros). Debemos vigilar que pese a esta sensación brumosa, aun exista un contraste adecuado para percibir la imagen.

Iluminación con colores con valor bajo (colores tendientes al negro),. Genera el efecto opuesto al anterior, pues produce imágenes demasiado oscuras. Se aplica comúnmente en los fondos, cuando se desea representar la lejanía ligada a la oscuridad.



«Rugrats Crecidos» (Scott Roberts) El disponer una paleta de colores con alto contenido de color negro genera la impresión de oscuridad.

Iluminación invertida.- Si observamos el negativo producido por una película fotográfica en color, observaremos que los colores no corresponden a los reales, de hecho, se observan los opuestos o complementarios. En un negativo fotográfico en blanco y negro, la inversión es aun más evidente, pues lo blanco es negro y lo negro es blanco.

Estos conceptos son utilizados en las historietas para generar la sensación de irrealidad, se utiliza primordialmente para la representación de estado psicológicos alterados, como la locura, o la negación a una situación.



«Batman: Bruce Wayne ¿Asesino?» (Rick Burchett) Esta viñeta con dominante color verde. Valórese el efecto mayormente negativo sobre los personajes.

Color

Con este término, nos referimos de forma común a lo que conocemos como tono, concretamente a la gama cromática, con sus variaciones de matiz, de valor y de saturación.

La utilización de los colores, tanto en la historieta como en otros medios gráficos de expresión, no necesariamente es en función de imitar aquellos que tendrían los objetos reales, ya sea bajo algún tipo de iluminación particular o no. Los colores son además un instrumento de comunicación.

«El valor estético del color no siempre se respeta. Importa más el crear emociones y expresar sensaciones que de otra forma serían difíciles de expresar» (Padilla, 1983)

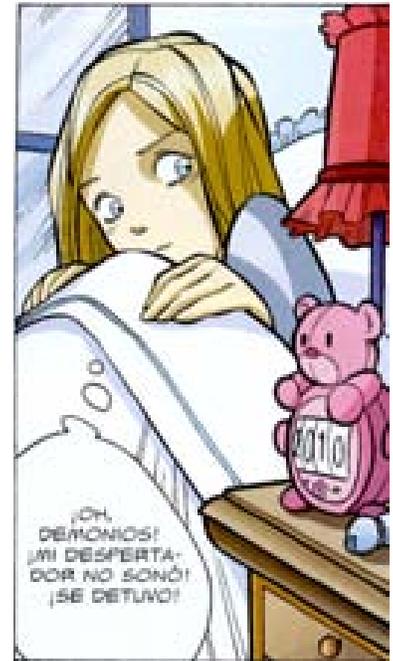
El color es en si mismo otro código de comunicación. Una fotografía puede hacer uso de este código, por medio de filtros de colores, luces o en situaciones particulares, por ejemplo. Por otro lado, es posible seleccionar y manipular estos valores en la ilustración y en las historietas por otros medios técnicos, claro está, con un fin expresivo.

Para esta selección, podemos apoyarnos en una teoría sobre la percepción de los colores.

Una de las teorías que nos habla acerca de la percepción de los colores es la que Goethe formuló en 1810. En ella expuso las diversas sensaciones psicológicas producidas por la apreciación de determinadas gamas de colores, afirmó que los colores como el rojo y el naranja nos transmiten la sensación de calor, y que colores como el verde y el azul la sensación de frío, entre otros. Él se basó en sus propias observaciones de la naturaleza para hacer estos planteamientos. Aquí, algunas de sus observaciones:

Colores cálidos.- Generan, como mencionamos, una sensación de calor, el uso de esta se puede usar por ejemplo, cuando se representa un desierto, un incendio, un día caluroso, etc. Se crea en base a la utilización de gamas de colores brillantes rojos, anaranjados y amarillos principalmente.

Colores fríos.- Esta como su nombre lo indica, nos transmite la sensación de frío, se utiliza cuando se representan lugares como los paisajes polares, los objetos congelados, y en general cualquier persona u objeto que deseemos enfatizar su condición de frío.



«W.I.T.C.H.» (Eduardo López Castán) En esta historia para un público femenino optaron por utilizar colores con poca intensidad.



«Marvel Mangaverse» (Ben Dunn) Paleta de colores cálidos, representando una explosión.



«GEN 13» (Campbell) El rosa se asocia fácilmente a los personajes femeninos.

Entre otros colores específicos que, según Goethe, nos aluden a determinadas sensaciones, se encuentran:

- El rosa, que nos transmite dulzura, es eminentemente femenino y frívolo.
- El naranja refleja el entusiasmo, la impetuosidad. Puede provocar con tonos más rojizos, el ardor o 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 mismo la naturaleza, como la bajeza moral.
- El azul es un color aristocrático, Símbolo de la inteligencia, de la castidad y 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.

Otras apreciaciones, específicamente aplicadas en el campo de la historieta, sobre el uso de los colores nos lo da Annie Barón Carvais (1985):

«... mucho claroscuro, verde o gris, dejan suponer un ambiente de misterio»

«...la abundancia de colores vivos, puede significar que va a pasar algo desagradable»

Todas son apreciaciones propias de cada autor, y no deben ser interpretadas como reglas inamovibles. Su interpretación debe orientarse hacia posibles usos e impactos visuales de sus diversas combinaciones.

En cada caso entonces, debe de seleccionar los colores a partir del impacto visual que se desea, por lo que podemos partir sobre estas bases u otras en cuanto a selección de colores. Lo más importante es que cumplan su fin comunicativo.



«Aquaman» (Eric Battle) El morado podría por ejemplo, relacionarse con el sentimiento de tristeza de la escena.



«Superman Peace on Earth» (Alex Ross) En esta viñeta, probablemente consideraron que el predominio del color azul genera una sensación de grandeza .



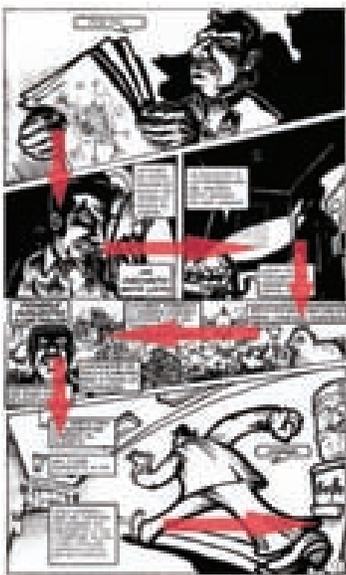
«Death Note» (Tsumami Ohba, Takeshi Obata) Forma de lectura oriental, es decir, de izquierda a derecha.

3.- Elementos Estructurales de la Historieta

Estos elementos son aquellos que posee la historieta en su estructura interna y no son formalmente visibles, como la *línea de indicatividad* que refiere propiamente a la forma de lectura, o el *tiempo* y el *ritmo* en la historieta.

La línea de indicatividad

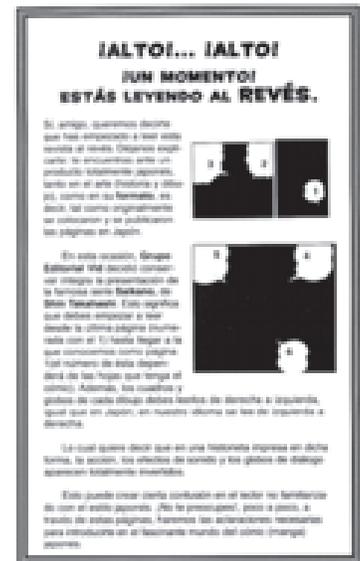
Esta es una línea imaginaria que determina cual es el orden de lectura, es decir, cuál es la viñeta que debe ser leída primero y cual después. Por lo general, la línea de indicatividad es la misma que la de los textos comunes de la región de la cual provenga. En México, como sabemos, la lectura textual se hace partiendo de la parte superior izquierda de la página, continuando por líneas horizontales hacia la derecha y así hasta abajo. En las historietas, se hace de la misma forma. En aquellos



«Me Vengaré» (C.R. Cavazos) La lectura en México se realiza de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, igual que en E.E.U.U.



«X-Men Flip Book» (Andy Kubert) La lectura de una página elaborada en los E.U. es igualmente de izquierda a derecha.



«Editorial Vid» Página de advertencia en las publicaciones de estilo «manga».



«Nausicaä Of The Valley Of Wind» viñeta horizontal cuyos elementos nos llevan a pensar en un desarrollo temporal.

países donde la lectura de escritos se hace, por ejemplo, de derecha a izquierda, las historietas se leen de igual manera.

Algunas veces, cuando las historietas son importadas de países donde la lectura es diferente, las imágenes son adaptadas para que su lectura corresponda a la forma del lugar.

En nuestro país, las primeras historietas provenientes de Japón, (que es un país donde la lectura se hace partiendo de la derecha), provenían de adaptaciones elaboradas en los Estados Unidos, donde fué reorganizada su lectura para que coincidiera con la occidental. Posteriores publicaciones, ya no fueron adaptadas a la forma de lectura, se editaron respetando la forma original, agregando simplemente una página donde se indicaba la forma de lectura correcta. Con esta medida el público lector termina por comprenderlo y habituarse.

Por otro lado, la lectura de las imágenes también está determinada por el orden de las viñetas y la cercanía de los globos. Algunas veces, al leer una historieta, en algunas páginas no se sabe claramente cual es el orden de lectura de las viñetas, pues el autor no se percató de la ambigüedad producida, este es un error que debe de evitarse al componer una página.

El tiempo en las historietas

la sucesión de viñetas representa el paso del tiempo

Para el éxito de la narrativa visual, es de capital importancia la habilidad de comunicar el paso del tiempo (Eisner, 2002)

El tiempo es un elemento que no todas las personas percibimos de la misma forma. Su percepción esta ligada a la del cambio, y somos conscientes de su paso gracias a fenómenos naturales como el cambio entre el día y la noche o el crecimiento de las plantas, por ejemplo. También lo podemos percibir en nosotros mismos gracias a fenómenos como el envejecimiento, el cansancio e incluso los latidos del corazón. Para poder tener una concepción regular de este, nos auxiliamos del reloj, el cual hace que esta percepción relativa del tiempo encuentre un punto común para todos.



«Maken X» (Hayashida) Puede entenderse la velocidad y forma en la cual el personaje se aleja, al comparar la información presentada con nuestra propia información.

En las historietas la percepción del tiempo es igualmente dada por el cambio, específicamente el que se da en las viñetas. Un ligero cambio en la postura de un personaje entre una viñeta y otra nos puede sugerir un lapso de tiempo corto, un cambio de escenario puede representarnos un tiempo mayor. Obtenemos información del tiempo basados en la experiencia, esta nos indica la posible cantidad de tiempo que en el que las cosas pasan, fenómenos como trasladarse de un lugar a otro o cuanto tiempo tarda una persona en ponerse de pie son obtenidos de nuestra propia experiencia, otros particulares como por ejemplo, cuanto tardaría una nave en viajar «de un planeta a otro» son dejados a la imaginación o marcados textualmente por la historieta.

La representación del tiempo en las historietas es, como en otros medios de comunicación, *elíptica*, ya que se omiten todos los elementos que por acción de la lógica sabemos que deben estar allí, y solo se presentan aquellos elementos que se consideran importantes.

El espacio blanco existente entre viñeta y viñeta, hace constancia de esta elipsis, ya que sirve «para saltar tiempos que carecen de acciones emocionantes, para dejar campo a la imaginación» (Padilla, 1983)

Los elementos importantes, varían dependiendo de la forma de contar las cosas de cada autor, que es quien decide que sucesos merecen una representación, y cuales deben ser suprimidos. De igual forma, decide cuales de estos elementos presentados requiere una mayor representación temporal (prolongación) y cuales pueden pasar rápidamente (abreviación).



«Card Captor Sakura» (CLAMP) Montaje gráfico de la pág. 28 del #42 (Toukan).

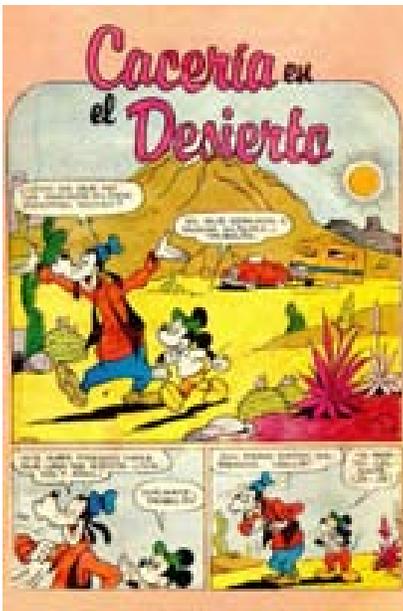


«Nightwing» (Scott Mc Daniel) Escena de un rescate. Obsérvese la representación del tiempo.

Podemos decir, que la representación elíptica esta supeditada a lo que el autor desea presentar. La finalidad de esta supresión o prolongación debe ser, según Eisner, *para intensificar la emoción* (Eisner 1998 p 27).

Con respecto al tiempo de lectura de cada viñeta, debemos mencionar que en la historieta es ilimitado. Podemos determinar cuanto tiempo de lectura le asignamos a cada viñeta y además, siempre que consideremos necesario, podemos regresar a leer una viñeta anterior.

Esto es una diferencia significativa en comparación, por ejemplo, con el caso del cine y la televisión (en ambos casos en ilusión de movimiento), que son medios en donde lo que se presenta como supuesto presente es visible, lo que esta por presentarse es invisible al igual que lo que ya se presentó. Dicho de otra forma, sólo podemos observar una imagen de la sucesión total, y sólo en el tiempo que ya esta predeterminado para ello.



«Cuentos de Walt Disney» Montaje gráfico de la pág.
1 del #23 (Samra).

El montaje

El montaje corresponde a la forma en cómo se ordenan los elementos representados para conseguir un efecto determinado. Dentro de la historieta, el montaje existe en dos formas distintas; gráficamente y en la narrativa.

El montaje gráfico

Este refiere al ordenamiento de los elementos que existen gráficamente en las historietas, que como ya sabemos son las viñetas. Este comprende qué viñeta va a la derecha o a la izquierda, si debe ser grande o pequeña, si es cuadrada o de otra forma y porqué. Abarca la disposición de viñetas dentro del soporte que las contiene, ya sea una página, una tira, o la disposición en el total de espacio de la historieta. Este tipo de montaje, esta relacionado con aspectos de composición plástica y de lectura.

El montaje narrativo

Cuando contamos una historia, decidimos el orden de los acontecimientos que consideramos conveniente para que se comprenda mejor y sea más interesante. Si es necesario comenzar a narrar a partir de lo que temporalmente ocurrió al final y después narrar lo que originó este desenlace, es válido hacerlo. A esta forma de alteración del orden en el que se presentan los sucesos, en relación a la representación lineal del tiempo se le llama montaje narrativo.

Uno de los montajes narrativos más comunes es aquel que comienza por el suceso que ocurrió primero y terminan por aquel que concluyó la historia (narración lineal), este no es el único.

En el cine por ejemplo, se altera este orden común de contar (inicio > clímax > desenlace) para generar una determinada sensación, encontrando películas que comienzan por el final (final > clímax > inicio), e incluso por la parte central (Clímax > inicio > desenlace).

Según Gubern nos menciona, *esta basado en la selección de espacios y tiempos significativos, convenientemente articulados entre si para crear una narración y un ritmo adecuados durante la operación de lectura*



«W.I.T.C.H.» (Eduardo López Castán) Las viñetas de apariencia más pálida corresponden a sucesos del pasado (flash back).

Para poder alterar este orden eficientemente, podemos hacer uso de ciertos recursos visuales que las personas reconocen, de tal forma que por ejemplo, al querer representar un hecho del pasado o del futuro sea comprensible en la narración lineal. La terminología de estos recursos igualmente proviene del cine:

La narración paralela, permite alternar dos o más acciones que ocurren en lugares distintos y se suponen simultáneas. Para una narración de este tipo, basta con alternar las viñetas de ambas narraciones.

El flash back es un recurso temporal hacia el pasado, algo que se recuerda o añora. En el cine, este tipo de salto se representaba, inicialmente, haciendo que el contorno de la imagen se hiciera difuso, colocando vaselina en los bordes del objetivo de la cámara. Esta idea parte de la impresión común de las personas de no poder recordar claramente lo visto en los sueños.

Este tipo de acciones se representa en las historietas por diferentes recursos, por ejemplo, los marcos de viñeta «algodonosos» o al encontrar series de viñetas con didascalias continuas que nos narran lo que observamos cuando alguien cuenta lo que ocurrió en el pasado.

El flash forward supone una ruptura similar, pero hacia el futuro, lo que se sueña, se desea o se anticipa. Igual que con el flash back. Un sueño premonitorio es una forma de mostrar un salto hacia el futuro, e igual se pueden usar los recuadros aludonosos. En las historietas japonesas (manga) que son comúnmente elaboradas en blanco y negro, el encontrar las viñetas separadas por espacios negros supone que estas viñetas corresponde a este fenómeno, a la representación de un sueño o de algo irreal.

El Ralenti es un recurso cinematográfico que consiste en mostrar un suceso a velocidad reducida para que este se desarrolle en más tiempo del que en realidad duró, con la finalidad de dramatizar dicho acontecimiento. Este recurso también es retomado por las historietas, claro que, con una forma de representación diferente. Al utilizarlo, las acciones utilizan más viñetas y los elementos centrales presentan un evidente retardo del tiempo. Es una *dilatación artificial del tiempo usual*. Gubern lo define como *una estructura (psicológica) de montaje que crea en el lector la ilusión de que la narración discurre en un tiempo irreal, dilatando artificialmente*. (Gubern 1972).

Cabe notar que las formas de representar sucesos fuera de la línea del tiempo antes presentadas, son representaciones ligadas a personajes que cuentan, sueñan imaginan, etc., mas no es necesario que exista un personaje que se vea envuelto en este tipo de planteamientos, puede simplemente presentarse los sucesos en el orden deseado, sin algún tipo de viñeta especial y dejarse a la libre interpretación. Como se trata de un recurso que la gente reconoce por el cine y la televisión, muy probablemente no tendrá problema en ensamblar la historia lineal en su mente.

En cualquier caso, la variación del montaje depende en gran parte de la creatividad. Una misma narración puede mostrarse más interesante con la simple alteración de su montaje.

El ritmo en la historieta

Ritmo se refiere, a la regularidad de intervalos de un determinado proceso secuencial, como la música o el baile. Dentro de la historieta, encontramos dos tipos de ritmo; el visual y el narrativo.

El ritmo visual es la selección y orden que le damos a los elementos formales de la historieta para la representación de sucesos:

El ritmo proviene de la escala de planos, del ángulo de toma, de la iluminación, de las onomatopeyas, etc. (Padilla, 1983)

Una historieta con un ritmo visual regular es aquella que contiene una serie de elementos repetitivos, a intervalos regulares. Las historietas de este tipo son poco comunes, pues no es fácil hacer atractiva una lectura tan homogénea. Aun con ello, existen historietas que recurren a algún tipo de regularidad para fomentar el interés.

Respecto al **ritmo narrativo**, puede ser apreciado como una forma de contar dinámica y efectiva, a fin de mantener la atención del lector todo el tiempo:

El ritmo narrativo refiere a la capacidad de resumir la acción en el menor número posible de cuadros sin que la síntesis perjudique la comprensión (Padilla, 1983).



«NeoGénesis Evangelión» (Yoshiyuki Sadamoto) La sensación del ritmo derivado del baile es reforzada por medio del ritmo de las viñetas en la composición de la página.

Este contempla que en el guión deben de plantearse los siguientes puntos:

- El suspenso de cada tira
- Las situaciones tensas, equilibradas con los momentos de reposo
- El ritmo propio a los personajes o al argumento a desarrollar.

Juega un papel muy importante, especialmente en aquellas partes del relato que no son el climax. La alteración del ritmo, ya sea visual o narrativo, es un recurso que al ser bien utilizado puede auxiliar en la intensificación de la emotividad.

La síntesis expresiva

Esta se plantea desde la elaboración del guión. Consiste en plantear las acciones de tal forma que la simplicidad permita la lectura fácil de la imagen (Padilla, 1983).

Al redactar el texto correspondiente al globos, didascálias y en general cualquiera de la historieta, debemos omitir aquel contenido que se puede sobrentender. Los textos, en cualquier caso, deben ser breves y claros.

...brevedad y la claridad y lenguaje directo imprimen agilidad y dinamismo a la acción. (Padilla, 1983)



«Mémín Pinguín» (Sixto Valencia) En un solo globo se manejan tres temas diferentes, con la finalidad de transmitir de forma rápida y clara la idea del personaje.



«Batman: Bruce Wayne ¿Asesino?» (Rick Burchett)
La incertidumbre causada por la información no proporcionada motiva la lectura.



«El asombroso Hombre Araña» (Dib. Frank Miller)
Rostro de «The Punisher» El perfil psicológico de los personajes, esta directamente relacionado con su apariencia física

El dinamismo de la acción

No trata de los personajes desplazándose de un lugar a otro todo el tiempo. El dinamismo implica que los personajes cambien de situaciones con un buen ritmo. Si un personaje se detiene demasiado en algún punto de la historia, y ya no sucede nada interesante, la narración pierde dinamismo.

Cuando el personaje es obligado de cambiar de lugar, de estado de ánimo, o de situación repentinamente, estamos añadiendo un mayor dinamismo a la acción.

El suspenso en la narración

Cuando, dentro del guión se crea una situación que parece no tener solución, o alguna situación en la cual no se muestran todos los elementos que permiten comprenderla de forma completa o lógica, se crea expectativa del lector hacia lo que va a suceder. Este proceso es el *suspenso* dentro de la narración.

El suspenso consiste en mantener cierta tensión en el lector, causada por la incertidumbre, la curiosidad, la sospecha y otros sentimientos similares. Con ello el interés se mantiene al rojo vivo y los diálogos se suscitan con naturalidad (Padilla, 1983)

4.- Personajes

Todos aquellos que representan a seres vivos que interactúan en las historietas, como en otros medios, se conocen como personajes. Esta interacción a través del tiempo es el desarrollo mismo de la historia.

Todos los aspectos que componen a un personaje, desde la forma como se visten, hasta la forma de hablar y conducirse se asocia mentalmente a cierto tipo de carácter. Por ello cada uno debe tener elementos que nos permitan identificar fácilmente su condición dentro de la historia. Estas características, a grandes rasgos, son las siguientes:

Tipología

La constitución física de los personajes debe de hablarnos sobre la personalidad de estos. Por ello, un villano que luce corpulento frente a un héroe delgado y pequeño, nos ofrece una perspectiva, si el villano fuera el delgado y pequeño, y el héroe el corpulento, nos ofrece otra.

Los malos, deben lucir como malos, los héroes como tales. Entonces, la forma de sonreír del héroe no es la misma que la del antagonista, la cual debe lucir «maléfica». Sus gestos deben de ser congruentes con su forma de pensar, hablar y de actuar.

Para su creación, es necesario pensar en un aspecto físico que favorezca la comprensión del personaje. No solo puede ser atlético o delgado, un personaje notablemente inteligente podría tener una cabeza grande, uno que no ve bien, unos ojos pequeños o que lucen grandes con anteojos, uno con una gran destreza manual unas manos delgadas y grandes, puede tratarse de un ser de otro planeta, etc.



«Jacobos Dos Dos» (Mordecai Richler) Notese a «Ignats», primer personaje a la derecha, y su aspecto físico similar a un tiburón.



«Tales Of Suspense» No. 94 (1967) (Stan Lee & Jack Kirby) Mordok (izq.) es un villano cuyo atributo particular es su inteligencia al ser una computadora viviente. Notese el tamaño de su cabeza y proporción con otros personajes.

Otra forma de añadir interés a la tipología de un personaje, es por medio de una asociación de su constitución física con el de un animal. Un villano podría tener facciones que lo hagan similar a una serpiente, a un cocodrilo, un tiburón, un héroe podría parecer un león, un ratón o cualquier otro animal dependiendo de la perspectiva que deseemos crear. Utilizaríamos entonces, un criterio similar al que usaríamos si los personajes fueran animales con características humanas (antropomorfos).

Por otro lado, es común que a los héroes se les asocie con corpulencia física, idealistas, de buenos modales, bien parecidos así como muy diversas virtudes, suele suceder entonces que muchos de los héroes tengan un parecido entre sí, igual que los villanos y otro tipo de personajes. Cuando ciertas características se repiten a menudo en un personaje similar, este suele convertirse en un estereotipo.

El uso de estereotipos

Los estereotipos, son formas generalizadas de presentar a ciertos grupos de seres humanos, partiendo de elementos característicos reconocibles. (como la ropa, el aspecto físico, la conducta, objetos que los acompañan, etc). Cuando observamos la representación de un personaje y la podemos asociar como perteneciente a un grupo definido, podemos clasificarlo como «estereotipado».

En los comics, los estereotipos se sacan de unas características físicas comúnmente aceptadas y asociadas a un oficio. (Eisner 1998)

La imagen del estereotipo se obtiene partiendo de la experiencia social y de la idea que tiene el lector de cómo debe verse.

El uso de estereotipos da una estabilidad al carácter del personaje, pues el lector ya tiene una idea preconcebida acerca de la forma de actuar de estos. Esta basada en la permanencia de ciertos signos esenciales, que les individualizan fuertemente y les hacen fácilmente reconocibles al lector. (Gubern 1973)

El manejo de estereotipos:

- Ahorra tiempo, pues al tener unas características bien definidas, solo hay que volver a retomarlo.



«Revista MAD: La Leyenda del vago» (Duck Cowine) Se recurre al estereotipo del vago norteamericano, que también es reconocible en nuestro país.



Estereotipo de héroe, por Will Eisner

- Hace fácil el reconocimiento del perfil del personaje, ya que el receptor tiene información previa respecto de este.

A su vez, también conlleva ciertos riesgos, Humberto Eco menciona que su abuso *obstaculiza la imaginación para crear nuevos «tipos» de personajes*. También nos menciona que se utiliza para crear mensajes *pedagógicamente conservadores*. (Eco 1965)

Dicho de otra forma, refiere que, siendo conservadores, se genera un estancamiento sobre la percepción de determinados grupos sociales. Así la imagen de algún grupo queda predefinida en el estereotipo, aunque este no corresponda necesariamente a la realidad. Piénsese, como ejemplo, sobre la imagen del mexicano, formada por un hombre recargado en un cactus, vestido con un traje de manta en medio del desierto.

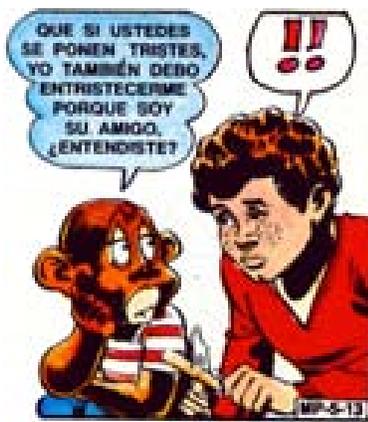
Otro de los aspectos negativos que pueden tener el uso de estereotipos, es causado por la asignación de determinadas características para definir a todo un grupo:

Al pretender simplificar o catalogar una generalización, puede resultar pernicioso o, como mínimo, ofensiva. (Eisner 1998 p.17)

Según Medina, citando a autores que él llama de tendencia Marxista, han señalado que los autores de historietas difunden estereotipos sobre bases ficticias, o bien *corresponden a otra situación económica, política y social de los receptores latinoamericanos*. (Medina 1992).



«El Lenguaje del Comic» (Roman Gubern): «Condorito» (Pepo) 1971. Una representación común del estereotipo del vagabundo.



«Memin Pinguín» (Sixto Valencia) El uso de estereotipos puede ser interpretado ambiguamente.



«El Lenguaje del Comic» (Roman Gubern): «Mutt And Jeff» (Butt Fisher) 1916. Representación de personaje de raza negra.



«El Lenguaje del Comic» (Roman Gubern): «Pogo» (Walt Kelly) 1971. Nuevamente estereotipo del vagabundo. Nótese la diferencia con el del vago.

Entonces, como vemos, existen estereotipos que pueden resultar ofensivos para ciertos grupos. Un ejemplo claro puede observarse con Memín Pinguín, cuyo personaje central (Memín) es un niño de raza negra. Es percibido sin impacto en México, mientras que en los Estados Unidos, un lugar donde la comunidad afro americana es numerosa, es interpretado como un estereotipo negativo y denigrante de su raza.



«Como dibujar Manga» (Estudio Fénix). La posición del cuerpo genera una idea sobre la posible personalidad del personaje.

Identificación del personaje a primera vista

Los personajes estereotipados, como antes mencionamos, tienen la característica de poder ser identificados fácil y rápidamente por el lector, pues podemos presuponer que este tiene información previa ya sea por la experiencia o por haberlo visto en otra imagen o historieta. La idea de considerar que el lector cuenta con información previa para poder identificar a los personajes, no solo funciona para los estereotipos, sino también para todos los personajes.

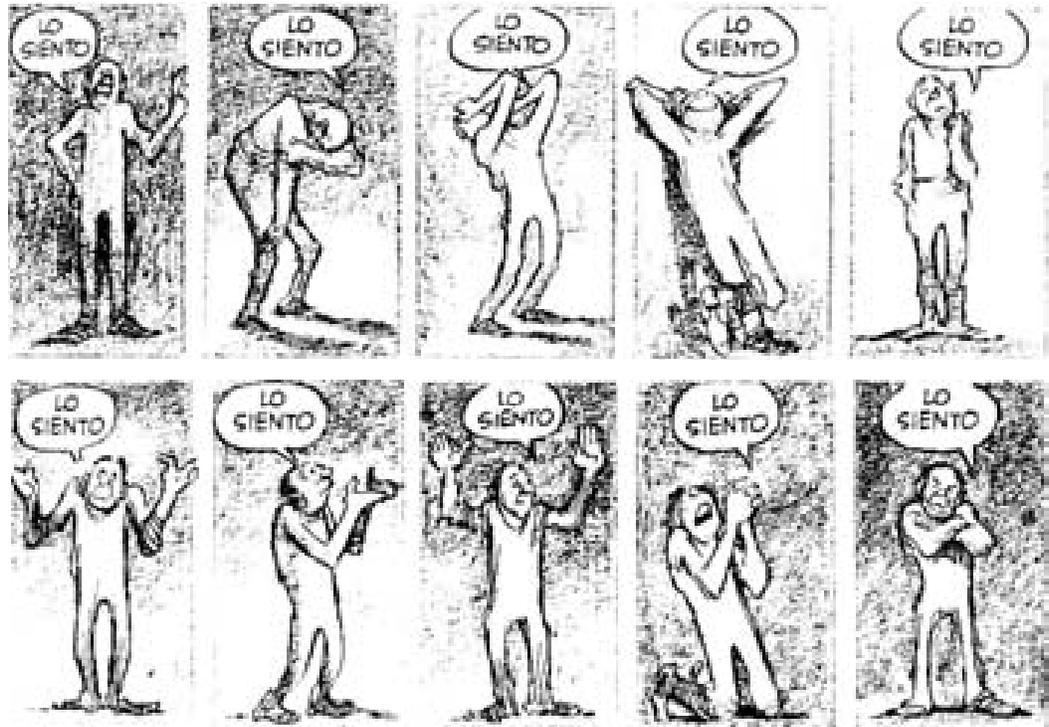
Un personaje está compuesto por múltiples elementos que añaden un significado propio e individual, estos nos hablan de sus preferencias, oficio, condición social o cultural, entre otros. Esta relacionada con elementos materiales como el tipo de ropa y sombreros, los cuales puede referir a una época, un determinado clima, etc. o los accesorios que usa, como una espada, u otra arma, una herramienta, un bastón, un cetro, etc. que se pueden relacionar con una actividad. Otros refieren a alguna condición, por ejemplo, si a tenido una vida difícil, es pobre o rico, entre otras muchas posibilidades.

La selección de cada elemento, y su integración en un solo personaje único, deben estar enfocadas a hablarnos claramente sobre este. Así entonces debe ser fácil reconocer sólo por observación información como su condición social o cultural, su vocación, sus características físicas particulares y su edad entre otros, y van de acuerdo con las necesidades comunicativas de su creador.

Cada elemento puede ser destacado con una particular importancia, en base, por ejemplo, a su tamaño o color, el cual depende igualmente de las intenciones comunicativas del creador del personaje.



«Ultra Pato» (Edgar Delgado) Es fácil identificar que este personaje es un villano, gracias a sus rasgos.



«El Comic y el Arte Secuencial» (Will Eisner) La expresión corporal define de forma importante el sentido de lo que se desea comunicar.

Expresión Corporal

En una obra de teatro los actores utilizan movimientos y posiciones del cuerpo particulares para transmitir las emociones que desean. Utilizar únicamente expresiones faciales no es suficiente, ya que no todo el público puede observar su rostro, o comprender claramente por su sola expresión lo que desea comunicar. En la historieta la expresión corporal funciona de una manera muy similar. El cuerpo es utilizado como un instrumento más de comunicación.

Aspectos como la modulación de la voz, el movimiento de las manos, la expresión del rostro y la contorsión del cuerpo funcionan como códigos de comunicación, dando como resultado, que las palabras adquieran un sentido particular.

El dinamismo de la historieta se debe, en gran parte, a los códigos del movimiento y los gestos propios de los personajes» (Padilla, 1983)

En los comics, la postura corporal y la gesticulación ocupan una posición preponderante con respecto al texto. La manera de emplear las imágenes modifica y define el significado de las palabras. (Eisner 1998)

Las diversas posturas en las que muchas veces aparecen dibujados los personajes, en especial en aquellas historieta cuyo estilo está más alejado del realismo, muestran cierta exageración o teatralidad.

En la imagen arriba mostrada, podemos observar como la frase «Lo siento», adquiere un sentido que varía, mostrando una negativa (primer cuadro) o mostrando arrepentimiento (tercer cuadro) entre otras posibilidades.

La elección del encuadre puede hacerse en conjunción con la expresión corporal. Podemos entonces «enmarcar» aquellos elementos del cuerpo que muestren la expresión que deseamos.



«Maken X» Uno de los personajes antagonistas de esta historieta. Su expresión común es de maldad



«Maken X» Una expresión muy distinta de lo que como villano expresa comunmente, aunque efectiva como elemento expresivo.



«Digital Monster Digimon» (Yu Yuen Wong). El personaje muestra una felicidad forzada, esta expresión es intencional, ya que según la historieta, el personaje se encuentra «hipnotizado».

Expresión Facial

Las expresiones faciales tiene la misma importancia y en el mismo sentido que las corporales, ya que también complementan o dan sentido a lo expresado textualmente.

Aunque cada personaje, a partir de su personalidad puede tener ciertos rasgos (por ejemplo, nariz prominente, ojos alargados, boca pequeña, etc), aun es posible modificar su tamaño y forma y así obtener una gran cantidad de expresiones específicas. En la siguiente página observamos una imagen de Will Eisner que ejemplifica claramente como es que la expresividad del rostro modifica lo escrito. (Eisner 1998 p.112)

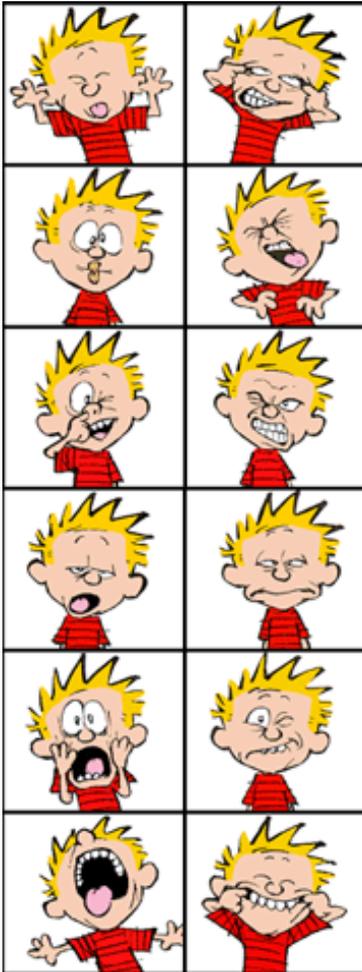
Es gracias a la modificación de la posición, forma y tamaño de los rasgos faciales, como cejas, ojos, nariz, y boca. que podemos obtener una gran cantidad de expresiones. Para poder entender estas alteraciones nos apoyaremos de un gestuario.

El gestuario constituye, para los personajes de los comics, el modo primordial de expresión junto con los diálogos, y por ello admite una vasta y fluida gama de variantes significativas. (Gubern 1973)

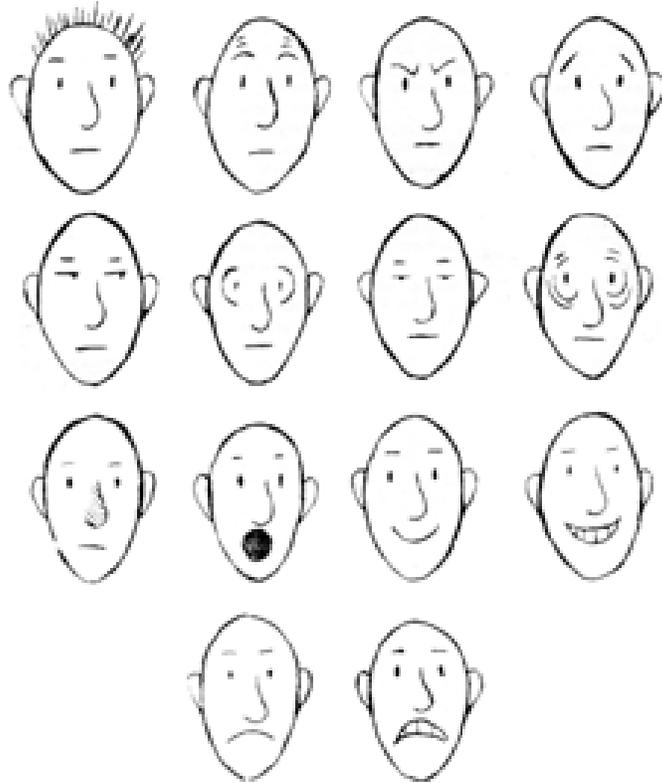
Un gestuario es una guía acerca de las expresiones, nos especifica claramente que modificaciones de los rasgos faciales (de forma icónica) nos indican un estado de ánimo.

Debemos hacer notar que este gestuario nos presenta una gama de expresiones, las cuales pueden ser aplicada a uno u otro personaje dependiendo de las características psicológicas de este, puede entonces por ejemplo, existir un personaje que jamás sonría, otro que jamás se muestre enojado, etc.

No esta de más mencionar que nuestra propia percepción es una fuente insustituible de información acerca de la expresividad humana, la cual es el origen de las características que aquí se mencionan como representativas. Por ello, podemos crear y definir las expresiones apoyándonos en nuestra propia observación y capacidad de representación, obteniendo resultados muy efectivos.



«Calvin and Hobbes» (Bill Waterson) Expresiones faciales de Calvin. Determinadas expresiones asignadas a un personaje marcan su personalidad.



«El Lenguaje de los Comics» (Roman Gubern) Resume en estas 14 expresiones básicas las que considera se utilizan comúnmente en las historietas

Cabe mencionar por último, que la expresividad del rostro puede adquirir mayor importancia visualmente gracias a la exageración, (al igual que con la expresión corporal) que es una deformación común, especialmente en las historietas cuyo dibujo es de corte humorístico. Por otro lado, algunos autores incluso reemplazan los rasgos característicos de un personaje, en algunas situaciones para reforzar el sentido cómico de una situación.

Entre mayor sea el realismo aplicado a una historieta, es menor la exageración utilizada. Esta característica, aunque no es una regla, suele encontrarse comúnmente.



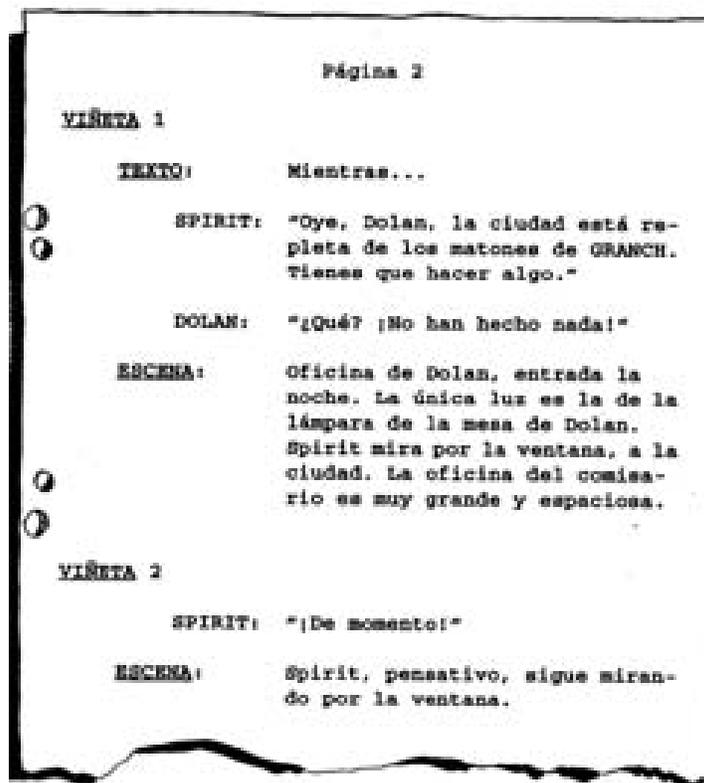
«Los Comics y el arte secuencial» (Will Eisner) Igual que con las expresiones corporales, las expresiones faciales concretizan el sentimiento de lo dicho.

Continuidad Psicológica

Todos los personajes, ya sea estereotipados o no, deben tener un *perfil psicológico*. Es gracias a este el que los personajes tengan carácter propio, así por ejemplo, los villanos son malos y los héroes son los buenos, y cada uno actúa de acuerdo con sus ideales. La continuidad psicológica consiste en que esta coherencia se mantenga todo el tiempo, sin este seguimiento, al lector le resultará difícil definir cual es la posición del personaje dentro de la historia.

Existen personajes los cuales, al ser sometidos a ciertas situaciones, cambian su personalidad. Por ejemplo, aquellos que al principio de la historia, parecían ser personajes antagonistas, mas en el desarrollo de la historia terminan por convertirse en aliados de los personajes originalmente definidos como buenos. (o viceversa). En otros casos, como en las historietas infantiles, los personajes superan un defecto o un miedo, y por o tanto, aquél que era mentiroso en un principio ahora es honesto. Es claro que en el desarrollo de la historia deben crearse situaciones que justifiquen dicho cambio.

«El Comic y el arte Secuencial» (Will Eisner).
Ejemplo de guión común. Su apariencia varía según
especificaciones de algunas editoriales.



PROCESO DE ELABORACIÓN DE UNA HISTORIETA

Escribir una historieta es faena más compleja, pues se trata en principio, de desarrollar un concepto, de describirlo y de construir la cadena narrativa que llevara de las palabras a las imágenes. (Eisner 1990)

Es necesario apoyarse en una metodología para organizar todos los procesos que originan una historieta. Este proceso de elaboración es el paso después de haber definido cuál es el mensaje de deseamos comunicar y a quién va dirigido. Podría ser el caso por ejemplo, que deseemos contar una historia fantástica, que hemos inventado para todo aquel que le interese leerla, o tratarse de mostrar el cuidado de una determinada área de trabajo a un grupo determinado de empleados de una fábrica. No importando si es didáctica, distractiva o de cualquier otro objetivo, precisamos de llevar un proceso ordenado.

Comparaciones entre Métodos de Producción

No existe únicamente un solo método para la elaboración de las historietas, cada autor desarrolla su propia metodología. Es claro que para denominarse como tal, debe de cumplir ciertos lineamientos. Aquí algunas propuestas de metodologías:

Este es un método aplicado profesionalmente. Su autor, Will Eisner lo describe de la siguiente forma:

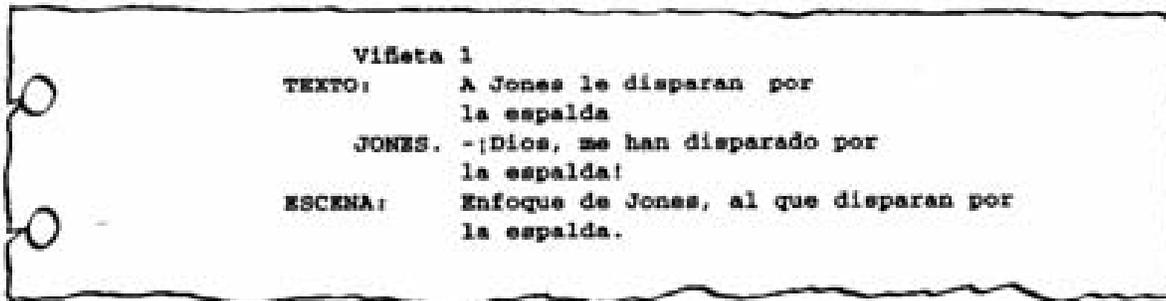
Paso 1:

*El creador toma una decisión respecto a la índole de la historia. Debe decidir si trata de **exponer una idea, un problema y su solución o transportar al lector a lo largo de una experiencia.***

COMO FIGURA EN EL GUIÓN



COMO LO CAMBIA EL DIBUJANTE



Paso 2:

Hay que descomponer la historia en partes. Es en este momento cuando tiene lugar la aplicación de la historia y argumento a las limitaciones de espacio y tecnología. El tamaño de la página, el número de páginas, el proceso de reproducción y los colores disponibles influyen en esta «descomposición». A veces esta corre a cargo de un guionista.

«El Comic y el arte Secuencial» (Will Eisner). Ejemplo de como es modificado el texto al adaptarse visualmente por el dibujante.

Paso 3:

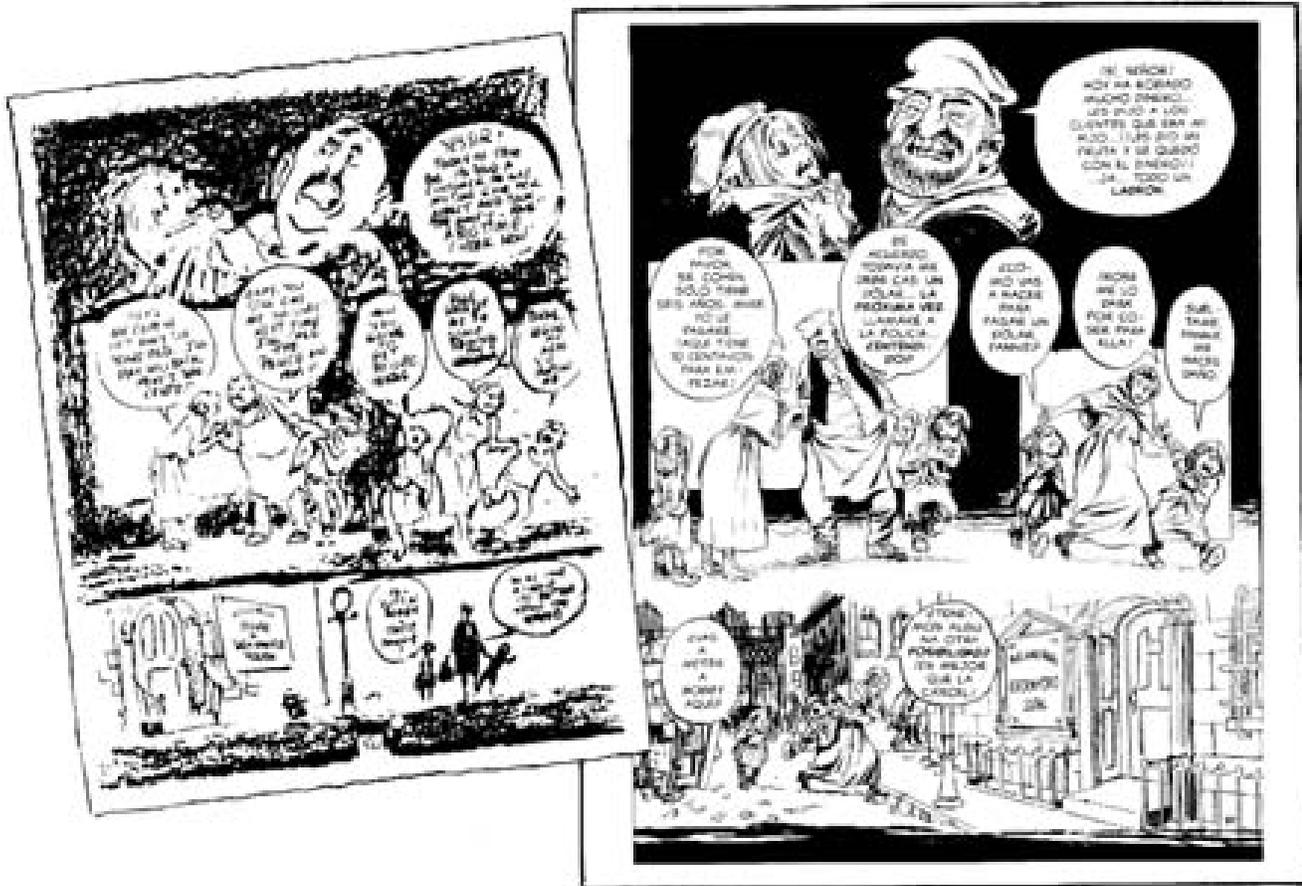
(Elaboración de un guión: Debe de contener los elementos que interpreten de forma estructurada el contenido final de la historieta. Puede dividirse por filas, columnas, o de cualquier otra forma siempre que sea comprensible. Un esbozo de la viñeta y/o su descripción, los diálogos de los personajes o un esquema de página son elementos comunes.)

Paso 4:

Omisión o adición del texto y dibujo. El dibujante debe tener la libertad para ampliar una secuencia de viñetas con el propósito de lograr un «ritmo» que refuerce la intención del guión. Así también, debe tener la libertad de omitir diálogos o textos innecesarios y redundantes que pueden mostrarse de forma visual (Esto aplica cuando el dibujante y el guionista son dos personas distintas)

Paso 5.

El boceto funciona como una primera prueba que da al creador la posibilidad de hacer arreglos antes de iniciar su acabado. Saltan a la vista las ventajas que esto significa en cuanto a tiempo y dinero.



«El Comic y el arte Secuencial» (Will Eisner).
Comparación entre el boceto de una página y la
página terminada.

Paso 6.
Elaboración de las páginas acabadas. (Ver ejemplo pag 116).
(Will Eisner 1998 « El comic y el arte secuencial»)

Otro método, destinado a la producción de historietas con fines didácticos, menciona los siguientes procesos:

1.- Creación del argumento. Se inicia la confección de la historieta desde la idea que se quiere transmitir y pensando en imágenes.

2.- Hacer una síntesis del hecho a narrar. En el caso del exceso de vehículos, tomaremos un solo aspecto (p. e. repercusión individual al llegar tarde al trabajo en lo económico, lo psicológico, problemas obrero patronales, etc.)

3.- Esquematizar a los personajes y al acontecimiento. Si manejamos la violencia del español al pueblo maya, una posibilidad es reunir al brujo maya y al jefe de la comunidad milpera conversando en trono a una hoguera.

4.- Documentarse sobre la tipología de los personajes, el vestuario, el mobiliario, los edificios, etc. p. e. Los Huastecas salen de su vivienda para cazar y tener el alimento para una fiesta. Este solo hecho nos obliga a documentarnos sobre cada uno de los puntos arriba mencionados.

5.- Confeccionar el guión técnico.

6.- Elaborar la tira, la media página o la página.
(Padilla 1983)



Dibujo de charro por «El Santos» (izq.), por Ramón Padilla (centro) y traje típico de charro, (der.) La documentación es una etapa de especial importancia en la historieta didáctica.

El último ejemplo sobre metodología que presentaremos es uno enfocado a la producción de un determinado estilo; el manga. Esta en particular está mayormente enfocado a aspectos técnicos de la realización, y nos menciona en qué parte del proceso de creación se contemplan elementos muy específicos. Observemos:

Proceso de realización de una historieta:

1.- *Elaboración de un guión*

2.- *Elaboración de un Story board:*

Para su elaboración el autor nos recomienda determinar lo siguiente:

- a) *Género*
- b) *Ambientación, lugares y estilos donde se desarrollará la historia*
- c) *Personajes, el carácter de cada uno de ellos, el vestuario, la edad, etc.*
- d) *Pensar en el ritmo narrativo de la historia*
- e) *Crear las secuencias individualmente. Los sentimientos que se quieren transmitir en cada ocasión (agitación, reflexión, tranquilidad, terror, sufrimiento, alegría, lucha, abandono, etc)*

La utilidad del Story board según menciona es la siguiente.

- *El Story sirve para dar estructura al guión y orden a las secuencias.*
- *Consiste en dibujar líneas básicas, no importa si el dibujo es anatómicamente correcto o no.*
- *Es una visualización previa de lo que hay que hacer.*
- *Lo importante es situar al personaje y los bocadillos que toquen e ir acabándolo rápidamente.*
- *Se trabaja con lápiz, bolígrafo o lo primero que se tenga a la mano, en un formato reducido respecto al original.*
- *El Story obliga a definir cosas importantes como el tamaño, forma y distribución de las viñetas y de los bocadillos.*
- *En el Story se reflexionan detalles como dónde ubicar a los personajes dentro del escenario, Planos, enfoques y movimiento según se decida. Aquí también se determinan las expresiones y posturas de los personajes.*

3.- *Se selecciona el entorno y los materiales de trabajo.*



«Como dibujar Manga» (Estudio Fénix) Muestra de materiales necesarios para la creación de historietas: pinceles en buen estado, tinta china negra para pincel o para estilógrafos, gouache blanco para corregir errores, estilógrafos, rotuladores de todas las calidades, plumillas y su mango, u todo tipo de reglas, ya sean curvas o rectas.

- 4.- Se elaboran los bocetos originales a lápiz a partir del story board:
- a) Se comienza marcando la forma de las viñetas.
 - b) Seguimos ordenando los bocadillos, dibujándolos según el texto que contengan. En el resto del espacio se dibujan fondos y personajes.
 - c) Con un lápiz duro dibujamos la base de los personajes sin ningún detalle
 - d) Siguiendo la perspectiva de cada viñeta, colocaremos la líneas más básicas.
 - e) Se dibuja con un lápiz más blando cada viñeta. (Cuando tengamos toda la página estructurada) y siempre que sea posible, comenzamos por arriba para no emborronar el resto.

Otro proceso alternativo para la elaboración de originales a lápiz es el siguiente:

- a) Abocetar el dibujo partiendo del story board en un formato de tamaño igual al final (Din A3) con todas las rayas que queramos y
- b) Calcarlo en el papel bueno. Con este proceso tendremos un lápiz muy limpio, pero tardaremos el doble de tiempo.

5.- Se aplica el lápiz final. Lo más acabado posible, con líneas cerradas con todos los detalles posibles definidos. Para los detalles utilizamos un portaminas 0.5mm, para primeros planos y para viñetas grandes un 0.7mm o un 1.0mm.

6.- Se procede a entintarlo

7.- Se le dan los acabados finales. Se aplican acabados especiales como tramas, escupidos, rascados, tintas aguadas, ordenador, etc.
(Estudio Phoenix p 82 – 96 2001)

Revisemos ahora los metodos ya mencionados:

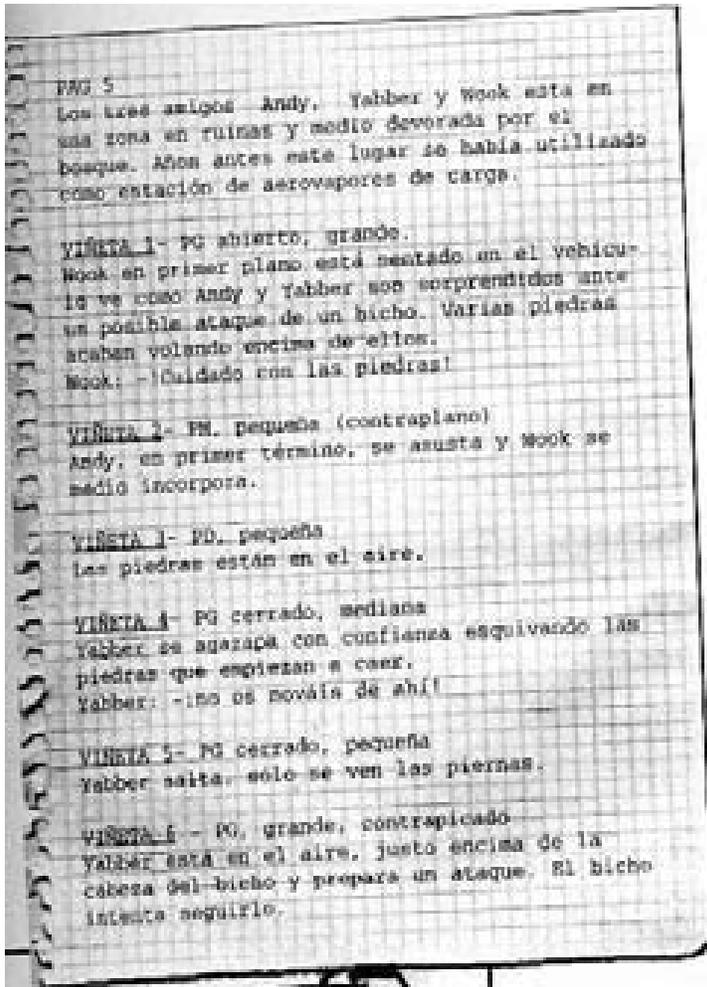
El primer método presentado, al estar enfocado a la producción comercial dentro de un esquema editorial definido, concilia su punto de vista con aspectos de la narración y aspectos plásticos. El segundo, da una mayor importancia a la documentación y a la representación de hechos. Por último, el tercer método contempla una importante cantidad de los aspectos técnicos para la producción de material de la historieta.



«Como Dibujar Manga» (Estudio Fénix) Ejemplo de un procedimiento de salpicado. Obsérvense las manchas de acrílico blanco sobre el personaje.

Este énfasis hacia determinados aspectos responde a intereses particulares. En el caso del primer método, su objetivo es orientar al lector sobre la producción comercial de historietas, basado en su experiencia propia. El segundo esta enfocado a la producción de material referencial a una determinada situación, procurando apegarse lo más posible a lo históricamente correcto, ya que se espera que sea un material didáctico. Por último, el método del estudio Fénix esta evidentemente inclinado a los procesos prácticos (determinados tipos de lápices, formatos, procesos de abocetado, etc). ya que esta orientado a jóvenes que desean iniciarse en la producción de historietas.

Cada autor, adapta ciertos procesos dentro de su metodología, de acuerdo con lo que considera reelevante y a su vez plantea un desarrollo más detallado en los pasos que así lo requieren según sus propias necesidades. Sin embargo, existen procesos comunes a todos ellos.



«Como Dibujar Manga» (Estudio Fénix) Apariencia de un guión donde se describe la acción viñeta por viñeta.

Una Metodología Simplificada (Pasos Comunes)

Independientemente del énfasis que ciertas metodologías den a determinados procesos, podemos observar una cierta constancia en cuanto a pasos, de ellos podemos resumir un método:

- 1.- Contemplar las limitaciones técnicas
- 2.- Elaboración de un argumento a partir de una idea ya definida
- 3.- Elaboración de un guión.
- 4.- Esquematización de lo presentado en el guión o Story Board.
- 5.- Bocetaje.
- 6.- Documentación visual
- 7.- Elaboración de originales

Este método pretende resumir los puntos constantes en los procesos antes mencionados. No olvidemos que solo es una opción y que el mejor método es aquel que cada quién considera más apropiado para el problema y solución presentados, siempre que contemple los aspectos importantes. Podemos desarrollarla a partir de ésta o de cualquier otra que se apege a nuestras necesidades. Veamos ahora estos pasos de forma mas detallada.

Contemplar las Limitaciones

Elaborar un Argumento

Elaborar un Guión

Esquema o Story Board

Bocetos

Documentación

Elaboración de Originales

Pasos generales a desarrollar en una metodología.

1. Limitantes

Para comenzar el desarrollo de una historieta, debemos considerar primero las limitantes.

La elección de una historia y su narración se encuentra sujeta a limitaciones de espacio, al saber hacer del dibujante y a la tecnología de reproducción (Eisner 1998 p. 129).

Dicho de otra forma, tenemos que considerar el formato que deseamos emplear para desarrollar la historia, las capacidades de representación del dibujante (o las propias en el caso de que dibujemos nosotros mismos) y las capacidades técnicas de captura y reproducción contempladas para la distribución. Teniendo en mente que es lo que no podemos hacer y lo que está a nuestro alcance podemos contemplar hacer nuestro argumento.

2. Elaboración de un argumento a partir de una idea: Desarrollo de una concepto

Desarrollar un concepto, implica crear una narración cuyo tema principal permita transmitir al público la información deseada.

Para poder desarrollar un concepto, primero debemos decidir que tipo de historieta es, e inventar un problema para ilustrar el argumento. Después se soluciona el problema para ponerle fin a la historia. (Eisner 1998).

Decidimos entonces si se trata de una historieta cuyo fin va a ser influir en la forma de conducirse de un grupo frente a una situación, si pretendemos orientarlos sobre alguna información útil sobre algún tema, si se trata de distraer únicamente, etc. esto determina la forma de tratar nuestro tema y en base a ello desarrollamos aquella historia que servirá de excusa para referir al tema y la materializamos de forma escrita. Dicho escrito es nuestro argumento.

El argumento consiste en unas cuantas líneas que son nuestra narración base. Si nuestro problema fuera por ejemplo, el tabaquismo, un posible argumento sería el siguiente:

José y su grupo de amigos, todos fumadores de toda la vida se mofan de la gente que les dice que el cigarro es un mal hábito. Un día Benito, uno de éstos amigos muere de cancer pulmonar y pone a José a reflexionar. Sabe que si no quiere morir debe dejar el cigarro, pero no quiere perder el respeto de sus amigos, que son además como su familia.

Es necesario inventar un problema para mantener la atención del lector sobre el desenlace. Si no existe un problema o disyuntiva, el lector no mostrará mucho interés por la historieta. Debemos previamente haber determinado la solución del problema para poder concluir la historia.

Entonces se le ocurre que para no perder a sus amigos, y no morir, decide hacerles creer que el difunto Benito regresa de la muerte para advertirles del serio problema del tabaquismo y amenaza con maldecirlos si no lo hacen. Logrando persuadirlos de dejar el tabaco. Varios años después, y ya habiendo dejado todos el cigarro, Jose les confiesa a todos lo que habia hecho, quienes lo toman con gracia.

La solución del problema debe gratificar la atención del lector, si en nuestro ejemplo José simplemente decidiera escoger dejar el cigarro y perder a sus amigos, la narración resulta aburrida, pues no aporta al lector nada que no hubiera podido imaginar.

A veces por razones de espacio debemos de crear una narración muy breve, y entonces tenemos que simplificar la narración y enfocarnos en los puntos más concretos. Un buen ejemplo de este tipo de mensajes podemos encontrarlo en algunos comerciales de radio y televisión, que cuentan una pequeña historia en unos pocos segundos.

3. Elaboración del guión: Descripción de la narración

«No es necesario saber escribir cuentos o ensayos para hacer guiones de historieta. Si es indispensable pensar los hechos como imágenes y adquirir la habilidad de redactar diálogos» (Padilla, 1983).

El argumento presenta nuestra historia y su solución de forma breve y poco organizada, por ello realizamos una descripción de esta narración estructurándola de forma que su comprensión sea sencilla. A esta se le llama guión.

Elaboramos un primer guión, que es apenas una primera estructuración narrativa de lo que se desea transmitir. Su objetivo es determinar el desarrollo lógico de las situaciones para crear un sentimiento o aprendizaje determinado.

Para organizar la narración lo hacemos por medio de la determinación de puntos clave. Los puntos clave en una narración son aquellos sucesos importantes presentados que permiten la comprensión del desarrollo lógico de la misma. Estos puntos son desarrollados siempre de tal forma que podemos comprender claramente la solución del problema. Ángel Matsumoto resume así los puntos clave de la historieta:

Introducción.- Se presentan a los personajes claves y su entorno.

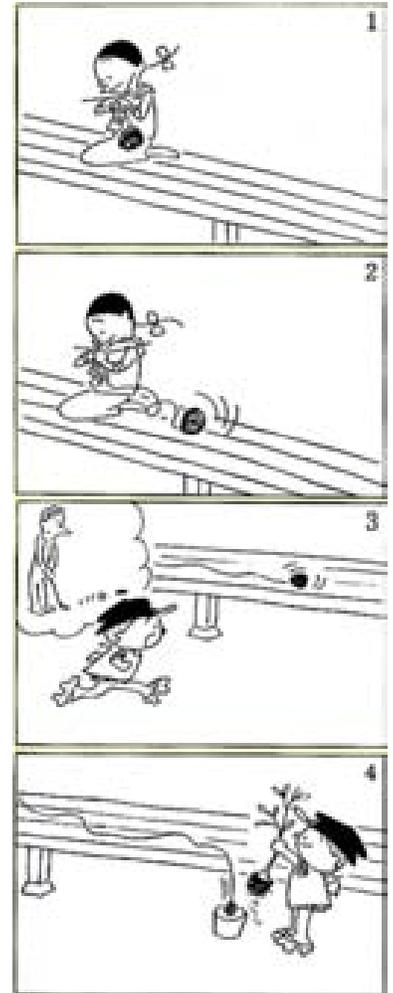
Desarrollo.- La historia se desarrolla hacia un punto específico.

Clímax.- Es el punto más importante de la historia. Pasa algo que cambia el rumbo de la historia.

Desenlace.- Es la consecuencia del clímax.

(Matsumoto Ángel, 2004 p.37)

En la *presentación* se introduce al lector en lo que está sucediendo (lugar, personajes, características de los personajes, etc.) hablamos sobre quienes y como son nuestros personajes, su forma de pensar, ideales, sueños, y su relación con otros y con su entorno. En el *desarrollo* se muestran los acontecimientos que originan el problema y que posteriormente van a llevarnos a la parte central de la historia, el clímax.



«Fuku Chan» (Ryuichi Yokohama) 1938. En solo cuatro viñetas, se pueden representar los momentos claves de una historia.



«Historias de la Ciudad» (Gobierno del Distrito federal). Ejemplo de historieta informativa. Las limitaciones de color y espacio deben ser consideradas antes de la elaboración de la historieta.

En el *clímax* la historia llega a su punto más alto y controversial. En él, la historia da un giro y nos lleva muchas veces a una situación no prevista, donde se tiene que tomar decisiones, o los personajes cambian, todo esto justificado mediante el desarrollo. Muchos autores comienzan determinando este punto y a partir de este crean el desenlace, el desarrollo y la presentación.

Finalmente, en el *desenlace* las situaciones llegan a su fin. Es aquí donde los malos ya fueron castigados, los buenos regresan a su vida normal y ya se generó un aprendizaje, por mencionar un ejemplo. Su función es culminar la historia, mostrando las consecuencias del clímax, eliminando cualquier duda respecto a la problemática presentada en cualquier parte de la historia.

Este esquema se puede desarrollar en cuatro viñetas y hasta una gran cantidad de páginas. En este punto es importante que adaptemos el desarrollo del argumento tanto como lo permita el número de páginas. Cuanto más espacio tenemos a disposición, hay una mayor disposición para otro tipo de saltos narrativos, que nos permiten profundizar en los aspectos del mensaje a comunicar.

Otro esquema para desarrollar una narración es el de Will Eisner:

Introducción o escenario - problema - tratamiento del problema - solución - fin

Este esquema es fundamentalmente igual al anterior, excepto por que el desarrollo es visualizado como la forma de mostrar el problema en sí, y el clímax, como la forma en que el personaje central reacciona ante este, el cual queda subdividido en el «tratamiento del problema», y en la «solución». Igualmente el desenlace es el «fin» en este esquema.

Recordemos que existen diferentes formas de ordenar una historia. Las presentadas solo son opciones lineales de presentación de los puntos clave. Podemos alterar este orden cuando tenemos cierta experiencia y conocemos el impacto sobre la comprensión que pueden tener con determinado público. (véase el apartado sobre el montaje narrativo)

Finalmente debemos mencionar que para el desarrollo de un guión a veces es necesaria la documentación. Si bien muy comúnmente recurrimos a esta en el momento de dibujar, en algunos casos es necesaria para poder desarrollar el argumento de forma convincente, y puede tratar sobre lugares, épocas, conductas, procesos, etc. por ejemplo, si se tratara de una historieta sobre policías, y el tratamiento de la historieta implicara precisión sobre la realidad, sería necesario investigar procesos policiales, y formas de actuar de ella, si son honestos o deshonestos, como sería su actuación, a fin de reflejar esto dentro del desarrollo de la historia.

¿Cómo crear y mantener en interés?

Un buen guión debe mantener el interés del lector para que este termine la lectura. (Ramón Padilla).

Ramón Padilla menciona los que considera factores que ayudan a mantener el interés son:

Factores de contenido:

- Ritmo narrativo
- Síntesis expresiva
- Dinamismo en la acción
- Suspenso en la narración

Factores de forma:

- Tipología y expresión
- La composición
- La iluminación
- La dramatización gráfica

Todos estos son elementos que ya hemos analizado al principio de este mismo capítulo.

4. Esquematación de lo presentado en el guión: El Story Board

Una vez que ya tenemos la estructura de la narración, comenzamos a determinar aspectos específicos como los diálogos de los personajes, su personalidad y su apariencia, el aspecto de cada viñeta incluyendo tomas y planos, así como la distribución de estas en las diferentes páginas, de tal forma que podamos visualizar claramente el desarrollo gráfico del contenido hacia el trabajo final, mostrando todos los elementos gráficos en orden.

Es en este esquema donde se hacen toda clase de ajustes, en diálogos, en el número de viñetas, formato, formas de representación, distribución de las viñetas, etc.



«Darkness» (Mark Silvestri) Trazo a lápiz e imagen ya documentada y compuesta para cubierta.

5. Bocetaje

Al tener una idea clara de qué y en donde vamos plasmar cada cosa en papel, es necesario un último paso previo a la elaboración de originales y consiste en dibujar las viñetas en el lugar correcto dentro de un formato idéntico al definitivo. Esta esquematización refleja lo presentado dentro del Story Board, aunado a aspectos como la importancia y lectura de las viñetas dado su tamaño y posición, su relación con otros elementos como textos, títulos, márgenes, sucesos representados en cada página, etc.

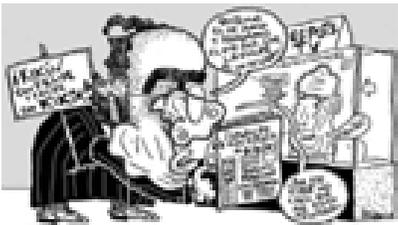
6. Documentación (visual)

Hasta este punto ya hemos graficado a grandes rasgos toda la historieta, sin embargo, aún no se ha completado a detalle a los personajes y su ambiente. Para poder hacerlo, es necesaria la documentación visual.

Esta nos permite definir con precisión todo lo que se va a dibujar, ya sea sobre el escenario o sobre los personajes, también incluye otros aspectos como representaciones de condiciones climáticas, formas de iluminación, ángulos de toma, etc.

Cuando se trata de representar situaciones cotidianas, podemos obtener información de nuestro entorno, mas, cuando se trata de otros lugares o épocas es necesario recurrir a fuente externas, tales como enciclopedias, revistas, periódicos, internet, etc.





«Felipe Calderón» Por Hernandez, (arriba) y dibujado por Magú (abajo) - Diario «La Jornada» junio de 2006

El grado de documentación está determinado por el énfasis en la recreación de un determinado ambiente, mismo que depende del tipo de historieta a desarrollar.

Existen historietas, como las del género fantástico o de ciencia ficción donde la documentación es parcial, ya que después de determinado punto los autores recrean los elementos necesarios a partir de su propia imaginación. También existen aquellas de corte cómico donde la precisión no es necesaria.

7. Elaboración de originales

Antes de proceder a la elaboración de los originales finales, debemos tener total certeza de que no se va a hacer ningún cambio. El dibujante y el cliente debe de tener ya claro que es lo que se va a elaborar.

Una vez hechas toda clase de ajustes, se procede a la elaboración final.

Para finalizar nuestra metodología, observemos ahora algunos puntos que se consideran factores importantes dentro de la producción de historietas comerciales:

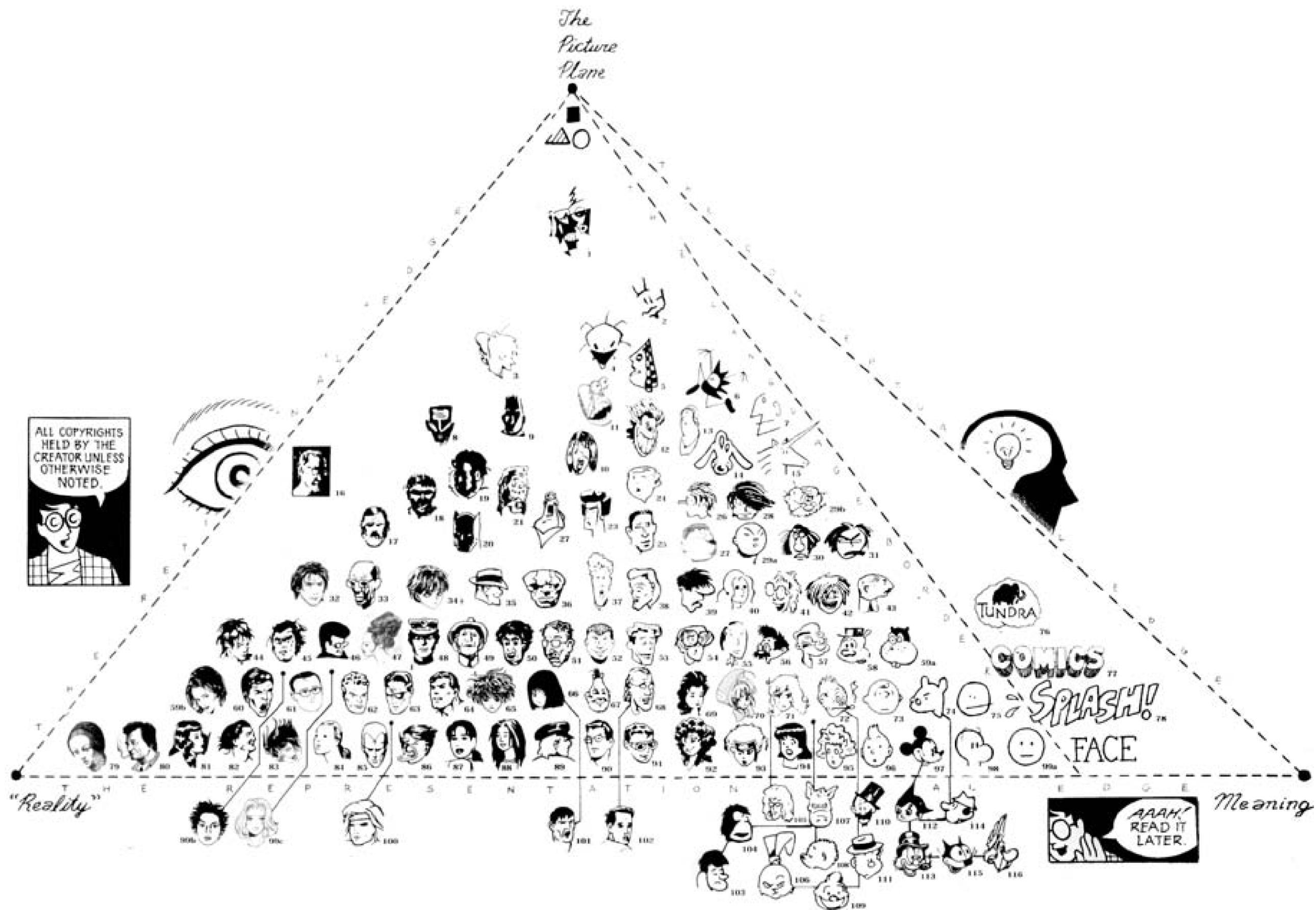
- Se debe de tomar en cuenta el perfil del lector, su experiencia y sus características
- La clave del control en el lector se basa en su interés y comprensión de lo que está leyendo. Este se consigue en dos fases; atención y retención. La atención consiste básicamente en crear dibujos atractivos a la vista, y la retención en la creación de una historia interesante. (Similar a la atracción y el valor de atención en el diseño).
- El miedo y la curiosidad humana son ejemplos de factores que sirven para atraer a la lectura de la historieta.
- El estilo puede jugar un papel determinante, la elección de este no se puede dissociar del proceso creativo. El estilo puede mostrarse apropiado o inapropiado para una determinada historia. Como un ejemplo simple, podemos pensar en que si usamos un estilo realista al dibujar los personajes, es más fácil contar una historia trágica que una comedia.

LA IMPORTANCIA DEL ASPECTO VISUAL

El estilo

La representación del contenido visual de una historieta es un aspecto con especial relevancia para una historieta. Debemos tomar en cuenta que cada elemento que compone a la imagen juega un papel importante, y el resultado de la suma de los diversos elementos da como resultado un mensaje visual particular. Dicho de otra forma, existen muchos estilos, y cada estilo es más apropiado para desarrollar un tema, y lo es menos para otro.

Cada estilo, es, por así decirlo, una forma en cómo su autor «filtra» y organiza la información que recibe y la plasma en una imagen. El criterio de este para determinar qué elementos representa y cómo lo hace es (o debería de ser) en función del mensaje que desea comunicar.



- 1.- *Mary Fleener* en su estilo más abstracto.
2.- *Mariscal's Picker*
3.- *Dave Mc Kean* utilizando uno de sus múltiples estilos en contrado en su serie «Cages!»
4.- «*Gregory*» de *Mark Hempel*
5.- *Mark Beyer*
6.- «*Beanish*» poe *Larry Marder* de «*Tales of the Beanworld*» . Un trabajo muy particular, ya que se encuentran entre la línea entre el diseño y el significado.
7.- *Saul Steinberg*.
8.- «*Penny Moran Vanhorn*» de «*The Librarian*»
9.- *Lorenzo Matotti* en «*Fires*» combina la iluminación profunda impresionista con formas icónicas y composiciones fuertemente orientadas al diseño. En otras palabras, un trabajo muy complicado.
10- *Crumb* de *Aline Akimoshi*
11.- *Furuya Usamaru* enpleando uno de sus múltiples estilos encontrado en su serie «*Palepoli*» compárese con 27, 79 y 80 que son de la misma serie.
12.- *Kristine Kryttre*
13.- *Rea Irvin*
14.- *Morty* de *Steve Willis*
15.- «*Frank El Unicornio*» de *Phil Yeh*
16.- «*Jack Survives*» de *Jerry Moriarty*. Basado en el manejo de luz y sombra del mundo real, pero descompuesto en formas gruesas. Efectos similares son encontrados en 8, 18, 19 y 20.
17.- «*Jizz*» dibujado por *Jeff Wong* con un guión de *Scott Ruzzo*
18.- «*Expressionistic Rain*» de *Rolf Stark*
19.- «*Trashman* « de *Spain*
20.- «*The Dark Knight Returns*» por *Frank Miller*
21.- *Personaje Wolverine MacAlistar* del título «*Journey*» por *William Messner Loeb*
22.- «*Megaton Man*» de *DO Simpson*. Comenzando de una base anatómica realista, *Simpson* distorsiona y exagera sus características al borde de la abstracción.
23.- *Michael Cherkas* de «*Invasión Silenciosa*»
24.- *Rick Geary*-
25 *Peter Kuper*
26.- «*Donnesbury*» de *Gary Trudeau*
27.- *Nuevamente Furuya Usamaru* de «*Palepoli*»
- 28.- *Shirato Sampei*
29.- «*Big Baby*» de *Charles Burns*.
29 1/2.- *Cliff Sterrett*. El personaje mostrado aquí (de «*Poly y sus compañeros*») podría colocarse un poco más abajo, pero el arte de *Sterrett*, como el de *Fleener* seguido raya en algo mucho más abstracto.
30.- «*Groo*» de *Sergio Aragonés*. Simple, claro pero con una fuerte calidad tgestual que siempor nos recuerda la mano que conduce la pluma (tambien cierto en 14, 28, 31 y 41)
31.- «*Bitchy Bitch*» de *Roberta Gregory* del título «*Naughty Bits*».
32.- «*Junk: Memorias de l Último Héroe*» de *Kia Asamiya*.
33.- «*Mister Conrad, Mister Wilcox*» de *José Muñoz*.
34.- *Takaya Miou*.
35.- «*Dick Tracy*» de *Chester Gould*.
36.- *Personaje «Darkseid»* de *Jack Kirby*
37.- *Bob Burden*.
38.- *Per. «Rocco Vargas»* de «*Triton*» por *Daniel Torres*.
39.- *Pers. «Buddy Bradley»* de «*Hate*» por *Peter Bagge*.
40.- *Seth*.
41.- *Mark Martin*.
42.- *Julie Doucet*.
43.- *Edward Gorey*
- 44.- *Pers. «Mowgli»* de «*El Libro de la Selva*» de *Kipling* por *Craig Rusell*, cuyos personajes son finamente observados y basados de forma realista como los de *Hal Foster* o *Dave Stevens*, pero con un sentido dispar de diseño que los dibuja hacia el vértice superior.
45.- *Pers. «Kojima Goseki»* de «*Kazue Okami*» (*Lobo y Cachorro*).
46.- «*Alec*» por *Eddie Campbell*. Realista en tono, mas también gestual y espontáneo, El proceso de dibujado no esta oculto a la vista.
47.- «*Yomi Henjo Yawa*» por *Okano Reiko*
48.- «*Corto Maltese*» por *Hugo Pratt*
49.- Del tit. «*Al Corazón de la Tormenta*»
50.- *Dori Seda*
51.- *R. Crumb* se balancéa entre los personajes realistas y caricaturescos, usualmente manteniendose en este punto pero ocasionalmente aventurandose hacia arriba.
52.- *Steve Ditko*
- 53.- *Norman Dog*.
54.- «*Normalman*» por *Valentino*.
55.- *Ron Chast*.
56.- «*Anton Makassar*» por *Joost Swarte*.
57.- «*Popeye*» por *Elzie Segar*.
58.- *Pers. «Offissa Pup»* de «*Krazy Kat*» por *Geroge Herriman*.
59.- «*Frank*» por *Jim Woodring*.
59b. *Hiorki Mafuyu*.
60.- *Pers. «Neil Addams»* de «*Los Hombres X*».
61.- «*The Walking Man*» de *Taniguchi Jiro*.
62.- «*Steve Canyon*» de «*Milton Cannif*.
63.- *Pers. «Nick Fury»* de «*Los Hombres X*» por *Jim Lee*.
64.- «*Superman*» por *John Byrne*.
65.- «*Yuko Swing Shell*» por *Tsuno Yuko*.
66.- «*Tokyo Daigaku Monogatari*» por *Egawa Tatsuya*.
67.- «*Zippy the Pinehead*» de *Bill Griffith*.
68.- *Joe Matt*
69 *Pers. «Kyle Baker»* de «*Porqué odio Saturno*»
70.- «*Card Captor Sakura*» por *CLAMP*. Este es su estilo intencionalmente mas «lindo» dirigido a adolescentes, y es el que se encuentra más cerca del llamado estilo manga estereotipo.
71.- *Pers. «Oscar»* de la *Rosa de Versalles*» por *Ikeda Ryoko*.
72.- «*Bringing Up Father*» de *John McManus*.
73.- *Pers. «Charlie Brown»* de «*Peanuts*» por *Charles Schulz*
74.- «*Maus*» de *Art Spiegelman*
75.- «*Cynicalman*» de *Matt Feazelli*.
76.-*Logotipo de Compañía*. La imágen como símbolo.
77.-*Logo de título* . La palabra como objeto.
78.- *Efecto Sonoro*. La palabra como sonido.
79 y 80 *Furuya Usamaru* nuevamente de su obra «*Palepoli*».
81.- *Dave Stevens*
82.- «*Tarzan*» de *Edgar Rice Burroughs* dibujado por *Hal Foster*.
83.- «*Shojo Tsubaki*» de *Maruo Suehiro*.
84.- *Milo Manara*
85.- *John Buscema* «*La Vision*»
86.- *Pers. «Irene Van de Kamp»* de «*Good Girls*» por *Carol Lay*.
87.- *Gilbert Hernández*
- 88.- *Jamie Hernández*.
89.- *Colin Upton*
90.»*Superboy*» de *Kurt Schaffenberg*.
91.- «*Plastic Man*» de *Jack Cole*.
92.- «*Omaha the Cat Dancer*» de *Reed Waller*.
93.-*Pers. «Skywise»* de «*Elfquest*» por *Weny Pini*.
94.- «*Veronica*» de *Dan de Carlo*.
95.- «*Anita la Huerfanita*» de *Harold Gray*.
96.- «*Tintin*» de *Hergé*.
97.- «*Mickey Mouse*» por *Floyd Gottfredson*.
98.- «*Bone*» de *Jeff Smith*.
99.- *Smile Dammit*
99b.- «*Riaru*» de *Inoue Takehiko*.
99c.- *Sukurazawa Erica*.
100.- «*A distant Soil*» por *Coleen Doran*.
101.-«*Captain Easy*» de *Roy Crane*.
102.- *Dan Clowes*.
103.- *Wayno*.
104.- «*Alley Cop*» de *V.T. Hamlin*.
105.- *Chester Brown*.
106.- «*Usagi Yojimbo*» de *Stan Sakai*.
107.- «*Cerebrus el oso hormiguero*» de *Dave Sim*.
108.- «*Pogo*» de *Walt Kelly*
109.- «*Hans & Fritz*» de *Rudolph Dirks*.
110.- *Pers. «Jeff»* de «*Mutt & Jeff*» por *H.C. Bud Fisher*.
111.- «*Hi & Lois*» de *Mort Walker*
112.- «*Astroboy*» de *Ozamu Tezuka*.
113.- «*Scrooge McDuck*» de *Carl Barks*.
114.- *Pers. «Mister O'Malley»* de «*Barnaby*» por *Crockett Johnson*.
115.- «*El Gato Félix*» de *Pat Sullivan*.
116.- *Pers. «Axterix»* por *Goscinnny y Uderzo*.



«Neon Génesis Evangelion» (Yoshiyuki Sadamoto) El personaje presentado -Rei Ayanami- dentro de su historieta original, de corte dramático.

En la historieta, como en la ilustración, el estilo comunica un sentimiento, un estado de ánimo o una percepción de la realidad. Así entonces, existe por ejemplo, autores que realzan en sus personajes los defectos y aspectos grotescos de las personas reales, mientras que otros, enfatizan la belleza o la fortaleza.

Por otro lado, un estilo caricaturesco es óptimo para desarrollar una situación cómica, mientras que un estilo realista por otro lado, es una mejor opción para representar un tema más serio o dramático. Así también todos los estilos intermedios tienen un valor y efectividad de representación proporcional.

Danielle Barbieri, nos habla sobre la importancia del aspecto visual:

«Saber dibujar no es solamente saber crear imágenes que se asemejen a ese objeto; también y sobre todo, saber crear unas imágenes que subrayen los aspectos de los objetos que son importantes para el discurso que se quiere hacer» (Barbieri, 1993).

En la página anterior encontramos una tabla de estilos originalmente publicada por Scott McCloud en su libro *Understanding Comics*. No obstante, esta en particular tiene algunos personajes más añadidos por Timothy R. Lehmann en su libro *Manga Masters of the Art*. Organiza los estilos bajo tres criterios; en la esquina inferior izquierda se encuentran los estilos más realistas, en la inferior derecha los que tienden más hacia la significación, y en la parte superior, los que son representados de forma más bidimensional. Podemos notar además cómo los estilos tienden hacia lo conceptual (conceptual border) o a lo realista (The retinal Edge). Existe también un margen donde cambiamos del lenguaje icónico al lenguaje icónico verbal (the lenguaje border).

Cada estilo entonces, responde visualmente a un diferente grado de representatividad visua o conceptual, e igualmente puede ser creado tendiendo a la bidimensionalidad o a la tridimensionalidad. También resulta interesante observar la relación entre su forma de representar y el tipo de historias que cuentan. Desde luego, este es un estudio que está más allá de este manual.

Observando las diferentes posibilidades sobre el significante de un estilo, podemos añadir nuevos parámetros a considerar cuando nos encontremos desarrollando un estilo. Esta es la finalidad de nuestra inclusión de esta tabla.



«Neon Genesis Evangelion: La Novia de Acero» (Hayashi Fumino) El personaje presentado -Rei Ayanami- realizado por Hayashi Fumino para una historieta de corte romántico alterna de la historieta original.



«Gen 13» (Campbell & Lee) El realismo remarca que se trata la individualidad del personaje lo que hace que la identificación con este sea menor.



«FLCL Furikuri» (Hajime Ueda, Gainax) Los personajes que están creados con rasgos simples, pueden representar a un mayor número de personas. En este caso, los rasgos de este personaje femenino podrían encajar en una gran cantidad e personas reales en Japón.

En los ejemplos de las imágenes del personaje «Rei Ayanami» (página anterior) podemos observar la importancia del estilo. Aunque se trata del mismo personaje, los aspectos subrayados en cada una de ellas son distintos. Aunque en ambas observamos al personaje de frente y en el mismo ángulo, en la imagen de «La Novia de Acero» (izq., pág. anterior), el cuerpo es representado con mayor movimiento, y la postura tiene un desenfado que contrasta con la rigidez de la creada inicialmente para la serie «Neon Geesis Evangelion» (a la derecha en la pág. anterior) la cual es casi simétrica. Además de otros aspectos, como la proporción de los ojos y la boca con respecto al rostro, o el movimiento de la ropa.

Como observamos, la creación de una imagen esta compuesta en base a una serie de elementos moldeables, como el grado de caricaturización de los objetos, el tipo, grosor y continuidad de su delineado, los colores utilizados, las proporciones, la geométrización, etc. los cuales, al saber manejarlos, nos permite ajustar cada cosa para que el resultado final refleje mejor la idea que deseamos representar.

Es necesario enfatizar que la representación de los personajes es determinante. La misma autora (Danielle Barbieri) manifiesta que, dentro de todos los elementos que podemos manipular para subrayar los aspectos importantes, los personajes ocupan un lugar muy relevante:

«Y visto que nuestros objetos son a menudo los personajes de las historietas que se están poniendo en escena, el problema del dibujo será precisamente el de saber subrayar los aspectos justos de sus figuras» (Barbieri, 1998)

La manipulación de los diversos aspectos de la historieta debe, antes que ser simplemente estética, corresponder a una función comunicativa, dando especial relevancia a los personajes.

En los ejemplos de caricatura política, de «Felipe Calderón» (pág 118) podemos observar como, partiendo de la misma persona, cada uno de los autores mostrados decide subrayar determinados aspectos. El caricaturista *Hernandez*, por ejemplo, decidió colocar una boca más grande, y otro autor del mismo género, *Magú*, en un estilo completamente diferente, presenta a sus personajes deformes y jorobados en algún grado, (posiblemente representando falta de rectitud moral), con los ojos pequeños o ausentes, arrugas, etc., características apegadas a su propia opinión del personaje.

Scott Mc Cloud, en su libro *Entender el Comic, el arte Invisible*, propone lo siguiente:

«Cuando miras una foto o el dibujo realista de una cara lo ves como la cara de otro. Pero cuando entras en el mundo de la caricatura te ves a ti mismo (Mc Cloud 1993).

De acuerdo con esta teoría, y como pudimos observar en la tabla de este mismo autor, sentimos una mayor identidad sobre personajes que tiene características físicas menos definidas, o para decirlo de otra forma, más caricaturizadas. Esto implica que entonces, como extremo, cuando observamos un personaje como uno de los llamados «monitos de alambre», su grado de indefinición hace que pensemos en este como si fuéramos nosotros mismos, en contraste con un personaje con un grado de detalle importante o con unos rasgos muy característicos, que dejan muy en claro que se trata de otra persona.



«Ultra Pato» (Edgar Delgado) Podemos observar la incorporación de elementos del comic americano en una obra mexicana.

Los géneros

Algunas formas de representación visual son el resultado del desarrollo de muchos autores que han cultivado un mismo estilo, dando origen a un género.

Género.- (del latín genus) Especie, conjunto de cosas semejantes entre sí por tener uno o varios caracteres esencialmente comunes. (DEL 1985)

Dentro de los géneros en las historietas, comúnmente estos se delimitan por zonas geográficas, ya que responden a necesidades de comunicación y gustos dentro de sus regiones. Así por ejemplo, podemos mencionar al género de la historieta denominado *cómic*, propia de los Estados Unidos, que es diferente en sus historias y temas que por ejemplo, el género *Manga*.

Como los géneros se encuentran estrechamente ligados a su lugar de procedencia, la diferencia entre ellos no solo comprende a la forma en como se representan los objetos visualmente y cómo son producidos (sistemas de impresión, tamaño, etc), sino además, toda clase de aspectos culturales, como la preferencia por algunos temas y su forma de abordarlos, aspectos relativos a la cultura (valores, tradiciones, etc), estereotipos, el lenguaje y los personajes entre otros.

Así por ejemplo, en cada género de la historieta, se destacan ciertos elementos. La historieta norteamericana está caracterizada por la abundancia de super-héroes, personajes que por lo general, son representados con determinadas características físicas idealizadas, en el caso de los hombres, independientemente de su compleción, tienden



«Inu Yasha» (Rumiko Takahashi) Una página en estilo manga, generalmente es elaborada en blanco y negro

a tener un físico atlético o fornido, en las mujeres, son representadas de acuerdo con el ideal femenino de cada época, así entonces, este comprende actualmente a una mujer más delgada y alta que en el ideal norteamericano de los años sesenta. Este estilo en particular, parece haber evolucionado a partir de la obra de autores como Harold Foster (Creador de Tarzán) o de Alex Raymond (Creador de Flash Gordon) quienes comenzaron a *impregnar de un aspecto heroico y monumental a sus respectivos personajes.* (Barbieri, 1993).

Por otro lado, la historieta japonesa contempla todo un cúmulo de estilos que, aunque en principio, parten de la mezcla de dos (el de Tezuka y el derivado del Gekiga, vease cap. 1) se ha ido ajustando hacia sus diversos públicos y subgéneros. Entonces, aunque todos pertenecen al género manga, existen claras diferencias en el estilo en cuanto al público al que esta dirigido, por citar un ejemplo, las historietas infantiles tienen un estilo con formas más sencillas, mientras que el juvenil (el más difundido a nivel mundial) es más detallado y por último, un estilo de manga enfocado a los adultos, se caracteriza estilísticamente por el grado de realismo en las representaciones de los personajes, al igual que sus temáticas.

En el manga es notoria la diferencia técnica de ser siempre elaborado en blanco y negro, con un gran número de detalles, y con historias donde usualmente los protagonistas se enfrentan a situaciones fantásticas y épicas, apoyándose también en sus propias leyendas y cuentos, así como su realidad cultural contemporánea, ajustándose a la edad del lector para el que esta planeado.

Podemos concluir que entonces, si se desea realizar una historieta recurriendo a un género, debe tomarse en cuenta que este tiene características definidas que el lector que lo reconoce espera encontrar. Si algún aspecto difiere mucho de lo que habitualmente reconoce, el lector no lo identificará como propio de ese género.

Aunque hemos enfocado nuestro discursos en estos dos géneros (Americano y Manga) no pretendemos mostrarlos como los únicos géneros existentes, sino como ejemplos. Existen y se desarrollan constantemente otros géneros cuyos elementos y características propias deben ser tomados en cuenta si se desea colaborar con el desarrollo del mismo.

Consideraciones finales sobre la elaboración de historietas

Por principio, es de mencionarse que no es imprescindible saber dibujar para participar en la creación de una historieta. Podemos llevar su desarrollo hasta el punto justo antes de comenzar a dibujar, y dejar el resto a alguien cuyas habilidades permitan desarrollar el trabajo adecuadamente. Conocer el procedimiento ayuda a solucionar posibles fallas en los procesos, ya sea desarrollándolos uno mismo o supervisando el desarrollo de alguien más (por ejemplo, de un dibujante)

No debemos olvidar que técnicamente, un aspecto importante dentro de la creación de historietas es la integración de el lenguaje textual con el icónico. Podemos ser redundantes usando ambos, pero solo al grado en que no se produzca una confusión. Si hemos de elegir y tenemos que privilegiar a alguno, debe ser al visual.

Existen muchas formas de producción de la historieta. Cabe mencionar que existen autores que incluso pueden producir historietas sin la necesidad de algún tipo de guión.

Ya antes habíamos manifestado que los diferentes autores tienen la libertad de utilizar selectivamente los diversos elementos de comunicación que componen el lenguaje de la historieta.

Por otro lado, se encuentran los géneros, que orientan hacia formas particulares de representación. Como ejemplo podemos mencionar la forma en cómo se alude a los *flash back* o *flash forward* en las historietas manga, donde se pinta todo el espacio entre viñetas en negro (como si las viñetas fueran impresas en una página negra), Frente a, por ejemplo, enmarcar las viñetas con una nube, a desdibujarlas e representarlas con otra paleta de color, que son formas de representar lo mismo en otros estilos.

El lenguaje de la historieta, ha ido enriqueciéndose gracias a las diversas aportaciones y modificaciones de cada autor, así como por el desarrollo estilístico de las diversas regiones del mundo. Por lo cual debemos de considerar que el lenguaje de la historieta es también un lenguaje en constante cambio, y debemos de estar familiarizados con las posibles variaciones y actualizaciones.

La diferencia entre la historieta orientada a un objetivo específico y la comercial es precisamente, su finalidad. Mientras que la comercial es puramente distractiva, la historieta propagandística, didáctica, promocional o con cualquier otra orientación particular persigue un objetivo específico, este delimita en gran parte aspectos como el estilo, la forma de representación visual o de situaciones, además de recursos técnicos, la duración, la censura, el tipo de soporte, etc,

Retomando nuestros objetivos iniciales, recordemos que el fin último de la presentación de esta información, es su aplicación práctica y por tanto, esta información debe ser revisada tantas veces como sea necesario, hasta tener una comprensión satisfactoria de la misma.



«Tenjho Tenge» (Oh Great!) página de manga que narra un suceso fuera de la línea temporal, enmarcada en negro.

CONCLUSIONES

Dentro de este capítulo analizamos los siguientes aspectos:

- El lenguaje propio de las historietas, tanto el visual como el narrativo. Revisamos brevemente un catálogo de recursos gráficos, así como diversas opciones para el desarrollo de una historia, como el montaje, el perfil de los personajes, o la síntesis expresiva
- La utilización de una metodología de elaboración de historietas, como sistema para resolver un problema de comunicación de manera eficiente. A partir del análisis de la forma de trabajo de diversos autores.
- Finalmente, revisamos aspectos importantes referentes al aspecto visual de una historieta, desde el punto de vista estilístico y de género.

Es totalmente imprescindible conocer el lenguaje de la historieta, cuando se desea producir una. Una metodología adecuada ayuda a eficientar el trabajo, y en este caso, a lograr comunicar el mensaje de la forma mas adecuada. Posterior a ello, y tomando en cuenta que el lenguaje no puede emplearse separadamente del estilo, revisamos aspectos que contribuyen a direccionar el estilo adecuadamente con el contenido.

Hasta este punto, hemos revisado a lo largo de dos capítulos los siguientes aspectos:

- 1.- El concepto de historieta
- 2.- Los antecedentes históricos de la historieta
- 3.- Diversos tipos de historieta, como la didáctica y la propagandística
- 4.- El lenguaje propio de las historietas, por medio de las características de esta
- 5.- Su metodología de elaboración.
- 6.- La importancia del estilo y el género.

En el siguiente capítulo, veremos cual es la relación que mantiene la historieta con otras disciplinas, como el diseño gráfico o la ilustración. La finalidad de ello es ubicar a la historieta con respecto a otras disciplinas de la comunicación visual.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

Referente al lenguaje del cómic:

Annie Baron – Carvais *“La Historieta”* Ed. Fondo de Cultura Económica Colección Popular París 1985 Trad. José Barrales Valladares

Eisner Will *“El Comic y el arte secuencial”* Ed. Norma Editorial, Col. Will Eisner 3ra Ed. E. U. 2002 Trad. Enrique S Abulí

Eisner Will *“La Narración Gráfica”* Ed. Norma Editorial, Col. Will Eisner No. 5 1ra ed. E. U. 1998 Trad. Enrique S. Abulí

Gubern Roman *“El Lenguaje de los Comics”* Ed. Península Barcelona 1973

Gubern Roman *“La Mirada Opulenta”* Ed. Gustavo Gili Col. Mass Media Barcelona 1998.

Gubern Roman, Gasca Luis *“El Discurso del Comic”* Ed. Cátedra Col. Signo e Imagen Madrid 1994

Dieguez, Rodriguez José Luis *“El Cómic y su utilización didáctica. Los Tebeos en la enseñanza”* Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1988.

Medina, Luis Ernesto *“Comunicación, Humor e Imagen, Funciones Didácticas del Dibujo Humorístico”* Ed. Trillas México 1992

Lehmann, Timothy, *“Manga: Masters of the Art”* Ed. Collins 5th. Edition. New York 2005.

“Diccionario Enciclopédico Larousse” Ed. Larousse Barcelona, 1979.

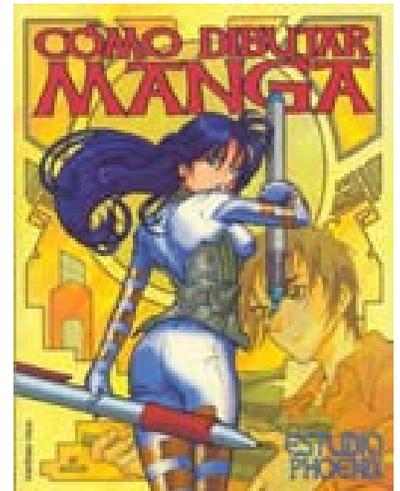
Referente a la metodología de la historieta:

Barbieri Danielle *“Los Lenguajes del Cómic”* Ed. Paidós Ibérica Col. Instrumentos Paidos No. 10 1ra Reimpresión 1998 Trad. Juan Carlos Gentile Vitale. Milán 1993

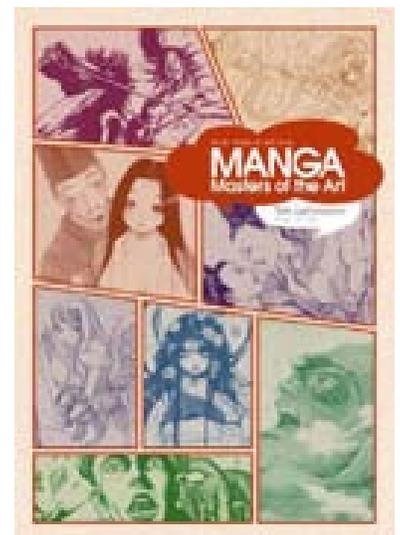
Matsumoto Angel *“Como Dibujar Manga” Vol. 11 Nivel Básico (1)* Ed. Norma Editorial Col. Biblioteca Creativa No. 23 Barcelona 2004 Trad. Traducciones Imposibles.com

Gonzales, Ramón Padilla *“Manual para la Elaboración de historietas”* Ed. Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) México, 1983

Phoenix, Estudio *“Como dibujar Manga”* Ed. Martines Roca Barcelona, 2001



«Como Dibujar Manga» Estudio Phoenix 2001.



«Manga: Masters of The Art» Timothy Lehman 2005.



CAPITULO 3

La historieta y su Relación con otras Disciplinas.

La historieta es un recurso visual que contiene elementos relativos a otras disciplinas, como el diseño gráfico y la ilustración. Existen puntos de encuentro entre estas que debemos conocer.

RELACIÓN DE LA HISTORIETA CON EL DISEÑO GRÁFICO

Todos los principios aplicados en el diseño gráfico puede ser igualmente aplicados en una historieta, ya que ambos son procesos de comunicación visual.

Dentro de las bases del diseño gráfico se encuentran contempladas en general, las bases de toda comunicación visual. Los principios de diseño gráfico son la base para la solución de problemas de creación plástica, contemplando los procesos de percepción visual, es decir, encuentra soluciones visuales tomando en cuenta la forma de las personas de recibir, organizar e interpretar la información recibida por el sentido de la vista.

Al crear una imagen, ya sea de forma consciente o inconsciente hacemos uso de principios y conceptos que muy probablemente ya han sido abordados en el estudio de la comunicación visual. Entonces, independientemente de qué tipo de producción visual realicemos, hay factores de forma que están siempre relacionados con la comunicación visual.

Ayudará a nuestra comprensión el aclarar los conceptos de diseño e historieta.

Aquí una breve definición de diseño:

Guilliam Scott, lo define como *toda acción creadora que cumple una finalidad*. (Scott Guilliam 2002).

Esta breve definición refiere a toda clase de diseño, incluyendo desde luego al gráfico. Su autor se refiere fundamentalmente a aquellas acciones creadoras que producen resultados que se reflejan en objetos, como una silla, un vestido, una imagen, etc. Cumplir una finalidad es sinónimo de cubrir un objetivo.

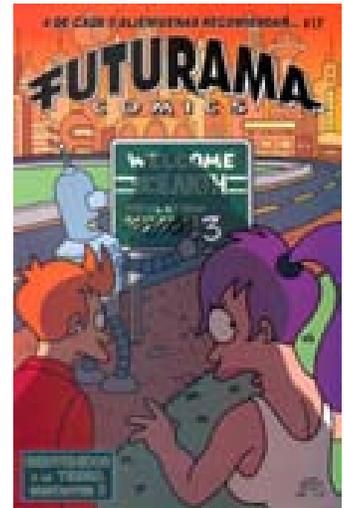
Para poder comprenderla, tenemos que concretarnos un poco más. Podemos citar los aspectos referidos por Wong, que delimitan claramente al diseño:

- El diseño es un proceso de creación visual con un propósito.
- Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado
- Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de "algo", ya sea esto un mensaje o un producto.
- Su creación no debe ser solo estética, sino funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.
- El diseño es práctico.
- El lenguaje visual es la base de la creación del diseño. (Wong 2002).

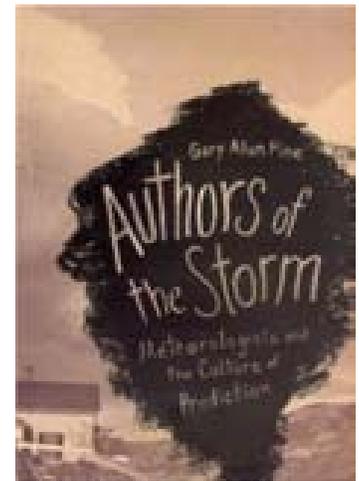
Además nos habla sobre las características que deben tener las personas dedicadas al diseño:

- El diseñador es un hombre práctico
- Debe dominar el lenguaje visual (Wong 2002 p 41).

Es primordial para el diseño, la búsqueda de una solución eficiente. Sin importar de que tipo de diseño se trate (industrial, gráfico, de modas, etc.) Podemos decir que en el diseño, al menos hasta cierto punto, la solución más práctica de todas las posibles es la mejor diseñada.



«Futurama». (2006) Portada de Comic *El diseño gráfico es una parte del diseño de un cómic, al igual que la ilustración.*



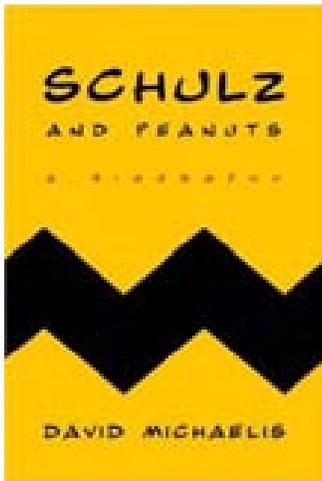
«Authors of the Storm» Cubierta realizada por Natalie F. Smith. El diseño gráfico emplea herramientas visuales diferentes a las de la historieta.



Telefono Motorola Razr V3 Uno de los ganadores de Primer Lugar en el Premio de diseño IDEA 2005. Gracias a su funcionamiento y acabado estético.



Silla Barcelona. (Miles Van Der Rohe) 1927. Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo. Debe de cumplir su función de la forma más agradable posible.



«Schulz and Peanuts» cubierta realizada por «Chip Kidd» refiere con pocos recursos visuales el tema del que trata el libro.

Específicamente, sobre el diseño gráfico podemos observar que su principal herramienta es el lenguaje visual, que el mismo autor define como *principios, reglas o conceptos, en lo que se refiere a la organización visual.* (Wong 2002 p.41).

Respecto de la historieta previamente observamos que es *una forma artística y literaria que trata de la disposición de los dibujos o las imágenes y palabras para contar una historia o escenificar una idea.* (Eisner, 1990).

Previamente (en el capítulo 1) mencionamos aquellos que eran consideradas características que definen la historieta:

- Es de carácter predominantemente narrativo, diacrónico del mensaje.
- Integra elementos verbales e icónicos.
- Utilizan una serie bien definida - en sus aspectos básicos - de códigos y convenciones.
- Su realización se efectúa tendiendo a una amplia difusión, a lo cual suele subordinarse su creación.
- Su finalidad es predominantemente distractiva. (Diéguez).

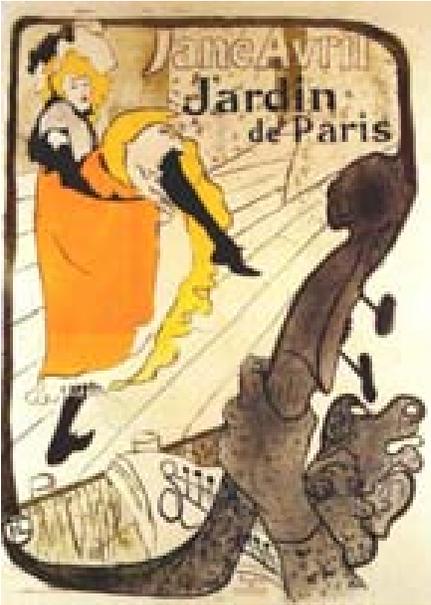
La información presentada sobre cada concepto, diseño e historieta habla sobre distintos aspectos, no obstante, nos da pie para hacer algunas conclusiones:

- Una historieta al igual que una unidad de diseño gráfico, es producto de un proceso de creación visual con un propósito
- Una historieta al ser leída transporta un mensaje prefijado, ya sea simplemente con fines de entretenimiento, o con alguna otra finalidad.
- La creación de una historieta puede ser meramente estética y con fines distractivos, a diferencia del diseño, el cual no puede ser creado solo para reflejar belleza.
- Una historieta es primordialmente narrativa, dentro de ello, debe de cautivar, interesar y transmitir un mensaje al público. Una unidad de diseño, por otro lado, no es primordialmente narrativa, mas en lo posible, debe ser práctica.
- Una historieta utiliza una serie bien definida -en sus aspectos básicos- de códigos y convenciones, y por otro lado, una unidad de diseño gráfico utiliza un lenguaje que contempla todo elemento visual que pueda ser representado gráficamente, por lo que todos los elementos que pueden componer una historieta forman parte de los recursos utilizados por el diseño gráfico, incluyendo los de la historieta. No obstante, una historieta también puede hacer uso de toda clase de recursos visuales, siempre que cuente una historia por medio de imágenes o escenifique una idea.

Esto es, con respecto a los aspectos generales del diseño como disciplina, comparados con los aspectos generales de la historieta. Esta comparación es parcial sobre las diferencias entre uno y otro concepto, y su alcance es simplemente mostrar algunas similitudes y diferencias fundamentales entre ambas formas de comunicación.

Podemos decir, a modo de resumen, que el diseño gráfico contempla la base teórica para muchas disciplinas que desarrollan un contenido visual, ya sea una ilustración, una historieta, e incluso una fotografía, por mencionar algunos ejemplos. Esto es porque el diseño basa su teoría en la percepción visual.

El proceso de creación en el diseño y la historieta requiere de una metodología. Es claro que, cada diseñador, como cada historietista tiene su propio método de creación, por tanto, no podemos particularizar en cuanto a las diferencias que existen entre estas.



«Jane Avril Jardin de Paris» Henry Toulouse Lautrec. Desde los inicios del cartel, una de las bases del diseño gráfico, se percibe la importancia del mensaje sobre aspectos estéticos.

INTEGRACIÓN DEL PROCESO DE CREACIÓN DE LA HISTORIETA EN LA METODOLOGÍA DEL DISEÑO

Para poder integrar nuestro proceso de diseño en conjunto con el de creación de la historieta, observaremos ahora unos ejemplos de metodologías utilizadas en el diseño:

Metodología planteada por Bruno Munari:

1.- Enunciación del problema

- Análisis de necesidades
- Propuestas por el diseñador a la industria
- Hacer una definición exacta del mismo

2.- Identificación de los aspectos y de las funciones:

- Analizarlos bajo dos aspectos; físicos y psicológicos
- Físicos: Respecto a la forma del objeto a proyectar. Dentro de este se hace una comprobación técnica y económica para ver si no ha sido resuelta total o parcialmente en otros casos.
- Psicológicos: Relación entre el objeto y el usuario. Aquí hacemos una comprobación cultural, histórica y geográfica, para ver si este aspecto ya ha sido abordado por otros pueblos en otros lugares.

3.- Límites

- Duración del objeto
- Economía
- Conocimiento de reglas o prohibiciones particulares
- Sobre formas y colores
- Sobre exigencias del mercado

4.- Disponibilidades Tecnológicas

- Materiales y técnicas determinadas con el fin de obtener el mejor resultado al mejor costo

5.- Creatividad

- La creatividad del diseñador ayuda a condensar en un objeto físico, solamente entonces aparecerá la forma global del objeto a proyectar, forma que el diseñador aceptará como lógica.

6.- Modelos

- Surgen de la síntesis creativa, se someten a examen de selección por parte de algunos tipos de usuarios. Se elige el más sencillo .

- El diseñador proyecta los detalles para llegar al prototipo. (Munari, Bruno 1988 p. 354)

Esta es una metodología del diseño planteada por Guillian Scott:

Sin un motivo, no hay diseño

Causa Primera

Es el motivo... ...sin el cual no habría diseño

Causa Formal

Tenemos una idea acerca de los materiales que hemos de emplear, imaginamos maneras de ensamblarlos... ...elaboramos la forma de nuestra silla (objeto de diseño) y eventualmente le damos algún tipo de expresión gráfica, por lo común un dibujo o un esquema y un plano

Causa Material

El dibujo no es una silla... No es factible imaginar una forma real sin no es en algún material, ya que no puede existir aparte de este. Lo que queremos hacer (causa primera) sugiere ciertas formas y éstas sugieren a su vez materiales apropiados.

Causa Técnica

Puesto que parte de la naturaleza de los materiales es la manera en la que podemos darles forma, lo que hemos dicho acerca de ellos también es válido para las técnicas. Tal es la causa técnica del diseño

Si la forma creada satisface la causa primera, si se expresa a través de materiales apropiados, si estos están bien tratados y, por fin, si la totalidad se realiza con economía y elegancia, podremos afirmar que es un diseño, y un buen diseño.

Lo dicho hasta ahora rige para todo diseño: planear una silla, componer una sonata, pintar un cuadro o escribir este libro. (Scott Gillam 2002 p4-6)

Encontramos también presente, en este desarrollo metodológico, la relevancia de la búsqueda de la mejor solución, reflejándolo en la causa técnica, al referirse a la economía y la elegancia. No solo se limita a la trasmisión de un mensaje, además vigila que se haga eficazmente, privilegiando las soluciones que se entienden con mayor rapidez y más claramente.

Tanto los mensajes producto del diseño gráfico como los de la historieta están hechos para ser comprendidos por extensos grupos de personas, también es de notar que puede existir una mayor facilidad de comprensión de un lenguaje frente a otro. Por ejemplo, puede existir un público que, dadas sus características culturales, esté más familiarizado con el lenguaje de la historieta y por tanto lo comprenda con una mayor facilidad. A su vez existen entonces también determinados públicos los cuales pueden comprender mejor el lenguaje visual del diseño, independientemente de su comprensión de la historieta. Por mencionar un ejemplo, pensemos en un manual que nos instruye sobre un procedimiento. Es muy probable que para cierto tipo de público le resulte más fácil comprender su desarrollo por medio de un diagrama, que finalmente es una historieta, preferentemente a un conjunto de páginas llenas de texto y esquemas únicamente.

Si entonces, como resultado del análisis de un problema de comunicación gráfico, encontramos que gran parte del público receptor particular tiene una mayor comprensión del lenguaje de la historieta, podemos recurrir a su uso teniendo una mayor certeza de que el mensaje llegará más claramente.

Con estas dos comparaciones, la de características y la de metodologías, podemos concluir:

- Cuando el mensaje puede ser transmitido de forma efectiva siendo sintetizado (es decir, por medio de cualquier otra solución de diseño gráfico) se debe de preferir este camino. Sin embargo, cuando se puede alcanzar mejor el objetivo de comunicación por medio de la narración de un proceso, el lenguaje visual y narrativo de la historieta es favorable.
- La historieta y el diseño gráfico son dos formas diferentes de comunicación que pueden estar orientadas al mismo público, y con los mismos mensajes, aunque, dependiendo del mensaje, puede o no ser comunicado con efectividad.
- En beneficio de la comprensión del mensaje, es labor del diseñador buscar el medio más efectivo de comunicación dentro de determinadas limitantes (económicas, temporales, etc.)

La historieta y el dibujo humorístico

Un dibujo humorístico, según Luis Ernesto Medina es:

“Cierta tipo de dibujo con intención humorística; se caracteriza por la distorsión de sus elementos para dar énfasis a las cualidades más significativas del tema que se trata, a la vez que se reducen al mínimo los elementos sobrantes, todo en el marco de la interacción entre la gracia, la ironía, lo alegre y lo triste que se reúnen para conseguir un efecto chistoso”. (Medina, Luis 1992)

“Dentro de este tipo de dibujos podemos encontrar a todos aquellos cuya ejecución se hizo, pensando el alegrar y entretener al lector. Entre ellas encontramos a la mayoría de las tiras cómicas, historietas, dibujos animados y chistes visualizados”. (Medina, Luis 1992)

Al dibujo humorístico podemos encontrarlo en algunos carteles, periódicos, revistas y otros medios de comunicación comúnmente impresos, en donde se trata de hacer reír al lector con la situación planteada.

Existen diversos tipos de dibujos humorísticos, como el político, el publicitario o el didáctico.

El dibujo humorístico publicitario está muy ligado al de entretenimiento comercial. Este, que no es propiamente ilustración, aunque puede hacer las veces de esta. La idea de recurrir a este tipo de dibujo es, además de llamar la atención, mejorar la comprensión del mensaje, de la misma forma que se haría con una ilustración, solo que, a diferencia de esta, el humor y la simpleza en la ejecución se destacan.

El dibujo humorístico político se encuentra ligado a la caricatura. Tomando en cuenta que este tiene carácter satírico, resulta idóneo para expresar una opinión.

El dibujo humorístico didáctico como su nombre lo indica, es el que tiene el propósito de expresar nociones o verdades de orden científicos, histórico, artístico u otro tipo de información relevante para un núcleo social. (Medina, 1992)

Entonces, de acuerdo con el mismo autor, las características de los dibujos humorísticos son, en resumen:

- Aquellos que, tratando de hacer reír al lector, envían un mensaje.
- Son comúnmente dibujos aislados, que no se presentan en secuencias.
- Pueden ser, al igual que la historieta, meramente distractivos, o cumplir una finalidad.
- Las tiras cómicas son un tipo de dibujo humorístico y de historieta al mismo tiempo

Como lo menciona el último punto, existen entonces historietas que contienen dibujos humorísticos, mas, como ahora sabemos, no todas las historietas son de corte cómico. No existe ninguna limitación para la utilización de viñetas con dibujos humorísticos dentro de las historietas, por tanto, podemos encontrar a estos dentro de ellas, aun en aquellas que no son totalmente de corte cómico.

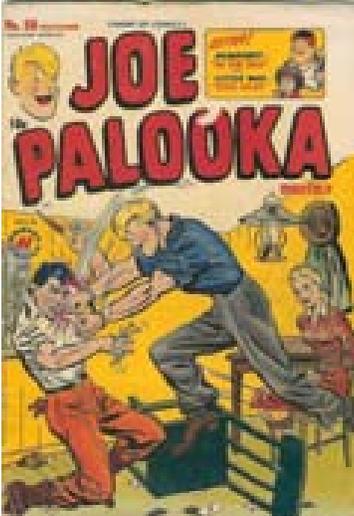
Respecto del estilo que predomina en las viñetas de corte humorístico, tiende a ser más caricaturesco e icónico, pues los estilos realistas presentan mayores dificultades para recrear situaciones cómicas.

Entonces, si establecemos una relación existente entre la historieta y el dibujo humorístico, podemos concluir que este, puede aparecer en las historietas, aunque no es un elemento imprescindible.

El dibujo humorístico, es una viñeta cuya intención es hacer reír al lector. Puede o no estar dentro de una historieta, ya que puede tener otros soportes como carteles o diarios, y no es secuencial. Si se tratara de una serie de viñetas humorísticas continuadas, entonces, se trataría de una historieta o tira cómica.



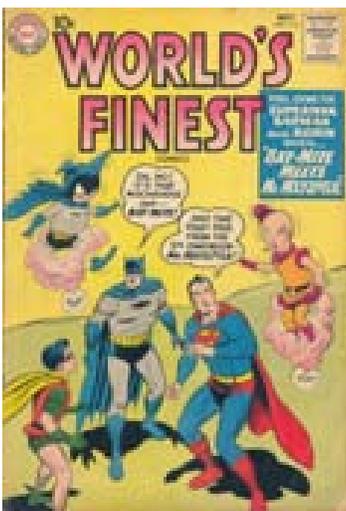
«El Alcoholismo»- AVELINO. Panificación Bimbo S.A. de C.V. El dibujo humorístico es utilizado en este folleto de 14 páginas para informar sobre el tema del alcoholismo de forma humorística.



«Joe Palooka» (Ham Fisher). Mascara producida a base del rostro del personaje, nótese la gran diferencia con el estilo de la portada arriba.



«Game Boy Comics» (George Coregenne). Personajes de un videojuego viajan a un mundo real, hecho marcado por la diferencia de estilos.



«World's Finest Comics» No. 123 (Coleman, J., Sprang, D). 1962. Variación de estilo que marca la diferencia de dimensiones de los personajes.



«Joe Palooka» (Ham Fisher). Podemos observar como el estilo del personaje al centro, contrasta con el estilo del resto de los personajes.

El dibujo humorístico y su incorporación con otros estilos

Las historietas pueden ser elaboradas con un grado de caricaturización o realismo muy variable. Generalmente, este depende de la intencionalidad del autor, y como ya hemos mencionado, los estilos más caricaturizados tienden a ser utilizados para tratar temas con un contenido humorístico mayor que las que se elaboran con estilos realistas.

Existen casos, donde el estilo general de una obra esta hecho apegado a un estilo, y sin embargo, aparecen personajes que se encuentran tratados en otra forma, muchas veces más caricaturesca, contrastando claramente con la apariencia general de la obra.

En el ejemplo de Joe Palooka (página anterior), podemos observar un caso concreto. Esta es una historieta de 1934 donde, aunque el estilo general de las páginas y del resto de los personajes es realista, su personaje central, Joe Palooka, fue dibujado en un estilo diferente, más cómico.

Caso más común es en la historieta para jóvenes japonesa (shōnen o shōjo), en donde se intercalan los llamados personajes SD (super deformado) con los habituales, recurriendo a dibujar estos cuando se tratan situaciones humorísticas.

Relación de la historieta con la ilustración

La historieta y la ilustración son dos formas de representación visual cuyo aspecto difiere de forma más clara. La historieta como sabemos, se compone de series de imágenes en una página en color o blanco y negro, mientras que una ilustración es una imagen sin secuencia que suele estar más detallada, muchas veces planeada para una lectura más larga, a diferencia de la historieta.

No obstante, existen casos de historietas, de corte intelectual principalmente, en las cuales se optado por un ilustrador para hacer cada una de las viñetas, pese al largo tiempo de su ejecución, aunque esto generalmente solo se da en raros casos con personajes muy conocidos.

Por otro lado, a veces la ilustración puede parecer a simple vista muy similar a una imagen de historieta, dado que comparten las mismas técnicas y a veces los ilustradores utilizan ciertos elementos de ella, lo que puede generar cierta confusión.



«Macross 7 Trash» No.3 (Haruhiko Mikimoto) Esta viñeta solo es comprensible gracias a su contexto, una característica propia de las historietas.

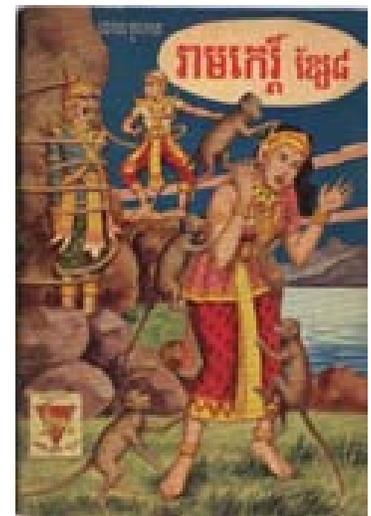
Por esta razón, vamos a profundizar un poco en el concepto de estas:

Danielle Barbieri, en su libro “Los lenguajes del Comic” hace un análisis respecto de los aspectos específicos que difieren cada medio (historieta e ilustración), concluyendo lo siguiente:

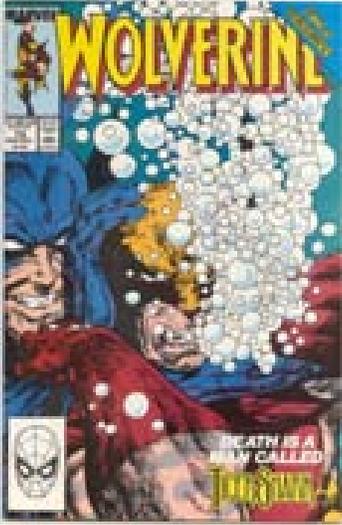
1.- La imagen del comic cuenta, la de la ilustración comenta. Las imágenes de la historieta se basan en la ideas del autor sobre la historia que quiere presentar, las ilustraciones en cambio, son el resultado de la interpretación de otro tipo de información muchas veces, por ejemplo, un texto o una grabación de audio los cuales, existen sin ninguna dependencia de la ilustración. Esta, en cambio si requiere de estos para existir, por tanto no es central y corresponde a un comentario de la información de la que parte. En la historieta, las imágenes son las piezas centrales, sin las cuales no existiría nada, más que la idea.

2.- La imagen del comic es de acción, mientras que la otra es ilustrativa, y aunque pueda ser de acción no tiene ninguna necesidad de serlo. -La ilustración tiende a ser estática, a favor de ser descriptiva e incluir elementos que en el medio que ilustra no se encuentran, una imagen de acción tiende a sustraer elementos en función de mostrar el movimiento rodeándola de detalles no esenciales pero caracterizadores. La viñeta en la historieta es el relato.

3.- La ilustración privilegia habitualmente las vistas más generales, más ricas e informativas, mientras que el comic privilegia lo que le conviene en ese momento.- Se puede percibir en los encuadres claramente la diferencia. En la historieta existen viñetas que solo son comprensibles auxiliadas por las viñetas que la contextualizan. Una ilustración puede mostrarnos un encuadre cerrado, incluyendo elementos descriptivos que en un encuadre similar en la historieta se consideran no esenciales. La ilustración incluye elementos más precisos y



Comic de Indonesia de los 60's. Se ha adaptado la impresión de comics a los sistemas disponibles, y a su lenguaje visual propio. Nótese la marcada diferencia con el comic americano de la misma época (arriba).



«Wolverine» No. 19 (Len Wein y John Romita, Sr.)
Al principio en E.U., las portadas consistían en una ilustración de estilo similar al interior, pero en color.



«Sleeping Cats» (Susan Van Wambeck). La ilustración comúnmente es más descriptiva de los objetos que contiene.

cuidados, en la historieta es necesario ser concisos, y porque es más difícil hacer que la ambientación cuente. Como ella misma menciona; - En suma, mientras la concisión parece ser necesaria en el comic, la ilustración parece preferir la abundancia de signos y remisiones estilísticas.

En otras palabras, la historieta, al tratarse de una lectura narrativa de imágenes, no privilegia a ninguno de estos en favor de la concisión. La ilustración por otro lado privilegia los detalles o composiciones en favor del aporte de información, ya que están pensadas para ser contempladas.

4.- Finalmente menciona que - con la frecuentación asidua se muestra que ciertas técnicas (en particular las que subrayan acción y dinamismo) son más privilegiadas por el cómic que por la ilustración- (respecto a la técnica de elaboración, refiriéndose a la plumilla, el pincel, las tintas chinas, acuarelas, los lápices de colores, los pasteles al óleo, aerógrafo, y a las técnicas mixtas. Pues estas, a su juicio, representan mejor las acciones.) .

Queda claro ahora, en qué consiste la diferencia entre una y otra y los puntos en los cuales por sus similitudes pudieran llegar a ser confundidas.

De esta forma concluimos la contextualización de la historieta con respecto a otras formas de comunicación visual.



«Captain América: The Chosen» No. 6
La portada de una historieta es un espacio donde se aplica constantemente la ilustración.



«Mows» (Jay Dike). En la historieta, es más importante la expresividad de los personajes antes que su descripción precisa.

CONCLUSIONES

En este capítulo abordamos aspectos generales de diversos campos de la producción gráfica; historieta, diseño gráfico, dibujo humorístico e ilustración.

Encontramos que son conceptos que difieren centralmente por sus objetivos, y que la razón de la similitud de su apariencia radica en la utilización de técnicas y conceptos de producción comunes. Encontramos en el diseño todos los aspectos teóricos y principios que intervienen en los procesos de creación de la ilustración y la historieta. Encontramos que existen diferencias importantes en sus metodologías, objetivos o lectura. Otras diferencias particulares son aquellas como en el caso de la historieta y el dibujo humorístico, los cuales son visualmente similares, mas la falta de narrativa marca a los dibujos humorísticos, o en otros casos, como el de la ilustración, donde difieren principalmente en la importancia de detalle y el de concisión expresiva.

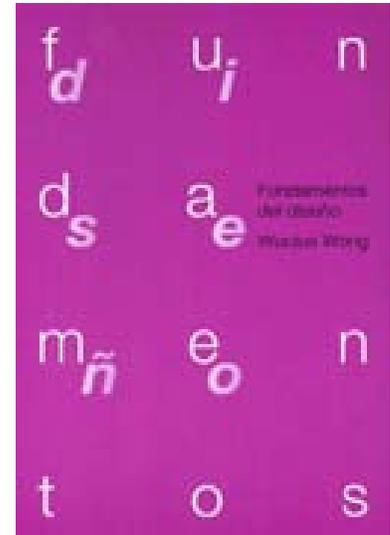
El diseño gráfico es una disciplina cuyo objetivo es la resolución de problemas de comunicación, y se apoya en soportes bidimensionales para ello. Una historieta por otro lado, es una secuencia de imágenes que busca contar algo. Aunque parten de la misma base. La ilustración comenta una información, no se presenta en viñetas consecutivas y privilegia el detalle frente a la concisión.

Ya tenemos entonces, una gran cantidad de información fundamental sobre la historieta. Conocemos información importante sobre su nacimiento y desarrollo a través de la historia, los procesos y conceptos relacionados con su producción y finalmente, su relación con otras disciplinas y medios que comparten elementos comunes de comunicación.

Es momento entonces, de verificar la información que hemos mostrado analizando ejemplos reales en donde se ha utilizado a la historieta como un medio de comunicación.



«Los Lenguajes del Cómic» Daniele Barbieri 1993.
(portada de la edición original).



«Fundamentos del Diseño» Wong, Wucius.1995.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

Referente a conceptos de Diseño Gráfico:

Munari, Bruno **“Diseño y Comunicación Visual: Contribución a una metodología didáctica”** Ed Gustavo Gili. 1983

Scott, Guillian **“Fundamentos del Diseño”** Ed. Limusa Noriega Editoriales. Décima Reimpresión 2002 Trad. Martha del Castillo de Molina y Vedia. México 2002

Wong, Wucius **“Fundamentos del Diseño”** Ed Gustavo Gili. 4ta. Edición 2002 Trad. Homero AlsinaThevenet y Eugeni Roseli i Miralles. Barcelona 1995.

Referente a Dibujo Humorístico:

Medina, Luis Ernesto **“Comunicación, Humor e Imagen, Funciones Didácticas del Dibujo Humorístico”** Ed. Trillas México 1992

Referente al concepto de Ilustración

Barbieri Danielle **“Los Lenguajes del Cómic”** Ed. Paidós Ibérica Col. Instrumentos Paidos No. 10 1ra Reimpresión 1998 Trad. Juan Carlos Gentile Vitale. Milán 1993



CAPITULO 4

Análisis de aplicaciones de la historieta como medio de comunicación

Mediante la observación podemos aprender de la aplicación práctica experimentada por otros comunicadores, razón por la cual este capítulo está dedicado a la exploración y análisis de ejemplos retomados de la distribución pública.

ANÁLISIS DE APLICACIONES DE LA HISTORIETA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.

Previamente, mencionamos cómo cada aspecto dentro de la creación de la historieta influye en el aspecto y forma general de comunicar el mensaje. También mencionamos de manera importante la forma en que la metodología, sistemáticamente considera los aspectos importantes del problema para condensar sus soluciones en el resultado final.

Este capítulo lo dedicaremos al análisis de diversos ejemplos de historietas utilizadas como medio de comunicación en publicidad impresa. Para ello revisaremos algunos formatos como trípticos, dípticos, volantes o historietas con un fin comunicativo específico, no lúdico, además de otros formatos en los cuales se halla recurrido a elementos del lenguaje de la historieta como medio de comunicación.

Nuestro objetivo particular, es mostrar como es utilizado este lenguaje en la práctica. Por esta razón, previo al análisis presentaremos en las páginas algunos ejemplos de soportes en los cuales hemos encontrado historietas como medio para transmitir un mensaje, estos aparecerán a lo largo de las siguientes páginas en los costados.

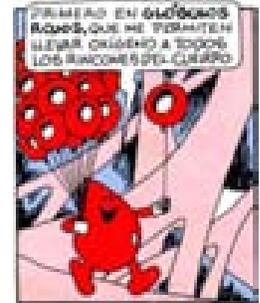
Dentro del análisis, trataremos de encontrar cuales son las características que se consideraron relevantes para la elección de la historieta como la solución al problema de comunicación. Además de otras características, como al público al que se dirigen, la naturaleza del problema inicial, etc., mismos que serán brevemente analizadas.

Con la finalidad de sistematizar el análisis que estamos por abordar, debemos determinar los parámetros que buscaremos dentro de los ejemplos. De esta forma comprenderemos el contexto en el cual fue utilizada.

Tomando en cuenta que, los autores de cada soporte analizado llegaron a su respectiva solución apoyados en su manera particular de resolver los problemas, (es decir, su propia *metodología* del diseño), es un buen punto de partida determinar aspectos metodológicos, ya que probablemente de una u otra forma, fueron aspectos que consideraron los creadores de los ejemplos por mostrar.



La Efectiva- The Hong Kong and Shanghai Banking Corporation Holdings Pic. (HSBC) 2006. Díptico orientado a la promoción de una tarjeta de envío de dinero de E. U. a México.



Dona un Poco de Sangre- Centro Nacional de la Transfusión Sanguinea- Tríptico orientado a la difusión de inf. referente a la sangre y promoción de la donación voluntaria.

Se han publicado ya diversas metodologías de diseño por varios autores, de entre estas sabemos que nos permiten llegar a un resultado efectivo, seleccionaremos entonces una que se adecue particularmente a este caso. Y, dado que no resulta práctico presentar diversas metodologías, solo mostraremos aquella que, consideramos, contiene más definitivamente puntos útiles para el proceso de análisis que llevaremos a cabo. Esta es entonces, la metodología del diseño presentada por Bruno Munari, que presentamos sintetizada de la siguiente forma:

1.- Enunciación del problema

- Análisis de necesidades
- Propuestas por el diseñador a la industria
- Hacer una definición exacta del mismo

2.- Identificación de los aspectos y de las funciones:

- Analizarlos bajo dos aspectos; físicos y psicológicos
- Físicos: Respecto a la forma del objeto a proyectar. Dentro de este se hace una comprobación técnica y económica para ver si no ha sido resuelta total o parcialmente en otros casos.
- Psicológicos: Relación entre el objeto y el usuario. Aquí hacemos una comprobación cultural, histórica y geográfica, para ver si este aspecto ya ha sido abordado por otros pueblos en otros lugares.

3.- Límites

- Duración del objeto
- Economía
- Conocimiento de reglas o prohibiciones particulares
- Sobre formas y colores
- Sobre exigencias del mercado

4.- Disponibilidades Tecnológicas

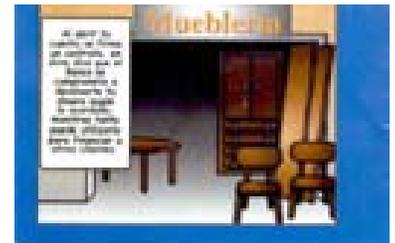
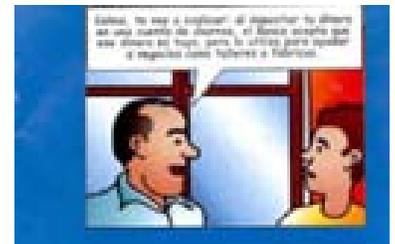
- Materiales y técnicas determinadas con el fin de obtener el mejor resultado al mejor costo

5.- Creatividad

- La creatividad del diseñador ayuda a condensar en un objeto físico, solamente entonces aparecerá la forma global del objeto a proyectar, forma que el diseñador aceptará como lógica.

6.- Modelos

- Surgen de la síntesis creativa, se someten a examen de selección por parte de algunos tipos de usuarios. Se elige el más sencillo .
- El diseñador proyecta los detalles para llegar al prototipo (Munari, Bruno 1988 p. 354)



Otra de las razones por la cual seleccionamos esta metodología, es por su forma sencilla de presentar todos los aspectos importantes que debemos conocer dentro de la composición de un problema.

Respecto del proceder sobre esta metodología, debemos precisar que no todos los aspectos que son considerados para la creación se reflejan en el resultado final, mas, los podemos conocer por información que obtenemos del contexto donde fue tomado el ejemplo. Por otro lado, conviene recordar que nuestro objetivo central es reconocer en los ejemplos ya impresos la utilización de la historieta como un medio de comunicación, y por ello, no analizaremos aquellos aspectos que no aporten información relevante en este sentido.

Uno a uno, determinaremos entonces, cuales elementos dentro de la metodología seleccionada vamos a analizar, cuales no y por qué razón:

1.- Enunciación del problema.

Enunciar el problema consiste en determinar cual es el problema real. Si no se comprende de fondo la situación que origina el problema, no se puede encontrar una solución más adecuada. Como un subproceso de esta enunciación, se lleva a cabo un *análisis de necesidades*.

Análisis de las necesidades.- Este punto comprende el proceso de revisión de las condiciones que crearon el problema inicial.

Una vez determinado, es necesario investigar si hay y cuales son las soluciones que se han dado a este problema, a veces resulta que las necesidades se parecen a las de otros problemas, y por tanto existan soluciones que se retomaran y por tanto esta se convierte en una solución común. En los casos que analizaremos observaremos previamente que la solución planteada fue por medio de una historieta, y entonces, los problemas originales de comunicación pueden resultar similares.

Dentro del análisis que realizaremos, abordaremos este punto presentando aquellas razones que consideramos motivaron la creación del formato. En la medida en la que la información obtenida nos lo permita, lo abordaremos con mayor profundidad.

IPAB - Tus Ahorros están protegidos. Historieta de 8.2 x 5.4 cm explicativa y propagandística del funcionamiento del Instituto para la Protección del Ahorro Bancario. Nótese la similitud de encuadres.



2.- Identificación de los aspectos y las funciones: Aspectos físicos y psicológicos.

Los aspectos físicos, se refieren a la forma del objeto a diseñar, En el caso del diseño gráfico, son los que determinarán cual será el formato y el soporte a utilizar.

Los aspectos psicológicos son los que contemplan las situaciones particulares relativas a la cultura del público al cual se encuentra destinado el mensaje a comunicar. Es decir, puede seleccionarse la historieta como solución por su afinidad con las historietas, por lo atractivo que puedan resultar, dado su conocimiento, o cualquier otro aspecto relacionado con la cultura.

Para nuestro análisis, obtendremos los aspectos psicológicos a partir del lugar y forma en como fue distribuido el soporte de diseño (volante, folleto, etc.). El aspecto físico, lo determinaremos en base a la observación de los soportes finales y a partir del tipo de empresa o institución que produce el soporte, pues dependiendo de esta, será la capacidad y alcance que los formatos tienen.

3.- Límites

Existen muchas clases de límites:

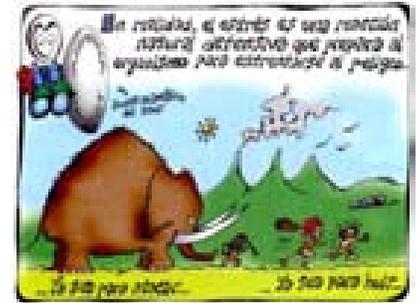
Duración del objeto.- Todos los soportes analizados tienen la característica de ser temporales, pues todos fueron colocados y distribuidos para el público con una vigencia limitada. Tan pronto son leídos, son desechados en casi todos los casos. Ninguno esta planeado para una larga duración, pues incluye promociones, vigencias y situaciones que remiten al lector a un determinada temporalidad y ubicación. En este punto mencionaremos, si se presenta dentro del soporte, la vigencia para el cual esta creado.

Economía.- Como antes mencionamos, trataremos de determinar las posibilidades económicas a partir de los antecedentes de la empresa emisora. Al abordar este punto, hablaremos un poco sobre las características de aquellos que la produjeron.

Conocimiento de reglas o prohibiciones particulares, sobre formas, colores y exigencias del mercado.- Al existir limitantes particulares que debemos mencionar por su importancia, lo haremos oportunamente. Recordemos que lo importante es determinar las razones por las cuales fue seleccionada la historieta como un medio. Las limitantes que destacaremos son las que influyan directamente en los aspectos prácticos de la historieta.



-Porque la cliente es Primero- Wal Mart-México. Historieta de 7 págs. (8.6 x 18.5 cm.) promocional de la tarjeta de credito Wal Mart México. Nótese la paleta de color utilizada, al igual que la técnica.



4.- Disponibilidades tecnológicas

Dentro del diseño gráfico, estas determinan las posibilidades de impresiones, suajados, dobleces, formatos y armados entre otros. Esta disponibilidad al igual que en otras aplicaciones del diseño, esta ligada a aspectos económicos. Si tomamos en cuenta el perfil de la empresa podremos determinar fácilmente la posibilidad de esta de poder acceder a las diferentes tecnologías vigentes.

5.- Creatividad

Esta es relativa a aquellas personas que intervienen en el proceso de creación de la historieta y del diseño del soporte. Dentro del proceso de resolución del problema, existió un punto en el cual apoyandose en la creatividad se le dio forma a la solución final. La información derivada de este proceso no es muy accesible por su naturaleza. Afortunadamente, dentro de nuestro análisis, podemos prescindir de su evaluación.

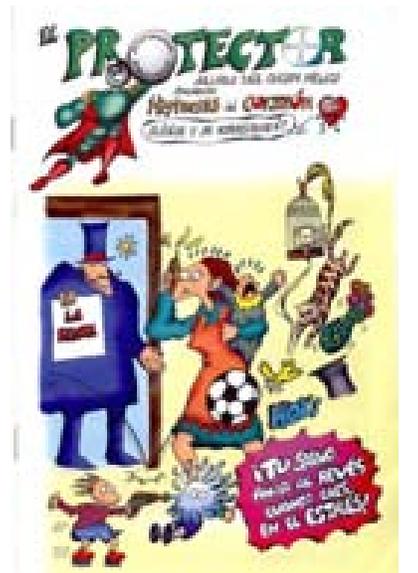
6.- Modelos

En ellos entran todos los bocetos, y presentaciones previas que a base de correcciones originaron nuestro ejemplo de análisis. Este punto no lo analizaremos, por un lado, a causa de la dificultad o imposibilidad de conseguir dicho material, presuponiendo que el autor realizó alguno. Otra causa es debido a que debemos recordar que nuestro objetivo es presentar un panorama general sobre la historieta ya aplicada, y no nos centraremos por tanto, en el proceso de elaboración como tal.

Concluyendo, los puntos a desarrollar serán los siguientes.

- Enunciación del problema
- Identificación de aspectos o funciones
- Límites; duración del objeto, economía, formas y exigencias del mercado
- Disponibilidades tecnológicas.

Una vez definidos estos aspectos, aún es necesario crear una subdivisión que permita comprender mejor la naturaleza particular del soporte analizado.



El Protector, aliado del cuerpo Médico: Historias del Corazón - Bayer México. Historieta informativa sobre problemas cardiacos y sus causas.



viñeta en la pág. 6. El personaje central de esta historieta es el entonces presidente Vicente Fox Quezada y su objetivo es propagandístico respecto de su labor y de su gobierno.

Como ahora conocemos, una de las características que definen la historieta es la secuencia narrativa. Por otro lado, podemos observar que muchos de los elementos que forman parte del lenguaje de la historieta, como por ejemplo los globos o las líneas cinéticas, son utilizados por otros tipos de viñetas no narrativas, (viñetas que no tienen una secuencia de lectura con otras), recordemos que esto es porque el lenguaje visual contempla al de la historieta, y los elementos utilizados de forma separada son comprensibles en sí mismos, y por tanto no están vinculados a la aparición de varias viñetas en forma narrativa.

Entonces, existen casos en los cuales se usa la historieta como tal para la resolución de un problema, mientras que por otro lado, existen otros donde solo se hace uso de uno o varios elementos retomados del lenguaje visual. Entonces, algunas veces solo se recurre parcialmente al lenguaje de la historieta para la resolución de un problema.

Analizaremos entonces por separado los ejemplos correspondientes tanto al uso de la historieta en su forma completa, y después, ejemplos de viñetas que recurren parcialmente a la utilización de este.

Los ejemplos que corresponden al uso de una historieta como tal son:

- 2 de julio ¡El cambio en México ya nadie lo para!
- ¿Qué son las ITS?
- ¡La historia de amor más grande del mundo!
- Cuando el hambre llama ¡Llama!
- Dime como vives y... te diré que enfermedades tienes.
- Cuando los Peores Enemigos Juegan Sucio

Los ejemplos que solo hacen referencia o uso de algún elemento del lenguaje de la historieta son:

- Estrena, además de año, un automóvil
- El nuevo Ace limón
- ¿Qué canijos es la ley de justicia cívica? (Y qué sanciona)
- Los expertos en acidez recomiendan Noax

No se muestra el contenido total de los ejemplos representados, más todos se pueden encontrar completos en el anexo al final del libro. Revisemos entonces, los casos correspondientes a ejemplos donde se a utilizado la historieta propiamente como un recurso para transmitir un mensaje concreto.

Caso 1

2 de julio ¡El cambio en México ya nadie lo para!

Descripción:

Se trata de una historieta impresa en color tanto en las portadas como en sus 24 páginas interiores. Las portadas están impresas en papel couché grueso con acabado brillante plastificado.

Su formato es de 27 x 20.7 centímetros esta impresa mediante el sistema de selección de color.

El contenido es propagandístico y refiere a la importancia del cambio generado por el gobierno federal mexicano (año 2000). Trata temas como acciones de gobierno, el contraste entre las formas de gobernar anterior con respecto a la actualidad. Todo se encuentra planteado por medio de personajes, que representan a la gente común, quienes mediante la expresión de su opinión, contrastan las ventajas del gobierno actual con la forma de anterior. Concluyendo finalmente que el gobierno actual es mejor.

Fue realizado en el 2001 por el estudio «¡KA – BOOM!»

Enunciación del problema

Este fue emitido por la secretaría de comunicación social, la cual, como parte de sus funciones realiza ejercicios de comunicación con la finalidad de mantener informada a la población de los logros y metas alcanzadas por la administración federal. Para esta campaña utiliza diversos medios de comunicación, entre ellos radio, prensa y televisión, principalmente.

El objetivo es entonces, dar a conocer a la población las labores de gobierno que se llevan a cabo o están proyectadas hacia futuro (en este caso en particular, con un abierto tono propagandístico)

Tomando en cuenta el estilo y el lenguaje con el que fueron redactados, podemos apreciar que el público al que se encuentra dirigido es a los jóvenes. El tipo de lenguaje, la utilización de jóvenes como protagonistas son los dos aspectos que nos hacen suponer esto. La empresa contratada para el desarrollo de esta, tiene experiencia en la publicación de historietas para jóvenes (Héctor González Loyo, es conocido por su publicación *Karmatron*). lo cual refuerza este planteamiento.

Identificación de los Aspectos y las Funciones

Aspectos físicos.- El soporte elegido fue la historieta. Comúnmente una historieta comercial consta de 24 páginas y una portada en color. El trabajo final se apegó a este formato.



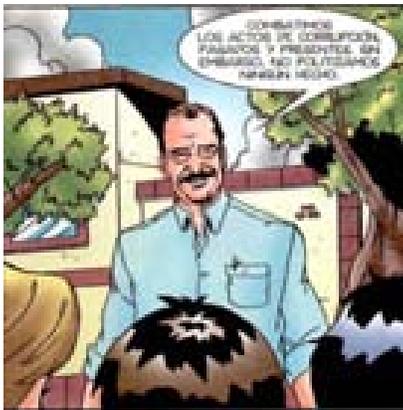
Portada del ejemplar. Podemos observar a la gente, alegre en torno al presidente.



Viñeta en la Pág. 13. Nótese en el lenguaje la forma en como guían la opinión del lector al referirse al logo.



Detalle viñeta en la pág. 3. El personaje de pelo largo cumple un papel antagónico, necesario para poder generar la controversia y así abordar el tema.



Detalle viñeta en la pág. 6. Para generar la impresión de cercanía con la gente muy probablemente se decidió colocarlo hablando directamente con ella.



Detalle viñeta en la pág. 6.(sup.) y 23 (inf.) El lenguaje es conciso y concreto.

Viñeta en la pág. 12. Ejemplo de la utilización de letras en negritas para destacar determinados textos.



Pág. 1 (completa) con esta viñeta amplia, se crea el contexto en el que se desarrolla la primera parte de la historieta. Nótese el peso visual del personaje de playera negra.



Detalle viñeta en la pág. 6. Nótese la forma en como el texto trata de guiar la opinión del lector.





Viñeta en la pág. 23. El primerísimo plano encuadrado en los ojos del personaje, supone un a interiorización con la forma de pensar del personaje, en este caso, el presidente. Nótese además el fondo en color azul



Aspectos psicológicos.- Un lector común de historietas tiene preferencias al igual que cualquier otro tipo de lector, a si mismo, también encuentra estilos que le suponen un contenido y por lo cuales no consumen determinadas historietas. En cuanto al estilo, no parece generar una predisposición negativa en el lector, ya que no remite claramente a alguno de los estilos conocidos. No se asemeja mucho a una revista para adultos de los llamados «de bolsillo» aunque podría tratarse del estilo más cercano, tampoco se asemeja a un comic americano o de otro estilo común. Esto nos lleva a suponer que consideraron la historieta como una forma aceptable de dirigirse a jóvenes de diferentes sectores de la población.

El estilo seleccionado para su desarrollo es mayormente realista. Especulamos sobre su efecto, el cual puede resultar similar al de los actores en un comercial. Pueden ser identificables con personas y sucesos de la vida real No se presenta particularmente caricaturizado (como el de una historieta humorística o con proporciones exageradas, por ejemplo).

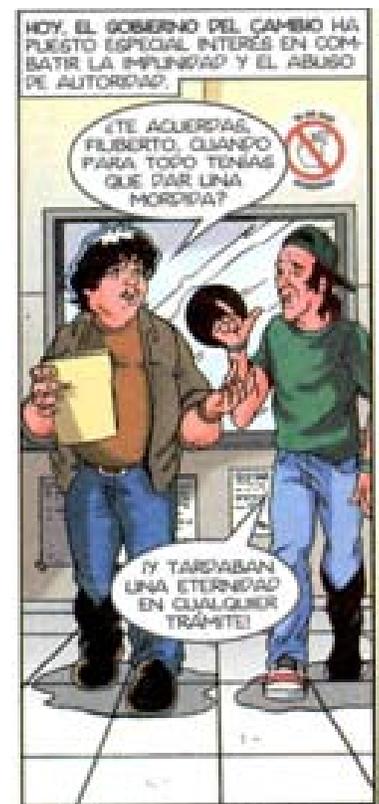
Límites:

Duración del Objeto.- Esta historieta fue repartida de casa en casa a mediados del año 2003. Refiere a los «logros» alcanzados por esa administración hasta ese momento, incluyendo el aspecto propagandístico, donde pretenden presentar lo realizado como «lo mejor» para el país. Su duración esta vinculada al flujo de la nueva información, conforme va apareciendo información nueva, la presentada pierde vigencia.

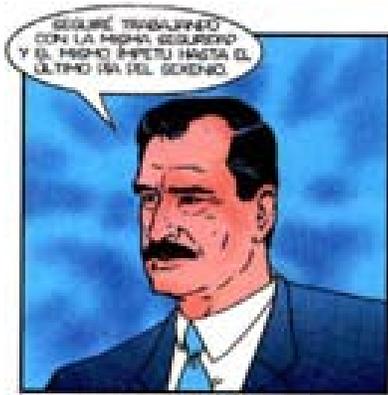
Materialmente, es un soporte que tiene gran duración, ya que se escogieron materiales de una calidad considerable. El recubrimiento de la pasta lo hace resistente incluso a salpicaduras de líquidos.

Economía.- Considerando la calidad de los acabados, podemos suponer que no existían limitaciones importantes en este sentido. Dentro de esta historieta no encontramos información acerca del tiraje, por su naturaleza suponemos que fue distribuido a nivel nacional.

Conocimiento de Reglas o Prohibiciones particulares.- Una de las reglas que se siguió para su elaboración es referente al formato de la historieta. Se apegaron a las 24 páginas, aunque su forma y proporciones son diferentes. Es más grande de 8 x 10 pulgadas que



viñeta en la pag. 7 (sup) y (inf.) El nombre de "Filiberto" y el aspecto físico de los personajes pretende aludir a personas de un nivel socioeconómico determinado



Viñeta en la pag. 12. La predominancia del color azul no es casual, ya que el partido del cual procede se identifica con este color.



Viñeta en la pag. 12. El utilizar el ángulo de toma de contrapicada genera la impresión de fuerza, al igual que la postura (lenguaje corporal) del personaje en ella.

es lo comúnmente utilizado. Así mismo, el estilo en el cual se elaboro esta apegado a una forma común de elaborar historietas (con dibujos trazados a mano, delineados en negro) y el acabado en color esta hecho por computadora, que en la actualidad es una práctica común.

Límites sobre formas y colores.- Es de notarse que el azul es un color que destaca en la portada y en diversas imágenes. Si tomamos en cuenta que los partidos suelen representarse así mismos con colores distintivos en sus diversos soportes de diseño (como imágenes institucionales de gobiernos locales, campañas políticas, etc) Podemos suponer que el destacar colores que corresponden a los del partido que solicitó la historieta, y que además se evite la identificación con otros partidos pudo ser una limitante.

Por otro lado, muy probablemente el criterio tomado para la decisión de los colores y el estilo fue apegándose a la posible empatía o identidad con los personajes, ya que se optó por un estilo realista con una paleta de colores cuya gama a su vez trata de imitar a los colores reales en la mayoría de las viñetas. Algunas viñetas se elaboraron con paletas de diversos colores cálidos, con la finalidad de transmitir determinados sensaciones de alegría. Otras se elaboraron en sepia para remontar al pasado o en escalas de grises, para denotar lo negativo.

Limites sobre exigencias del mercado.- En el caso de la historieta, existen diversas exigencias del mercado, como el uso de un determinado lenguaje, temáticas, calidad de los acabados, censura, etc.

Dentro de estos límites, podemos observar que cumple con dichas exigencias.

Esto es comprobable si tomamos en cuenta que fue elaborada por un estudio que ha creado historietas comerciales, (Como Karmatrón o Las aventuras de Capulinita, etc.) Por lo cual podemos suponer que se apegan a estas exigencias, aunque no se trate de una historieta comercial.

Disponibilidades Tecnológicas:

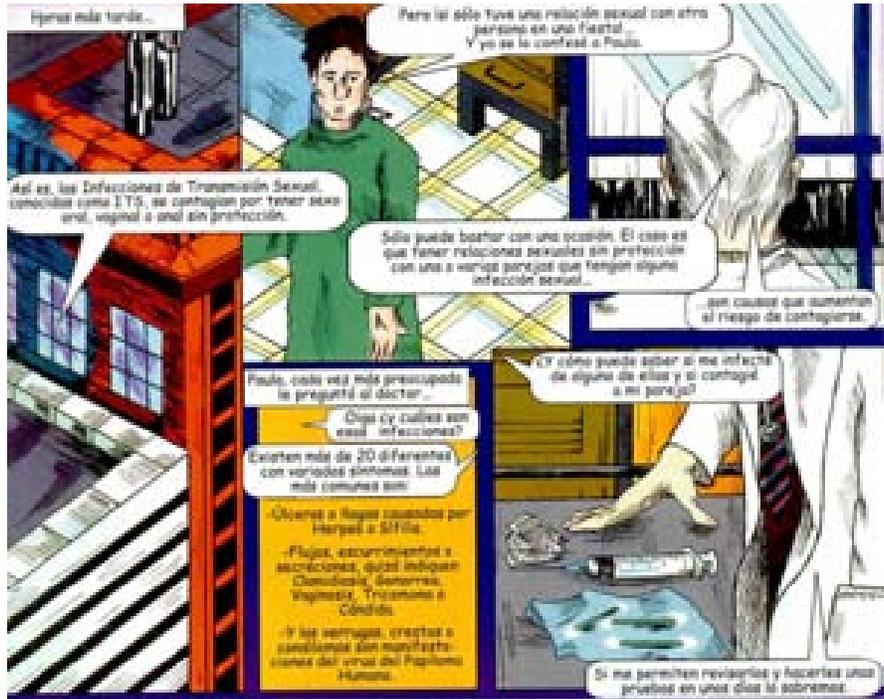
Su elaboración al parecer no implicó una limitación tecnológica importante, ya que el tipo de impreso es común. No lleva ningún tipo de suajado o doblez que conlleve alguna dificultad particular.

Probablemente se dispuso para su elaboración de máquinas de selección de color, diseñadas para grandes volúmenes.

Conclusión:

Uno de los aspectos que fueron decisivos para la elección de la historieta en este caso en particular, fue la necesidad de encontrar un medio que fuera llamativo para los jóvenes. Tomando en cuenta que este público consume comúnmente historietas, es lógico pensar que es una forma muy directa de acercarse a ellos.

Otro de los posibles factores que influyeron en su elección muy probablemente fue su accesibilidad. Jóvenes de todas clases sociales y lugares leen y comprenden las historietas (aunq de diferentes estilos y temáticas).



Página 1. Los elementos están dispuestos de forma algo confusa, pero aún comprensible. Nótese el valor dado al espacio entre viñetas y a la paleta de color.

En cuanto al uso del color, la portada y en general todo el folleto fue elaborado con colores brillantes y contrastantes, destacando el negro, el violeta el rojo y el naranja. Suponemos que este uso del color tiene la finalidad de atraer la atención del lector, aunque también contribuye a generar una atmósfera depresiva sobre este.

Límites.

Duración del objeto.- Como la mayoría de los soportes de este tipo, tiene una vida corta. Después de ser leído puede ser desechado o compartido con alguien más. Aunque no es algo muy común que pase de mano a un número importante de personas.

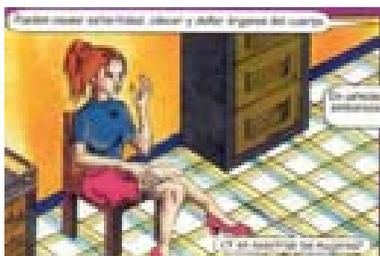
Fue elaborado en papel de alto gramaje, por lo cual, físicamente su vida es más larga. Esto puede ser con el objetivo de poder circular un mayor número de veces con diferentes personas.

Economía.- El CONASIDA es una institución cuyos ingresos proceden de los destinados por el gobierno federal, directamente de la secretaría de salud. Al ser una organización a nivel nacional, los tirajes de la información difundida son grandes. El presupuesto y la administración de esta institución es desconocido.

Límites sobre formas y colores.- No existe una regla particular para este caso.

Disponibilidades tecnológicas.

- Nuevamente, no parece haber habido una limitación tecnológica para la impresión de este folleto. Fue elaborada en impresión digital en color, con lo cual el original digital es muy similar al impreso final.



Viñeta en la pag. 2. La perspectiva es simple, no obstante añade profundidad.



Portada, y simultáneamente primera página. Nótese que al igual que en el caso anterior existen viñetas que contextualizan al lector. En este caso se encuentran en una recámara.

Conclusión:

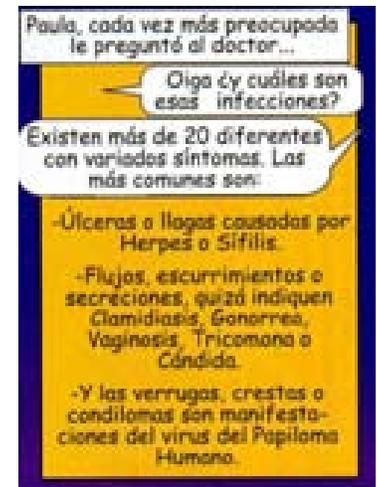
Existen varios aspectos que podemos destacar de este formato:

- El uso de una historia corta
- El uso de colores brillantes
- Un estilo realista
- La brevedad de la información presentada, con respecto a la información disponible
- La duración planeada del objeto, con lo cual puede ser leído por un mayor número de personas.

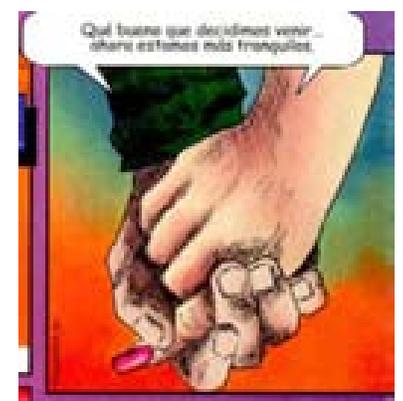
Todos estos aspectos contribuyen de manera positiva a aumentar la efectividad del soporte creado.

Siendo de importancia relevante que este tipo de información sea conocida por el mayor número de personas posible, el hecho de crear un soporte suficientemente llamativo hace que este objetivo sea más fácilmente alcanzable.

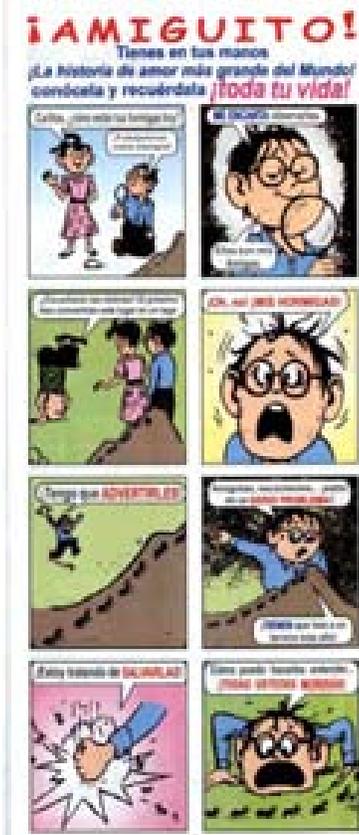
Posiblemente uno de los aspectos que causa un efecto negativo, sea el sombreado de los dibujos, ya que lejos de llamar la atención, parece hacer parecer el contenido de la historieta algo desagradable.



Viñeta en la pág. 1. Ejemplo de viñeta en la que solo se incluye texto como contenido.



En las últimas viñetas, las conclusivas, refieren a la información que consideran de mayor relevancia; en este caso, la utilización de anticonceptivos y la información.



¡La Historia de Amor más grande del Mundo! -
Portada.

Caso 3

¡La Historia de Amor más grande del Mundo!

Descripción:

Este tríptico fue entregado a alguien que tuvo contacto con un miembro de la comunidad religiosa Evangelista, de propia mano. Según testimonio de la persona a la que le fue entregado, el miembro religioso tenía la intención de dar a conocer «la importancia de la salvación». El contenido es propagandístico de la Iglesia Evangelista.

Enunciación del problema:

Los Evangelistas son una iglesia derivada de la religión Católica, desde su propio punto de vista, esta es una de sus definiciones:

Nuestra iglesia nace formalmente como iglesia independiente en 1888. Cada iglesia bautista es autónoma e independiente respecto a cualquier otra iglesia, si bien existe un claro sentido denominacional que permite cooperar y expresarse en las llamadas convenciones autonómicas, nacionales e internacionales.

La Primera Iglesia Evangélica Bautista es una Iglesia Cristiana formada por unos 170 miembros congregantes adherida a la Unión Evangélica Bautista Española, y que forma parte de una gran familia compuesta por 152.419 iglesias formalmente establecidas en todo el mundo, con una membresía superior a 45 millones de miembros (sólo se consideran miembros en la cifra anteriormente dada a los adultos bautizados).

No somos una secta, ni una sucursal de ningún grupo extranjero. Somos miembros de la Federación de Entidades Religiosas Evangélicas de España (FEREDE) y estamos inscritos y debidamente reconocidos por el Ministerio de Justicia, lo que nos permite ser consideradas como "Iglesia con notorio arraigo histórico"

No somos ningún grupo ocultista. No hemos tenido nada que ver jamás con la Masonería, los mormones, los Testigos de Jehová (lamentamos el oportunismo de tal grupo de patentar uno de los nombres judíos sagrados de Dios, el de Jehová, y que por ello lógicamente es citado en miles de textos de la Biblia. No somos ni Pentecostales, ni somos Carismáticos, y aun perteneciendo al mismo sector del cristianismo tenemos diferencias notorias a nivel teológico, eclesiológico y litúrgico. (Página web oficial de la Primera Iglesia Evangelista de Valencia)

Los Evangelistas, son un grupo religioso que practica una doctrina basada en la biblia católica, aunque consideran que tanto los católicos, como los cristianos, y toda otra religión son falsas, no creen en los santos, y consideran que la mayoría de las cosas en la tierra están influidas por «satanás» y que toda persona sin excepción es un «pecador».

Uno de sus principios, referentes a la difusión de propaganda dice lo siguiente:

Sin el derecho a propagar la fe la libertad queda aprisionada. Eso significa una poderosa convicción y acción misionera en cualquier área del mundo cualquiera que sea su influencia religiosa. (Ibid. Iglesia Evangelista de Valencia)

En concordancia, hemos encontrado que en México como en otros países se encuentran en una campaña permanente de información sobre su ideología, la cual es financiada por los mismos miembros, quienes, de manera voluntaria, se organizan para alcanzar objetivos comunes, apoyados en la dirección de un pastor.

De acuerdo con el contenido del tríptico, los mensajes transmitidos corresponden a aspectos sobre *la salvación de los pecadores - que son todos aquellos quienes no creen en Dios - y del gran "amor" y el sacrificio de este con su hijo.* (Ibid. Iglesia Evangelista de Valencia).

Podemos entonces pensar que uno de los objetivos de la creación de este mensaje es difundir su ideología, y de acuerdo con esta, información importante para toda la gente, en este caso, la importancia de creer (y orar) a Dios.

Identificación de aspectos y funciones

Aspectos Físicos.-Fue elaborado en una hoja de papel couché, de 27.1 x 21.1, impreso a doble cara mediante el sistema de selección de color. Esta compuesto por 6 páginas obtenidas mediante doblez, en cada página hay 8 viñetas creando un total de 48, donde todas son cuadradas o rectangulares aplicadas en una retícula uniforme.

Aspectos Psicológicos.- Utiliza dos diferentes estilos de personajes, uno de ellos es caricaturesco, y es utilizado en la mayoría de las viñetas y el otro, de corte más realista aparece cuando representan a personajes bíblicos. En conjunto con el lenguaje utilizado y los estilos, son comprensibles tanto para jóvenes como adultos, aunque poco atractivo para los niños. El entintado de las imágenes está hecho de tal forma que le da un aspecto descuidado. Los colores no corresponden a alguna intención particular, no presentan variaciones importantes entre viñetas de contraste o intensidad o corresponderse de una forma análoga. Nuevamente el estilo utilizado no imita ninguno comercialmente difundido en nuestro país.

Límites:

Duración del objeto.- En general carece de datos de cualquier naturaleza de autor, incluyendo vigencia alguna. Por otro lado, el contenido ideológico parece tener una vigencia permanente. Uno de los posibles límites para la información podría darse si este grupo religioso se disolviera.

Economía.- No fue posible recopilar datos sobre la procedencia o autoría de este material, y por tanto, no contamos con información acerca del presupuesto destinado a la elaboración de este material en particular.

Conocimiento de prohibiciones particulares.- No hay una prohibición conocida sobre este tipo de material.

Límites sobre formas y colores.- Propiamente no aparece ninguna. La elección de



*¡La Historia de Amor más grande del Mundo! -
Pag. 3 El uso de color no tiene una intencionalidad particular.*



¡La Historia de Amor más grande del Mundo! -
Pag 5. El estilo caricaturesco de los personajes es
intercalado con el realista, que refiere a la narración
de pasajes bíblicos

estilos y colores no muestra alguna limitante particular. Probablemente la representación de personas y objetos está supeditada a cuestiones ideológicas.

Disponibilidades tecnológicas.

Desde el punto de vista económico no fue posible determinar las limitantes. Por el tipo de trabajo, no parece exigir algún proceso de impresión fuera de lo común.

Conclusión

La cantidad de información a transmitir en este caso particular fue amplia. La representación de ejemplos y el apoyo en una narración para enviar un mensaje ayudó de manera importante a amenizar el contenido y a facilitar su lectura. Si el mismo contenido hubiera aparecido solo textualmente, muy probablemente no resultaría atractiva su lectura, especialmente en el caso de los jóvenes. El haber sido impresa en color ayuda de forma importante a que resulte atractiva.

Caso 4

Cuando el hambre llama ¡Llama!

Descripción:

El mensaje que transmite es sobre dos promociones de pizzas, una que refiere a «martes loco 2x1» y otra referente a su promoción «mega viernes social», además de otras informaciones asociadas como costos, ubicación de la pizzería y teléfono.

El formato es de 13.2cm x 22.4cm. (medio A4 aproximadamente), dos líneas de doblez, donde la portada (viñeta en la primera página) se debe abrir por su mitad horizontal para acceder a la información interior. Impreso por ambos lados en selección de color sobre couché brillante de peso medio. Se pliega de tal forma que al frente se forme una imagen al cerrarse dos pestañas al frente, mismas que son del tamaño de la mitad de la parte posterior cada una.

Al abrirla, podemos observar únicamente dos viñetas. En cada una se presenta un comercial de una promoción diferente. Contiene un globo de diálogo por cada viñeta, el texto de cada una se complementa con un texto que se encuentra dentro de la viñeta, que, no parece tener una función clara (ver ejemplo en la pág. 160). Si interpretamos literalmente la imagen, parecería que una de las dos pizzas de la viñeta uno esta hablando, y por ello se necesitara el globo de texto. De igual forma si interpretamos el texto «al precio de una» como en una historieta convencional, se trataría de una onomatopeya, que debiera de provenir de algún elemento al interior de la viñeta, mas no es este el caso.

En la parte trasera, no se continúan las viñetas, y solo muestra la ilustración de una



Viñeta en la primera página. Alude claramente al Pop Art, específicamente a una obra del artista Roy Lichtenstein.



Roy Lichtenstein, M-maybe, 1965, Oleo sobre Tela, 152 x 152cm. Museo Wallraf-Richartz Cologne Alemania.

pizza junto al logo de la empresa. Finalmente existen una serie de datos en letras muy pequeñas, refiriendo a las condiciones y limitaciones de sus promociones.

Enunciación del problema:

«Benedettis Pizza» es una cadena de restaurantes de pizzas que opera bajo el modo de franquicias, sistema por el cual los propietarios de la marca comercializan todo aquello relacionado con el montaje del restaurante a sus franquiciarios. Uno de los parámetros de operación de esta franquicia está relacionado con la publicidad, por lo cual, cada una de los restaurantes distribuye propaganda impresa apegada a la campaña general que en ese momento se lleva a cabo.

El objetivo de esta propaganda es dar a conocer las promociones vigentes, así como dar presencia a la marca, es decir, que el cliente no se olvide de su existencia. Cada restaurante tiene una determinada zona en la cual presta sus servicios. Esta es determinada por la posibilidad del reparto domiciliario y la cercanía con otro restaurante de la misma cadena.

El problema consiste en dar a conocer las promociones del restaurante a su círculo cercano de clientes, apegándose a la campaña aplicable de la marca para todos los franquiciarios de una determinada zona.

Identificación de los aspectos y las funciones

Aspectos Físicos.- Como antes mencionamos, el soporte es tamaño media carta de papel couché de gramaje medio impreso en color por ambos lados, doblado en tres partes. Tanto el formato como la forma en como se presenta doblado no es muy común.

El papel utilizado es de buena calidad, no obstante la impresión del negro aparece grisácea debido a la utilización de una sola tinta para crear el color negro. Misma razón por la cual no se utilizó sobreimpresión en las imágenes al interior. Aunque las imágenes presentadas son poco detalladas, el sistema con el que fue impreso permite representar un mayor grado de resolución.

Aspectos Psicológicos.- El objetivo comercial de esta campaña en particular, son los



Impresión interior del formato. Podemos observar la mezcla conjunta de una imitación de trama de puntos gruesos, junto con fotografía.



Contraportada. Contiene el lema de la pizzería en ese momento "Benedetti's Pizza mi favorita..." al igual que las condiciones de las promociones en letra pequeña.

jóvenes, por tanto, parece haber sido esta una de las posibles razones que los motivó a desarrollar un promocional en forma de historieta.

El estilo utilizado, al parecer, fue pensado en función del tipo de público al que se destina la promoción. Si bien se trata de jóvenes, no es de forma general, solo de aquellos con el poder adquisitivo para comprar sus productos. Si suponemos que, con un cierto grado de posibilidad, aquellos con un mayor poder adquisitivo, tienen un mayor acceso a la información, podemos suponer que uno de los efectos que deseaban conseguir era la asociación de la imagen de la portada con el arte Pop. Podemos observar por comparación directa cómo la imagen de portada de éste soporte es una modificación de una imagen de Roy Lichtenstein, « M-Maybe» de 1965. (Ver Página anterior).

La paleta de colores utilizada, corresponde en gran medida en los colores de la imagen institucional de dicha empresa, por ello, el naranja, el amarillo, el verde y el rojo son los colores que predominan. Así mismo se plantearon contrastes y texturas similares a las de la obra de Roy Lichtenstein.

La forma de lectura y similitud con la historieta es casi alusiva, pues la cláusula de información es importante, dejando gran parte de la interpretación al criterio del lector.

Límites:

Según lo marca el mismo soporte, su vigencia terminó el 29 de julio del 2005. Aproximadamente 15 días después de su reparto. Aunque físicamente el soporte podría durar más tiempo, es la información la que pierde validez

Economía.- Nuevamente, no existe información dentro del soporte sobre el lugar o la empresa encargada de la elaboración, por lo cual sólo podemos deducir a partir de la empresa el posible costo que tuvo este soporte.

Conocimiento de prohibiciones particulares.- No parece haber alguna. Posiblemente decidieron alterar la obra original de Lichtenstein para evitar problemas relacionados con derechos de autor, aunque también puede ser un recurso del diseñador al carecer de habilidades para dibujar.

Límites de formas y colores.- El sistema mediante el cual fue impresa no presenta ninguna limitación sobre los colores, e incluso optaron por presentar fotografías del producto. La gama de colores utilizada fue aplicada limitándose a la utilización de colores predominantemente cálidos, similares a los utilizados en el logotipo de la empresa. Esta no es una limitación como tal, ya que fue una determinación de los creadores del formato, apegándose a la imagen institucional.

Disponibilidades Tecnológicas:

Como ya hemos mencionado previamente, el sistema de impresión de este soporte fue mediante el sistema de selección de color, el cual, en este caso, tiene una resolución que permite imprimir fotografías.

Por otro lado, también contaron con la opción de hacerle al volante impreso un doblez particular. A juzgar por la precisión de éste podemos asumir que fue hecho por una máquina. Todo esto refleja una amplia disponibilidad tecnológica.

Conclusión:

El uso del lenguaje puede ser reducido hasta tal grado, que parece simplemente simbólico. Sin embargo, mediante esta pequeña participación se puede crear el efecto deseado, que en este caso fue el de utilizar a la historieta como un referente para llamar la atención. Pues, como observamos, se trata de una secuencia que se lleva a cabo permitiendo que lector complete gran parte de lo que sucede con su imaginación.

Es importante considerar el impacto de otros aspectos del soporte, como el tipo de papel y la paleta de colores la cual, hasta donde hemos analizado, parece ser más recurrida por las grandes compañías que ya tienen una imagen corporativa determinada.

Caso 5

Dime como vives y... te diré que enfermedades tienes

Descripción:

Es un tríptico tamaño carta impreso en color, por ambos lados, compuesto en su totalidad por viñetas. Fue producido por la Coordinación General de Comunicación Social del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (ISSSTE).

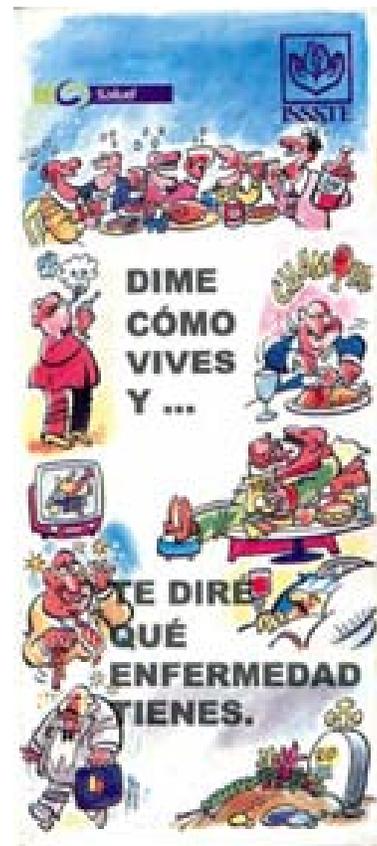
Se compone de 15 viñetas las cuales no están separadas por ningún tipo de marco, tampoco es posible apreciar alguna retícula. Los cambios entre una y otra viñeta se hacen presentes mediante el cambio de colores de los distintos fondos de cada una. Componen esta historieta un total de 18 viñetas distribuidas de forma no uniforme entre las seis páginas creadas por dos dobleces equidistantes en una hoja tamaño carta.

Fue distribuido entre los derechohabientes del instituto dentro del Hospital Regional Primero de Octubre, durante el 2004.

Enunciación del Problema

El ISSSTE por medio de su coordinación general de Comunicación Social, se encarga de promover distintos programas a favor de sus asegurados, estos programas como objetivo general tienen el fomentar un mejor cuidado de la salud ya sea de forma preventiva o correctiva, y difundir información importante a sus usuarios.

Los programas son desarrollados por distintos canales, tales como pláticas, videos,



Portada del tríptico. Se aprecia que las imágenes para este fueron originalmente elaboradas en una técnica tradicional.



Segunda página del tríptico. Note la forma en cómo son separadas las viñetas, sin una línea definida.



Pag 3. Podemos ver claramente el sentido cómico del tratamiento de la información, por ejemplo, en la forma de representar a la muerte.



Aunque el formato es pequeño, y las imágenes se encuentran hasta el borde, la página no parece sobrecargada.

anuncios de radio y televisión y por medios impresos como carteles y trípticos. Todos en suma deben de cumplir los objetivos del programa vigente.

El programa al cual hace referencia este tríptico tiene como objetivo crear conciencia en las personas sobre su alimentación, ya que es un factor determinante para la aparición de determinadas enfermedades.

Identificación de los Aspectos y Las Funciones

Aspectos Físicos .- Fue impreso en papel couché de bajo gramaje, mediante el sistema de selección de color, posteriormente doblado en su forma final de tríptico.

Aspectos Psicológicos. Una gran parte de las personas aseguradas por la institución que comúnmente hacen uso de los servicios médicos son adultos y personas de la tercera edad. El objetivo de informar al público sobre los riesgos de la mala alimentación es con un fin preventivo.

Entonces, dado que se trata de hacer que las personas cambien sus hábitos alimenticios, el enfoque del público es hacia el grupo de adultos. En el caso de las personas de la tercera edad también resulta de utilidad, aunque no es el público central puesto que para tal grupo es más común la aplicación de la medicina correctiva. Podemos decir que se

enfoca a los adultos, porque cuando estos llegan a la tercera edad, es cuando sufren las consecuencias de sus malos hábitos en muchos casos.

A los adultos, que componen la mayor parte del público al que se encuentra dirigido, es necesario abordarlo de tal forma que acepte la información. Los autores de este formato probablemente consideraron que esta información no era demasiado alarmista como para presentarla de una forma muy seria, y dado que debe de llamar la atención del lector, parece haber sido una buena solución presentarla en forma de historieta.

El estilo usado por el autor de este material es similar al usado por diferentes «moneros». En general, se asemeja al de caricaturas de los años setenta, como las producidas por Rius, las cuales tuvieron un marcado impacto en ciertas generaciones como forma informativa. Probablemente consideraron este estilo apropiado, ya que la mayor parte de la producción que se ha hecho con este estilo tiene un contenido social que el público al que esta dirigido puede reconocer de forma positiva.

Otra particularidad que podemos reconocer de este estilo, es el sentido humorístico con el cual son abordados los temas. El dibujo que lo compone es muy adecuado para este tipo de situaciones. A diferencia, por ejemplo, del estilo de la novela de bolsillo donde la representación de los personajes es más realista (aunque exagerada en ciertos aspectos) y por tanto, con una capacidad menor para la representación de viñetas cómicas sin una alteración considerable del estilo, como antes mencionamos.

Límites

Duración del Objeto.- El tríptico fue diseñado para cumplir el objetivo del programa. No tiene una vigencia determinada, aunque, para fines de organización, dentro de su estrategia de comunicación pierde importancia cuando se desarrolla otro programa.

Por su carácter informativo, este tríptico puede ser útil un periodo indefinido de tiempo, hasta que la información científica en la cual se basa pierda vigencia. Por otro lado, dado que el soporte en el que fue elaborado probablemente se degrade antes de que la información cambie, podemos suponer que será útil hasta que sea ilegible.

No presenta, como puede observarse, ningún dato que pueda perder vigencia fácilmente, como algún número telefónico, dirección o nombre de programa. Incluso podría tratarse de la reimpresión de un folleto presentado con anterioridad y actualizado.

En cuanto a los límites del público al que esta definido, antes mencionamos el rango de edad para el que consideramos fue elaborado. Este determina un cierto límite, aunque igualmente puede resultar llamativo para otros públicos como niños y jóvenes, pese a no estar orientado hacia ellos.

Economía.- La sistemática por la cual se desarrollan los programas implica que cada una de las diferentes coordinaciones regionales a las cuales les es conferido su desarrollo administre los recursos que considera según su propio criterio. *de acuerdo a los criterios de racionalidad, austeridad y disciplina presupuestales.* (Manual De Organización, ISSSTE 2007) Ya que ellos determinan la distribución de un presupuesto entre los diversos medios de difusión.

Sabemos, gracias al personal que distribuyó este material, que el material fue enviado

a diversos hospitales por medio de la Coordinación General, por lo cual ellos estima un tiraje amplio, sin poder indicarnos exactamente de cuantos se trataba.

Podemos determinar, en base a lo anterior y a la calidad del producto final, que muy probablemente decidieron sacrificar calidad en el producto final, a costa de poder hacer un tiraje más grande, a fin de poder cumplir sus objetivos con un presupuesto limitado.

Conocimientos sobre prohibiciones particulares.- No aparece limitación particular para el tratamiento de la información.

Límites sobre formas y colores.- No existe limitación alguna sobre el uso de colores o formas particulares.

Disponibilidades tecnológicas

Tomando en cuenta que parte de la forma común de operar es en base a un presupuesto monetario limitado, se hace prioritaria la difusión de un determinado material sobre la calidad del mismo, asumimos que las limitaciones tecnológicas son mayores en este caso particular.

Conclusión

Este ejemplo plantea el uso del dibujo humorístico en forma de historieta como recurso de comunicación. Analizando su contenido, nos hace pensar que podría resultar un poco compleja la información si se optara por texto intercalado con imágenes ilustrativas, por tanto, el uso de la historieta resultó estimulante para los lectores.

Al entrevistar a algunos de los lectores, manifestaron entender el contenido de este material, pese a la cantidad de información planteada.

La calidad del papel no parece haber tenido mucha importancia para las personas que lo leyeron, aunque ciertamente, se percibe fácilmente el acabado opaco del tríptico.

El estilo utilizado va de acuerdo con el planteamiento del guión, el cual por medio de una amena explicación, desarrolla los muy diversos temas que hay que tratar en muy pocas viñetas.



Caso 6

Cuando los Peores Enemigos Juegan Sucio

Descripción:

Es un díptico tamaño carta impreso en blanco y negro, por ambos lados, compuesto mayormente por viñetas. Fue producido por Laboratorios Columbia S.A de C.V. Se compone de 18 viñetas enmarcadas por rectángulos de bordes redondeados, La forma de representación de los objetos y personas es por medio de delineados en negro, ya que se pretende que sea coloreado por un niño.

Se trata de una impresión a doble cara, realizada sobre papel tamaño carta, mediante el sistema de offset. La historieta fue maquetada digitalmente, a base de trazados delineados en tinta, sin valores de línea. La mayoría de los encuadres en las viñetas son sobre los rostros de los personajes, los cuales no presentan variaciones notables en sus expresiones faciales, creadas a base de trazos repetitivos sencillos.



"Cuando los peores enemigos juegan sucio" -Laboratorios Columbia - Viñetas en la pág. 3.

Fue distribuido por promotores, ubicados en farmacias en centros comerciales durante agosto de 2007.

Enunciación del Problema

Se desea promocionar el producto «Oxal», un desparasitante de una sola dosis, en presentaciones para niños, jóvenes y adultos. Entonces, debe hacerse llegar información a los diferentes tipos de públicos, sin perder de vista al público adulto, quien es finalmente el que tiene un mayor poder adquisitivo y de decisión de compra.

Identificación de los Aspectos y las Funciones

Aspectos Físicos.- El soporte debe ser atractivo en la medida de lo posible, a los diferentes tipos de público para los cuales se promociona el producto. Es decir, si existen presentaciones para niños, jóvenes y adultos, el producto debe de ser adquirido para cualquier caso. Al mismo tiempo debe ser comprensible para todos. Su distribución debe hacerse por el sistema ya establecido en el laboratorio, es decir, por medio de promotores y distribuidores.

Aspectos Psicológicos.- La decisión de dirigirse a un público joven puede corresponder a la idea de que estos son más propensos a padecer infecciones de este tipo. Por otro lado, también se encuentran los niños, quienes también sufren de este padecimiento, por lo cual son contemplados, al tomar en cuenta que el posible comprador de su producto será un padre de familia. Finalmente, ni los niños, ni los jóvenes son consumidores directos, ya que el producto llega a ellos por medio de la compra realizada por los padres o tutores, a quienes también es importante contemplar.

Podemos suponer entonces, que era necesario realizar un mensaje que fuera atractivo para los tres tipos de consumidores, niños, jóvenes y adultos. Entonces, la decisión de hacer que el soporte fuera iluminable, correspondería a llamar la atención de los niños. El plantear la información con un lenguaje coloquial sobre fútbol, al tiempo que el planteamiento en forma de historieta corresponde a llamar la atención de los jóvenes, y finalmente, el guión de la historia, que se encuentra encaminado a mostrar a la infección como la causa del desgano de un joven, y como el estar desparasitado mejoró su rendimiento, atiende a las necesidades de información de los adultos.

Límites

Duración del Objeto.- Se trata de un volante que no presenta ninguna promoción, u otra información que haga referencia a alguna vigencia en particular. Podemos pensar que su vida útil termina cuando ya ha sido iluminado por algún niño, aunque en varios casos esto no sucede. El papel tiende a volverse amarillo con el tiempo, mas por probabilidad, la mayoría de estos volantes podrían haber sido desechados para entonces.

Economía.- El laboratorio Columbia, a diferencia de otros grandes grupos farmacéuticos, tiene una presencia primordialmente nacional, y compite en el mercado con alrededor de 20 productos, a diferencia de otros como Bayer, el cual esta presente en 50 países distribuyendo 89 medicamentos, Schering Plough, existente en más de 60 países, con más de 40 medicamentos, además de tratamientos veterinarios bronceadores y productos relacionados con el cuidado de los pies o con Astra- Zeneca, con presencia en más de 100 países y más de 130 medicamentos.

No contamos con información precisa del presupuesto destinado a la difusión de publicidad. Solo observamos que, mientras los laboratorios internacionales suele invertir en publicidad impresa en color, y de doble cara comúnmente, y al no encontrar otro material promocional de este mismo laboratorio, podemos suponer que el presupuesto destinado es relativamente menor.

Conocimientos sobre prohibiciones particulares.- No aparece limitación particular para el tratamiento de la información. Igualmente la limitante sería apegándose a valores morales y buenas costumbres.

Límites sobre formas y colores.- No existe limitación alguna sobre el uso de colores, tomando en cuenta el resultado final, que es en blanco y negro o formas particulares.

Disponibilidades tecnológicas

Por el tipo de impresión seleccionada, deben limitarse al uso de una tinta e imágenes delineadas, con áreas planas o en escalas de grises con resoluciones menores o iguales a los 72 dpi's, que es el tramado más detallado para un sistema de offset.

Conclusión

Con este ejemplo podemos observar que incluso las limitaciones técnicas no fueron determinantes para crearla creación de un mensaje suficientemente versátil como para resultar llamativo para niños, jóvenes o adultos.

Si bien la calidad del trazo y la simpleza del dibujo lo hacen lucir poco atractivo, la utilización de la historieta y un estilo con la posibilidad de que el público se identifique con los personajes, así como un guión coherente y comprensible por su simpleza aumentaron su efectividad.

Podemos comprender fácilmente el objetivo comunicativo del soporte, que es dar a conocer el producto y la importancia de su utilización (al menos desde el punto de vista del laboratorio) Cumpliendo así con la razón de su creación.

EJEMPLOS CON USO DE ALGUNOS ELEMENTOS DE LA HISTORIETA

Los ejemplos presentados a continuación son en general, soportes más simples que los presentados previamente. En los siguientes ejemplos sus autores no optaron por una historieta como solución a un problema de comunicación, sencillamente retomaron algunos símbolos de sus códigos por su significación, para transmitir alguna información particular.

Sobre el Análisis

El proceso creativo y la resolución del problema de comunicación para los ejemplos siguientes no esta centrado en la elaboración de una historieta. Esta es la razón por la que consideramos no resulta centralmente útil un análisis más profundo.

Para su revisión presentaremos dos aspectos; una descripción y un análisis donde presentamos cual es la función comunicativa que cumple, y adicionalmente si el ejemplo lo permite, analizaremos posibles opciones alternativas para la resolución del mismo problema, sin la utilización de elementos de la historieta.



Tren similar al utilizado en el fotomontaje. (Baltimore E. U.).

Caso A

Estrena, además de año, un automóvil

Descripción

Se trata de un volante, del tamaño de un tercio de carta, equivalente a una página de tríptico, impreso por ambas caras en color, por medio de impresión digital, en couché de peso medio.

Análisis

En este ejemplo se utilizó un globo de pensamiento.

Este, en conjunto con el resto de la imagen, crea la idea del deseo que tiene la persona de tener un automóvil, dado que se observa molesto por viajar incómodamente en el metro. Sin el globo de pensamiento, podríamos entender su molestia, mas no podríamos asociarlo con el producto que desea venderse con este folleto.

Una posible solución, sin recurrir al lenguaje de la historieta, podría haber sido utilizando alguna leyenda con gran visibilidad, por ejemplo «Como me gustaría tener un auto», de esta forma tendría un impacto posiblemente similar, aunque requeriría de un tiempo de lectura mayor. Cabe destacar que la imagen de este automóvil es importante porque se trata de un producto de la marca a vender.

Por otro lado, con el apoyo del globo de pensamiento, puede ser comprendida incluso si el lector del anuncio no comprendiera el idioma escrito o sencillamente no pudiera leer siempre y cuando comprendiera el resto de los elementos contextuales.

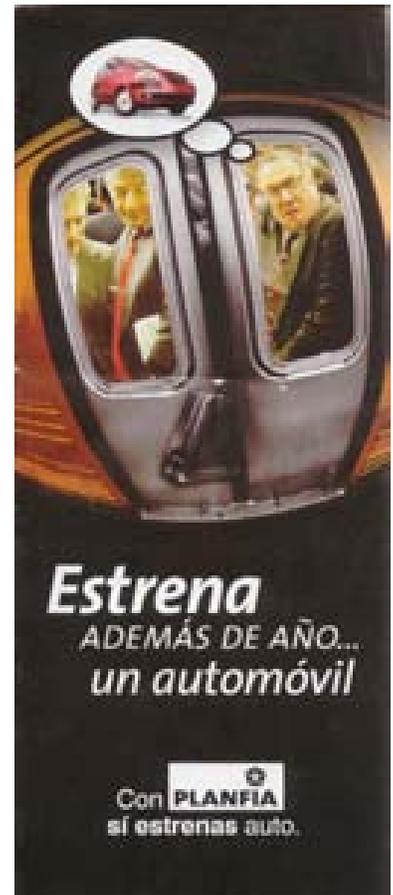


Imagen compuesta por montaje fotográfico. Notese que la escala de las personas no corresponde a la del tren. A su vez, se añadió el color naranja sobrepuesto a la fotografía del tren, para adaptarlo visual y culturalmente, ya que el modelo difiere del reconocido por el público mexicano.



El producto es el jabón que el publico conoce, solo que ahora con aroma a limón. El tratamiento de la información es lo que hace este simple hecho atractivo al público.



Caso B

El nuevo Ace limón

Descripción

Se trata de un soporte, de tamaño de cuarto de carta, impreso mediante selección de color, en ambas caras sobre papel couché de gramaje medio

Análisis

En este caso, se utilizan globos de diálogo que son, al mismo tiempo viñetas. Este soporte es del tamaño de un cuarto de carta, y por medio de este tipo de viñeta pueden hacer que su personaje central (el limón) exprese la utilidad del mismo en la vida cotidiana. Esto, con la finalidad de que el cliente vea de forma positiva y llamativa el nuevo producto, enfatizando las propiedades y «bondades» del limón.

Con la utilización de la frase «El Nuevo Ace Limón te da esa blancura superior con un fresco aroma a Limón» se pretende que el posible consumidor del producto asocie la limpieza y la blancura obtenida con su producto, con el limón, el cual se plantea como un fruto útil y en general positivo. Con representación de los distintos usos del limón, suponemos se pretende crear la impresión de que el producto contiene limón (mismo que no tiene), . Al final solo se trata del mismo producto ya conocido, pero con aroma a limón.



Caso C

¿Qué canijos es la ley de justicia cívica? (Y qué sanciona)

Descripción:

Se trata de una hoja tamaño carta, de papel bond de gramaje medio, impresa en ambas caras por el sistema de fotocopiado.

Análisis

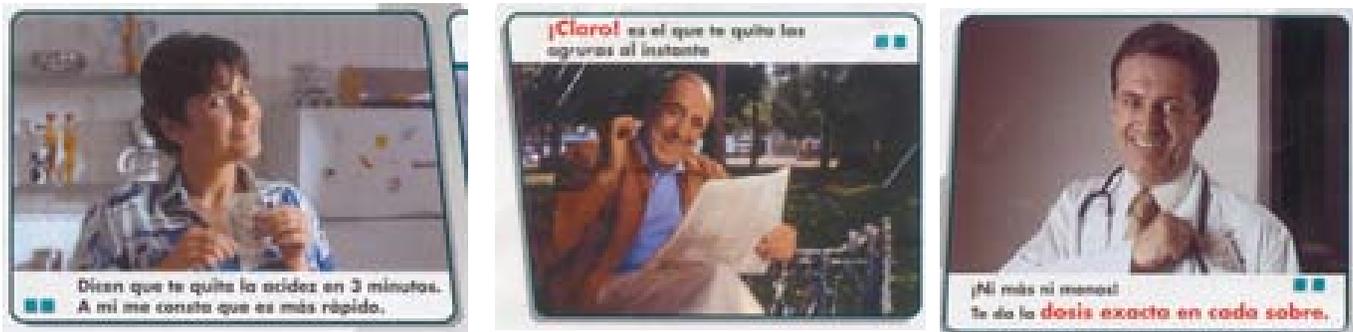
Nuevamente encontramos viñetas cómicas. Podrían considerarse como una historieta en conjunto pero, dado que no tienen continuidad ni consecuencia, no conforman una. Cada viñeta tiene elementos propios de la historieta, como los globos de diálogo o las líneas y signos que indican sonido o las burbujas que simbolizan el estado de ebriedad.

Podemos observar que el objetivo del productor de este mensaje toma en cuenta que por el tipo de información debía ser manejada con cierta amenidad y cotidianeidad, ya que se trata problemas comunes de la sociedad. A sí mismo es probable que halla considerado que debía ser comprendida por personas de muy diversas edades y condiciones sociales, razón que pudo haber motivado la utilización de viñetas y el lenguaje coloquial.

Los elementos característicos de los personajes son muy importantes para la efectividad de este formato. Debe quedar bien definido, por ejemplo, el grupo de ebrios de la calle (su ropa desalineada, las burbujas en torno a su cabeza, la forma en cómo se encuentran de pie, la botella, etc.), la justicia (la balanza en la mano, la venda en los ojos, la túnica, etc.), la gente indiferente, (el dueño del perro que muerde al otro), el policía, (nótese la rectitud de la pose y el ocultamiento de la vista), entre otros.



La información es tratada de forma cómica, este informa sobre la Ley de Justicia Cívica que aunque es compleja, se presenta de forma simple y comprensible de esta forma.



Las viñetas tienen una apariencia similar a la de una fotonovela, de igual forma alude a los encuadres utilizado en los comerciales de televisión.

Caso D

Los expertos en acidez recomiendan Noax

Descripción:

Se trata de un soporte pequeño impreso en papel couché de peso medio, en color por ambos lados, mediante el sistema de selección de color.

Análisis

Este ejemplo está presentado en la misma forma que una fotonovela, en la cual son comunes las didascalias que comentan lo que sucede en la imagen. Al presentar las viñetas una siguiendo a la otra, se genera la lectura secuencial, aunque no relatan algún suceso consecutivo. Se presentan como una serie de imágenes sin una relación temporal o de situación entre sí, similar en su narrativa a algunos comerciales de televisión. Podemos incluso suponer que se trata de crear el mismo efecto, pero en papel. Debemos considerar que desde ciertos puntos de vista, este ejemplo puede corresponder al de una historieta, ya que aunque no consta de dibujos, las fotografías en secuencia con una lectura corresponden en esencia al mismo conceptom, y están contempladas en algunas definiciones de este género.

El contenido nos muestra la forma de uso del producto, el tiempo en el que trabaja, y al mismo tiempo, con la frase - *Dicen que te quita la acidez en tres minutos, a mí me consta que es más rápido* - plantean un beneficio aún mayor respecto de lo que está probado. Posiblemente para posicionarse mejor frente a otros productos, o respecto a la eficacia que desearía el consumidor.

La última viñeta muestra a un médico, que representa en este caso una opinión importante, concluye que el producto tiene la dosis exacta. La frase - *los expertos en acidez recomiendan Noax* - que hace una conclusión sobre las opiniones vertidas, pretende concluir que se trata del producto ideal.



Vista frontal y posterior del formato media carta.

Aunque no existe una serie de acontecimientos ligados, un claro paso del tiempo, o una trama, si existe una narración simple y una conclusión respecto al tema tratado, ambos puntos que pueden considerarse unos elementos mínimos necesarios para crear una secuencialidad. Pese a ello, debemos señalar que no se trata de una historieta en sí, ya que como ya hemos mencionado previamente, uno de sus requisitos indispensables es que se trate de una serie de dibujos, en este caso, al tratarse de fotografías, podría considerarse conceptualmente más allegado al concepto de fotonovela.

CONCLUSIONES GENERALES SOBRE LOS EJEMPLOS

Observamos problemas de comunicación en donde la historieta fue realizada y aplicada, atendiendo a necesidades de muy diversos tipos, posteriormente observamos que utilizando otros soportes en donde se utilizaban elementos aislados, como los globos de dialogo de diversos tipos, que igualmente mostraron ser efectivos y fáciles de comprender fuera de esta.

Una de las características más notables en todos los casos, incluyendo aquellos en los cuales solo se utilizaron ciertos elementos, es la apariencia general de que se trata de una información fácil de leer. Independientemente de la seriedad o desenfado de la temática tratada, en la mayoría de los casos resulta amena e invita a la lectura.

A partir de este panorama, procedemos a resolver finalmente un problema práctico apegándonos a las mismas teorías y metodologías planteadas para corroborar lo antes presentado.

Revisemos entonces, el desarrollo de un soporte desde el origen del problema.



"Diseño y Comunicación Visual" Bruno Munari

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

Referente a ejemplos de historieta:

Estudio K-Boom **"El Cambio en México Ya nadie lo Para"** México 2003

ISSSTE - **"Manual General de Organización de la Coordinación General de Coordinación Social"** México 2007

Referente a Información de empresas (internet):

Astra -Zeneca - <http://www.astrazeneca.com/ncm.aspx>

Columbia - <http://www.gcolumbia.com.mx/>

Bayer - www.bayer.com

Schering Plough - http://www.sch-plough.com/schering_plough/index.jsp

Estudio K-Boom - <http://www.ka-boom.com.mx/ka-boom.htm?url=/promok.htm>

Referente a metodología del diseño:

Munari, Bruno **"Diseño y Comunicación Visual: Contribución a una metodología didáctica"** Ed Gustavo Gili. 1983



CAPÍTULO 5

Aplicación Práctica con Ejercicios Reales

Como parte de la comprobación de la información presentada, y al mismo tiempo, para reafirmar los conceptos empleados, es imprescindible la aplicación de la teoría con la práctica. llevando a cabo un procedimiento metodológico válido.

Problemas de comunicación a resolver

Este capítulo está dedicado a la comprobación de nuestros planteamientos teóricos por medio de su aplicación en la solución de problemas reales de comunicación.

El desarrollo de ejemplos dentro del capítulo corresponderá a la resolución a dos problemas de comunicación, ambos relacionados con la difusión de información referente a trastornos psicológicos; la baja autoestima y la Hiperactividad (Que en adelante nos referiremos como Trastorno por el Déficit de Atención con Hiperactividad) enfocado a la detección de problemas en niños.

Analizaremos entonces, los siguientes casos:

Caso 1: Autoestima

Caso 2: TDHA. (Trastorno por Déficit de Atención con Hiperactividad)

Como analizaremos, se trata de dos problemas cuya solución fue dada por medio de la utilización de la historieta. No se trata de problemas en los cuales se utilizó de forma obligada la historieta como una solución, sino de dos casos particulares seleccionados específicamente por las características de la información a difundir.

La forma en cómo abordaremos su análisis está dada por dos estructuras de información que nos permiten comprender el problema desde dos puntos de vista diferentes. La primera de estas estructuras es una serie de preguntas y respuestas que nos mostrarán un panorama general , la segunda contiene el desarrollo metodológico de acuerdo con los parámetros que manejamos en el capítulo 3.

Veamos a continuación como funcionan cada una de estas estructuras de forma detallada.

Proceso de análisis

Nuestro primer acercamiento al problema será por medio de preguntas con respuestas sencillas, con la finalidad de conocer el problema y sus diferentes aspectos, los más relevantes que debemos tomar en cuenta. Las preguntas serán generales y sencillas, siendo las siguientes:

- ¿Cual es el Problema?
- ¿Donde se da el problema?
- ¿En qué consiste la solución propuesta?
- ¿A qué público está dirigida nuestra solución?
- ¿Con qué recursos?
- ¿En cuanto tiempo?
- ¿Cuanto tiempo funcionará nuestra solución?

En cada uno de los casos se le dará respuesta a todas estas preguntas.

Desarrollo Metodológico

Previamente establecimos una metodología para el desarrollo de una historieta, así también, cuando hablamos sobre diseño gráfico, citamos aquella desarrollada por Bruno, Munari, la cual mostramos nuevamente:

1.- Enunciación del problema

- Análisis de necesidades
- Hacer una definición exacta del mismo

2.- Identificación de los aspectos y de las funciones:

- Analizarlos bajo dos aspectos; físicos y psicológicos
- Físicos: Respecto a la forma del objeto a proyectar. Dentro de este se hace una comprobación técnica y económica para ver si no ha sido resuelta total o parcialmente en otros casos.
- Psicológicos: Relación entre el objeto y el usuario. Aquí hacemos una comprobación cultural, histórica y geográfica, para ver si este aspecto ya ha sido abordado por otros pueblos en otros lugares.

3.- Límites

- Duración del objeto
- Economía
- Conocimiento de reglas o prohibiciones particulares
- Sobre formas y colores
- Sobre exigencias del mercado

4.- Disponibilidades Tecnológicas

- Materiales y técnicas determinadas con el fin de obtener el mejor resultado al mejor costo

5.- Creatividad

- La creatividad del diseñador ayuda a condensar en un objeto físico, solamente entonces aparecerá la forma global del objeto a proyectar, forma que el diseñador aceptará como lógica.

6.- Modelos

- Surgen de la síntesis creativa, se someten a examen de selección por parte de algunos tipos de usuarios. Se elige el más sencillo .
- El diseñador proyecta los detalles para llegar al prototipo

Estamos familiarizados entonces con la organización de esta metodología, y ya hemos presentado previamente las razones por las cuales la consideramos útil para la resolución de problemas visuales de diseño que involucran la historieta. Por ello esta será la que emplearemos en el desarrollo de los ejemplos en este capítulo.

Esta estructura metodológica, ya aplicada a los dos casos de análisis contiene partes en común que no es necesario repetir dentro de nuestro análisis, y por esta razón solo aparecerán en el desarrollo de el primero ejemplo, Aquellos pasos de la metodología que correspondientes a la definición del problema, identificación de aspectos y funciones y a los diferentes límites, estarán incluidos únicamente dentro del primer caso, mas la información será igualmente aplicable al segundo. Los siguientes pasos serán revisados independientemente.

Información aplicable para ambos problemas

Breve Información sobre problemas psicológicos infantiles para padres de familia y maestros

La Lic. en Psicología Doris Albarrán Ortiz como parte de su actividad profesional, se desarrolla como terapeuta brindando atención psicológica en personas de rangos de edad muy variables, no obstante, como un conocimiento derivado de su experiencia profesional, ha detectado problemáticas en determinados pacientes que se repiten con cierta constancia.

Durante el desarrollo de terapia en niños, a observado diversos problemas psicológicos, cuya relevancia es notoria por el número de casos presentados y cuyas causas y consecuencias radican en una medida importante en la falta de información en los padres y personas cercanas a los niños sobre la presencia de estos.

De entre los probables problemas, existen dos de ellos los cuales considera de especial relevancia. Estos son los relacionados con dos temas; el primero, la baja autoestima, y el segundo, el trastorno por el déficit de atención con hiperactividad. (TDA o ADD)

La baja autoestima en términos generales, es un problema presente tanto en niños como en adultos caracterizado por una deficiencia marcada en el amor propio, la cual se manifiesta por distintas conductas, que pueden variar entre la inseguridad sobre sus propias capacidades, y la manifestación de conductas violentas.

El Trastorno por el Déficit de Atención con Hiperactividad (ADD-ADHD, Attention Deficit Disorder - Attention Deficit and Hyperactivity Disorder) es el término específico para referirse a aquellas personas que comúnmente se denominan como «hiperactivas». A grandes rasgos, es caracterizado por la falta de concentración y el excesivo movimiento, que son dos de los síntomas más visibles.

El diagnóstico temprano permite su rápido abordaje y solución. Para ello es imprescindible el trabajo en equipo de pediatras, neurólogos, psicólogos, psicopedagogos, maestros, psicomotricistas y padres. (Gratch, 2001)

La importancia de tratar este problema desde temprana edad, radica en la posibilidad de que esta sea causa de otros problemas más severos, principalmente en la adolescencia.

Hasta hace poco se suponía que este trastorno desaparecía en la adolescencia. Hoy sabemos que si no se realiza el diagnóstico y tratamiento indicados, el 40% de los casos se manifiestan como formas residuales. Estas se hallan íntimamente ligadas a patologías adictivas y a otros trastornos de la impulsividad. (De hecho, las 2/3 partes de los actuales abusadores de sustancias han padecido el trastorno, diagnosticado o no). (Gratch 2001)

Tanto el problema de déficit de atención como el de baja autoestima son dos problemas notablemente diferentes entre sí, no obstante, en ambos casos, su control y detección

esta vinculada a la información que los padres y toda aquella gente que interactúa con niños tenga disponible. De igual forma, el éxito de la terapia realizada en los menores radica en la claridad con la que los padres o tutores entiendan la importancia y mecánica del problema, y su participación o relación con estos.

Igualmente, existe la posibilidad de que estos problemas que inicialmente pudieron atenuarse o atenderse adecuadamente teniendo la información oportuna, se hallan agravado a causa de esta misma desinformación.

Por estas razones, la Lic. Albarrán, ha participado en la promoción de información relacionada a estos temas desarrollando sesiones informativas. Igualmente considera los refuerzos de información escrita como una forma más sencilla de acercarse a la gente. Las sesiones referentes a esto temas en particular, se encuentran dirigidas a padres, familiares, profesores y en general a todas aquellas personas que conviven y se encargan de la formación y educación de niños.

Presentado este contexto, a continuación mostraremos el desarrollo paso a paso del proceso metodológico realizado para la resolución de ambos problemas. Comencemos entonces con los pasos comunes de la forma como ya hemos mencionado (pasos del 1 al 3).

Panorama General aplicado a ambos problemas

¿Cuál es el problema?

La Psicóloga Albarrán Ortiz requiere material didáctico de apoyo para la difusión de información referente al problema de la autoestima en los niños, ya que la información relativa a sus efectos y sus causas suele difundirla verbalmente. Requiere de un material que permita que los padres de un niño con baja autoestima dispongan de información de forma comprensible y práctica.

¿Dónde se da el problema?

La falta de información de los padres se manifiesta cuando los padres se encuentran fuera del consultorio y olvidan cómo debe ser el trato al niño con dicho problema.

¿En qué consiste la solución propuesta?

Consiste en crear un soporte tamaño carta doblado en forma de tríptico cuyo contenido, tratará el tema de forma secuencial (historieta) por medio de un ejemplo, el cual mostrará la información que el padre no debe de perder de vista.

¿A qué público está dirigida nuestra solución?

A padres de familia y tutores de niños con alguno de estos padecimientos.

¿Con qué recursos?

Recursos limitados a fotocopiado de imágenes en blanco y negro, y en un caso muy particular, a fotocopiado de imágenes en color. El número de copias en blanco y negro será mayor que el de color, imprimiéndose comúnmente las de blanco y negro para entregar a los pacientes, y las de color para casos especiales.

¿En cuanto tiempo se desarrollará el proyecto?

El límite inicialmente propuesto para el desarrollo de todo el proyecto es alrededor de 15 días

¿Cuanto tiempo funcionará nuestra solución?

Podrá seguir siendo fotocopiada y entregada durante un largo periodo de tiempo, ya que no presenta información relativa a fechas o situaciones temporales concretas. Estimamos su duración en aproximadamente un año como mínimo.

Desarrollo metodológico aplicado a ambos problemas

1.- Enunciación del Problema:

Análisis de las necesidades

La Psicóloga Bertha Doris Albarrán, realiza como parte de sus actividades profesionales, el desarrollo de pláticas informativas cuyo objetivo es orientar a padres de familia sobre problemas psicológicos comunes de la infancia. El fin de estas pláticas es, en suma, prevenir y detectar problemas psicológicos comunes en los niños, a fin de que estos sean tratados en sus etapas primarias, cuando es más sencillo.

Dentro de las pláticas, se utiliza material didáctico diverso como rotafolios y videos, además del apoyo de un pizarrón. Pese a ello, la psicóloga considera que, aunque las pláticas son efectivas, en algunos casos, en particular cuando ya se tiene detectado algún caso específico de algún niño que presenta síntomas definidos de algún problema, es necesario brindarle a la familia información concreta sobre cómo tratar al pequeño.

La información debe estar disponible de forma clara y comprensible. Es deseable que el padre de familia, el maestro o aquella persona que lo lea pueda identificarse de alguna forma, y así determinar su papel en el problema, si es que aplica. Al mismo tiempo, esta debe estar disponible para su consulta en cualquier momento, a fin de que los padres puedan recurrir a esta sin problema si desean resolver alguna duda.

Definición exacta del Problema:

De forma resumida, la necesidad central de comunicación a cumplir es la siguiente:

«Informar a todos aquellos que interactúan y participan de forma importante de la formación de un niño (principalmente padres de familia y maestros) sobre la existencia y trascendencia de dos condiciones psicológicas particulares, la baja autoestima y el déficit de atención e hiperactividad. Debe estar disponible de forma que estos puedan revisarla en el momento en que lo requieran para facilitar su comprensión»

2.- Identificación de los aspectos y de las funciones.

Aspectos Físicos:

Tomando en cuenta que el problema es mostrar información, y que esta se encuentre fácilmente disponible, una de las soluciones más comunes por diversas razones es la de presentar la información de forma impresa, ya que así puede consultarse de forma sencilla e inmediata, sin que sea necesario algún otro intermediario. Esta opción también es una solución viable desde el punto de vista económico, ya que tanto el proceso de impresión como el costo del papel no son de difícil adquisición.

Otra posibilidad de distribución de la información es por medios electrónicos, veamos:

Si en vez de un soporte impreso, recurrimos a una grabación sonora que explique (de una forma didáctica adecuada) la información a transmitir, requerimos que el público al que se encuentre dirigido disponga del reproductor adecuado para acceder a la información. Este simple hecho limita la disponibilidad drásticamente, ya que la condiciona a la presencia de elementos como la energía eléctrica, sea cual sea la fuente, y del medio para reproducir. Si por ejemplo, el padre de familia quiere retomar la información, dependerá de su disponibilidad del medio reproductor de la grabación.

Otra desventaja de este medio, es que si el padre desea retomar algún aspecto particular de la información, le resultará más difícil acceder al punto exacto donde la grabación trata de ese aspecto particular.

Estas mismas limitaciones técnicas aplican en el uso de cualquier medio que requiera de algún dispositivo intermediario eléctrico u electrónico, y dado que es un aspecto importante la disponibilidad inmediata, resultan poco prácticos, además de limitar su acceso a aquellos padres cuya posición económica los favorece.

Por otro lado, la producción y difusión por algún medio digital o de alta tecnología generalmente implica un mayor costo de producción para el distribuidor (en este caso para la psicóloga), quien proporciona los servicios, de recurrir a estos, el costo se por los servicios se elevaría.

Aspectos Psicológicos:

La localidad donde la psicóloga labora, se encuentra ubicada en la delegación Iztapalapa, en la ciudad de México. Esta, según el instituto de las mujeres del Distrito Federal es esta la demarcación con el nivel promedio de educación más bajo:

Las mujeres residentes de Coyoacán, Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc tienen en promedio el primer año de educación media superior y los hombres el segundo, en el caso de Tláhuac, Iztapalapa y Milpa Alta los promedios de estudios son bajos ésta última tiene el menor promedio con un equivalente al 2 año de educación secundaria (INMujeres D.F. 2007)

De igual forma, presenta un importante problema de analfabetismo:

Iztapalapa le corresponde el primer lugar con 133 mil 269 personas que no han recibido instrucción educativa, 5.7% en mujeres y 3.0% en hombres. En el DF, de cada 100, 32 mujeres no concluyeron su educación básica y solo 28 hombres de cada 100. (INMujeres D.F. 2007)

Los porcentajes (5.7 y 3.0)refieren sobre el total de los habitantes del Distrito Federal, mayores de 15 años.

Esto nos hace pensar que es muy probable que los lectores estarán menos familiarizados con un lenguaje técnico o muy formal.

No podemos precisar claramente el índice de lectura para esta demarcación, no obstante, tomando en cuenta el promedio nacional (2,2 libros *per capita* al año, determinado a partir del promedio de ventas en libros - *Confabulario, diciembre 2005*) aunado al nivel educativo particular, podemos estimar que es muy bajo. De igual forma no resulta fácil determinar cual es el tipo de lectura. Por una breve entrevista con voceadores y vendedores en puestos de revistas en algunos puntos cercanos al lugar de distribución del tríptico, sabemos que el mayor número de ventas lo tienen las revistas relacionadas con los espectáculos, y las novelas de bolsillo, como el libro vaquero (en un universo de alrededor de 20 títulos diferentes) después de los diarios. Este dato, al menos, confirma su familiarización con el lenguaje de la historieta.

3.- Límites:

Duración del Objeto

Una vez que la información ya fue entregada al padre de familia ¿por cuánto tiempo esta debe estar disponible para su consulta? El punto de vista sobre de la psicóloga sobre este punto es «el tiempo suficiente para que la persona que lea la información la asimile», entonces, la información debe estar disponible el tiempo suficiente para que los padres de familia o el lector al que le sea dado la comprenda, posiblemente después de revisarla algunas veces. Comúnmente, esta asimilación y comprensión del panorama del problema va aumentando con el transcurso del tratamiento del menor. Después de pocas consultas, los padres o tutores van requiriendo de información cada vez más avanzada y por tanto la inicial ya no resulta útil. Dependiendo del problema, las consultas

pueden darse cada semana, o cada quince días. Puede decirse que, dependiendo de la constancia de los padres en el seguimiento del problema, la información básica pierde vigencia a un tiempo no mayor a algunos meses.

Economía

La psicóloga presta sus servicios por medio de un dispensario médico, es decir, por una asociación cuya característica principal es la de brindar servicios de salud a un costo accesible para familias de bajos ingresos, apoyados en las facilidades otorgadas por una asociación religiosa.

Conocimiento de reglas o prohibiciones particulares, sobre formas y colores

No encontramos ninguna limitación sobre el uso de algún elemento gráfico, más allá de los que supone la moral y las buenas costumbres, tomando en cuenta el público objetivo.

Sobre exigencias del mercado

Cabe mencionar que este mensaje impreso no será comercializado de forma alguna. De igual forma el dispensario Médico por la naturaleza de su razón social, no compite con otras instituciones de la misma naturaleza.

Entonces, en este sentido, no encontramos alguna limitación en particular.

4.- Disponibilidades Tecnológicas

Tomando en cuenta las limitaciones económicas, el panorama de procesos de impresión se reduce considerablemente, dejando fuera procesos de reproducción comunes a los tirajes largos, como el offset, y a los de varias sobreimpresiones, como la selección de color o la serigrafía. No obstante, la limitante económica nos permite el uso de sistemas de reproducción como el fotocopiado, que nos permite obtener un nivel de calidad y detalle adecuado, comparado con su costo. Es clara también la evidente limitación en cuanto al uso de algún suajado. No obstante, y dado que el proceso puede hacerse a mano, es posible la utilización de algún tipo de doblez.

Por otro lado, e igualmente considerando las limitaciones económicas, existe la posibilidad de reproducir un formato en color por medio de una impresora común de inyección de tinta. Esta opción es considerada puesto que el material impreso en color puede resultar aun más llamativo que el impreso en blanco y negro. Aunque, desgraciadamente, su producción al ser más costosa su reproducción se limitaría a casos de necesidad específicos.

Dialogando con la psicóloga, hemos acordado probar con la producción en color aunque, muy probablemente el número de ejemplares reproducidos en color sea menor. siempre existirá la posibilidad de fotocopiarlo.

CASO 1: Proyecto Autoestima

El tema de nuestro primer tríptico a desarrollar es la difusión de información sobre problemas de autoestima infantil. Los siguientes puntos están enfocados principalmente en el proceso de elaboración de la historieta y su adaptación hasta el soporte final. Observemos:

5.- Creatividad

Dentro del proceso de diseño que hemos estado desarrollando, el penúltimo de los pasos a considerar es el de la creatividad. Dentro de este se incluyen las consideraciones particulares de la creación de cada diseñador en particular, así como la selección de recursos visuales, su estructuración y la forma particular del mensaje.

Es importante mencionar que la historieta era una forma de resolución que consideramos adecuada para este problema, y no estamos tratando de resolver un problema forzosamente mediante el recurso de la historieta.

Una vez hecha esta aclaración, y como parte del desarrollo ilustrativo del proyecto, mostraremos el desarrollo de la historieta, que se englobará como subproceso de este punto, referente a la creatividad, del proceso de diseño.

A modo de guía, presentaremos los pasos de un método que mostramos en el capítulo 2 (ver página 104: Una Metodología sugerida, pasos generales) para el desarrollo de una historieta.

- A- Contemplar las limitaciones técnicas
- B- Elaboración de un argumento a partir de una idea
- C- Elaboración de un guión
- D- Esquematización de lo presentado en el guión o Story Board
- E- Bocetaje.
- F- Documentación
- G- Elaboración de originales

Este es el proceso por pasos, del desarrollo del tríptico cuya temática es la autoestima, y cuyo medio principal de transmisión de información es la historieta:

A) Contemplar las limitaciones técnicas y prácticas.

Ya antes hablamos sobre limitaciones técnicas, y mencionamos el blanco y negro derivado del procesos de fotocopiado como principal limitante dentro del desarrollo de las imágenes, no obstante mencionamos también que el original se elaboraría en color, pues existe la posibilidad en el futuro de que este material sea reproducido con esta característica.

El proceso de coloreado y maquetado será mediante una computadora, y, aunque técnicamente, el programa de elaboración no ofrece limitaciones en colores y formas, debemos mencionar que para su reproducción, cuando esta sea en color, no se utilizarán tintas directas o selección de color, (por razones económicas, como ya mencionamos) esto nos impide contemplar la posibilidad de usar colores de la gama de metálicos o neón, o cualquier otra que requiera una impresión especial.

Aunque el original será en color debemos de tener presente que la imagen debe de tener un contraste adecuado entre formas y colores para que pueda ser impresa mediante fotocopias, sin perder su mensaje.

El formato en el cual será reproducido en cualquier caso será en tamaño carta, por tanto, no podemos extendernos a un espacio mayor a este. No se seleccionó el tamaño oficio igualmente por razones económicas

Al ser un tríptico tenemos entonces la posibilidad de dividir el formato en 6 páginas. No se seleccionó el díptico por la limitación de páginas a solo 4. Esto hace que cualquier historia que pensemos en desarrollar, debe hacerse en este número de páginas.

Sobre las limitaciones del dibujante, el argumento debe de poder ser representado por el dibujante. En este caso, el dibujante es la misma persona que crea el guión. Cuando se presenta esta situación es más fácil para el creador del argumento valorar sus propias habilidades representativas y adaptar su mensaje a esta capacidad.

B) Elaboración de un argumento a partir de una idea

En este punto es donde determinamos que tipo de historieta vamos a desarrollar, y el problema que nos servirá de medio para dar a conocer el tema. Es importante establecer un problema, o una situación de la vida real que resolver, para mantener el interés.

El tema que debemos abordar es la autoestima. La gente a menudo convive con personas que tienen baja autoestima, esta es un problema común en una determinada parte de la sociedad mexicana. Este problema inicia en los círculos más cercanos a los niños, como son la escuela y el hogar, y esta es la razón por la cual está dirigido a padres y maestros, como previamente mencionamos.

Como se trata de un problema que se puede conocer con cierta facilidad, podemos utilizar un ejemplo comparativo de la vida real.

Nuestro ejemplo de problema de autoestima entonces, se desarrollará utilizando a una familia con este padecimiento.

Los problemas de autoestima, en los niños que los padecen, se transforman con el paso del tiempo en otros problemas que los afectan directamente, como la inseguridad en sus propias capacidades, y la violencia como forma para resolver conflictos.

Por esta razón, mostraremos el desarrollo de una familia, que ha desarrollado un problema de autoestima en su hijo, y cómo es que este altera su conducta conforme va creciendo.

C) Elaboración de un guión

Hasta este punto, sabemos que la forma en como nos aproximaremos hacia la representación del tema de la autoestima es por medio de la representación del origen de esta y de las consecuencias hacia futuro de ella. También hemos determinado que utilizaremos la -supuesta vida de una familia - para ejemplificar estas acciones.

En este paso, la elaboración del guión, debemos refinar es te concepto y ensamblarlo en forma de una historia, que permita su desarrollo lógico y que ha su vez se compla el objetivo de informar sobre el problema de la baja autoestima.

Esta es, la forma en como se desarrollará de forma precisa, la historia que nos informará sobre las causas y consecuencias de la baja autoestima, considerando su temporalidad, y que esta debe ser desarrollada en 6 páginas. Aquí el guión presentado y aprobado:

Había una vez un niño llamado Ramiro, cuyos padres, - para poder presionar a su hijo a hacer lo que ellos consideraban mejor para el,- utilizaban métodos que dañaban su autoestima. El padre, amenazaba a su hijo y se imponía por fuerza física, la madre, por su parte, utilizaba el chantaje emocional. No lo hacían conscientemente, sino como una conducta aprendida de la forma en como sus propios padres los educaron. Conforme Ramiro va creciendo, la falta de autoestima fomentada por sus padres se ve reflejada en sus acciones, y él termina comportándose igual. Al final se plantea una reflexión sobre la importancia de preocuparse por la autoestima de los hijos.

D) Esquematización de lo presentado en el guión o Story Board

Este es el esquema con el cual se desarrollarán y distribuirán la historia en diversas viñetas a lo largo de las 6 páginas disponibles. El objetivo de la esquematización es, desarrollar la temporalidad de la historia, **plantear la información que se comunicará visualmente** y adaptar la historia al formato definido

La razón por la cual no se desarrollaron las viñetas de forma individual como parte del Story Board, es por el tamaño de las páginas. En algunos casos solo contienen una viñeta y por tanto resultaba más conveniente abocetar todas las viñetas en el conjunto completo del tríptico.

Considerando todos estos factores, hemos desarrollado este guión:

Título: ¿Estoy Dañando la Autoestima de mi hijo?

Pág. 1

Didascalia: Erase una o varias veces, una familia muy particular

Viñeta 1

Didascalia: *Donde mamá, para tratar que su hijo la obedeciera, usaba el chantaje emocional...*

Mama: *Ves como me sacrifico por tí y no te importa.*

Descripción: Madre en medio plano, enfatizando su rostro y su forma de vestir.

Viñeta 2

Didascalia: *Y el recurso de papá, era infundir el miedo y amedentamiento para que hiciera "lo que era mejor para él"*

Padre: *¡No tengo porque darte explicaciones! Lo haces porque te lo ordeno y punto...*

Descripción: Papá en el mismo medio plano que la madre, mostrando igualmente su rostro y forma de vestir hasta la cintura.

Viñeta 3

Didascalia: *Y su hijo era desdichado*

Hijo: *No mamá, si yo te quiero mucho. Si papá, ya lo hago ahora mismo...*

Descripción: El hijo en picada. Su rostro está en primera plano mostrando temor. Tiene las manos juntas.

Pág. 2

Viñeta 1

Didascalia: *No es que no quisieran a su hijo, solamente no sabían otra forma mejor de educarlo.*

Madre: *Ramirito ¿Porqué no cuidas tu uniforme? Me la paso todo el día trabajando ¿Qué crees que no me canso?*

Padre: *¡Como puedes ser tano cochino! ¡No hagas que vaya y te enseñe!*

Descripción: Se ve a Ramiro (el hijo) con el uniforme de la escuela lleno de tierra, la madre con un trapo en la mano, señal de que estaba lavando, y al padre, desde otro lado, observando televisión mientras amenaza a su hijo con el cinturón en la mano.

Pág. 3

Viñeta 1

Didascalia 1: *Sin darse cuenta, habían causado un grave daño a Ramiro, haciéndolo causa de su sufrimiento, y víctima de sus frustraciones...*

Didascalia 2: *Que terminaron por repercutir en la forma en cómo Ramiro se percibía a sí mismo, y por consecuencia en su amor propio (autoestima)*

Descripción: Ramiro se encuentra de pie, en medio plano. SU rostro refleja incertidumbre. Lo rodean las frases que a menudo escucha y que dañan su autoestima.

Pág. 4

Viñeta 1

Didascália: *Con el paso del tiempo, esto hizo que Ramirito tuviera una baja autoestima y que para algunas cosas fuera inseguro.*

Maestro: *Ramiro, eres bueno, ¿Porqué no entras al concurso Nacional?*

Ramiro: *No profe, no creo ser tan bueno como para concursar en algo.*

Descripción: El maestro le enseña a Ramiro una convocatoria para un concurso de matemáticas entusiasmado, mientras Ramiro lo observa sin interés.

Viñeta 2

Didascália: *Y para otras, violento:*

Ramiro: (símbolos que denotan malas palabras)

Pág. 5

Viñeta 1

Didascália 1: *Ahora Ramirito se ha convertido en papá y probablemente repetirá en sus propios hijos los mismos patrones de conducta de sus padres...*

Didascália 2: *Y no es que no quiera a sus hijos, es solo que no conoce otra forma de educarlos... y el ciclo se vuelve a repetir una y otra vez*

Pág. 6

Viñeta 1

Didascália 1: *No hasgas de tu hijo otro Ramirito, y preocúpate por su autoestima, ya que de ella depende en mucho su futuro...*

Didascália 2: *Si detectas un problema de autoestima en ti o en tu hijo, no dudes y busca asesoría profesional. Tu haces la diferencia rompe ese ciclo para vivir mejor.*

Descripción: Se observa a Ramirito con un rostro de seguridad, y su padre y madre, felices. Mostrándose afecto.

Se deja un espacio para colocar los datos de localización de la ayuda Psicológica.

El guón presentado es el resultado de una serie de revisiones y correcciones, en conjunto entre el diseñador y el psicólogo quien supervisó el contenido y lo adecuó para que la información presentada este apegada al padecimiento real.

Este guión de historieta contempla la utilización de las seis páginas, es decir, no se ha dejado ninguna de ellas sin contemplar. El diseño gráfico y la forma en cómo se integrarán los textos y las viñetas se abordará en la parte del bocetaje.



Aspecto definitivo de los personajes en la pág. 1. El tipo de ojos del padre fue cambiado intencionalmente para evitar confusión entre los personajes.



El padre de Ramiro, un padre malvado que obliga a su hijo a hacer las cosas por medio de la fuerza.



Este, el personaje principal, "Ramirito" un niño retraído a causa de un problema de baja autoestima.

E- Bocetaje y F- Documentación

Hemos decidido presentar en conjunto el proceso de bocetaje y documentación con la finalidad de ilustrar mejor la construcción y desarrollo de las imágenes, Desde la primera idea hasta el aspecto definitivo, después de haber incluido la documentación, que consiste en la revisión de información de diferente naturaleza con el fin de crear representaciones efectivas.

Para la documentación sobre la forma de vestir y las características físicas de los personajes, recurrimos a la observación de la gente en la vida real. Al mismo recurrimos a aquellos elementos que hablan sobre el carácter de los personajes (mismos que revisamos en el capítulo 2).

La apariencia física de los personajes, su actitud corporal, la expresión de su rostro y toda clase de detalles se realizan pensando en la forma en como estos reflejan aspectos sociales, culturales y sobre la personalidad de los personajes. Por ejemplo, la apariencia general del padre corresponde a la apariencia de alguien descuidado de su persona, y como otro ejemplo, el delantal de la madre es para presentarla como un ama de casa.

Cabe destacar que este diseño, fue el presentado originalmente, mismo que fue modificado hasta lograr una mejor expresividad, y una mejor diferenciación de los personajes, específicamente el padre y el hijo, Ramirito, quien posteriormente aparecería de adulto, por lo cual resultaba necesario marcar este aspecto.



La madre de Ramido, se caracteriza por victimizarse sobre todo lo que le sucede.

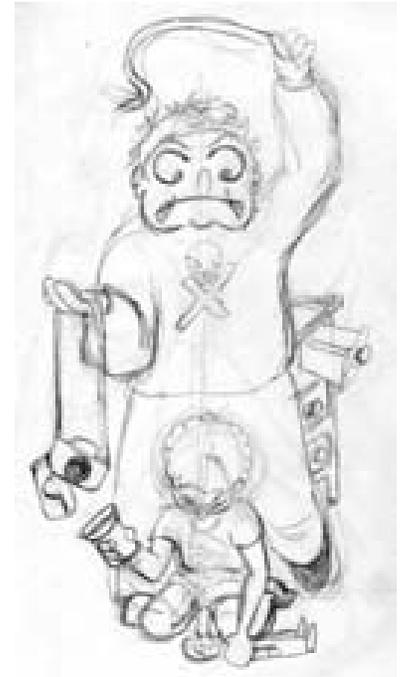
En las siguiente página, podemos observar una de las disposiciones finales del anverso y reverso del tríptico, con los bocetos de prácticamente todas las viñetas. Estos fueron elaborados a lápiz, sobre una hoja de papel bond tamaño carta.



Lucía originalmente la viñeta de la página 5. con el padre a la izquierda y el hijo a la derecha. Fue descartada por su simplicidad y falta de impacto.



Segunda Propuesta. El ángulo añade interés a la composición, pero aun no representa nada concreto.



Arreglo definitivo de la imagen. Se conservó el ángulo de frente, se adecuó al aspecto final del diseño de personajes, con un mejor impacto visual.

El contenido de los textos que aparece casi ilegible contiene en esencia, los mismos diálogos y disposición que en el guión antes presentados. Las variaciones entre el texto que existe entre estos bocetos y el guión definitivo radican en que el dibujo se hizo a la par del guión, y la disposición final de los dibujos y la del texto se hizo por separado. El ejemplo que deseamos representar, corresponde a una familia mexicana, de clase media, y por tanto, esta debe de lucir como tal.

Observamos que aunque el dibujo presenta trazos burdos, ya es posible definir las expresiones, las posturas y las relaciones entre personajes. Esto es importante, puesto que sin estos elementos, es decir, si el boceto inicial estuviera demasiado esquematizados, la posibilidad de variación con respecto al original sería mayor, y por tanto, al presentarlo al cliente, el grado de variación posible entre lo que este imagina y lo que se entregaría como producto final podría variar demasiado.

Además del desarrollo de los personajes, dos viñetas cambiaron drásticamente del planteamiento inicial: una es, donde Ramiro, ya como adulto, golpea a su hijo (ver ejemplo arriba). El otro caso, es aquella viñeta que representa el aspecto violento de la falta de autoestima (ver siguiente página).

El representar a un personaje violento presentó una particularidad. Era necesario vigilar que la representación definiera claramente que la actitud violenta es la forma en como el personaje principal, Ramiro, enfrenta problemas de la vida cotidiana. Otras personas diferentes a Ramiro reaccionan de manera diferente ante alguna situación, pero este, nuestro personaje se desenvuelve de esa forma.



Inicialmente, se pensó en representar la violencia por medio de un hecho simple. Aquí Ramiro ahorcaba un gato sin una razón clara y justificada.



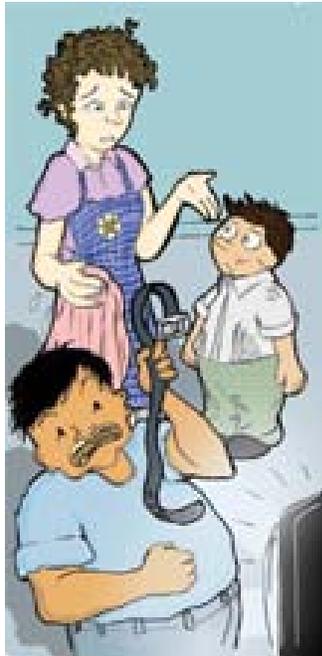
Segunda Propuesta. Ramiro se enfrenta a una situación cotidiana, aunque no hay una conducta violenta claramente mostrada,



Tercera Propuesta. Se escogió un ángulo y un encuadre que representaran mejor la situación, más aun no se muestra claramente la expresión de Ramiro, necesaria, pues la historia gira en torno a lo que el siente.



Cuarta Propuesta (y definitiva) La utilización de un encuadre que muestra como reelevante el rostro de Ramiro, y aun es comprensible el suceso.



Pág. 2 Después del proceso de entintado. Algunos errores en el trazado fueron corregidos posteriormente a la digitalización.



Pág. 2 Después del proceso de coloreado digital. Se aplicaron además luces y sombras.

Aspecto de la reverso del tríptico definitivo.

NO ES QUE NO QUIERAN A SU HIJO, SOLAMENTE NO SABIAN OTRA FORMA MEJOR DE HACER OBEDECER A SU HIJO (U OTRA FORMA DE EDUCARLO)

¿Por qué no cuidas tu infierno?

Me lo puse todo al día hoy mismo... ¿QUE DICES QUE NO ME CAIGO?

COMO PUEDES SER TAN COCCADO NO NATAS QUE VAM Y TE EDUCAR!

SIN DARSE CUENTA, HABIAN CAUSADO UN GRANDE DAÑO A RAMIRO, HACIENDOLO CAUSA DE SU SUFRIMIENTO, Y VICTIMA DE SUS OFENSAS Y FRUSTRACIONES...

FLOJO MALAGRADECIDO
CONSIDERADO LENTO
TONTO DESCUIDADO
RPE INCOME
ENSO COCHI
PABLE INSE
NÚTIL BOBO

QUE TERMINARON POR REPRESENTAR EN LA FORMA EN COMO RAMIRITO SE PERCIBIA A SÍ MISMO Y POR CONSECUENCIA EN SU AMOR PROPIO ((AUTOCUESTIMA))

CON EL PASO DEL TIEMPO... ESTO HIJO QUE RAMIRITO TUJERA UNA SANTA AUTOCUESTIMA Y QUE PARA ALGUNAS COSAS FUERA INSEGURO...

¡Dices, eres bueno, porque te entran al colegio normal!

No Profío, yo creo que son los buenos como para conseguir un día...

Y PARA OTRAS, VIOLENTO...

CASO 2: Proyecto TDHA. (Transtorno por Déficit de Atención con Hiperactividad)

Este transtorno, con mencionamos, se caracteriza por un marcado movimiento constante e interacción de los niños, al tiempo que presentan problemas de concentración en el desarrollo de actividades y falta de atención ante un regaño o una enseñanza, por ejemplo. El desarrollo de nuestro segundo ejemplo, estará asociado visualmente al primero, es decir, el diseño gráfico será integral.

5.- Creatividad

Continuaremos el desarrollo de acuerdo con la metodología de la historieta que ya hemos utilizado previamente. En este paso, la creatividad esta reflejada en el desarrollo de la misma, en elementos como el guión y el diseño de personajes entre otros. Los puntos que marca esta metodología desarrollados para este ejemplo en particular son los siguientes:

A- Contemplar las limitaciones técnicas y prácticas.

Ya antes hablamos sobre limitaciones técnicas, y mencionamos el blanco, el negro y la escala de grises obtenido del proceso de fotocopiado como principal limitante dentro del proceso de reproducción de las imágenes. Para este ejemplo en particular, se nos solicitó que por razones de tiempo sólo se elaborara el original para reproducción en blanco y negro.

En cuanto a limitaciones prácticas, no encontramos alguna externa. Existen aquellas derivadas de los procesos que se realizan para completar el tríptico, como son las habilidades de dibujo, las técnicas de coloreado, la organización visual de los elementos en el diseño gráfico del mismo. Cada una de ellas presenta limitantes intrínsecas al productor de la obra. En suma, nuestras limitaciones prácticas determinarán la calidad del producto final.

Nuevamente, nuestro formato será igual al del ejemplo anterior, es decir, un soporte de papel bond, tamaño carta doblado en tres partes iguales que, de igualmente conforman 6 páginas al plegarlo a modo de acordeón. Este formato es nuestra limitante de espacio.

B- Elaboración de un argumento a partir de una idea

Nuevamente nuestro argumento pretende crear algún vínculo de identidad con el lector. Por ello, retomaremos un ejemplo que les resulte cercano. Entonces nuestra historia se desarrollará en un entorno con la familia y escolar. Una de las principales consecuencias de este problema de conducta, es la falta de integración en la escuela. Muchos de los

niños con este padecimiento son expulsados constantemente, la causa principal de ello es la falta de información de los maestros, quienes consideran a los niños como «problemáticos» o mal educados. Al mismo tiempo, es común que los padres piensen que sus hijos son incorregibles o incontrolables, y que no existe solución a su problema.

Nuestra idea principal se centra en la representación de un niño problemático, tanto en el entorno familiar como en el escolar, a fin de mostrar posibles conductas que los padres y los maestros puedan reconocer en niños, y que, por consecuencia, tengan un referente sobre una posible causal de estos problemas.

C- Elaboración de un guión

Este es el guión que sirvió de base para el posterior desarrollo de nuestra segunda historia de 6 páginas:

Existe una familia que tiene problemas con su hijo porque este es muy inquieto y nunca atiende a lo que le dicen sus padres. Cuando este pequeño llega a la escuela, la maestra no puede controlarlo y amenaza con expulsar a su hijo de la escuela si no hacen algo para corregir su conducta. Entonces, es cuando deciden consultando un psicólogo. Este los orienta y los apremia por haber atendido el problema de su hijo en una etapa temprana y no en el futuro, cuando podría haber sido demasiado tarde.

D- Esquematización de lo presentado en el guión o Story Board

Igualmente que en el caso anterior, el bocetaje de las viñetas correspondientes se hizo por separado, en el formato de páginas para analizarlo en conjunto con la distribución general. Este es el guión obtenido:

Título: ¿Cómo son los niños Hiperactivos?

Pág. 1

Viñeta 1

Didascalia: Había una vez una familia con un niño muy travieso llamado Carlitos, ellos no lo sabían, pero probablemente podría tener TDA e Hiperactividad.

Carlitos: ¡Mira papá no me caigo!
Mama: ¡Pero que desorden!

Descripción: Carlitos juega sobre un sillón, al fondo se observa a su padre tratando de evitar que se caiga, mientras en primer plano se observa a mamá que se sobresalta por el desorden del cuarto.

Pág. 2

Viñeta 1

Didascália: *Y aunque mamá y papá se esforzaban por explicarle las cosas, era un trabajo muy difícil, ya que se distraía, y parecía no escucharlos.*

Madre: *Y así Carlitos, es como debes anudar tus agujetas...*

Carlitos: *¿Dónde esta mi gorra mamá?*

Descripción: La mamá esta hincada en el suelo, mostrando a su hijo cómo atar las agujetas, mientras que Carlitos mira en otra dirección y parece no hacerle caso.

Viñeta 2

Didascália 2: *No solo eso, tanto en casa como en la escuela, Carlitos tenía pilas para todo el día y más...*

Papá: (grito) *Carlitos, me vas a volver loco, ¡deja de darte tantas vueltas!*

Mamá: *Todos sus compañeros son más tranquilos, yo creí que se corregiría con la escuela, pero no ha pasado.*

Descripción: Carlitos se encuentra en un parque, dando vueltas en un volantín, mientras sus padres lo observan desde una banca (la cual no aparece a cuadro) su padre, de pie, le grita.

Pág. 3

Viñeta 1

Didascália 1: *Si, Carlitos tenía las 3 señales características de los niños hiperactivos, Primero, la falta de Atención...*

Maestra: *¿Cuántas Veces te he dicho que «casa» se escribe con «s»?*

Carlitos: *Chucho está haciendo la tarea ahorita, ¿no la va a revisar maestra?*

Descripción: En la escuela, la maestra reprende a Carlitos por su ortografía, al fondo se observa un pizarrón con la frase «la caza es bonita», Carlitos señala un punto fuera de cuadro, mientras observa tranquilo a la maestra.

Viñeta 2

Didascália 2: *También el movimiento constante y sin causa...*

Niña 1: *¡Deja de patear mi banca o le digo a la maestra!*

Descripción: Encuadre a los pies de Carlitos, pateando un mesa-banco frente a él, en el salón de clases.

Viñeta 3

Didascália: *Y por último, la impulsividad...*

Maestra: *El juego consiste en que te sientes cuando se detiene la música*

Carlitos: *¡Es que se tarda mucho maestra, y yo quiero ganar!*

Maestra: *Ya no te soporto, ¡Pórtate bien!*

Descripción: Se observa un salón de clases donde los niños juegan con sillas. Todos están de pie perplejos mirando a Carlitos, quien es el único sentado, La maestra se observa molesta observando a Carlitos.

Pág. 4

Viñeta 1

Didascalia: *Como el TDA y la Hiperactividad de Carlitos ya eran un gran problema, la maestra amenazó con expulsarlo, entonces fue que sus papás decidieron ir a buscar ayuda...*

Mamá: *Voy a ir a buscar un psicólogo*

Papá: *Voy a ir con mi compadre, el sabe de todo.*

Descripción: Se observan ambos padres, decididos a emprender una búsqueda mirando al horizonte.

Viñeta 2

Didascalia: *Y luego se reunieron para comparar resultados...*

Mamá: *El psicólogo dice que puede ser hiperactivo, que lo llevemos a una entrevista, y que si es necesario nos dará una nota para la maestra...*

Papá: *Mi compa me dijo que lo que necesitaba eran unos buenos correctivos ¡Y me presto su cinturón!*

Descripción: Se observa a la familia reunida en el comedor, comentando lo que habían encontrado. Carlitos esta al fondo, viendo el cinturón que su padre trae en la mano, mientras que su mamá lleva un plato a la mesa.

Pág. 5

Viñeta 1

Didascalia 1: *Afortunadamente decidieron ir con el psicólogo, quien los orientó sobre cómo educar y tratar a su hijo...*

Psicólogo: *Por el tipo de problema de su hijo, es probable que requiera medicamentos*

Mamá: *Todo sea por el bien de nuestro hijo.*

Descripción: Toda la familia, papá, mamá y Carlitos hablan con el psicólogo, en su consultorio.

Viñeta 2

Didascalia 2: *Y con el tiempo, la información y la dedicación...*

Mamá: ... y hasta que termines la tarea, sigues jugando, ¿Estas de acuerdo Carlitos?
 Carlitos: Si mama, estoy de acuerdo.

Didascalia 3: Lograron controlar el problema de Carlitos, y colorín colorado, este cuento se ha acabado.

Descripción: La mamá detiene su rostro de Carlitos mirándolo fijamente, al tiempo que le habla, Carlitos juega con unos juguetes en su cuarto.

Pág. 6

Viñeta 1

Didascalia 1: *Por cierto, el psicólogo de esta historia les quiere dar un mensaje...*

Psicólogo: *El Término médico de este padecimiento es TDAH (Transtorno por Déficit de Atención con Hiperactividad)*

- *El niño con TDAH no actúa con mala intención, simplemente no piensa en las consecuencias*

- *No es desobediente, sino que no pone suficiente atención y se le olvidan las cosas.*

- *Se irrita con facilidad porque es impaciente y porque acumula muchos castigos, que lo hacen estar ansiosos y estresado.*

Descripción: El psicólogo, en su consultorio, mira al lector afuera de la viñeta, al tiempo que habla dirigiéndose a este.

Se deja un espacio para colocar los datos de localización de la ayuda Psicológica.

Se coloca la leyenda - Si crees que tu hijo o hija presenta signos que indiquen un probable problema no lo dudes y busca ayuda, tu hijo lo vale.-

Fin.

E- Bocetaje y F- Documentación

En la página siguiente, podemos observar el bocetaje final del tríptico, conformado en su totalidad por viñetas, organizado con la distribución de lectura que tendrá al final, es decir, la primera página se encuentra en la tercera parte a la derecha de la hoja, justo al lado de la página 6, igual que en el caso anterior. Los diálogos y textos en los recuadros, casi ilegibles, corresponden en esencia al contenido final del formato.

Nuevamente, y por las mismas razones antes explicadas, abordaremos ambos pasos de manera conjunta.

El prototipo de familia para este caso, es muy diferente del utilizado en nuestro ejemplo anterior, donde los padres tenían características que reflejaban sus defectos y su negatividad. Para este caso, el de la hiperactividad, la representación de los padres no tratará de enfatizar alguna característica particular, ya que el problema no está vinculado directamente a alguna conducta de estos. Por otro lado, Carlitos, nuestro personaje central, es un niño que recién a ingresado a la escuela, por lo tanto su edad es alrededor de los 5 años, razón por la cual es fácil suponer que sus padres son jóvenes aun.



Carlitos.- Diseño original del personaje. Fue descartado, pues su apariencia no se asocia con la de un niño hiperactivo, además de que sus facciones son serias.



Padres de Carlitos (Izquierda). Su apariencia final no varió mucho respecto de su diseño original.



Maestra. Este es el primer boceto del personaje, no fue utilizado ya que su apariencia debía ajustarse a una personalidad más intolerante. De acuerdo con el guión.



Maestra. Tercer diseño. Este es el previo al que se utilizó de forma definitiva. Gradualmente su apariencia se acerca al estereotipo de una persona malhumorada.



Boceto en el cual la historia es contada en un orden diferente. En este caso comenzando por la maestra y sus problemas con Carlitos, quien previamente tenía el nombre de Juanito.



Segunda propuesta sobre un posible comienzo de la historieta con la maestra y Carlitos. Nótese que la parte que ya se tenía definida, no se redibujó.



Boceto correspondiente a la segunda página de una versión inicial sobre la historia comenzando por la maestra y Carlitos, que también fue descartada.

A diferencia del caso anterior, el diseño definitivo de los personajes no tuvo, a excepción de la apariencia final de la maestra variaciones significativas.

Estos son los bocetos iniciales dentro del proceso de creación de personajes: Aún cuando ya se tenía la idea de lo que se deseaba contar, el orden de los sucesos en la historieta, y consecuente la organización de las viñetas, estuvo organizada de diversas formas. Uno de los arreglos ensayados fue comenzando a contar la historia en el punto donde la maestra tiene un problema con Carlitos, del cual se desarrollaron dos posibles viñetas:

Finalmente, se optó por comenzar la historia con los padres de familia en la portada, pues consideramos que la situación inicialmente representada podría generar una identidad mayor con los padres de familia si podían asociar su situación de alguna forma a la presentada. y así, adentrarlos en un relato donde podrían sentirse identificados desde el inicio.

Otra de las variaciones importantes, fue en las últimas páginas. En un principio se pensó que uno de los personajes, el psicólogo, sería representado por un hombre de alrededor de 50 años, con una apariencia seria. Esta idea se dejó del lado a sugerencia de la psicóloga, quien considero que, dado que en la vida real a la persona que tenían que identificar como psicóloga era ella, y por tanto, sería deseable que este personaje fuera mujer. Entonces, la variación de la viñeta se realizó de la forma arriba mostrada.



Diseño previo al definitivo de las páginas 5, 6 y 1 respectivamente. El orden corresponde a la forma de impresión previo al doblez.



Boceto final de las páginas 2, 3 y 4 en orden respectivo.



Boceto inicial de la primer viñeta de la página 5. Podemos observar al fondo el aspecto inicial del psicólogo.



Delineado en tinta de la viñeta final, muy similar en su aspecto inicial.

Aunque hubo variaciones en otras viñetas, fueron menos significativas que las antes mencionadas. Después de haber determinado el aspecto final de todas, se continuó con el proceso de entintado en el cual se utilizaron plumillas de distintos grosores y tinta china color negro.

El último paso, fue la digitalización con la cual se le agregaron tramas de grises, igualmente añadiendo luces y sombras. El proceso de acabado por medio de tonos en blanco y negro, corresponde a la diferencia evidente que existe entre el aspecto final entre el terminado en color y después fotocopiado, y el que desde sus inicios fue realizado en blanco y negro.

G- Elaboración de originales

Una vez entintados los originales, y añadidos contrastes, luces y sombras por medio de la escala de grises, el último paso fue la incorporación de elementos de diseño gráfico, como el título y los datos de localización de la psicóloga.

El texto de los globos y didascalias, aunque en un principio se pensó en elaborarse de forma manual, la falta de legibilidad obligó a la incorporación de textos de forma digital.

Con esta imagen, concluimos el desarrollo del proceso de diseño y de elaboración de historieta correspondiente a nuestro segundo y último ejemplo.

¡FORTUNADAMENTE, DECIDIERON IR CON EL PSICÓLOGO QUE EN LOS ORIENTÓ SOBRE CÓMO EDUCAR Y TRATAR A SU HIJO.

PODRIE SER EL PROBLEMA DE SU HIJO. LE PRECISO SU PROBLEMA INCONDUCTIVO.

TODO SERÁ POR EL BIEN DE NUESTRO NIÑO.

Y CON EL TIEMPO LA INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN.

¿TIENE QUE TRABAJAR SI QUIERE SER ASISTENTE DE SU CUERPO CARIÑO?

Y HAY QUE SER CLAROS.

¡JUNTAMOS CONTROLAR EL PROBLEMA DE CARLITOS Y COLABORAR CALORADO. DEJO TRABAJO DE SU MAMA.

POR CIERTO, LA PSICÓLOGA DE ESTA HISTORIA LES QUIERE DAR UN MENSAJE.

El síndrome médico de este padecimiento es TDAH (Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad).

- El niño con TDAH no actúa con mala intención, simplemente no piensa en las consecuencias.
- No es mentiroso, a veces miente para evitar castigos.
- No es desobediente, sino que no pone suficiente atención y se le olvidan las cosas.
- Se irrita con facilidad porque es impaciente y acumula muchos castigos que lo hacen estar ansioso y estresado.
- El maestro puede ayudarlo a controlar su comportamiento inapropiado, pero deberá también existir alguien cuando logre portarse bien.

Para conseguir que preste atención a lo que se le dice: Hacer que nos mire a los ojos, hablarle suavemente pero con firmeza y luego hacer que repita lo que le hemos dicho.

DISPENSARIO MÉDICO SOCIAL
 Lic. Doris Albarán Ortiz
 Psicóloga y neuróloga
 Int. Ma. Quintero e Indiofera 7101 Col. Parque San Juan Imastapa Tel: 56127887
 Cel: 544 1282 9809

Si crees que tu hijo o hija presenta signos que te indiquen un probable problema no lo dudes y busca ayuda. Tu hijo lo vale.

¿CÓMO SON LOS NIÑOS HIPERACTIVOS?

HABIA UNA VEZ UNA FAMILIA CON UN NIÑO MUY TRÁBILO LLAMADO CARLITOS. ELLOS JAMÓ LO SABIAN PERO PODIA TENER TDA E HIPERACTIVIDAD.

MI PADRE NO ME QUIERE.

MI PADRE QUERÍA QUE YO ME SACARA DE SU CASA PARA QUE YO PUEDERA SER UN BUENO NIÑO.

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

Y CARLITOS Y PAPA SE DISCORDAN POR COMO DEBE SER LAS COSAS. UNO UN TRABAJO MUY DIFÍCIL. Y EL OTRO EL DEBERIA Y PAPA NO QUERÍA QUELO.

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

NO SÓLO EN EL TIEMPO EN CASA COMO EN LA ESCUELA CARLITOS TENIA PAPA PARA TODOS EL DIA Y PAPA.

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

DE CARLITOS TENIA LAS Y SÍMBOLOS CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS HIPERACTIVOS. PROBLEMA LA FALTA DE ATENCIÓN.

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

TRABAJA EL PERFORANTE CONSTANTE Y EN CASA.

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

Y POR ULTIMO LA DISCIPLINA.

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

COMO EL TDA Y LA HIPERACTIVIDAD DE CARLITOS YA ERAN UN GRAN PROBLEMA. LA PAREJA APRENDIÓ CON CALIDAD UN MÉTODO QUE LES SU PAPA DECIDIERON BUSCAR AYUDA.

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

Y LUEGO SE REUNIERON PARA COMPARTIR RESULTADOS.

¿POR QUÉ ME QUIERE SI YO SOY UN BUENO NIÑO?

Original correspondiente a las páginas 2, 3 y 4 respectivamente.

Original en Blanco y Negro de las páginas 5, 6 y 1 respectivamente. Notese la variación del texto con respecto al original, al igual que el volumen generado por las luces y sombras.



Después de haber aplicado tramas digitales a las imágenes entintadas, Notese que el texto a mano no tiene un a legibilidad aceptable.

CONCLUSIONES

En base al desarrollo de los ejemplos anteriores, es posible tener una idea de cómo es el proceso de desarrollo de una historieta con una finalidad particular, o al menos, presentar uno de los posibles caminos en el desarrollo de una historieta con un mensaje predeterminado orientado a un fin diferente del únicamente distractivo.

Técnicamente, podemos observar algunas variaciones respecto a nuestra metodología inicial, en particular, en aquella utilizada para la creación de la historieta. Si bien textualmente esta dispuesto un orden, en la práctica fue necesario ajustarla, como por ejemplo, cuando desarrollamos el Story Board, en donde no incluimos las viñetas en su estructura, por resultar más práctico el organizar las páginas dentro del formato.

Otro punto donde la metodología planteada fue modificada se encuentra en el desarrollo de personajes, los cuales, aunque se determinaron inicialmente, fueron objeto de modificaciones en varios momentos posteriores, incluso cuando ya se tenían todos los otros elementos definidos, como fue el caso del personaje de Ramirito o el de la psicóloga.

Estas modificaciones o adaptaciones en la metodología son válidas, pues, como mencionamos previamente, cada autor y dibujante puede utilizar y adaptar una metodología para hacerla propia. Lo importante dentro del desarrollo de esta, es la organización y proceso sistemático de la información, a fin de efficientar su proceso. No es entonces, determinante, el apego literal al desarrollo de unos pasos determinados, mas si es importante entender su función y esencia.

Por otro lado, no resulta fácil evaluar la efectividad del material producido, en el caso de ambos soportes, ya que su distribución se realiza de forma esporádica. Pese a ello, en conversaciones posteriores con la Psicóloga Berta Albarrán, nos indica que la respuesta del público ha sido favorable, pues considera que la los pacientes parecen comprender mejor la información así presentada, que cuando solamente se les proporcionaba de forma textual.

Presentadas estas conclusiones, damos por concluido lo referente a la ejemplificación del desarrollo de una historieta con un fin, en ambos casos, didáctico, concluyendo a su vez la presentación de información relativa a la utilización de la historieta como un recurso de comunicación útil para el diseñador gráfico, finalmente presentaremos las conclusiones generales al respecto del conjunto de esta tesis.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

Sobre los padecimientos psicológicos:

Luis Oscar Gratch **"El trastorno por déficit de atención (ADD-ADHD)"** Editorial Médica Panamericana Enero de 2001

Entrevista con la Lic. Bertha Doris Albarrán Ortiz

Internet:

Transtorno por Déficit de Atención - <http://www.monografias.com/trabajos16/deficit-de-atencion/deficit-de-atencion.shtml>

Autoestima Infantil - <http://www.guiainfantil.com/salud/autoestima/index.htm>

Estadísticas Educativas: <http://www.inmujer.df.gob.mx/numeralia/educacion/estadisticas.html>

Estadísticas de Lectura en Iztapalapa: <http://www.eluniversal.com.mx/graficos/confabulario/03-dic-05.htm>



CAPITULO 6

Conclusiones Generales

Una vez presentada toda la información referente a nuestro tema, retomaremos aspectos importantes y mostraremos un panorama general final.

CONCLUSIONES GENERALES

Nuestro objetivo general en esta tesis, es la de servir como un referente sobre el tema de la historieta aplicada a otros usos diferentes del habitual, que es puramente distractivos.

Para ello, en las páginas anteriores revisamos información enfocada en los diferentes aspectos de un mismo concepto: el de la historieta.

Dentro de este capítulo, como aciertos, no podemos pasar por alto que el conocimiento del lenguaje de la historieta ayudó en gran medida a enriquecer los encuadres, las escenas, el diseño de personajes, su expresividad, la economía textual en los globos de diálogo, y la elaboración del guión y otros aspectos relacionados. Respecto a las deficiencias, es de notar que la calidad de los acabados en ambos casos es poca. Tanto en el delineado del dibujo, como el coloreado y las composiciones. No obstante entendemos que esto está vinculado tanto a la práctica como a la experiencia, y que si bien en el campo profesional es deseable contar con ambas, también existen los principiantes.

Continuando con las deficiencias, la tecnología también juega un papel importante, pues puede generar imágenes de gran calidad, siendo producidos de forma sencilla, y es gracias a su apoyo que algunas deficiencias, como las referentes al trazado de imágenes en tinta, por ejemplo puedan ser superadas.

La historieta, tiene ventajas como su atractivo visual y su facilidad de lectura, y por otro lado, también es cierto que en muchos casos, su aplicación requiere de un esfuerzo por arriba de lo común para la producción de un soporte así, ya que requiere un volumen mayor de material muchos casos, al igual que la contratación de un ilustrador u otra persona (aunque también es cierto que muchas veces no es así) que pueda desarrollar este lenguaje de forma efectiva, como pudimos observar en los ejemplos. También es cierto que la producción de un soporte de historieta, por todo lo anterior requiere una inversión económica mayor, razón por la cual muchas veces solo las grandes empresas, como los laboratorios médicos y las cadenas de tiendas departamentales acceden a la producción de material de esta naturaleza.

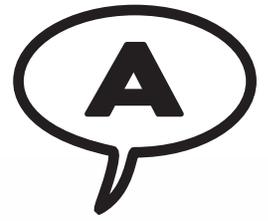
Como contraste, también observamos que un gran número de los formatos encontrados igualaban o no rebasaban el tamaño carta. Este formato, accesible para la gran mayoría de las personas, puede, como observamos en los desarrollos de ejemplos del capítulo cinco, transformarse en una historieta. Para que esto suceda, percibimos, son necesarias al menos dos cosas: una de ellas es el conocimiento y dominio del lenguaje que deseamos desarrollar, objetivo al cual está orientado este texto. La segunda, es la habilidad propia o de alguien más, para realizar las viñetas.

Incluso con unas habilidades limitadas como dibujante, se puede tener éxito expresándose por este medio, como pudimos ver en el capítulo cuatro, al revisar el ejemplo del medicamento "Oxal", donde ni la repetición de encuadres y posiciones de los personajes evitaron su comprensión o limitaron sus objetivos.

Existen muchos métodos para elaborar una historieta, y cada diseñador o dibujante adopta o desarrolla aquel que considera le facilita o simplifica la labor. No existe una receta única, y aunque aspiramos a crear una metodología generalizada, entendemos que en la práctica puede tener muchas variaciones.

Finalmente, aunque una historieta puede resultar atractiva, independientemente si está bien dibujada, o este realizada en color, o si el mensaje está desarrollado correctamente, puede no ser el medio efectivo, si por ejemplo, puede transmitirse el mismo mensaje de forma efectiva y en menor tiempo de otra forma, como por ejemplo textualmente.

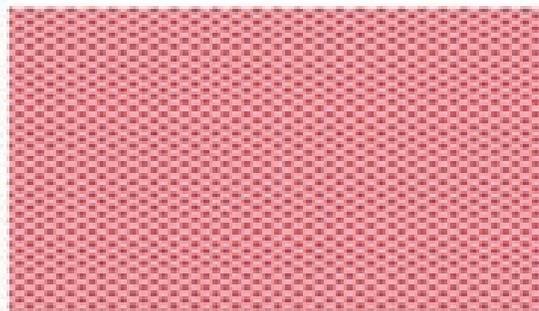
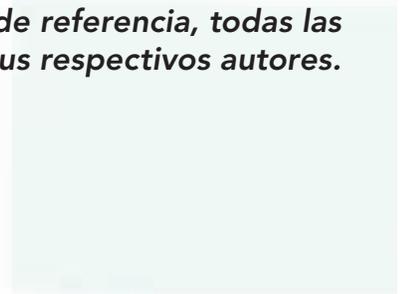
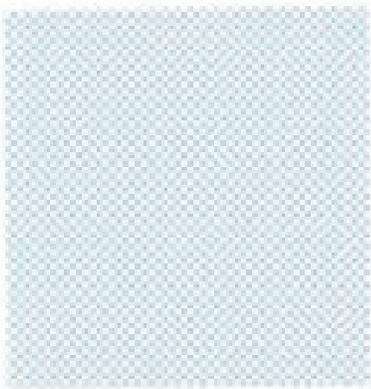
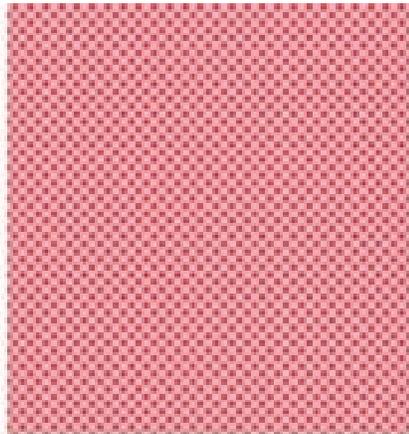
Así entonces, aunque siempre es posible ampliar un tema, hemos tratado de incluir, en esencia, todos aquellos que consideramos importantes para el desarrollo de esta. Organizamos la información apegados al principio de orientación de lo general a lo particular, y complementamos con una diversos ejemplos, Así también, y con la intención de poner un ejemplo práctico, incluimos el desarrollo de dos historietas en trípticos. No resta más que agradecerle amablemente el haber consultado este proyecto.



ANEXO

Material recopilado utilizado en los capítulos 4 y 5

Este material es únicamente de referencia, todas las imágenes son propiedad de sus respectivos autores.



MATERIAL DE REFERENCIA DEL CAPÍTULO 4

Este anexo contiene ampliaciones del material visual de ejemplo que hemos referido en el capítulo 4.

- 2 de julio ¡El cambio en México ya nadie lo para! - solo aparecen las primeras dos páginas
- ¿Qué son las ITS? - completo
- ¡La historia de amor más grande del mundo! -completo
- Cuando el hambre llama ¡llama!- completo
- Dime como vives y... te diré que enfermedades tienes.- completo
- Cuando los Peores Enemigos Juegan Sucio- completo



¡El cambio en México ya nadie lo para! pagina 2.

Otro día más de incertidumbre.

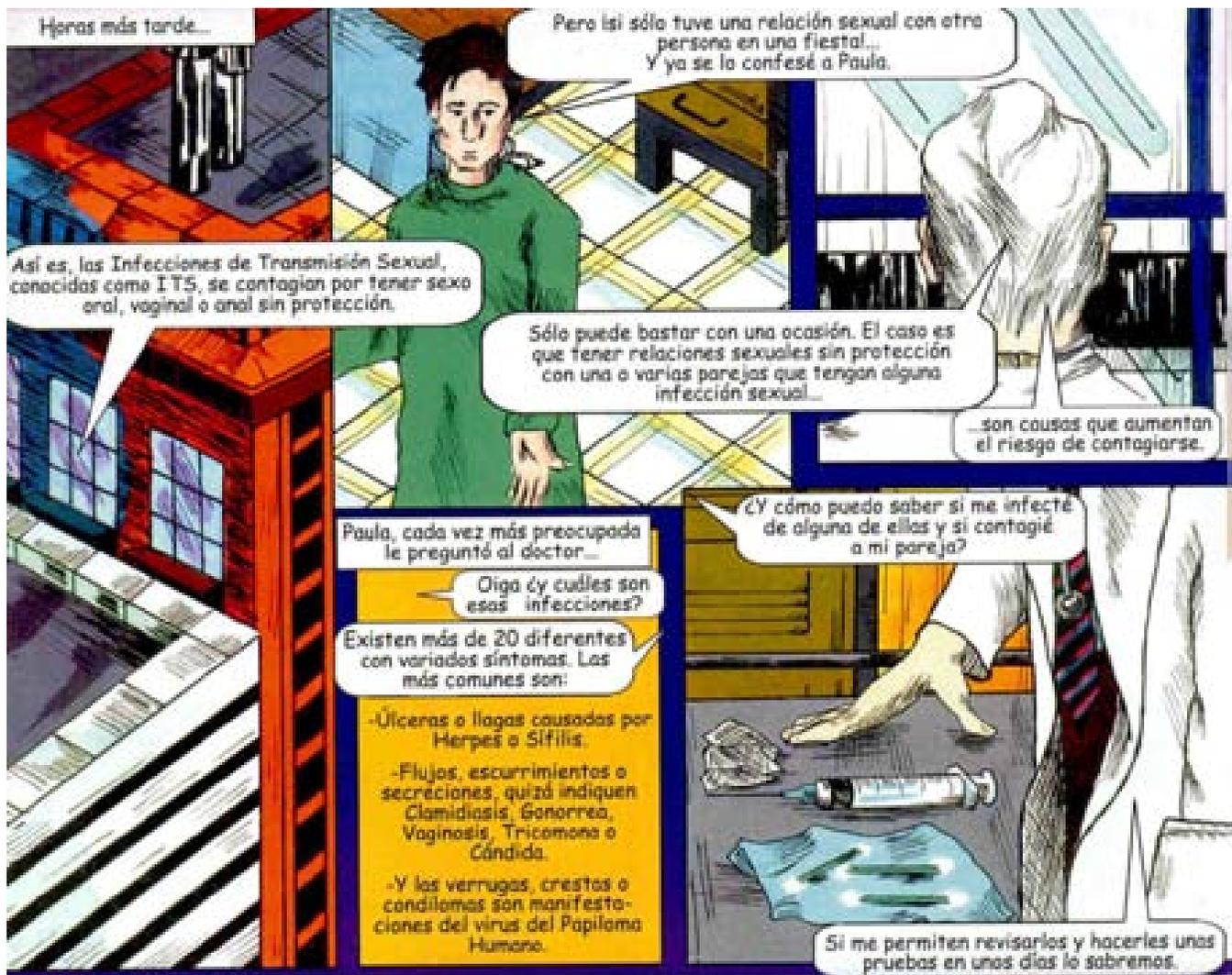
TUK TUK!

A pesar de que ha hecho todo lo que sus amigos le recomendaron... no ha mejorado.

Fue entonces cuando Ricardo hizo a un lado su vergüenza y decidió hablar con Paula de esa molestia!

Ella, preocupada por su salud y la de él, no lo pensó más... Era tiempo de ir a ver al médico.

¿QUÉ SON LOS ITS?





Per eso, en caso de cualquier sospecha o alguna práctica de riesgo se debe acudir al médico y no automedicarse.

¡Rayos, eso no lo sabía! ¿Y cuál es el tratamiento?

Los remedios de los amigos o dependientes de farmacias no sirven...

Recuerden que una de las formas más efectivas para protegerse de cualquier ITS es usar correctamente un condón en cada relación sexual.

Depende de la enfermedad que tengo.

¡Ah! y es importante atenderse con la pareja sexual, porque de lo contrario se corre el riesgo de reinfectarse.

Qué bueno que decidimos venir... ahora estamos más tranquilos.

Recomendaciones:

En caso de haber tenido una práctica de riesgo (relación sexual no protegida con una persona desconocida o de quien se ignore su estado de salud), además de alguna manifestación como ardor al orinar, comezón, dolor abdominal, úlceras, escudricientos, lesiones verrugosas o secreciones anormales, **ES IMPORTANTE ACUDIR INMEDIATAMENTE AL MÉDICO.**

telSIDA
5666 74 32
EN EL INTERIOR LLAMA SIN COSTO
01 800 712 08 86
01 800 712 08 89
Llamada por TELEFONÍA
ATENDEREMOS TODAS TUS DUDAS
E-mail: telSIDA@dti-feimex.net.mx
<http://www.telSIDA@dti-feimex.net.mx>

No QUEREMOS tu regalo
¿Qué regalo quieres?
"A la mejor vida, y la mejor es la que Dios te da!" Sr. Buenaventura. 6 Jan 19

¡A ALLÍ VAYEMOS!
¡Dios te va a dar un regalo muy grande!

Para no estar pensando para qué voy, he elegido un regalo muy alto.

¡Dios me va a dar un regalo!
¿Qué regalo quieres a cambio por nosotros, en Navidad, luego?
"¿Quieres decir que quieres ir al cielo con nosotros a las 12 horas?" Sr. Buenaventura. 7 Jan 19

¡Ellos lo hicieron y... LO LAETIMBAJON BUCHERINO!
Nada tiene mayor valor que Dios, que uno ponga su vida por sus amigos? 8 Jan 19

¡MAYÁ!
¿Dios tiene TODOS LOS regalos?
Eso es la más grande historia de amor que te vas a encontrar jamás.

¿Cómo, pero se va todo? Le hizo saber que se iba a ir a casa y volvió al cielo.

Para conseguir un regalo tan maravilloso Dios te va a dar un regalo muy grande. 11 Jan 19

¿Dios, pero por qué?
"Dios me va a dar un regalo muy grande a cambio por nosotros." 12 Jan 19

¿Pero que tener que morir para ir al cielo es un regalo?
"Sí, pero es un regalo muy grande." 13 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 14 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 15 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 16 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 17 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 18 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 19 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 20 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 21 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 22 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 23 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 24 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 25 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 26 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 27 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 28 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 29 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 30 Jan 19

REPITE CON MÍ ESTA ORACION: Señor Jesucristo, reconozco que soy un pecador y que necesito tu perdón, te pido Señor Jesús que me perdones, me limpies, me cambies y hagas de mí la persona que tu quieras que yo sea, te abra la puerta de mi corazón y te acepte como el Señor de mi vida y como mi único y suficiente Salvador de mi alma, gracias porque Tú moriste por darme vida eterna. "Amén" 31 Jan 19

¡AMIGUITO!

Tienes en tus manos
¡La historia de amor más grande del Mundo!
conócela y recuérdala ¡toda tu vida!

¿Cómo, pero se va todo? Le hizo saber que se iba a ir a casa y volvió al cielo.

Para conseguir un regalo tan maravilloso Dios te va a dar un regalo muy grande.

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 12 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 13 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 14 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 15 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 16 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 17 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 18 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 19 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 20 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 21 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 22 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 23 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 24 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 25 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 26 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 27 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 28 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 29 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 30 Jan 19

¿Pero cómo puedo ir al cielo?
"Solo si me quieres a mí y a todos los demás." 31 Jan 19



Cuando el Hambre llama... ¡Llama! Pag. 1 (Portada)



Cuando el Hambre llama... ¡Llama! Pags. 2 y 3.



Cuando el Hambre llama... ¡Llama! Pag. 4 (Contraportada)

¡AH! PERO ESO SI, VINO PARA LOS REYES Y AGUA PARA LOS...

¡SALUD!

EL CONSUMO DE ALCOHOL PUEDE PROVOCAR CIRROSIS, OSTEOPOROSIS, CÁNCER BUCAL Y GÁSTRICO, ENTRE OTROS MALES.

LOS MÉDICOS DEL ISSSTE RECOMIENDAN:

COMER FRUTAS Y VERDURAS, PAN INTEGRAL, Poca CARNE, Poca SAL, MUY Poca GRASA...

EL QUE NO OYE CONSEJO...

HACER EJERCICIO. ¡TRÁMALA!

CONTROLAR SU PESO.

¡VAYA! ¡OY!

HACERSE UN CHEQUEO MÉDICO UNA VEZ POR AÑO.

RECUERDE: "DIME CÓMO VIVES Y TE DIRE QUÉ ENFERMEDAD TIENES."

Coordinación General de Comunicación Social

TRANSformar al ISSSTE en tarea de EQUIPO

DIME CÓMO VIVES Y ... TE DIRE QUÉ ENFERMEDAD TIENES.

ISSSTE

Dime Como Vives y ... Te diré qué enfermedades tienes- Pags 5, 6 y Portada.





Quando Los peores enemigos juegan sucio - Pag 1 (portada) y 2.



¡Qué "poleado" les vamos a poner!

Vamos a quedar "1 a 0"

¡Sí, "una" sola dosis...

FABRITO DE ALDREZ DE QUERÉTARO Y A LOS POLOS DE LAS BANDAS DEBILIDAD Y TROPICOS POR SUS HOMAL.

¡Igual que OXAL eres el más aplicado!

¡Y el más efectivo en el campo!

... y "cero" perdidos.

J. J. J.

¡Sí, el mejor calificado!

No permitas que este padecimiento te derrote. Tú también ponte la camiseta, en esta lucha para erradicar a los parásitos.

Haz equipo con OXAL...y gánale la partida, de una vez!

OXAL no sólo elimina amebas, solitarias y lombrices en una sola toma, también ataca a sus larvas y huevecillos, evitando reinfecciones.

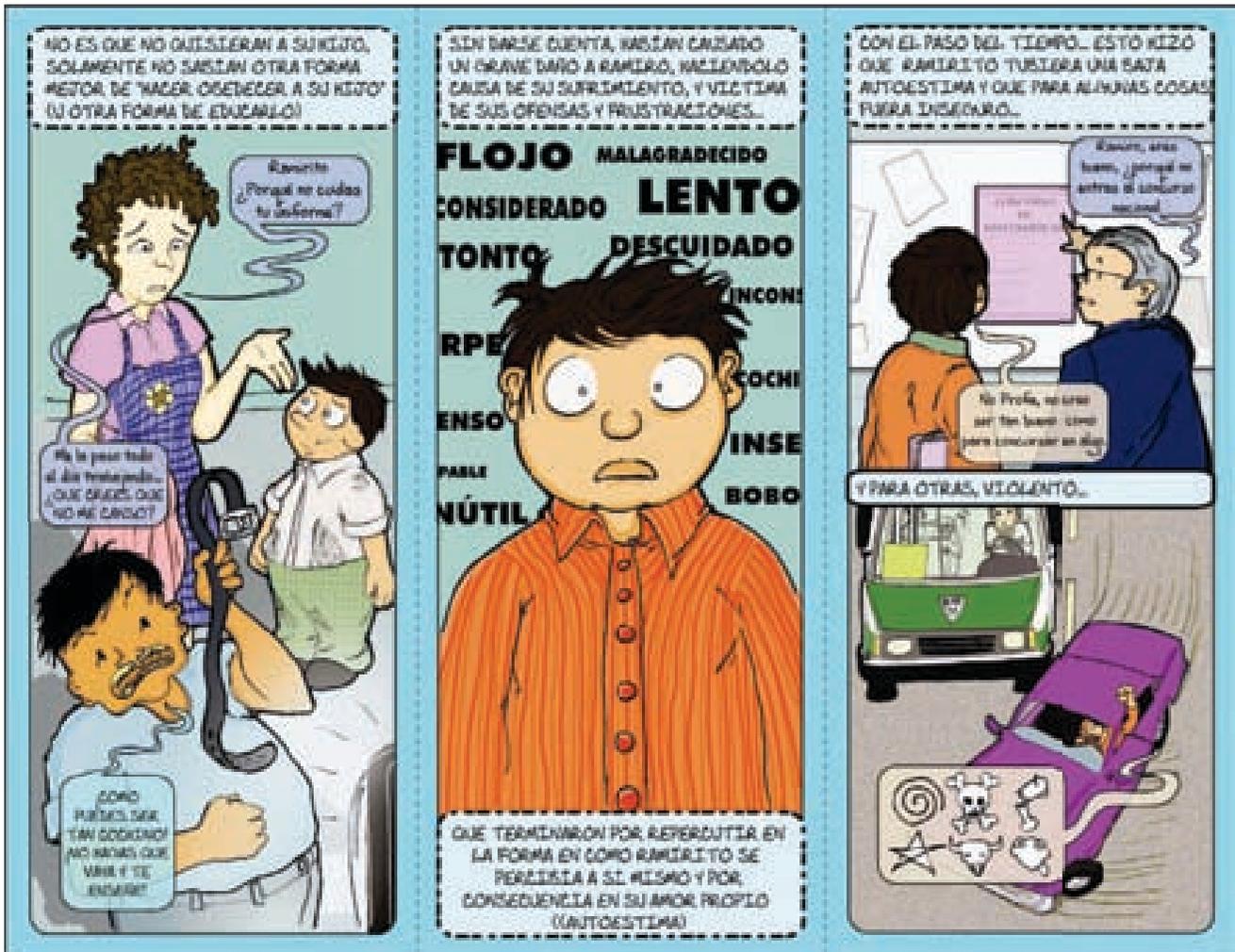
Es muy importante desparasitarse cada 6 meses.

Recuerda que hay que tratar a toda la familia con OXAL para evitar contagios.

LEE PREVIAMENTE LAS INSTRUCCIONES Y REVISAR LAS BOLETTAS (CONCHA TA A TU MEDICINA) Y DE LOS ALICOROS DE LOS HOMOS.

Para las personas que no se han desparasitado con OXAL en los últimos 6 meses.

Distribuido en México por: LABORATORIO QUIMICA S.A. DE C.V. Calle de México No. 200, 06600 México, D.F.



¿Estoy Dañando la autoestima de mi hijo? Pags, 2, 3 y 4.



POR CIERTO, LA PSICÓLOGA DE ESTA HISTORIA LES QUIERE DAR UN MENSAJE.

- El término médico de este padecimiento es TDAH (Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad)
- El niño con TDAH no actúa con mala intención, simplemente no piensa en las consecuencias.
- No es mentiroso, a veces miente para evitar castigos.
- No es desobediente, sino que no pone suficiente atención y se le olvidan las cosas.
- Se irrita con facilidad porque es impaciente y acumula muchos castigos que le hacen estar ansioso y estresado.
- El maestro puede ayudarlo a controlar su comportamiento inadecuados, pero deberá también existir elogios cuando logre portarse bien.
- Para conseguir que preste atención a lo que se le dice: Hacer que nos mire a los ojos, hablarle suavemente pero con firmeza y luego hacer que repita lo que le hemos dicho.

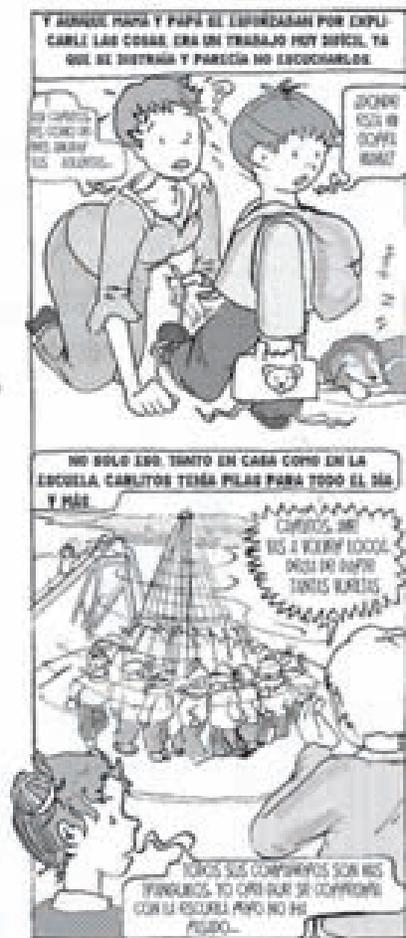


DISPENSARIO MÉDICO SOCIAL
 Lic. Doris Albarrán Ortiz
 Psicóloga y tarotóloga
 José Ma. Quintero e hidroferma 7105 Col. Paraje San Juan Ixtapalapa Tel: 56127887
 Cel: 044 1292 9809

Si crees que tu hijo o hija presenta signos que te indiquen un probable problema no lo dudes y busca ayuda. Tu hijo lo vale.



¿Cómo son los niños hiperactivos? Pags. 5, 6 y 1 (portada)



¿Cómo son los niños hiperactivos? Pags. 2, 3 y 4.

