



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

A Teresa
Agustín
María Elena
y
Ezequiel

A la Universidad

Deseo agradecer infinitamente a la Facultad de Estudios Superiores Aragón, a la Universidad Nacional Autónoma de México, a mis maestros y a los compañeros con quienes tuve contacto directo durante mis años de formación profesional, por haberme brindado su compañía, su guía, sus enseñanzas, pláticas, discusiones o lo que haya sido, experiencias valiosas que comenzaron a trazar mi camino y me dotaron de herramientas teóricas, prácticas y técnicas con las cuales he podido andar por la vida.

Fue en la ENEP (todavía no era FES) donde obtuve mis primeros conocimientos sobre guionismo y donde, para realizar un programa de radio, redacté alegremente mi primer guión. Después, con los conocimientos adquiridos en la escuela me sentí con la seguridad suficiente para redactar un guión de historieta y presentarlo en una editorial donde afortunadamente lo aceptaron. Esa fue para mí una fácil incursión en el mundillo de los *cuentitos*. Con el paso del tiempo, lo que asimilé en el salón de clases fue adaptándose, casi siempre con resultados favorables, a las necesidades que se me presentaban en el campo laboral.

La manera como mis profesores me enseñaron a plantear proyectos y objetivos, así como técnicas de investigación sobre temas específicos para sugerir nuevos productos, me ha permitido ser capaz de participar directamente en la concepción, producción y lanzamiento de varios títulos de historieta y otras revistas periódicas. Enfrentar los conocimientos adquiridos en las aulas con el aprendizaje diario del mundo profesional es una experiencia enriquecedora en todos los sentidos, pues me ha brindado la posibilidad de comparar lo que se percibe en la teoría con lo que sucede en la realidad del trabajo diario. A lo largo de un periodo laboral se cruzan

muchos obstáculos, se pueden obtener logros significativos o fracasos estrepitosos, esto es algo común en un campo donde la competencia está a la orden del día; sin embargo, tanto éxitos como frustraciones no se pueden pasar por alto, y sin la tutela de los conocimientos que me dio la universidad no hubiera podido enfrentarlos.

Estoy convencido de que mi paso por la Facultad de Estudios Superiores Aragón fue de gran influencia en mí para ver las cosas del mundo de forma diferente, de manera crítica y abierta, sin tapujos, con una actitud tolerante a las ideas, creencias y necesidades de los demás, con una perspectiva más amplia en todos los sentidos. La universidad ha sido un pilar en mi vida, acaso el más importante, pues me ha permitido ser una persona feliz, productiva y con menos prejuicios... eso creo.

Índice

Introducción	1
Una semblanza de la historieta en México	7
La historieta	13
Definición de historieta, 13; La historieta como Industria, 15	
Las partes de la historieta	19
El argumento	19
Personajes, 20; La acción, 22; El ambiente, 22; El narrador, 22	
El guión	23
Los elementos principales del guión, 23; Lógica de la narración, 26; Estructura dramática, 28; Planteamiento, 28; Desarrollo, 29; Desenlace, 29; Punto de viraje, 30; Las escenas, 31; Corrección de estilo y letra, 32	
El dibujo	33
El “lenguaje historietístico”, 34; Los planos, 36; Globos, retrospectivas, onomatopeyas, 42	

Géneros de la historieta	47
Aventura, 50; Pícaro, 57; Romántica, 62; del Oeste, 67; Erótica, 71; de Denuncia, 78; Histórica y de Crítica social, 83	
Preprensa, impresión y distribución	87
Diseño de portada e interiores, 87; Maquetación, 89; Impresión, 89; Distribución, 90	
Lanzamiento de un producto nuevo	93
El punto de equilibrio, 93; Almacén, 98	
La parte legal	99
Secretaría de Gobernación, censura y autocensura, 101	
A manera de conclusión	113
Historia laboral	123
Bibliografía	127

Introducción

*Y unos ojos adolescentes –así sea la adolescencia del mecánico,
albañil o sirvienta de cuarenta y tantos años,
que no tuvieron la oportunidad de gastar en su juventud
la capacidad de pervertirse- ensalzan el dibujo,
lo erigen en sueño despierto mientras,
echados sobre cualquier parte a la hora de la comida
o en momentos de pausa laboral,
encuentran en la historieta el material de los sueños,
de una manera no del todo diferente
que múltiples lectores universitarios
de Henry Miller, Anais Nin o Jean Genet*

José Joaquín Blanco

Siempre he sido un lector de historietas, debo confesar que desde niño soy consumidor de sus contenidos. En mi casa siempre aparecieron ejemplares de *cuentitos* de los más diversos temas como *Kalimán*, *Hermelinda Linda*, *El Caballo del Diablo*, *Batú*; también había cómics estadounidenses traducidos al español como *Archi*, *La zorra y el cuervo*, *Turok* o *El Asombroso Hombre Araña*; y en no pocas ocasiones me encontré con algún número de *Valle de lágrimas*, una fotonovela “roja” que yo leía con gusto mórbido. Seguramente existían mucho más títulos, pero los anteriores son los que más recuerdo.

¿Quién en mi casa compraba historietas? ...¡Todos en la familia! Algún tío o tía que nos visitaba, mi mamá, mi hermano mayor y yo, cuando tenía dinero. A veces intercambiaba algún número con un amigo de la cuadra o de la escuela. De muchas formas se conseguían. Seguramente nuestra “biblioteca familiar” no era muy diferente a la de la mayoría de los vecinos que pasábamos nuestros días en una de las tantas y populosas colonias de la zona metropolitana de la ciudad de México.

Más grandecito, cursando el bachillerato, me encontré con algunos episodios de *La familia Burrón*, *Los agachados*, las tiras de *Mafalda* o *Charlie Brown*, pero cuando tenía oportunidad regresaba a los *cuentitos chafas*, los que compra el grueso de la población. Me encantaban las aventuras de *El Pantera*, y leía con avidez los números que en ese tiempo ya formaban parte de unas historietas muy famosas que tenían como título genérico *los Sensacionales*.

Después, como estudiante de la carrera de periodismo, continué con mis escapadas a la historieta popular; pero ahora, según yo, con ojo más “crítico” y una actitud bastante chocante. Conocí *Sensacional de Maestros* y *Sensacional de Luchas*, las leía y las observaba con detenimiento, analizaba “concienzudamente” sus mensajes y... ¡continuaban divirtiéndome! La verdad es que nunca podré negar que muchas veces solté una carcajada al ver las, para mí, simpáticas, chuscas, guarras y pícaras situaciones que se presentaban en el dibujo.

Con todo y eso, en ciertas ocasiones, con otros compañeros de clase intentamos cuestionar a las historietas populares mexicanas e hicimos nuestras observaciones sobre su contenido, de manera “profunda y certera”, con argumentos que rezaban más o menos así:

El fenómeno de la comunicación no es solamente formular las relaciones establecidas entre un emisor y un receptor a través de un canal compartido por ambos polos del proceso. Tampoco es únicamente una empresa destinada a ser rentable para quienes se han introducido en el negocio. Es más bien un conjunto de

elementos de diversa índole cuyo objetivo último se manifiesta en el deseo de impactar a un elevado número de individuos predispuestos por el sistema social que les ha inculcado (impuesto) hábitos de consumo y preferencias de todo tipo... Los medios, en consecuencia, no son simplemente un “fenómeno de comunicación”, sino un fenómeno social fuertemente modelado por una muy particular forma de concebir las relaciones de nuestra sociedad, para de esta forma, poder manipular el quehacer cotidiano de los individuos. Podemos pensar, a manera de hipótesis, que el fenómeno de la comunicación masiva es un hecho social que responde a criterios generales de organización y funcionamiento donde la meta trazada es, en última instancia, la reproducción del sistema imperante.¹

Citas como la anterior, que se sienten inquietantes, reveladoras y que invitan al desafío eran comunes en nuestro lenguaje, y como estudiantes terminamos criticando los *cuentitos* con el clásico *cliché* sobre la “literatura barata” que nunca ha faltado en cualquier discusión de este tipo. Eran percepciones un tanto a la ligera sobre un producto que cuestionábamos por su pobre calidad de contenido (lo cual es absolutamente cierto) pero que realmente no conocíamos en todos sus aspectos. Yo mismo, como consumidor frecuente de dicho producto, que leía y desechaba sin mayor problema, no indagué en ese momento sobre su proceso de su producción. Al final quedamos todos muy contentos y satisfechos con nuestras conclusiones basadas en no pocos lugares comunes.

Otro punto curioso de aquella época es que en todas nuestras disertaciones jamás tocamos un tema medular: nuestra futura vida laboral. ¿Dónde íbamos a trabajar cuando egresáramos de la universidad? ¿De qué íbamos vivir? ¿Habría empleo para toda

¹ Hernández Aguilar, Gabriel. *De la radio al discurso radiofónico*. Plaza y Valdés. México, 1989. P. 11

nuestra generación? En lo personal, jamás me cruzó en la cabeza la idea de hacer guiones para historieta. Trabajé como corrector, fui redactor en una editorial y después reportero en un partido político y en una estación de radio. Finalmente, y para tener una entrada de dinero extra, acepté la invitación de un amigo del medio para escribir guiones y así terminé en la industria de la edición de cuentitos donde, por cierto, me acogieron con sincera cordialidad.

En 1991, cuando comencé a trabajar como asistente de editor de revistas, mi percepción sobre la historieta fue cambiando. Mis experiencias dentro de los procesos de producción de las revistas me dieron otro punto de vista sobre el asunto. Me he dado cuenta que las historietas populares en México, esas revistas que a los ojos de muchos son productos de ínfima calidad, que deben terminar en la hoguera de la inquisición intelectual, y sus hecedores deben ser desterrados por “pervertir” al pueblo, no son más que unos de tantos productos comerciales hechos a diario por personas comunes y corrientes que saben y les gusta escribir historias, también dibujarlas y con ello se ganan la vida. Personas que no pretenden someter ideológicamente a nadie ni preservar el estado de cosas imperante, (algunos editores ni siquiera conocen ni se interesan por tales conceptos). Simplemente son empresarios que ven en la historieta un modo de ganar dinero.

Aprendí también que la producción de historietas conlleva un proceso que no es fácil realizar, más bien resulta demasiado complicado tanto en sus características técnicas como en sus aspectos humanos, es decir las relaciones laborales y profesionales que se dan dentro de una empresa. Resulta muy difícil lidiar con los intereses particulares de todas las personas que participan en el proceso productivo, tanto productores, distribuidores, empleados y funcionarios del gobierno encargados de dar seguimiento a los aspectos legales de las revista ilustradas. Intereses que están marcados por las ideologías, maneras de pensar y prejuicios personales, o simplemente por la afición a ganar dinero, que es el común denominador de todo empresario y de no pocos funcionarios de

gobierno a quienes se encomienda la tarea de supervisar estos productos.

No pretendo señalar a las personas que manejan una empresa con el fin de obtener beneficios económicos, porque yo mismo he estado dentro de esa lucha de intereses, que a veces resulta divertida y fascinante, y en otras ocasiones también puede ser altamente frustrante. Tampoco deseo denunciar la “enorme corrupción” que existe entre las autoridades dedicadas a dar seguimiento a las revistas ilustradas y los editores, pues todos conocemos esa corrupción y, de alguna u otra manera, la vivimos a diario, la practicamos y la solapamos, como dicen: por comisión o por omisión. Mucho menos quiero ofrecer una especie de verdad absoluta sobre el proceso de producción de una historieta, porque este mismo proceso rompe con muchos esquemas tradicionales y, en el camino, ha creado los suyos propios de acuerdo a sus necesidades inmediatas.

Con esto quiero decir que tanto la elaboración de los guiones como la narrativa, la clasificación de los géneros, el mismo dibujo y diseño de las portadas se hace siempre innovando para luchar contra los tiempos, los presupuestos y la competencia con otras editoriales. Todos estos aspectos han influido para que la historieta popular mexicana sea lo que es hasta hoy: un producto vilipendiado por muchos y aceptado por otros, pero que existe, tiene un público que la consume y por lo tanto está dentro de un mercado.

Dicho lo anterior, el objetivo principal de este *Informe de Desempeño Profesional* es mostrar cómo se realiza la producción de historietas populares en México, paso a paso, desde la concepción de una idea inicial, la redacción de un guión, la elaboración de un dibujo, la edición, la impresión y la distribución hasta la llegada del producto al punto de venta para que lo adquiera el público lector; así como plasmar los obstáculos a los que se tiene que enfrentar un editor para que su producto salga a la venta. Todo con base en mi experiencia directa como guionista y editor de los famosos *cuentitos* populares, tal como hace años se producían en la editorial donde por primera vez laboré, y como actualmente se producen en las empresas que hoy se

dedican a esta actividad y con las cuales colaboro de manera frecuente.

Finalmente creo que la información de este trabajo puede resultar de interés para todo aquel que pretenda comprender la producción de historietas populares mexicanas como parte de una empresa editorial mercantil, que como todas las actividades humanas, está nutrida por buenas y malas ideas e intenciones, un sinnúmero de vicios, prejuicios, intereses personales y temperamentos de quienes la producen y han determinado su historia.

Una semblanza de la historieta en México

*Descreo vehementemente de quienes atribuyen
el ascenso del fascismo criollo o la
bestialidad del apartheid sudafricano
a comics y fotonovelas... Esto es dar gato por liebre,
ver la garra Imperial donde, las más de las veces,
tan solo borbotea ramplón, analfabeta, cursi,
vulgar, pedante, sucio, deplorable, gratuito, insuficiente,
vicario, ñoño, pedestre, ridículo, tartajoso, megalomaniaco,
patético, torpe y ampuloso el sentimiento melodramático
de la vida. Sentimiento, pienso, tan inapelable como
el trágico o el redencionista.*

Fernando Curiel

Para comprender la situación actual de la historieta popular en México es necesario presentar un breve esbozo de su historia, la cual se remonta a finales del siglo XIX. Es un largo camino el que ha seguido la producción de publicaciones periódicas que cuentan historias con dibujos y textos para disfrute de miles de lectores. Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra, dos estudiosos de la historieta mexicana, aseguran que ésta nació como un producto comercial, primero como apoyo publicitario de diferentes artículos, principalmente cigarros, donde con dibujos seriados se fomentaba su consumo, y después como revistas independientes que contaban

historias de todo tipo. En su libro *Puros Cuentos, la historia de la historieta en México*, concluyen que la historieta popular en nuestro país siempre ha sido vista como una actividad con fines de lucro, un negocio.¹

Nos dicen también que, con el paso del tiempo, la historieta mexicana tuvo una *época de oro*, que se dio en los años treinta y cuarenta del siglo XX, cuando nacieron personajes que se convirtieron en leyenda. Revistas como *Pepín* y *Chamaco* fueron grandes éxitos.²

En los años cincuenta y sesenta las historietas volvieron a vivir un tiempo de éxito comercial a la que llaman *época de plata*,³ donde también surgieron grandes iconos como *Kalimán*, *Chanoc* o *La Familia Burrón*, y a los que ahora ciertos círculos ilustrados llaman símbolos de la cultura popular. Eran historietas que narraban sagas fantásticas en el caso de la primera, de aventuras en la segunda, o historias de la vida de los barrios mexicanos la tercera. Esas tres historietas, por mencionar solo algunas, tuvieron gran arraigo popular y representaron grandes negocios para sus productores.

Después de esas épocas de auge comercial y creativo vino la llamada decadencia en los contenidos⁴, y los productores de historieta dirigieron sus baterías a temas más sexuales (esto no quiere decir que antes no lo hubieran hecho, solo que ahora de manera cada vez más recurrente) donde se despertaba sin límite el morbo y las “bajas pasiones” con tal de obtener mayores ventas. Cada vez más “obsceno y corriente” el *cuentito* fue transformándose hasta llegar a lo que actualmente muchos llaman el *pornocómic*. Esta etapa abarca desde finales de los setenta a nuestros días.

¹ Sobre este tema ver: Aurrecoechea, Juan Manuel; Bartra, Armando. *Puros cuentos, historia de la historieta en México*. Grijalbo. México, 1989.

² *ibid*

³ *ibid*

⁴ Aurrecoechea, Armand. *op. cit.*

Precisamente entre las dos últimas épocas señaladas, durante más de tres décadas, de 1960 a finales de 1990, Editorial EJEA fue una de las empresas más poderosas dedicadas a la producción masiva de historietas populares (también lo fueron Editorial Vid, Editorial Novaro y Novedades). Sus productos prácticamente llegaban a todos los rincones de la República Mexicana, el sur de Estados Unidos y los países de Centroamérica.

En sus comienzos en 1960, bajo la razón social de *Editorial Argumentos*, editaba historietas de tipo romántico, similares al famoso *Lágrimas y Risas* (que ya era un éxito editorial desde 1940), y después produjo títulos con temas basados en *best sellers* mundiales que también tuvieron mucha aceptación en el mercado. Para finales de la década de los setenta y principios de los ochenta - ya como *Editorial EJEA*- la variedad de sus publicaciones se había diversificado y editaba comics con diferentes temáticas. Prácticamente abarcaban todos los géneros, que quedaron incluidos en una serie de títulos bajo el epíteto de *Los Sensacionales*.

Los famosos *Sensacionales*, comics autóctonos cien por ciento, formaron parte de un concepto que logró colocarse en el gusto de los lectores, al grado de que aún hoy se les recuerdan con cierta nostalgia. Narraban a lo largo y ancho de su páginas ilustradas con dibujos y textos, historias sentimentales, de denuncia, aventura, *westerns* a la mexicana, artes marciales, de terror y comedias de situaciones que eran conocidas como *novelas pícaras*. Con títulos de este tipo la editorial tuvo su última gran época de auge comercial, con grandes tirajes semanales y enormes ventas. Después de ese periodo de éxito -toda la década de los ochenta y buena parte de los noventa- no han vuelto a aparecer en el mercado historietas de cualquier género que logren ubicarse en el gusto del público consumidor y que obtengan por lo menos la mitad de las ventas que lograron los dichosos *Sensacionales*.

Los *Sensacionales* como tales ya no existen en el mercado, pero todavía se editan historietas, y ahora fotonovelas, con las mismas características físicas: un tamaño de 14.5 x 12.5 cm, impresas en

papel diario a color o en sepia, con portadas en papel *couché*. Cuentan con 80 páginas, de las cuales tres se dedican a promociones o publicidad y las 77 restantes ocupan la narración la historia.

*Editorial EJE*A tampoco existe ya, se disolvió a mediados de 2002, y las historietas y fotonovelas actuales son producidas por pequeñas editoras que surgieron para disputarse el considerable mercado que todavía se conserva.

Estas pequeñas empresas compiten entre sí de manera descarnada y, siempre con el pretexto de obtener mayores ventas y “porque es lo que pide el lector”, han seguido encaminando a las historietas hacia temas con contenido sexual cada vez más explícito. Si hace veinte años dicho contenido, que apenas sugería tímidamente la sensualidad, era cuestionado y tachado de “obsceno y corriente”, la verdad es que la gran mayoría de los *cuentitos* de hoy rayan en lo abiertamente pornográfico. Y aunque aún existen títulos que conservan las temáticas originales de amor, aventura y picardía, casi todos los editores realizan las historias de sus revistas con una gran carga sexual.

Esta es, a grandes rasgos, una parte de la historia de la historieta comercial en México. Como empleado de una de las más grandes empresas editoras dedicadas a la producción de historietas, yo viví parte de esta historia. Tal vez la pregunta obligada podría ser ¿por qué la historieta popular mexicana, de la que se dijo en un tiempo que ayudó a la alfabetización de miles de mexicanos, que era considerada una historieta sana y familiar, que llegaba a las grandes capas de consumidores, se ha convertido en el mal afamado y denigrado *pornocómic*? Existen investigaciones serias al respecto que de alguna manera responden esta cuestión.⁵ Por mi parte, trataré de responder a dicho planteamiento, que considero medular en la

⁵ Ver Malvido, Adriana. *La industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones*. En *Revista Mexicana de Comunicación*. México, septiembre-octubre, 1989.

historia de la historieta en nuestro país, y porque forma parte de mi vida profesional, en el capítulo final de este trabajo.

La historieta

Para comprender de mejor manera el proceso de producción de una historieta popular es necesario introducir algunos conceptos básicos para su definición.

Definición de historieta

Se debe comenzar con lo más importante, ¿Qué es una historieta?

Para tratar de explicar este concepto se tomarán algunas definiciones autorizadas:

*“Una forma de expresión iconográfica que combina imagen y textos”*¹

*“La historieta cuenta una historia mediante la combinación de imágenes, texto, sonidos y símbolos”*²

*“La historieta, cómic o tebeo se define como una estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas, en los que pueden incluirse elementos de escritura fonética”*³

Con lo anterior podemos decir que la historieta es principalmente imagen. Narrativa con imágenes dibujadas, es

¹ Gallo, Miguel Angel. *Los comics, un enfoque sociológico*. Ediciones Quinto Sol, 1987. México. Pp. 284.

² Herner, Irene. *Mitos y Monitos, Historietas y Fotonovelas en México*. Nueva Imagen. México. Pp. 79.

³ Gubern, Román. *El lenguaje de los comics*. Península. Madrid. 1972. pp.34.

decir, alusiones a personas, animales, cosas, sonidos, situaciones o ambientes a través del dibujo.

Y concluir entonces, hasta aquí, que la historieta es una secuencia de viñetas, imágenes o representaciones gráficas, que organizadas de manera secuencial narran una historia mediante dibujos, símbolos y textos plasmados en papel.

Este concepto es el que se maneja en la elaboración de historietas en México y no es muy diferente al de otras partes del mundo. Si lo que se desea es desarrollar una historia que narre las andanzas y tribulaciones de un personaje, valiéndose de dibujos o *monitos* hechos a mano, con lápices, tintas y colores plasmados en papel, con textos encerrados en globos que indiquen los diálogos, y signos o palabras que remitan a sonidos de cualquier tipo, la obra terminada será una historieta o cómic. Aunque de manera muy rudimentaria, se tendrá un *cuentito* en una tira, un cartel o un cuadernillo.

Ahora, si lo que se desea es producir muchos ejemplares de esa historieta y después distribuirlos, con o sin fines de lucro, para que puedan ser disfrutados por el mayor número de lectores, se requiere de un proceso más complejo, un proceso industrial que necesita la participación de más personas, herramientas y dinero. Estamos hablando de un proceso industrial, tal y como lo plantea Román Gubern:

Pero también en los comics, cuyo proceso es más simple, la industria de la cultura transforma el producto artesanal y unitario primero, creado por el dibujante (equipos de dibujantes) con papel y tinta china, en ejemplares múltiples distribuidos públicamente por los canales difusores de la industria editorial y periodística (librerías y quioscos), gracias a

*la intervención de un personal especializado y de maquinaria adecuada para la reproducción gráfica.*⁴

La historieta como industria

La elaboración de una historieta como parte de una industria que tenga como objetivo hacerla llegar a una gran cantidad de lectores para su consumo consta de varias etapas, que es necesario enumerar y ordenar de principio a fin, y que van desde la concepción de la idea, es decir, de qué tratará la narración, hasta el tipo de dibujo y diseño que se requiere para su creación; el tamaño, el tipo de papel en que será impresa, etc. Por consiguiente, se requiere de un trabajo profesional de diversas personas especializadas cada una en su labor. Tales actividades reclaman disciplina y conocimiento de guionismo, dibujo, edición, impresión y distribución del producto final, por decir las más importantes, que comprenden el desarrollo de una industria. Nuevamente Román Gubern comenta al respecto:

*Como las restantes formas expresivas creadas por los modernos medios de comunicación de masas, los comics y las fotonovelas son unos productos industriales, independientemente de su significación cultural. Ello supone que en el proceso que va desde su creación, generalmente iniciado con la redacción de un texto por parte del guionista, hasta su difusión pública en ejemplares múltiples y en forma de papel impreso, interviene un gran número de personas y diversos procesos técnicos.*⁵

Una vez que se tienen las historietas impresas de manera industrial, deben ser distribuidas para que lleguen al público consumidor, tal vez cientos o miles de lectores, a una gran masa, y por lo tanto esa historieta será también un producto masivo.

⁴ Gubern, Román. *La literatura de la Imagen*. Salvat. Barcelona. 1979. pp. 17.

⁵ *Ibid.* pp.17.

Sin embargo, existen dos opciones para distribuir dicho producto, la primera es que se quiera vender para ganar dinero, recuperar la inversión y seguir haciendo más historietas. La segunda es que no se venda porque no existe un interés lucrativo, tal vez se regale como medio de propaganda en una campaña política o como publicidad para promocionar algún otro producto. Si se elige la primera opción entonces la historieta se convertirá en un producto comercial, una mercancía que tiene que ser vendida con fines de lucro.

Un producto de este tipo tiene que venderse en algún lugar, distribuirse para que llegue al consumidor, e inevitablemente tendrá que competir en el mercado de las revistas ilustradas. Al entrar en competencia con otros productos similares, el producto se someterá a dos famosos términos, frecuentemente nombrados por la gente que se dedica a los negocios de cualquier índole: la oferta y demanda; y entonces, si lo que se desea es ganar dinero, se le harán adaptaciones al producto de acuerdo a lo que se piense que el público consumidor pide o demanda. Umberto Eco define este aspecto de la siguiente manera:

*Raramente se tiene en cuenta el hecho de que, dado que la cultura de masas en su mayor parte es producida por grupos de poder económico con el fin de obtener beneficios, permanece sometida a todas las leyes económicas que regulan la fabricación, la distribución y el consumo de los demás productos industriales...*⁶

Adriana Malvido, investigadora mexicana que ha realizado investigaciones sobre la historieta nacional, también tiene algo que decir al respecto:

⁶ Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*, Lumen. Barcelona. 1990. pp. 65.

*Para entender a la historieta hay que tomar en cuenta que no se trata de un fenómeno aislado sino inmerso en una industria cultural que a partir del desarrollo justamente de las sociedades industriales capitalistas ha puesto sus reglas del juego.*⁷

Vista de esta manera, se puede concluir que la historieta popular mexicana es un producto industrial, comercial y masivo, sujeto a leyes económicas bien determinadas, y que su producción requiere la participación de diversas actividades especializadas cada una en su ramo. Es un proceso largo y complicado que trataré de explicar detalladamente en los siguientes capítulos de este *Informe de Desempeño Profesional*.

⁷ Malvido, Adriana. op. cit.

Las partes de la historieta

Este capítulo muestra cómo se crea una historieta de corte popular, con todos sus pasos y sus componentes, en las empresas que se dedican a producirlas de manera industrial en México.

Antes de elaborar una historieta debe existir un guión escrito, y para redactarlo deben llevarse a cabo algunos requerimientos importantes.

El Argumento

En el principio de todo está el *argumento*, la idea general de la historia, donde se comenta a grandes rasgos la trama o serie de acontecimientos, incidentes, accidentes, aventuras o desgracias que vivirá un personaje. En esta idea general se definirán los atributos y defectos del personaje principal y de otros que participarán en la historia. Se enfatizarán sus principales características y las acciones y situaciones que vivirán. En el *argumento* deben estar perfectamente delimitados cuatro conceptos básicos de la historia a contar: *personajes*, *planteamiento*, *desarrollo* y *desenlace*, el principio y fin de la narración, que son las partes medulares del guión.

El *argumento* para una historieta debe ser simple, contar una historia de manera lineal, sin entrar en muchos escollos ni demasiados personajes, debido a que el espacio con que se cuenta para narrar la historia es limitado.

Por lo regular el guionista comenta el *argumento* con el editor, o bien lo presenta por escrito en no más de una cuartilla. Un punto

importante para la estructuración del *argumento* es organizar y jerarquizar lo que se quiere decir. Para lograr esto es conveniente elaborar una *escaleta*, que consiste en hacer una enumeración secuencial, de principio a fin, de todos los hechos que van a ocurrir en la historia. También se puede redactar una sinopsis o resumen de la historia en pocas líneas.

Personajes

Los *personajes* son los seres a quienes el guionista da vida y alrededor de ellos gira la narración. Actúan y ejecutan las acciones dentro de la historia. Deben estar contruidos de la mejor manera posible. Femeninos o masculinos deben tener una personalidad física y psicológica bien definida. Antes de escribir el guión, el guionista debe tener bien identificado a su personaje principal. Si será alto o chaparro; flaco o gordo; tímido o extrovertido, bravucón, enamorado, etc. También si será pobre o rico; con ambiciones o sin ellas. Es necesario tener a la mano, desde el principio, el mayor número de detalles y características personales que se puedan indagar o inventar sobre los personajes para que queden bien claro quiénes y cómo son, y no se caiga en situaciones contradictorias que puedan confundir o sean poco creíbles para el lector

Como un ejemplo de la concepción del argumento y los personajes podemos hablar de Wanda. ¿Quién es Wanda? ¿Que desea o quiere lograr? ¿Qué obstáculos tendrá o quién se interpondrá entre Wanda y lo que ella desea? ¿Quiénes son sus enemigos y porqué? ¿Al final obtendrá lo que quiere o no lo obtendrá? ¿Y si lo obtiene, cómo lo va a obtener? ¿Cómo es Wanda físicamente? ¿Cómo es sentimentalmente? ¿Dónde vive? ¿Es Wanda una chica abnegada, humilde y noble?... o todo lo contrario.



Existen *personajes principales* y *secundarios*. Entre los primeros está el *protagonista*, sobre quien trata la historia. Tras de él está el *antagonista*, que representa una fuerza contraria, le hace la vida imposible al protagonista. Tanto el *protagonista* como el *antagonista* deben cumplir con los requisitos arriba mencionados, es decir, su personalidad debe estar definida lo más claramente posible.

También están los *personajes secundarios*, que pueden aparecer continuamente en la historia y su importancia reside en el realce que le dan a los *personajes principales*.

La acción

Determinante en la elaboración del guión, porque las acciones de los personajes son las que mueven a la historia. Los personajes siempre deben estar en *acción*. Moviéndose de una situación a otra, viviendo aventuras o episodios donde se pongan a prueba sus valores o capacidades, tanto físicos como morales. Por tanto, desde la concepción del *argumento* se debe tener en cuenta la *acción* de los personajes, que será plasmada en el *guión* de historieta. Nunca debe dejarse que los *personajes* divaguen o piensen lo que van a hacer, es mejor que lo hagan, eso es la *acción*.

El ambiente

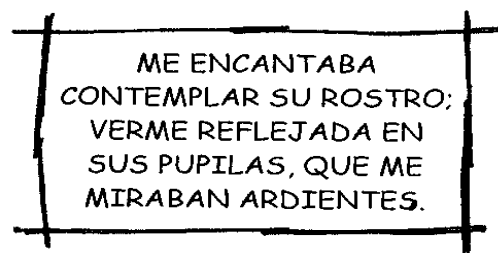
Es el escenario en que se desarrollan los acontecimientos. Los lugares donde se lleva a cabo la *acción*. La presentación gráfica de exteriores e interiores. El campo, una casa, una cocina, las calles de un barrio, etc. Si la historia tiene lugar en la época actual, o en una época pasada, debe estar ambientada en lugares adecuados a lo que se está narrando. El guionista debe tener bien ubicados los lugares y el ambiente que va a manejar a lo largo de su historia.

El narrador

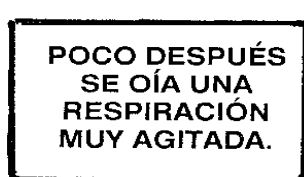
Es la persona ficticia que cuenta la historia, la *voz* que presenta



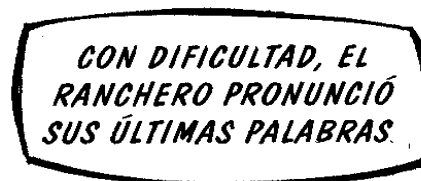
ALGUNAS SEMANAS MÁS
TARDE...



ME ENCANTABA
CONTEMPLAR SU ROSTRO;
VERME REFLEJADA EN
SUS PUPILAS, QUE ME
MIRABAN ARDIENTES.



POCO DESPUÉS
SE OÍA UNA
RESPIRACIÓN
MUY AGITADA.



CON DIFICULTAD, EL
RANCHERO PRONUNCIÓ
SUS ÚLTIMAS PALABRAS.

Ejemplos de narrador

a los *personajes* y explica las reacciones de cada uno, sus actitudes y emociones. Narra también la *acción*, los *ambientes* y los tiempos en que se desarrollan los acontecimientos. Cuando el *narrador* cuenta los hechos que le suceden a otras personas y no interviene en las acciones se dice que se expresa en tercera persona. La mayoría de las historietas están narradas en esta forma, aunque existen historias en que el *narrador* cuenta sus propias experiencias, o sea, que es un personaje que está presente en la trama, entonces se dice que la historia está narrada en primera persona.

Una vez que hemos armado nuestro argumento y determinado los personajes que participarán en la historia, las acciones que se desarrollarán y los ambientes en que se desenvolverán se podrá avanzar al siguiente paso, que es la redacción del guión

El Guión

Un guión es una guía, un esquema, un modelo. Es el principal apoyo para que el dibujante pueda realizar la historieta. Aun cuando el propio dibujante sea el creador de la historia, lo que sucede en ocasiones, es necesario un guión.

Al igual que otros medios de comunicación como la radio, la televisión o el cine, la historieta necesita de un guión para su realización. Sería difícil elaborar una historieta sin haber organizado de antemano lo que se quiere contar, la forma en que ha de contarse paso a paso y el espacio físico en que va a contarse.

Los principales elementos del guión

La historieta popular mexicana tiene un espacio físico determinado que se mide por las páginas. Así como en el cine una película dura en promedio dos horas, o hay programas de televisión de media hora y comerciales de veinte segundos, en la historieta la historia debe contarse en 80 páginas, cada una dividida en dos *viñetas* o *cuadros*. Es decir, 160 cuadros.

La *viñeta* o *cuadro* es el espacio mínimo de narración y se expresa con dibujos, textos y diálogos. Estos elementos van casi siempre encerrados en un rectángulo. También se indican los planos y el encuadre (lo que veremos más adelante), así como el lugar y el tiempo en que se desarrolla la escena. Una *escena* puede estar formada por un solo cuadro o por una secuencia de varios cuadros.



Viñeta

De esta manera la historieta constará de 160 *cuadros* aproximadamente, que quedarán plasmados de manera secuencial en un guión donde se narrará toda la historia de principio a fin.

La elaboración de cada cuadro requiere también de la utilización de tres conceptos o herramientas de primera importancia, y que son los *diálogos*, los *textos* y las *acotaciones*.

Los *diálogos* están formados por las palabras y frases que, en cada cuadro, los personajes mencionan a lo largo de sus conversaciones,

Los *textos* son las frases con las que el narrador de la historia indica el lugar y tiempo de la acción, los cambios de escena o algún aspecto importante que deba remarcarse y que no pueda



Texto

e

expresarse con el dibujo; por ejemplo, si hace frío o calor en el ambiente. Los *textos* también enfatizan los sentimientos y emociones de los personajes que no puedan plasmarse satisfactoriamente con el dibujo, como la envidia, los celos o la frustración que viven. El *texto* refuerza los aspectos psicológicos del personaje.

Es importante que la extensión de los *textos* y los *diálogos* no sea excesiva. En cada cuadro deben darse los mayores detalles con el menor número de palabras. Esto se debe a que se da mayor importancia al dibujo que, según se cree, es lo que el lector de historieta ve con más interés.

Las *acotaciones* son párrafos descriptivos donde el guionista indica al dibujante todas las características físicas de los ambientes donde se llevarán a cabo las acciones y que puedan ser expresadas con el dibujo. Describen la escena, si es de día o de noche; si la acción se desarrolla en un interior o un exterior; el amueblado de la vivienda o las características del barrio donde suceden los acontecimientos. También describen las características físicas y psicológicas de los personajes, su vestimenta, las posiciones, sus actitudes y su carácter. En las *acotaciones* se detallan los encuadres de la escena, si será toma en picada o contrapicada, full shot, medium shot, etc. (aspectos que veremos a detalle más adelante). Las *acotaciones* siempre van escritas en mayúsculas o entre paréntesis, para distinguirse de los diálogos y textos. Aquí el guionista puede extenderse en detalles, ya que entre más específica sea la descripción del *cuadro* o *viñeta* será mejor interpretada por el dibujante.

Lógica de la narración

Se dice que nuestra manera de leer obedece a la lógica de la cultura occidental, que es de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, por tanto se debe respetar tal procedimiento para que nuestra historia lleve siempre un orden comprensible. Si se tratara de innovar e inventar nuevas formas de lectura, como ha sucedido en ocasiones, se termina confundiendo al lector. Los diálogos siempre deben ir en dicha secuencia lógica, y el guionista debe redactar su guión de manera que en el dibujo aparezca a la izquierda el diálogo del personaje que habla primero y a la derecha el diálogo de quien habla al último. El dibujante deberá acomodar a los personajes en la escena de manera que los diálogos no aparezcan de forma invertida y confusa. (En el siguiente capítulo ahondaremos sobre esto)

Veamos un ejemplo de un cuadro escrito y dibujado.

CUADRO 27

ACOTACION: (VEMOS A VERÓNICA Y A SANDRA DENTRO DE UNA RECÁMARA. SANDRA ESTÁ SOBRE UNA CAMA. ENOJADA LE HABLA FUERTE A VERONICA, QUIEN ESTÁ MÁS TRANQUILA. SUENA EL TIMBRE DE LA CASA. OJO, DEBE VERSE POR AHÍ LA BEBIDA QUE SANDRA ESTÁ TOMANDO.)

TEXTO: Y adentro.

SANDRA: ¡No le abras, quiero que se largue!

VERÓNICA: No seas tan dura, hermana, no ha dejado de buscarte. Eso quiere decir que te quiere de verdad.

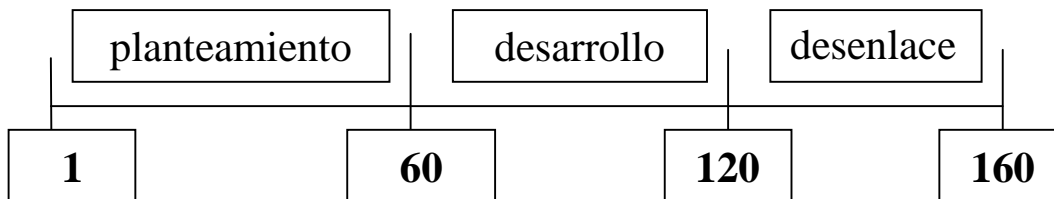
ONOMATOPEYA: RIIIIING



Estructura dramática del guión

Toda historia debe tener una *trama*: *planteamiento*, *desarrollo* y *desenlace*. En el medio de la historieta se entiende por *trama* la serie de acontecimientos y peripecias que se entrelazan y que son vividos por los personajes hasta culminar en un hecho final, que puede ser feliz o desgraciado. Como ya se dijo, estos sucesos deben narrarse por medio de la *acción* de los personajes en un espacio físico de 160 cuadros. Para esquematizar esto se puede recurrir a la *escaleta* y dividir la historia en *cuadros* o *viñetas*. Por ejemplo, cuántos cuadros aproximadamente debe ocupar el planteamiento, cuántos el desarrollo y cuántos el desenlace.

Imaginemos el guión como una línea recta horizontal y dividámoslo de la siguiente manera:



Planteamiento

En esta primera parte del guión hacen presencia los personajes principales, tanto al protagonista como al antagonista con sus características físicas y psicológicas más importantes. En este espacio también tiene que surgir el *conflicto* de la historia, que es el principal problema que tiene que resolver el personaje principal. Sin *conflicto* no hay historia. ¿Qué es lo que quiere o desea el personaje principal y qué o quien se lo impide? Con esta pregunta se plantea el *conflicto* del protagonista, es el meollo de la historia. Esto es muy importante ya que la problemática del personaje principal es lo que, a consideración de los hacedores de historieta, atrapa al lector.

Desarrollo

Aquí debe estar presente el *nudo* de la historia, donde se entrecruzan las acciones más importantes que hacen posible que la



Nudo o situación crítica

narración avance hasta concluir. Donde el personaje principal se enfrentará a una serie de obstáculos que le impiden realizar su objetivo. Se verá cara a cara con sus antagonistas, y estos harán todo lo posible por frenar sus aspiraciones. Tal vez el personaje principal se sienta frustrado y podrá estar a punto de abandonar su empresa.

Desenlace

En esta parte, la final del guión, el personaje principal vivirá una situación clímax, de la cual podrá salir bien o mal librado.

Tomará decisiones

importantes dentro de la historia para obtener, o no obtener, lo que persigue. Aunque es muy socorrido el final feliz, no siempre triunfa el protagonista, todo depende del género de la historieta.

Por ejemplo, en las historietas femeninas, de denuncia y de aventura, cuando el personaje principal comete acciones que van contra los valores morales establecidos (como el robo, el asesinato o la intriga) no consigue al final su objetivo, y en cambio lo que recibe es un castigo, cae en la desgracia. La historia termina con una lección o moraleja para darle un mensaje “positivo” al lector. Por otra parte, en las historietas de corte pícaro el manejo de la historia es más libre y desparpajado, sin embargo, quien rompe las reglas sociales siempre se hace acreedor a un castigo, aunque éste no es tan severo como en los títulos serios.



Punto de viraje

A lo largo de la historia se utiliza otro concepto importante: el *punto de viraje*. Significa que puede haber una acción sorpresiva que refuerza el conflicto original. Si un personaje importante en la historia conoce algún detalle que siempre había ignorado, si encuentra algo que le ayuda en su odisea o si descubre que tiene el coraje que creía inexistente en él, realzará el interés de la historia y habrá más emoción, finalmente esto es lo que se persigue con la historieta, despertar emociones en el lector.

Punto de viraje

Se debe tener presente que en la elaboración de un guión de historieta no existe un esquema rígido que deba seguirse al pie de la letra. Éste puede variar de acuerdo a las necesidades que tenga el guionista con su historia. El inicio puede ser largo, el desarrollo todavía más largo, y el desenlace muy corto, o viceversa. Pueden existir también uno o varios *puntos de viraje*, o ninguno. En fin, cada quien debe adaptar el esquema a su problemática cuando esté escribiendo el guión.

Las escenas

Cada una de las tres partes del guión antes expuestas se dividen, a su vez, en *escenas*. Una *escena* es la secuencia lógica de cuadros, que define espacio y tiempo, es decir el lugar y el momento en que sucede la acción. Puede haber *escenas* de un solo cuadro pero, lógicamente, la mayoría de las *escenas* se componen de varios cuadros, aunque se recomiendan no más de veinte, porque se cree que eso hace que el lector pierda interés en la lectura. Las *escenas* deben saberse armar y cada una debe dar importancia a la trama hacer que la historia avance.

De esta manera y siguiendo los pasos antes expuestos es posible elaborar un *guión* de historieta. Una vez redactado, el guionista entregará su trabajo al editor, quien lo leerá y marcará posibles correcciones. El editor indicará al guionista sus observaciones. Si algunas escenas están de más y hay que suprimirlas o solo recortarlas, adecuarlas, darles más dramatismo o acción, etc.; si los ambientes son los adecuados o debe cambiarlos; si los personajes se “sienten” reales o hace falta caracterizarlos mejor, o si el lenguaje corresponde a su personalidad o se siente falso o forzado.

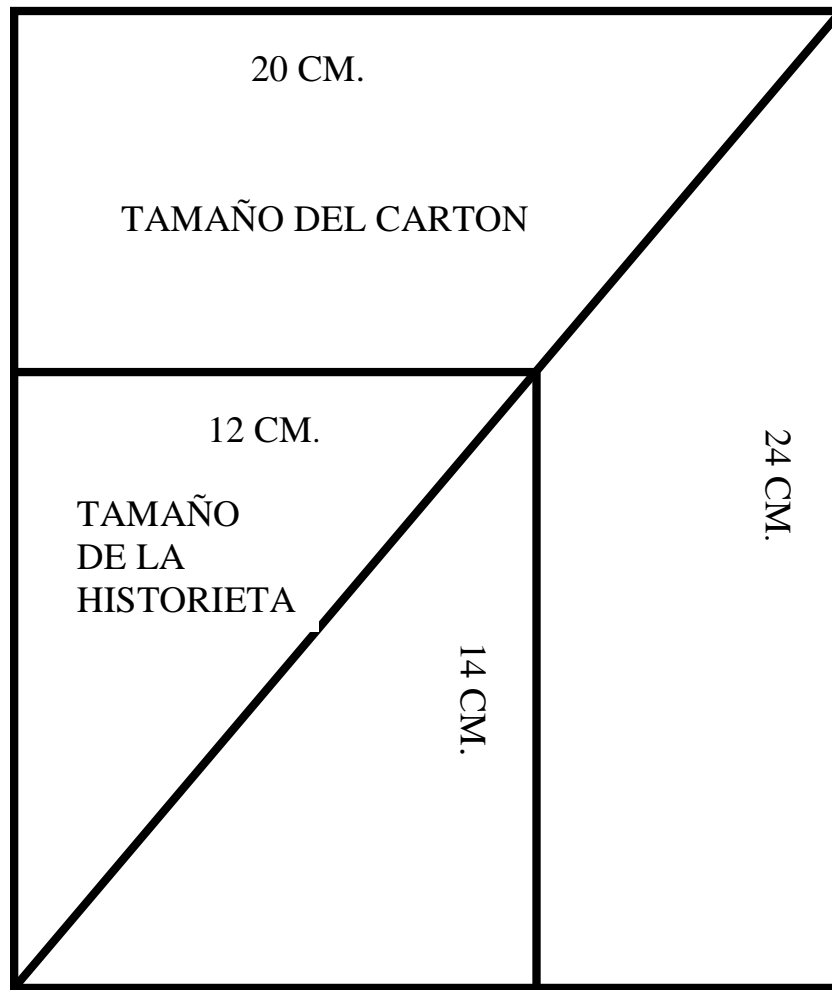
Lo más importante es lograr una relación *acción-personaje* en donde todos los elementos arriba expuestos interactúen de manera conjunta y secuencial con el fin de que la historia tenga movimiento y avance constantemente creando emociones en el

lector. El paso de los personajes de una situación o escena a otra y la forma en que superan los obstáculos que se les interponen enriquecerán la trama y harán de esa serie de sucesos una historia interesante y atractiva para ser disfrutada. Así, y bajo los criterios que manejan tanto el editor como el guionista, el guión quedará terminado.

Corrección de estilo y letra

Una vez que el *guión* ha sido aceptado, se somete a una corrección de estilo para detectar faltas ortográficas y de sintaxis. Después se envía a la elaboración de la letra, es decir, la formación de los textos y diálogos que aparecerán físicamente en las viñetas junto con el dibujo. Existen profesionales dedicados exclusivamente a elaborar la letra. Estos *letreristas* son creativos que hacen su trabajo a mano, con plumillas y tinta china, o bien se valen de las diferentes fuentes que actualmente contienen los programas computacionales y que cada vez son más novedosas y variadas. La letra es impresa en papel adhesivo y, a petición del dibujante, es pegada en los *cartones* o cartulinas de opalina donde se plasmará el dibujo siguiendo la lógica de lectura de izquierda a derecha antes mencionada.

Los *cartones* deben tener medidas a una escala mayor con relación al formato de la historieta. Como en este caso hablamos del tipo de historieta *Sensacional*, cuyas medidas son de 12 x 14 centímetros, los *cartones* deben ser de 20 x 24 centímetros, o sea de un tamaño cuarenta por ciento más grande.



Cartón

El dibujo

Una vez que los cartones, la letra y el *guión* escrito están listos llegan a manos del dibujante, quien se encargará de leer este último para plasmarlo en el papel. Se imaginará la manera en que va a diseñar a sus personajes, sus ambientes y el modo en que ordenará sus páginas para que los 160 cuadros del guión queden bien distribuidos en los 80 cartones o páginas que tiene disponibles.

El dibujante también recibirá instrucciones del editor o del mismo guionista sobre algunas escenas en particular. Editor, guionista y dibujante deben manejar un mismo *lenguaje historietístico*, por llamar de alguna manera al conjunto de signos

gráficos que componen las viñetas. La naturaleza de los personajes, sus sentimientos, sus actitudes, sus reacciones expresados en el dibujo y muchos más elementos que mencionaremos adelante son parte de un código visual que se utiliza en las historietas y deben quedar plasmados de manera que este *lenguaje historietístico* también sea entendido por los lectores, porque si no es así simplemente la historieta resultaría incomprensible.

El “lenguaje historietístico”

Conceptos tales como la alegría, la tristeza, el enojo o la rabia deben plasmarse en el dibujo, en los rostros de los personajes, en sus posturas y miradas. Hacer un acercamiento a un rostro donde se vea una lágrima reforzará la idea de tristeza que vive el personaje. Indicar con letras enormes la intención de un sonido reforzará la escena de un choque. Ver el rostro de un tipo de aspecto desaliñado y hosco nos hace pensar que es un malvado. Son convenciones que tanto el guionista, el dibujante y el público hemos aprendido y tenemos muy arraigadas. Nuestra idea de lo bello y de lo feo está fundamentada en estereotipos que todos conocemos y damos por aceptados, querámoslo o no.

En el simple hecho de observar a un personaje de historieta, sus características físicas y su rostro, podemos adivinar o intuir cómo es y qué puede estar sintiendo. Un buen dibujante debe tener la capacidad creativa de lograr eso con sus trazos, utilizando esos estereotipos de lo bello y lo feo, bueno y malo, sublime y degradante. Definitivamente puede ser una forma maniquea de proponer a los personajes pero hasta hoy no existe en la historieta popular otra forma de representarlos.

Así como en el guión se marcan los atributos de bondad, caridad, honradez como aspectos de lo bueno; y la avaricia, envidia o ambición como parte de la maldad, en el dibujo también deben expresarse las características de los personajes, casi siempre basadas en esa idea maniquea de lo bueno y lo malo. El personaje

principal, si es “bueno”, tenderá a poseer características físicas que podemos considerar como “bonitas”. Si es hombre debe ser guapo, de cara afilada y rasgos “finos”, blanco de preferencia. Por su parte el “malo” tenderá a ser de facciones toscas y no tan guapo como el primero, además de poseer las características psicológicas nefastas que ya se han mencionado. De esta manera se continúan haciendo historias sobre el aventurero en busca de justicia, la madre abnegada, esposa fiel, el personaje de barriada irresponsable y dicharachero y tantos otros personajes típicos que nos son familiares a todos sin excepción.



Personajes típicos

El dibujo de historieta tiene un estilo de acuerdo al género en el que se inserte la historia. Se puede hacer un dibujo serio para

historias de aventura y drama, donde se respetan las proporciones de un dibujo realista, o bien puede hacerse un dibujo caricaturesco para una historieta pícaro. También se puede realizar un dibujo donde se resalten los atributos corporales de manera exagerada para una revista *erótica*. Hombres atléticos como *adonis griegos* (pero muy mexicanos) y mujeres voluptuosas de curvas extravagantes.

Es importante recalcar que el manejo del dibujo de historieta basado en los estereotipos no se practica solamente en nuestras publicaciones nacionales, basta ver los comics populares estadounidenses o japoneses para constatar que todos manejan modelos *aspiracionales* donde se resaltan los atributos que en nuestras sociedades se conocen como buenos y bellos, malos y feos.

Visto todo lo anterior, el guionista debe marcar en las *acotaciones* de su guión las características específicas que desea ver plasmadas en la historia, y el dibujante debe acatarlas lo más posible, aunque muchas veces las interpreta a su manera y esto también arroja como resultado un buen trabajo final.

Para seguir adelante, debemos recordar que cada *acotación* debe además indicar el lugar, el tiempo, posición de los personajes, su actitud, etcétera. Y esto se logra poniendo en práctica los siguientes conceptos:

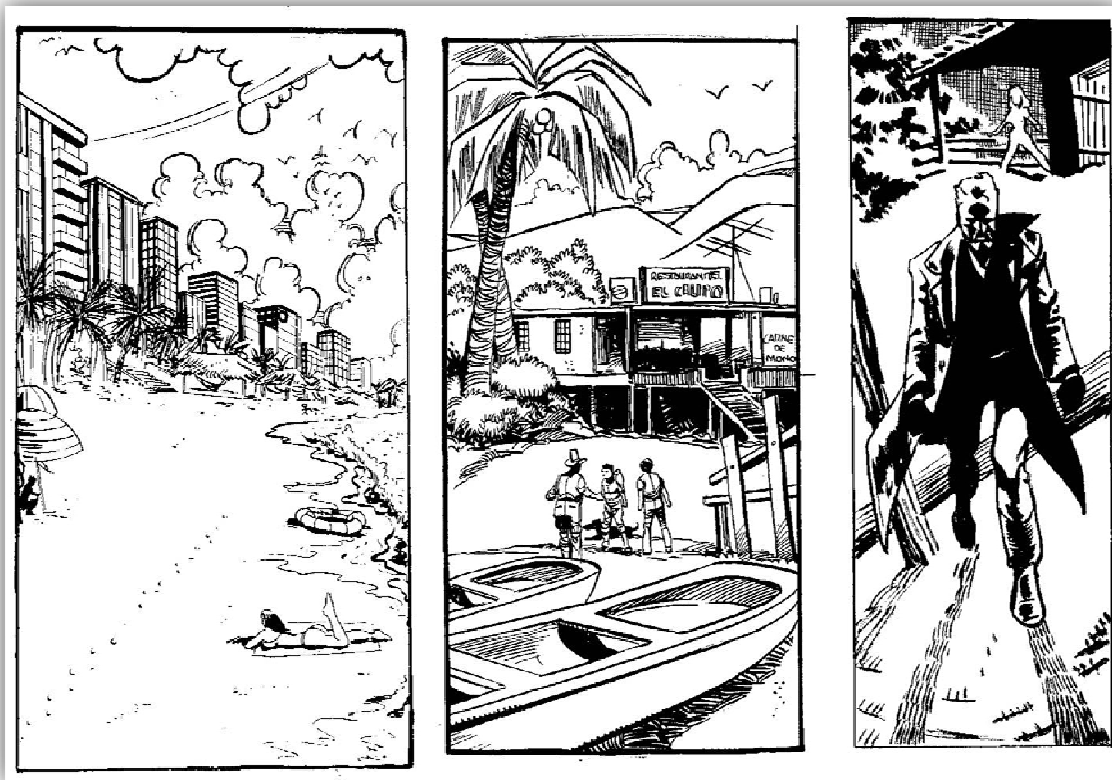
Los planos

Los *planos* o *encuadres* son las imágenes que el lector verá plasmadas en los cuadros de las páginas de la historieta, representaciones gráficas que muestran a los personajes y al lugar donde se lleva a cabo la acción. Como ya se mencionó líneas arriba, en la historieta la acción es lo más importante en la narración de la historia y se desarrolla a lo largo de una serie de *escenas* o secuencias lógicas de *cuadros* que definen espacio y tiempo. Pues bien, cada cuadro está visto desde un *plano* o

encuadre, que es la perspectiva desde donde se capta esa imagen y que puede ser vista desde diferentes ángulos. A continuación los veremos a detalle.

Panorámico o long shot: Nos muestra un paisaje con personajes o sin ellos. Puede ser el campo o una panorámica de la ciudad.

Semipanorámica o medium long shot: Es una toma general pero más cercana y con personajes de cuerpo entero.



Panorámica, semipanorámica y fullshot

Full shot: En este plano la atención se concentre en los personajes vistos de cuerpo entero.

Plano americano: Encuadra a uno o más personajes desde la altura de las rodillas hasta la cabeza.

Medium shot: Uno o dos actores aparecen tomados desde el busto. Pueden verse de perfil. O una de espaldas en primer plano y el otro de frente al lector en segunda plano.



Plano americano, medium shot y close up

Close up: Es un acercamiento al rostro de un personaje para enfatizar reacciones emocionales, como sorpresa, dolor o coraje.

Big close up: Consiste en una gran acercamiento a alguna parte de su rostro o cuerpo, o a un objeto con el fin de darle primerísima importancia.



Big close up

Para darle mayor realce a algunas escenas, el dibujante suele apoyarse en *angulaciones* menos convencionales y de más impacto visual, que son *encuadres* que rompen con la vista tradicional de los personajes horizontal y de frente.

Picada o top shot: Es un ángulo donde el encuadre está visto de arriba hacia abajo. Algunos guionistas de historieta también le

llaman
“vista a
ojo de
pájaro”.



Picada

Contrapicada: Aquí el ángulo encuadra la escena de abajo, al ras del suelo, hacía arriba. Tanto los ángulos en picada como en contrapicada se utilizan para darle dramatismo a la escena.



Contrapicada

Se menciona con frecuencia que los conceptos de *plano* o *encuadre* que se han expuesto, ya sean nombrados en español o en inglés, fueron tomados por la historieta de las técnicas del cine. Tal vez no importe mucho cual fue su origen, lo cierto es que tales términos se utilizan constantemente en la elaboración de guiones y dibujos. Sin embargo, también es importante aclarar que el manejo de tales conceptos no es parte de una disciplina rígida. Aunque todo guionista

que se respete debe saber lo que significa cada uno, en ocasiones, cuando describe las características de su *escena* no los utiliza y lo explica a su manera, con sus propias palabras, de manera muy libre y entendible sin necesidad de meterse en tecnicismos. Con esto queda entendido que los diferentes tipos de *encuadres* o *planos* deben utilizarse provechosamente para lograr darle mayor dramatismo a cada parte de la historia. Así se debe tener sensibilidad para saber en dónde meter un *close up* o una *contrapicada* y así realzar los elementos dramáticos.

Lo que sí debe cuidarse de manera constante es la posición de las viñetas que, como ya también se mencionó, deben estar dispuestas en un orden lógico de izquierda a derecha y de arriba a abajo, pues es el orden al que estamos acostumbrados a leer. Tratar de cambiar este orden confunde la lectura de la historieta.



Lógica de la narración

Globos, retrospectivas, onomatopeyas y voces en off

Son otros elementos importantes dentro del lenguaje de la historieta y ayudan a enfatizar acciones y reacciones tanto físicas como psicológicas de los personajes dentro de la historia.

Globos: Son los contornos que encierran a los diálogos y con una colita o rabillo indican que un personaje está hablando. Existen diferentes tipos de *globos*, y cada uno sugiere distintas actitudes. Por ejemplo cuando el personaje habla de manera normal la forma del globo es lineal; cuando grita aparece en forma de explosión; o cuando piensa es semejante a una nube.



Globos

Escenas en retrospectiva: Si el guionista marca que una escena debe ser narrada en el pasado lejano, ya sea por el narrador o por un personaje, los cuadros de dicha escena irán encerrados en un contorno con líneas curvas, a manera de “nube”, para indicar que es *retrospectiva* o *flashback*.



Retrospectiva

Onomatopeyas: Las *onomatopeyas* son representaciones gráficas que indican sonidos, muy utilizadas en la historieta para darle mayor realce o impresión a la acción. CUAZ, PACK, ZOCK, significan golpes; SNIF, llanto; BROUUUUM, una explosión. Al igual que muchos otros elementos gráficos de la historieta mexicana, la mayoría de las onomatopeyas han sido copiadas del cómic norteamericano donde se escriben de manera literal, pues en inglés muchos sonidos se convierten en verbos. Por ejemplo la palabra RING (sonar) que como onomatopeya significa el sonido de un timbre o de un teléfono; o SNAP (chasquear), que se usa cuando un personaje “trueno” los dedos; KNOK (golpear), que es utilizado cuando alguien toca la puerta, o el famosos SNIFF (aspirar), que es un suspiro. En México algunos guionistas han introducido palabras en el sentido literal para expresar diversos efectos: ¡MOLES!, ¡RÁJALE!, ¡MADRES!, sobre todo para representar sonidos de manera chusca.



Onomatopeyas

Voz en off: Se utiliza cuando un personaje que habla no sale a cuadro y sólo se “escucha” su voz, lo cual es interpretado con un globo cuyo rabillo sale por un lado del cuadro. Regularmente ayuda a destacar un aspecto importante de la escena o marcar suspenso.



Voz en off

Géneros de la historieta

En el medio de la historieta popular mexicana se trabajan diversos *géneros* narrativos:

Aventura

Pícaro

Romántico

Del oeste

Erótico

De denuncia

Histórica y de crítica social

Tales “*géneros*” entre obligadas comillas son conceptos muy propios del medio historietístico y pretenden basarse en los tres principales géneros dramáticos clásicos, a saber:

***La tragedia:** representación de terribles conflictos entre personajes, los cuales son víctimas de grandes pasiones que no pueden dominar y suelen acabar con la muerte del protagonista.*

***La comedia:** representación de un conflicto de aspecto alegre y divertido de la vida humana y cuyo desenlace suele ser feliz.*

*El drama: representación de problemas graves, con intervención, a veces, de elementos cómicos y con un final que suele ser sombrío.*¹

En la creación de historietas el manejo de estos tres géneros literarios clásicos es muy libre. Editores y guionistas hablan de ellos a su modo, cuando plantean ideas y proyectos, y terminan catalogando su producto como *trágico/de denuncia, cómico/comedia, romántico/dramático* y así hasta construir una serie de *géneros de historieta*. Lo que se tiene por cierto es que en estos últimos se explota *el melodrama*, subgénero clásico entendido como:

*“la representación de conflictos a través de un sentimentalismo exacerbado y la explotación de la tragedia casi sin fin de los personajes a lo largo de una historia... En la exposición de este mundo dramatizado destacan las figuras del héroe, la heroína, el malvado, el bueno, el traidor, el sacrificado, el abnegado y el sufrido.”*²

De esta manera, tragedias, comedias, dramas y melodramas directos, ramplones, vulgares y cursis, si se quiere, inundan los contenidos de los *cuentitos*.

Según palabras de Armando Bartra, la historieta mexicana copió tales contenidos, en sus inicios, de las películas de éxito de la época de oro del cine mexicano y después de las películas mexicanas de ficheras y cabareteras (en los años 70 y 80 del siglo pasado). Actualmente se nutren principalmente del cine industrial de Estados Unidos.³

¹ Domínguez Hidalgo, Antonio. *Iniciación a las estructuras literarias*. Porrúa, México, pp.184-187.

² Domínguez Hidalgo. op.cit. pp. 188.

³ Aurrecoechea, Juan Manuel. op.cit.

Salvo algunas variantes y pocas excepciones, las historias siguen una misma línea argumental donde se resaltan los buenos sentimientos, las vidas nobles, las víctimas de la sociedad y los malvados prepotentes. Los argumentos de la historieta siempre comienzan y terminan con este manejo maniqueo donde el bueno triunfa sobre el malo, así nada más. Desde la historia femenina, pasando por la de aventura y la pícara, hasta la abiertamente pornográfica, el trato a la historia debe ser el mismo: el personaje de alma bondadosa, el bien portado, saldrá bien librado, mientras que el transgresor siempre terminará con un castigo. Es una consigna que se dicta desde las oficinas de la Secretaría de Gobernación, donde exigen que los personajes actúen de manera “políticamente correcta” (este aspecto se verá con más detalle en capítulo 7); o bien, son comportamientos que ya tenemos bien aprendidos y arraigados por nuestra formación cultural después de haber digerido tantas y tantas historias en el cine, la televisión, algunas novelas y evidentemente muchas historietas.

¿Por qué se manejan estos *géneros* con tales contenidos? Simplemente porque son los que han funcionado comercialmente, los que más se venden. Los empresarios de la historieta mexicana no se valen de sofisticados estudios de mercado ni análisis de estadísticas para lanzar sus productos. Cuando trataron de hacerlo nunca se obtuvieron resultados favorables, pues los *mercadólogos* contratados para tal efecto nunca pudieron aumentar las ventas por medio de sus sesudas investigaciones. Lo cierto es que solamente decían lo que los editores querían escuchar y nunca se lograron mejores productos que los que se hacían sin su ayuda. Es por eso que las historietas se hacen con base en la experiencia que se ha adquirido con respecto a los títulos de mayor venta a los largo de los años. Y con base en esta experiencia muy pragmática los *géneros* han ido adaptándose y cambiando en sus temáticas de acuerdo a lo que se cree que el público quiere leer y ver. Veamos dichos *géneros historietísticos* uno por uno, con sus propios ejemplos de guión y dibujo.

Aventura

Género: Aventura.

Revista: Sensacional Guerreros del asfalto.

Título: Un túnel hacia la libertad.

1) VEMOS UN CAMPO DE CONCENTRACIÓN. EN PRIMER PLANO ESTA JEFF ROGERS, NUESTRO PERSONAJE PRINCIPAL. TIENE UNA METRALLETA TIPO UZI. VISTE DE MILITAR COLOR VERDE. LLEVA GRANADAS Y CARRILLERAS Y UN MORRAL CON EXPLOSIVOS. LISTO A ENTRAR EN ACCIÓN. EN SEGUNDO PLANO UNOS VIGILANTES DEL CAMPO, ARMADOS.

TEXTO: Era una maniobra suicida. Había más de quince terroristas en el campamento y él estaba solo.

2) CLOSE UP AL ROSTRO DE JEFF. NERVIOSO PERO DECIDIDO. SE JUEGA LA VIDA.

JEFF (PIENSA): ¡Me la tengo que jugar!

3) CORRE A HURTADILLAS. AL FONDO SE VE EL CAMPO DE CONCENTRACIÓN.

JEFF (P): ¡Estos bastardos no lanzarán el misil!

4) JEFF SE RECARGA CONTRA UNA PARED, ESCONDIÉNDOSE Y SACA UNOS EXPLOSIVOS DE SU MORRAL.

5) COLOCA LOS EXPLOSIVOS EN ALGUNA PARTE DEL EDIFICIO. SE SUPONE QUE VA HACERLO EXPLOTAR.

TEXTO: Colocó las bombas y se alejó dispuesto a activarlas.

6) JEFF SE ALEJA DEL LUGAR DONDE DEJÓ LAS BOMBAS.

7) LOS DESCUBREN. UNA VOZ EN OFF LE GRITA. EL PONE CARA DE SORPRESA.

VOZ EN OFF: ¡¡ALTO!!

JEFF: ¡Perra suerte!

8)JEFF COMIENZA A DISPARAR SU METRALLETA. BIEN RAMBO. ESPECTACULAR.

EFFECTO DE METRALLA: PRTTT RA TA TATA

JEFF: La fiesta comenzó antes de lo previsto.

9)JEFF CONTINÚA HUYENDO. VAN TRAS ÉL. UN ENEMIGO HERIDO. PERSECUCIÓN.

ENEMIGO: ¡Destrípenlo!

10)JEFF SE DETIENE UN MOMENTO PARA LANZARLES UNA GRANADA.

JEFF: ¡Traguen plomo, desdichados!

11)EXPLOSIÓN DE LA GRANADA. CUERPOS DE LOS ENEMIGOS VOLANDO. IMPACTO.

EXPLOSIÓN: BROUUUUMMMMM

ENEMIGOS: AGHHHHHHHH

UN TÚNEL HACIA LA LIBERTAD

ERA UNA MANIOBRA SUICIDA, HABÍA MÁS DE QUINCE TERRORISTAS EN EL CAMPAMENTO Y ÉL ESTABA SOLO.



CRÉDITOS AUTORALES :

ARGUMENTO : ARTURO LUCERO

PORTADA : TRAZO: ROBERTO CASTRO
COLOR: EFREN FUENTES

DIBUJO : CLEMENT.

COLOR : ANDRÉS CASTILLO

Adaptación : KiKe y Power.

GA- 63 -1



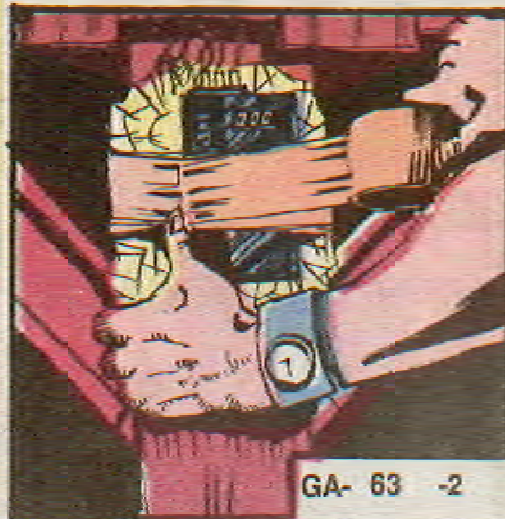
ME LA TENGO
QUE JUGAR.



ESTOS
BASTARDOS NO
LANZARÁN
EL MISIL



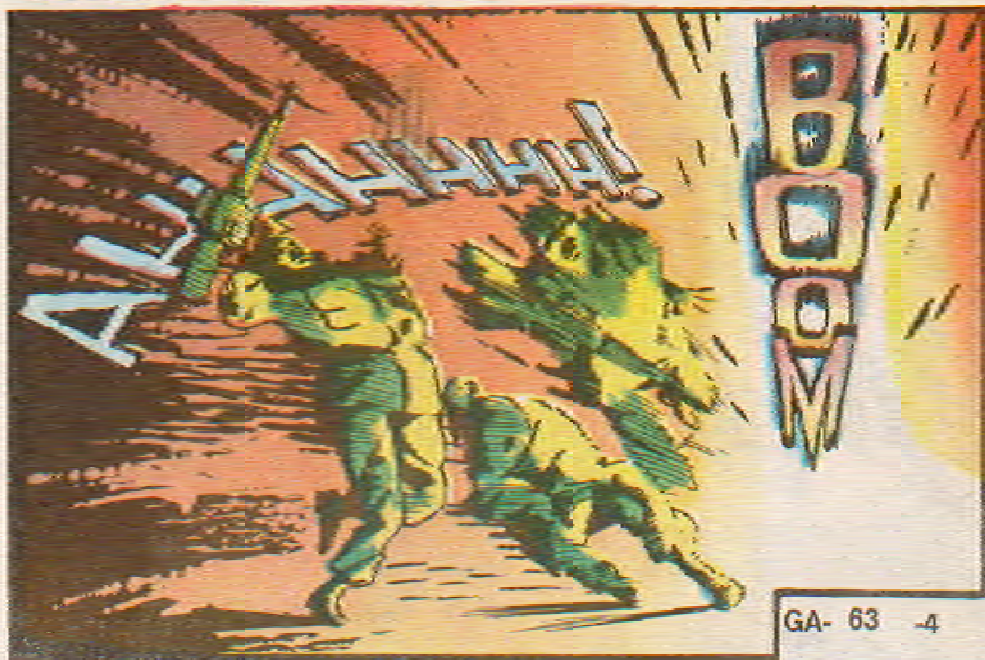
COLOCÓ LAS
BOMBAS Y SE
ALEJÓ DISPUESTO
A ACTIVARLAS.



GA- 63 -2



GA- 63 -3



Comentario:

En este ejemplo podemos ver el inicio de una historia de aventuras. Es la primera escena donde se presenta al personaje principal en plena acción. En este tipo de historietas es común empezar con escenas llenas de espectacularidad visual que despierten interés en el lector. El dibujo es serio e impactante, basado muchas veces en perspectivas muy pronunciadas y escorzos de la figura humana. Los personajes viven situaciones extremas y se da rienda suelta a las escenas de mucho movimiento. En los conflictos los antagonistas tienen por objetivo la transgresión social y el protagonista de la historia, siempre de buenos sentimientos, impide la maldad. Lógicamente siempre gana *el bueno* que se impone ante la venganza, la envidia, la ambición de poder y dinero, etc.

Los personajes son típicos y estereotipados, el bueno guapo y musculoso que parece modelo de pasarela, además de inteligente y astuto tiene que enfrentar al malo feo y corrupto.

Muchos guiones están basados en películas de acción, producidas principalmente en Estados Unidos (¿dónde más?), con temas policíacos, de guerra o de artes marciales.

En este género entran títulos como *Sensacional de Artes Marciales*, *Guerreros del Asfalto*.

Pícara

Género: Pícara

Revista: Sensacional de Mercados

Título: ¡Engarróteseme ahí!

45)CAMBIO DE ESCENA. VEMOS QUE RAMIRA ESTÁ EN EL CENTRO DE LA PISTA DEL ANTRO. ESTÁ EN BIKINI Y A PUNTO DE BAJARSE LAS PANTALETAS. EL PÚBLICO EUFÓRICO. ELLA MUY SENSUAL. LAMBERTO LE GRITA DESEPERADO QUE SE BAJE DE AHÍ. TIENE CARA DE ANGUSTIA, PERO RAMIRA NI LO PELA. OJO. PUEDE HACERCE UN RECUADRO CON CLOSE UP A RAMIRO CON CARA DE ESPANTO AL VER A SU ESPOSA BIEN CALIENTE.

PUBLICO: ¡Mamacitaaaaa!

LAMBERTO: ¡Mi amor, vámonos a la casa! ¡Eres Ramira, mi ñora!

46)LAMBERTO SE SUBE A LA PISTA Y TRATA DE BAJAR A SU ESPOSA. LA GENTE DEL ANTRO SE ENOJA. RAMIRA, COMO ESTÁ HIPNOTIZADA NO RECONOCE A SU MARIDO.

LAMBERTO: ¡Vámonos, ya estuvo suave! ¡Te pasas!

RAMIRA: ¡Suélteme, ni lo conozco!

GENTE: ¡Bájate, güey!

47)LAMBERTO DESEPERADO TRATA DE BAJARLA ANTES DE QUE ELLA SE ENCUERE. EN ESO SUBE A LA PISTA EL SACABORRACHOS, UN PELADO COMO DE DOS METROS CON CUERPO DE LUCHADOR.

LAMBERTO: ¡Vamos a nuestro hogar, mi reina!

GENTE: ¡Saquen a ese borracho! ¡Está echando a perder el show!

48)EL SACABORRACHOS LEVANTA EN VILO A LAMBERTO. ÉSTE PONE CARA DE YO NO FUI.

TEXTO: En eso...

GUARURA: ¿Lo conoces, preciosa?

RAMIRA CON CARA DE INOCENCIA: No, no sé quién sea este güey.

49)EL SACABORRACHOS ECHA A LAMBERTO CON UNA PATADA EN LAS NALGAS. ALGO CÓMICO.

GUARURA: ¡Y no vuelvas a pararte por aquí, borracho impertinente!

EFFECTO DE PATADA: POCK





¡ VÁMONOS, YA ESTUVO SUAVE, TE PASAS... !

¡ SUÉLTEME, NI LO CONOZCO !

¡ BAJA TE GUEY !



¡ VAMOS A NUESTRO HOGAR, MI REINA !

¡ SAQUEN A ESE BORRACHO... ESTÁ ECHANDO A PERDER EL SHOW !

SMERC-306.54



EN ESO...

¿ LO CONOCES, PRECIOSA ?

IAAAHHH!

NO, NO SÉ QUIÉN
SEA ÉSTE GÜEY.

¡ Y NO VUELVAS POR AQUÍ,
BORRACHO IMPERTINENTE !

SMERC-306 -55

Comentario:

Como podemos ver, en las historietas del género pícaro lo que se resalta es el aspecto chusco de las situaciones. Aunque sea un momento de gran drama para el personaje principal, la situación se maneja de manera jocosa, tanto en la acción como en el lenguaje. De la misma manera el dibujo de las chicas es un tanto exagerado en las formas, haciéndolas más voluptuosas. En cuanto al dibujo de la figura masculina tiende hacia la caricatura o a hacer ver cómico al personaje.

Este tipo de historias aborda la comedia de situaciones y trata de recrear la vida de los barrios populares, sus costumbres y formas de vivir y hablar. Se retoman diversos conflictos, tanto de amor como pasionales o de aventura, pero siempre dándole el toque de picardía “a la mexicana”, salpicada de diálogos sexuales en doble sentido.

En este género el lenguaje es más libre, se utiliza mucho el caló y algunos albuces, los más conocidos y los que permita la omnipresente Secretaría de Gobernación. En las historias pícaras se trata no caer en lo sexualmente explícito. Es necesario dejar en claro que aunque se maneja el doble sentido y la alusión a lo sexual, con chicas exuberantes y sensuales y personajes *calenturientos*, no existen desnudos.

Revistas como *Sensacional de Maestros*, *Sensacional de Mercados*, *Agencia del Deseo* pertenecen a este género.

Romántica

Género: Femenina, romántica.

Revista: Libro del amor.

Título: Quiero disfrutar con otro.

21)ADRIANA ESTA EN SU RECÁMARA PENSATIVA Y TRISTE. ESTÁ EN NEGLILLÉ, SENSUAL.

TEXTO: Sin embargo la situación empeoró al extremo de dormir en cuartos separados.

22)CAMBIO, AHORA VEMOS A GERARDO, TAMBIÉN ESTÁ EN EL OTRO CUARTO SOLO. FUMA PENSATIVO. CON EL TORSO DESNUDO.

TEXTO: A solas trataba de justificar su rechazo.

ROBERTO (PIENSA): ¡No soporto estar cerca de ella...!

23)CLOSE UP AL ROSTRO DE GERARDO. SE HACE UN EFECTO DE PENSAMIENTO EN DONDE ÉL MISMO SE VE HACIENDO EL AMOR CON ADRIANA.

TEXTO: El ansia de volver a tenerla en mis brazos me consumía...

34)VOLVEMOS CON ADRIANA QUE TIENE SU CABEZA SOBRE UNA ALMOHADA Y SUFRE.

TEXTO: Y Adriana estaba pasando por la misma tortura.

ADRIANA (P): ¡No es justo que Gerardo esté haciéndome esto!

35)ADRIANA COMIENZA A MOVERSE CON DESEO.

TEXTO: Ya tenía dos meses que ni siquiera la tocaba.

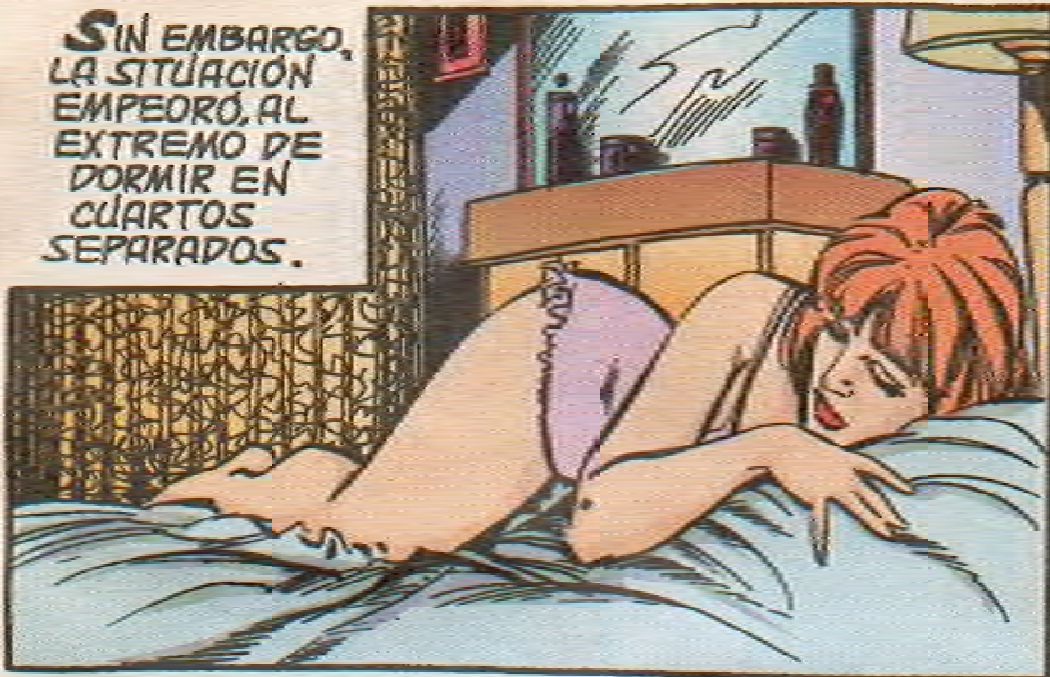
ADRIANA (PIENSA): ¡Lo necesito, añoro sus besos y sus caricias!

36)CLOSE UP AL ROSTRO DE ADRIANA. COMIENZA A LLORAR.

TEXTO: Era joven, ardiente y su instinto la llamaba a gritos.

ADRIANA: ¡Quiero sentirlo, tenerlo dentro de mí!

**SIN EMBARGO,
LA SITUACIÓN
EMPEORÓ, AL
EXTREMO DE
DORMIR EN
CUARTOS
SEPARADOS.**

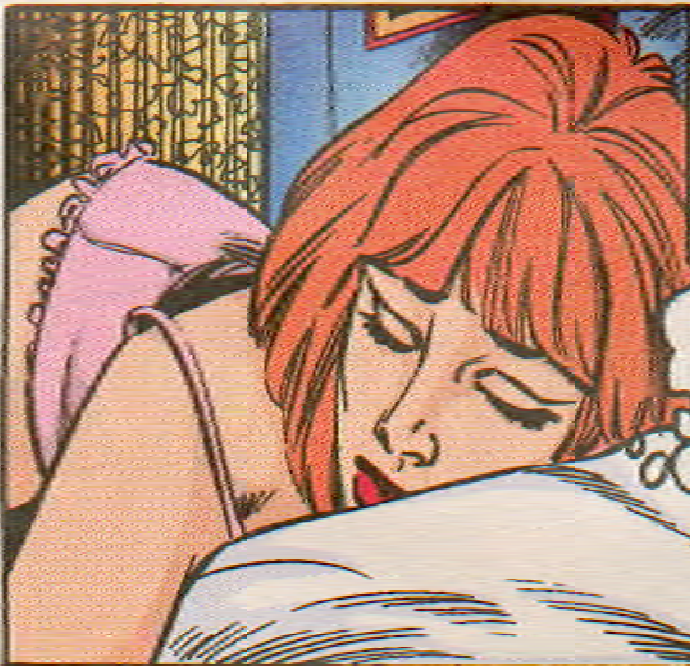


**A SOLAS,
TRATABA DE
JUSTIFICAR
MI RECHAZO.**



COL-38

EL ANSIA DE
VOLVER A TENERLA
ENTRE MIS BRAZOS
ME CONSUMÍA...



Y ADRIANA
ESTABA
PASANDO POR
LA MISMA
TORTURA.

¿NO ES JUSTO
QUE GERARDO
ESTÉ
HACIÉNDOME
ESTO!

62-100

YA TENÍA
DOS MESES
QUE NI
SIQUERA LA
TOCABA.



¡LO NECESITO,
AÑORO SUS
BESOS Y SUS
CARICIAS!

ERA JOVEN,
ARDIENTE Y
SU INSTINTO
LA LLAMABA
A GRITOS.



¡QUIERO
SENTIRLO,
TENERLO
DENTRO
DE MÍ!

CON-40

Comentario:

En las historias de tipo romántico o sentimental, que van encaminadas a satisfacer el gusto del público femenino, las tramas giran en torno al amor y al desamor. En este caso la historia está narrada en primera persona, el narrador cuenta el sufrimiento de su mujer cuando él es incapaz de satisfacerla sexualmente. En estas historias se explota el melodrama y el sentimentalismo. Episodios basados en lugares comunes sobre lo que debe ser la relación amorosa de una pareja, las ilusiones pasionales y su contraparte, el engaño vil.

Aquí casi siempre se retrata la vida de la mujer joven, bella y humilde que sufre lo indecible pero que algún día, después de tantas calamidades del destino, terminará triunfando en la vida, si el triunfo se entiende como el éxito económico o verse casada con el hombre de sus sueños, de preferencia “*güerote, guapote y con lana*”. Esta temática es la constante en este tipo de historietas.

El dibujo es serio y proporcionado, conservador en las formas. El lenguaje también es recatado, salvo algunas expresiones como maldiciones, pero siempre cuidando de no emplear “palabras altisonantes”.

Historietas femeninas son *El Libro del Amor, Páginas Íntimas, Ángeles y Demonios*.

Del Oeste

Género: Acción Western.

Revista: Especial de Praderas sin Ley

Título: Jeff Ryan, el insepulto en: La venganza del Tunco.

32)CAMBIO DE ESCENA. YA ES DE DÍA. EL PARAJE LUCE DESOLADO. ALGUNOS ARBUSTOS. AMBIENTE HÚMEDO. SOLIATRIO.

TEXTO: Cuando amanecía, de las hojas de los árboles aún resbalaban gotas cristalinas.

33)ESCENA IGUAL. PARAJE.

TEXTO De pronto, el silencio se vio roto por el estruendoso galope de un caballo.

EFFECTO DE GALOPE: PRAC PRAC PRAC

34)VEMOS A DOUGLAS Y BAD BEAR AGAZAPADOS TRAS UNAS ROCAS. ESPERAN AL INSEPULTO. DOUGLAS APUNTA CON SU WINCHESTER.

TEXTO: Al mismo tiempo, dos hombres preparaban sus rifles de repetición.

DOUGLAS: ¡Es más estúpido de lo que pensé!

BAD BEAR: ¡Prepárate!

35)VISTA DEL VALLE. APARECE EL INSEPULTO EN LA LEJANÍA. MONTADO EN SU CABALLO. AL PARECER TRANQUILAMENTE.

TEXTO: Y en cuanto vieron aparecer al jinete...

VOZ EN OFF: ¡Ahí está!

VOZ EN OFF: ¡Lo tengo en la mira!

36)ACERCAMIENTO A LOS MALOSOS QUE DISPARAN.

TEXTO: Las detonaciones hicieron un eco en toda la cañada.

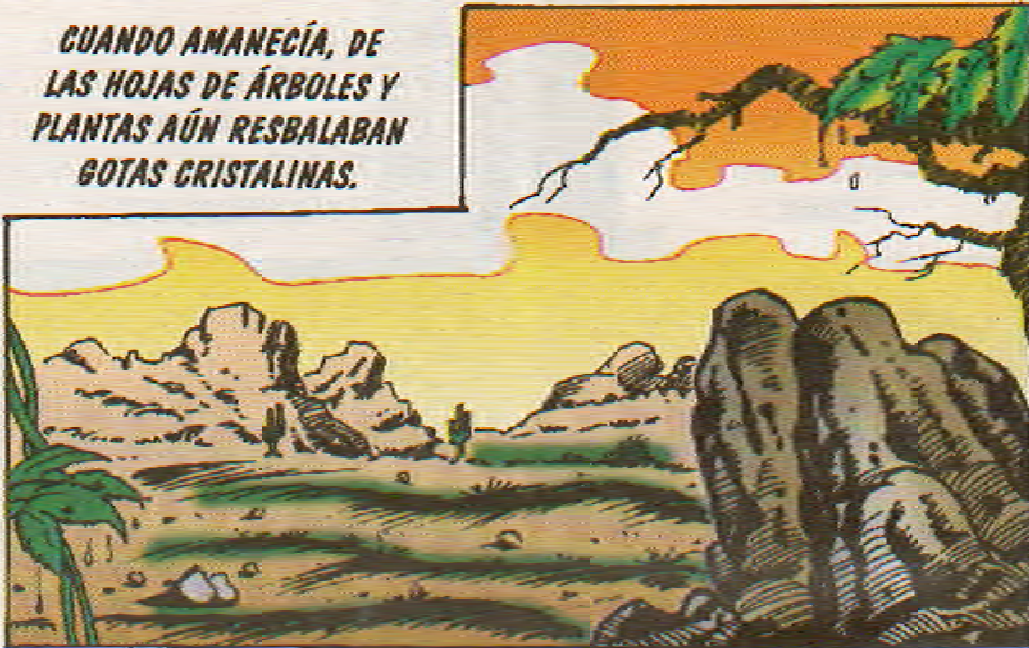
EFFECTO DE DISPAROS: BANG BANG

37)VEMOS COMO LOS DISPAROS LE DAN AL INSEPULTO. ESTE CAE DEL CABALLO.

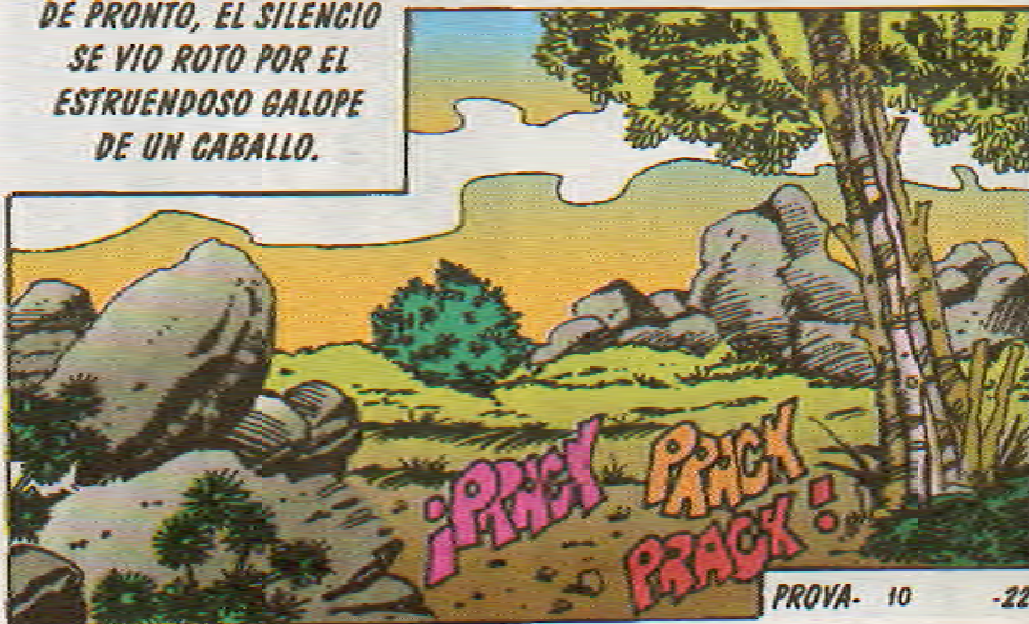
TEXTO: Al recibir los brutales impactos, el jinete se desplomó dramáticamente.

EFEECTO: BANG BANG

CUANDO AMANECÍA, DE LAS HOJAS DE ÁRBOLES Y PLANTAS AÚN RESBALABAN GOTAS CRISTALINAS.



DE PRONTO, EL SILENCIO SE VIO ROTO POR EL ESTRUENDOSO GALOPE DE UN CABALLO.



PROVA- 10 -22

AL MISMO TIEMPO,
DOS HOMBRES
PREPARABAN SUS RIFLES
DE REPETICIÓN.

¡ES MÁS ESTÚPIDO
DE LO QUE PENSÉ!

¡PREPÁRATE!



Y EN CUANTO VIERON
APARECER AL JINETE...

¡AHÍ ESTÁ!



¡LO TENGO EN
LA MIRA!

PROVA- 10 -23

**LAS DETONACIONES
HICIERON ECO EN TODA
LA CAÑADA.**



**AL RECIBIR LOS
BRUTALES IMPACTOS, EL
JINETE SE DESPLOMÓ
DRAMÁTICAMENTE.**



Comentario:

En las historietas de vaqueros se trata de recrear el ambiente idealizado de lo que conocemos como el “oeste americano” con todos sus estereotipos. Héroe que lucha por el bien en una región inhóspita llena de ambición y muerte. La referencia son las películas clásicas de este género, al igual que las series televisivas o los mismos comics y novelas de *westerns*.

Pedro Coyote, Salvaje Oeste Bronco, Praderas Sin Ley, El Insepulto, son títulos con temática del oeste.

Erótica

Género: Erótica

Revista: Eróticos Anónimos

Título: Haré realidad tu fantasía más cachonda.

95) VEMOS A KARINA MUY SENSUAL. ACOSTADA EN SU CAMA Y LEYENDO LAS CARTAS QUE LE HAN LLEGADO.
TEXTO: Me parecía gracioso e increíble, pero había algo en esas cartas que me atraía inexplicablemente.

OTRO TEXTO: Desde el principio la comunicación con Efraín fue distinta. Hablábamos de sexo, pero él no mostraba la impulsividad de los otros.

KARINA: Voy a contestarle, total, no pierdo nada.

96) SIGUE LAS MISMA ESCENA. ELLA LEE. LUCIR SU CUERPO.

TEXTO: Es difícil explicarlo, pero como que había cierta ingenuidad en él que me hacía sentirme más libre y confiada. Mi obsesión tomaba más fuerza.

97)OTRO DIA. KARINA EN LA MISMA RECÁMARA PERO CON ROPA DIFERENTE. QUE SE VEA QUE PASAN LOS DÍAS. SIGUE LEYENDO CARTAS.

TEXTO: No tuve ningún recelo en confesarle que yo no era la chica de las fotografías. Le hablé de mi trauma sin ningún pudor.

98)SIGUE. QUE SE VEA QUE ES OTRO DÍA.

TEXTO: Casi nos escribíamos a diario y pasaban los días y él no manifestaba ningún deseo por verme.

KARINA (PIENSA): Ya no aguanto más. Tengo que verlo.

99)KARINA HABLA POR TELÉFONO.

TEXTO: Yo fui la que tomé la iniciativa, le pedí su número telefónico y...

KARINA: Efraín, tengo que conocerte. Tenemos que hacer realidad nuestras fantasías.

110)KARINA EMOCIONADA HABLA. AL OTRO LADO DE LA LÍNEA SE ESCUCHA UNA VOZ NERVIOSA.

KARINA: Te confieso que no puedo imaginar esa maravilla que tienes. He estado soñando, es tremendo.

VOZ POR TELÉFONO: E-este...sí. E-este...yo...

101)OTRO DÍA. AHORA KARINA ESTA DESNUDA. HABLA POR TELÉFONO. SE ACARICIA CACHONDAMENTE. LUCIRLA. LE CUELGAN EL TELÉFONO.

TEXTO Lo sentí muy nervioso y hasta tartamudeaba. Finalmente no pudo soportar mi acoso sexual y colgó.

KARINA: ¡Efraín! Ohhhh.

EFEECTO DEL TELÉFONO: CLICK

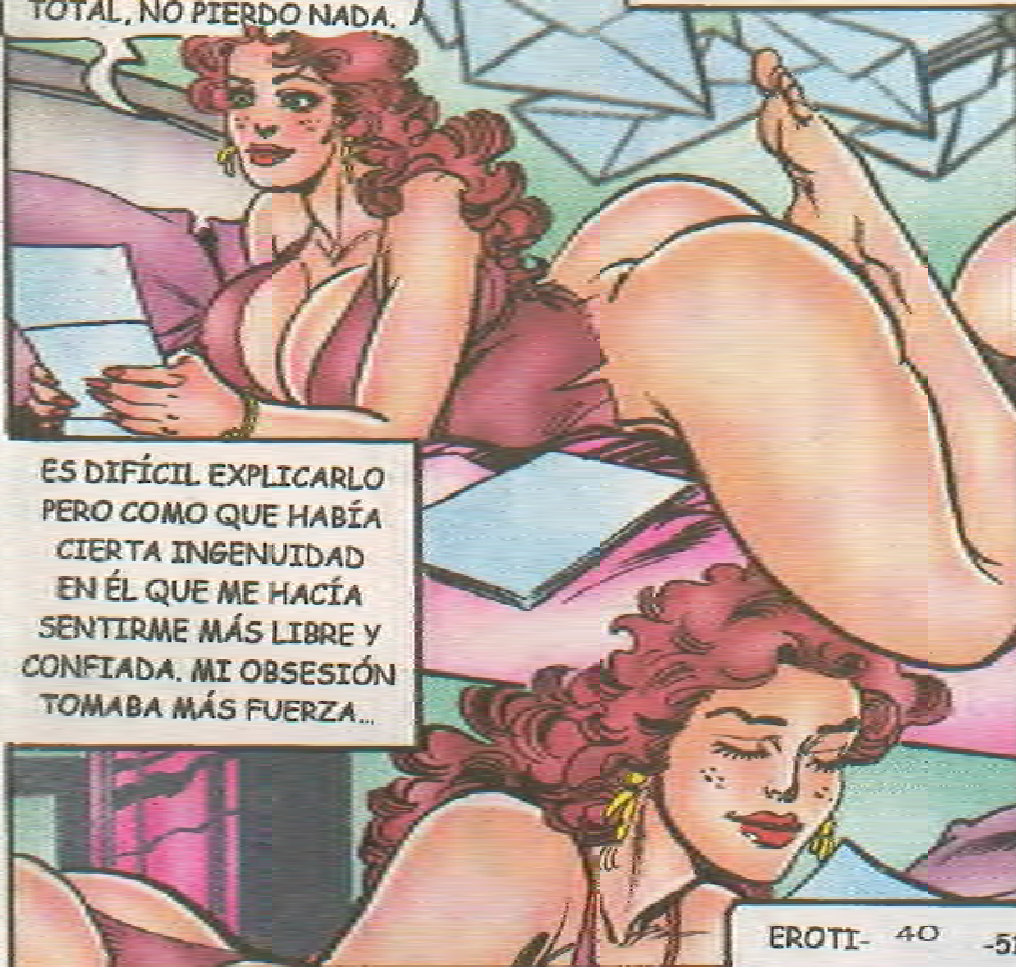
102)SIGUE ESCENA.

KARINA SENSUAL Y DECIDIDA (PIENSA): No importa lo que tenga que hacer, voy a encontrarlo. Con la dirección de sus cartas lo localizaré. ¡Mi obsesión ahora tiene un nombre: Efraín!

ME PARECÍA GRACIOSO E
INCREÍBLE, PERO HABÍA
ALGO EN ESAS CARTAS
QUE ME ATRAÍA
INEXPLICABLEMENTE.

DESDE EL PRINCIPIO LA
COMUNICACIÓN CON
EFRAÍN FUE DISTINTA,
HABLÁBAMOS DE SEXO,
PERO ÉL NO MOSTRABA
LA IMPULSIVIDAD DE
LOS OTROS.

VOY A CONTESTARLE,
TOTAL, NO PIERDO NADA.



ES DIFÍCIL EXPLICARLO
PERO COMO QUE HABÍA
CIERTA INGENUIDAD
EN ÉL QUE ME HACÍA
SENTIRME MÁS LIBRE Y
CONFIADA. MI OBSESIÓN
TOMABA MÁS FUERZA...

EROTI- 40 -51

NO TUVE NINGÚN
RECELO EN CONFESARLE
QUE YO NO ERA LA CHICA
DE LAS FOTOGRAFÍAS. LE
HABLÉ DE MI TRAUMA
SIN NINGÚN PUDOR.

CASI NOS ESCRIBÍAMOS
A DIARIO Y PASABAN
LOS DÍAS Y ÉL NO
MANIFESTABA NINGÚN
DESEO POR VERME.

YA NO AGUANTO MÁS,
TENGO QUE VERLO.



YO FUI LA QUE TOMÉ LA INICIATIVA, LE PEDÍ SU NÚMERO TELEFÓNICO, Y...

EFRAÍN, TENGO QUE CONOCERTE. TENEMOS QUE HACER REALIDAD NUESTRAS FANTASÍAS.



TE CONFIESO QUE NO PUEDO IMAGINAR ESA MARAVILLA QUE TIENES, HE ESTADO SOÑANDO, ES TREMENDO.

E-ESTE SÍ, E-ES QUE YO...

LO SENTÍA MUY
NERVIOSA Y HASTA
TARTAMUDEABA;
FINALMENTE NO PUDO
SOPORTAR MI ACOSO
SEXUAL Y COLGÓ.

¡EFRAÍN!
OH HHH.



NO IMPORTA LO QUE
TENGA QUE HACER, VOY
A ENCONTRARLO, CON
LA DIRECCIÓN DE SUS
CARTAS LO LOCALIZARÉ.
MI OBSESIÓN AHORA
TIENE UN NOMBRE:
EFRAÍN!



EROTI- 40 -54

Comentario:

En las historietas de corte erótico el tema central es el sexo. A través de sus acciones los personajes, ya sean masculinos o femeninos, tratan de hacer realidad sus deseos y fantasías sexuales. Este género ha pasado de ser lo que se consideraba erótico a lo abiertamente pornográfico, ya que actualmente el dibujo presenta escenas de desnudos con sexo explícito. Aquí tanto las chicas y los chicos tienen cuerpos idealizados en extremo, exagerados en sus formas. Son los famosos *pornocomics*.

Aunque existe un conflicto, es lo menos interesante y el sexo surge a la primera provocación y sin ningún pretexto para hacer la historia. Abundan las posiciones sexuales y el dibujo de desnudos se explota al máximo. En algunos títulos los genitales y las penetraciones sexuales se muestran sin ningún tapujo.

Cabe agregar que todas las imágenes con sexo explícito son autorizadas por la Secretaría de Gobernación. Siempre y cuando no se presenten en la portada, en los interiores se permite mostrar toda la intimidad de los personajes. Eso sí, se debe manejar un “lenguaje correcto”, de acuerdo a las indicaciones de los funcionarios de dicha dependencia.

Sexoservicio S.A., Eróticos Anónimos, La Loca Historia del Sexo, Machos y Hembras en Celo, son algunos “exquisitos títulos” de la historieta sensual.

De denuncia

Género: De denuncia social.

Revista: Zona Caliente

Título: ¡Tratante de blancas!

160)SE VE EL CUERPO DE SONIA EN UNA TOMA EN PICADA. ESTÁ COSIDO POR LAS BALAS Y LA SANGRE SE DERRAMA POR SU ESPALDA. SE OBSERVAN LOS PIES DE LOS POLICÍAS

VOZ EN OFF: ¡Mi hermana se volvió una ramera, es la vergüenza de Green Hill!

VOZ EN OFF: ¿Mataste a tu propia hermana?

161)UN POLICÍA ESPOSA A WALTER. LOS DEMÁS SORPRENDIDOS POR LO QUE HA PASADO.

WALTER: ¿Y porqué no? ¡Traicionó con su indecencia a todo el pueblo! ¡Por eso asesiné también al forastero!

POLICIA: Tal parece que tienes mucho que contar, muchacho.

162)SE LLEVAN A WALTER. ÉL SIGUE REFUNFUÑANDO. CREE QUE HIZO JUSTICIA.

WALTER: ¡Bah, no me arrepiento de nada!

POLICIA: ¡Mejor cállate, maldito loco!

163)SE LO LLEVAN A LA CÁRCEL . Y FIN DE LA HISTORIA.

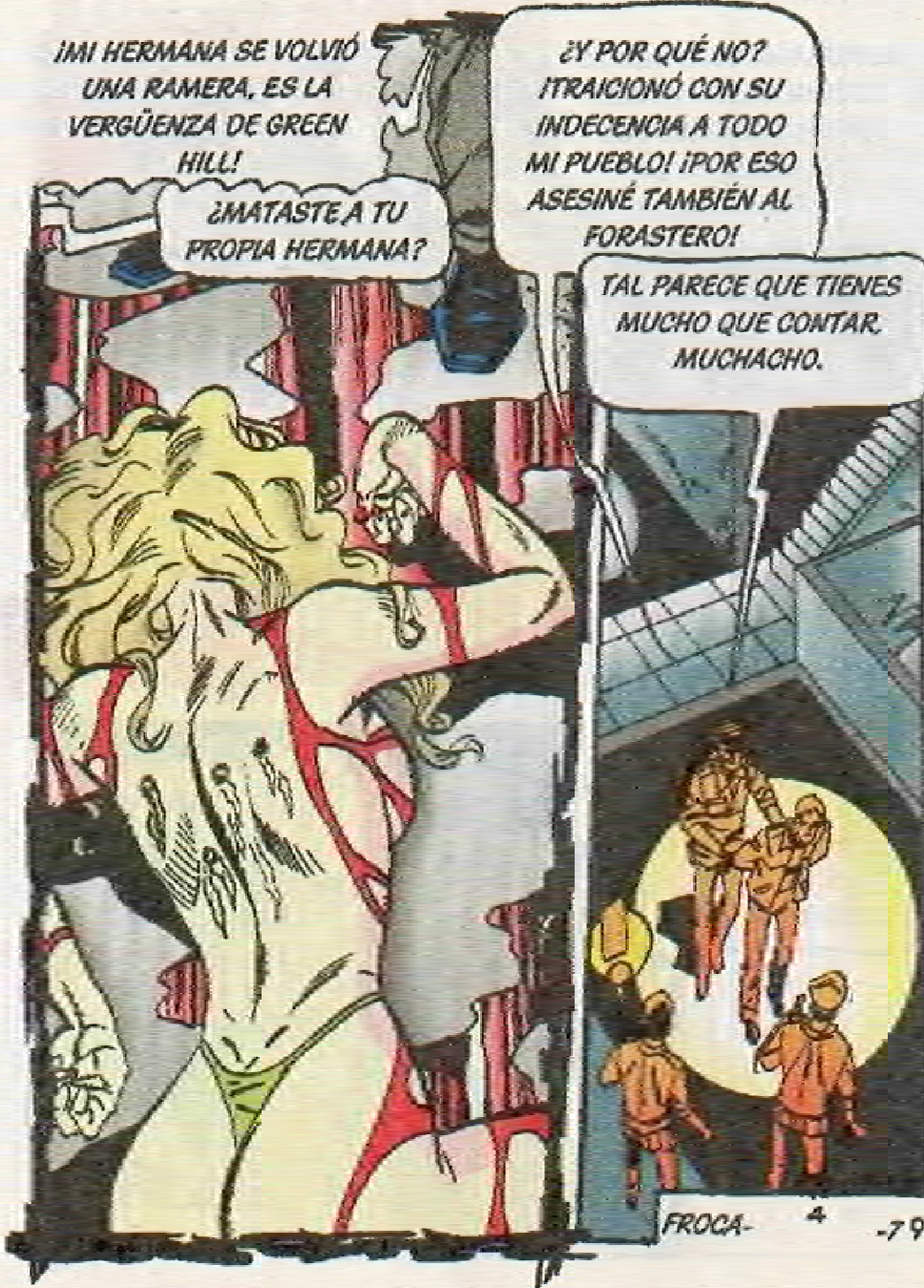
POLICIA: ¡Por gente como tú, que pretende hacer justicia con sus propias manos, es que vivimos en esta feroz frontera sin ley!

¡MI HERMANA SE VOLVIÓ
UNA RAMERA, ES LA
VERGÜENZA DE GREEN
HILL!

¿MATASTE A TU
PROPIA HERMANA?

¿Y POR QUÉ NO?
¡TRAICIONÓ CON SU
INDECENCIA A TODO
MI PUEBLO! ¡POR ESO
ASESINÉ TAMBIÉN AL
FORASTERO!

TAL PARECE QUE TIENES
MUCHO QUE CONTAR,
MUCHACHO.



FROCA- 4 -79



¡BAH, NO ME
ARREPIENTO DE
NADA!

¡MEJOR CÁLLATE,
MALDITO LOCO!

FROCA- 4 -80

**IPOR GENTE COMO TÚ, QUE
PRETENDE HACER JUSTICIA
CON SUS PROPIAS MANOS,
ES QUE VIVIMOS EN ESTA
FEROZ FRONTERA SIN LEY!**

**F
I
N**



FROCA- 4 -81

"ZONA CALIENTE, AVENTURAS FRONTERIZAS" Año I No. 4 Abril 1 de 1998
Revista Semanal. Editada por Editorial EJEA, S. A. de C. V. Oficinas: Donato Guerra N°9. Col. Juárez, México, D. F. C. P. 06680. Tel: 705-32-22. Fundador: Jaime Flores Serrato (†) - Director Editorial: Sra. Julia Barrios Nolasco - Editor Responsable: Sr. José Juan García Jaramillo. - No. de Reserva de Título en Derechos de Autor No. 00441/97. Dirección General de Derechos de Autor - Autorización por la Comisión Calificadora de Publicaciones Libros y Revistas Ilustradas bajo Cert. Lic. Título y Cert. Lic. Contenido En Trámite. - Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Distribución D. F. Despacho Everardo Flores Hermanos. Serapio Rendón No. 87. primer piso, Col. San Rafael. México D. F. C. P. 06470. Tel. 566-82-00. Distribución Foráneo: Compañía Distribidora de Periódicos Libros y Revistas, S. A. de C. V. Instituto Técnico No. 269. México, D.F. Tel: 541 46-24. - Impresión: Talleres Fotográficos Zaragoza, S. A. de C. V. Calle Tres No. 48. Col. Alca Blanco. Nautatlan de Juárez, Estado de México. Tel: 359-17-01.

*Las historias, instituciones, nombres y personajes, tanto principales como secundarios utilizados en el material de esta revista son ficticios. Cualquier similitud con personas e instituciones reales es únicamente coincidencia.

LA EDITORIAL NO SE HACE RESPONSABLE DEL CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS
NI DE OFERTAS REALIZADAS POR LOS ANUNCIANTES.

Prohibida su reproducción total o parcial. Copyright D. R. "©" EDITORIAL EJEA, S. A. de C. V.
PRINTED AND MADE IN MEXICO - IMPRESA Y EDITADA EN MEXICO

Comentario:

Presentamos aquí el final de una historieta del género de denuncia social, que basa la mayoría de sus historias en noticias de los diarios de nota roja. Hechos reales o ficticios, pero todos sangrientos, producto de las pasiones, son los acontecimientos que dan vida a estas narraciones. Su lenguaje es agresivo y no están exentas de escenas de sexo. El violador de la ley siempre paga sus delitos.

Estas historietas retoman temas de la vida cotidiana donde el personaje principal es un transgresor de la sociedad, o es una víctima de ese transgresor. Muchas veces se toman temas de las vidas de grandes delincuentes, ya sea estafadores, ladrones o asesinos. También se retoman casos sobre los típicos abusivos que agreden a otras personas.

Por lo regular estas historias terminan con una lección y un castigo para el transgresor, además de una moraleja donde se advierte de las nefastas consecuencias a las que puede llevar un comportamiento antisocial.

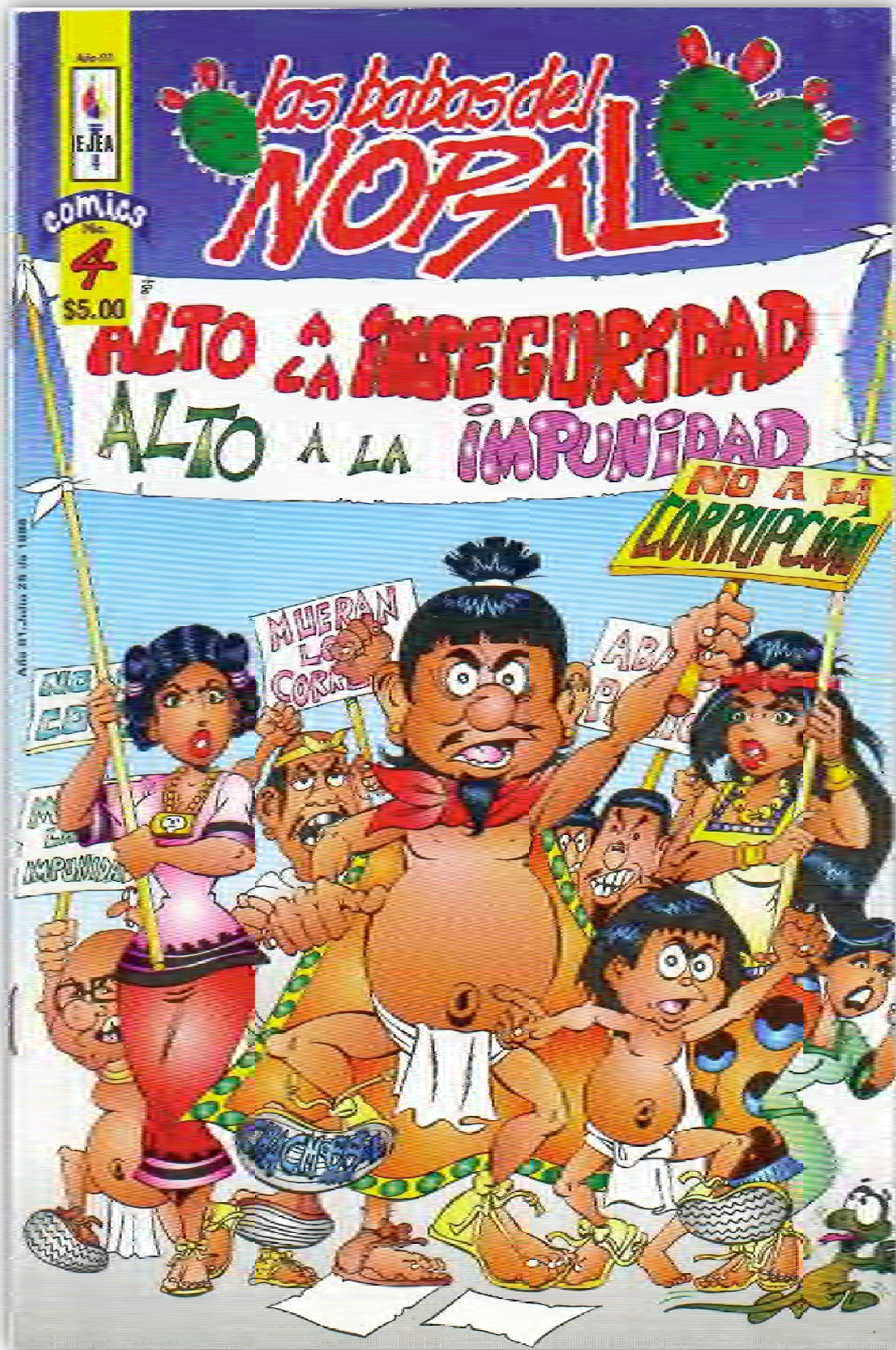
Títulos como *¿Así soy... y qué?* y *La Vida Excitante y Brutal* son ejemplos de historieta de denuncia.

Histórica y de crítica social

¿Existen en la historieta popular mexicana este tipo de temas? Claro que se han hecho intentos por hacer algo con otra temática, sin embargo han pasado al olvido porque representaron grandes fracasos comerciales. *Aventureros y Exploradores* trató de ser una historieta de corte histórico donde se narraban las aventuras de los grandes héroes de la historia, como Marco polo, Cristóbal Colón o Erick el Rojo. *Las babas del Nopal* fue otro intento de crítica política “a toro pasado”, pues criticaba al salinismo cuando Carlos Salinas ya no era presidente. Sin embargo, se puede decir que fue un intento honesto de hacer otro tipo de historieta, aunque tampoco fue del gusto del respetable. Tristemente esta historieta salió de circulación en su número cuatro y su editor tuvo que renunciar ante fracaso tan notable.

Como dato curioso hay que mencionar que el gobierno, a través de la Secretaría de Educación Pública, también ha intentado hacer historieta. En 1980 publicó *México, un pueblo en la historia*, una obra de 22 tomos donde se trataban los episodios históricos más importantes de nuestro país de manera oficial con *monitos*. Ahí colaboraron los más prestigiados dibujantes del género y escritores de renombre como Paco Ignacio Taibo II, pero según las crónicas, a pesar de tener gran calidad, el proyecto también fue un fracaso.⁴ No se volvió a ver alguna reedición del producto.

⁴ Taibo II, Paco Ignacio y otros. *México, historia de un pueblo*. SEP y Nueva Imagen. México, 1980. Veinte tomos.



Portada de "las babas del nopal!"

Otro dato curioso es que algunas figuras públicas y dependencias de gobierno también han hecho uso de la historieta para otros fines no necesariamente comerciales. Vicente Fox y Andrés Manuel López Obrador mandaron hacer en su momento sus propios *cuentitos* para mostrar al pueblo la grandeza (o miseria) de sus acciones como gobernantes o para difundir ciertos mensajes políticos. Pero bueno, eso es otra historia que no puede abarcar este informe.

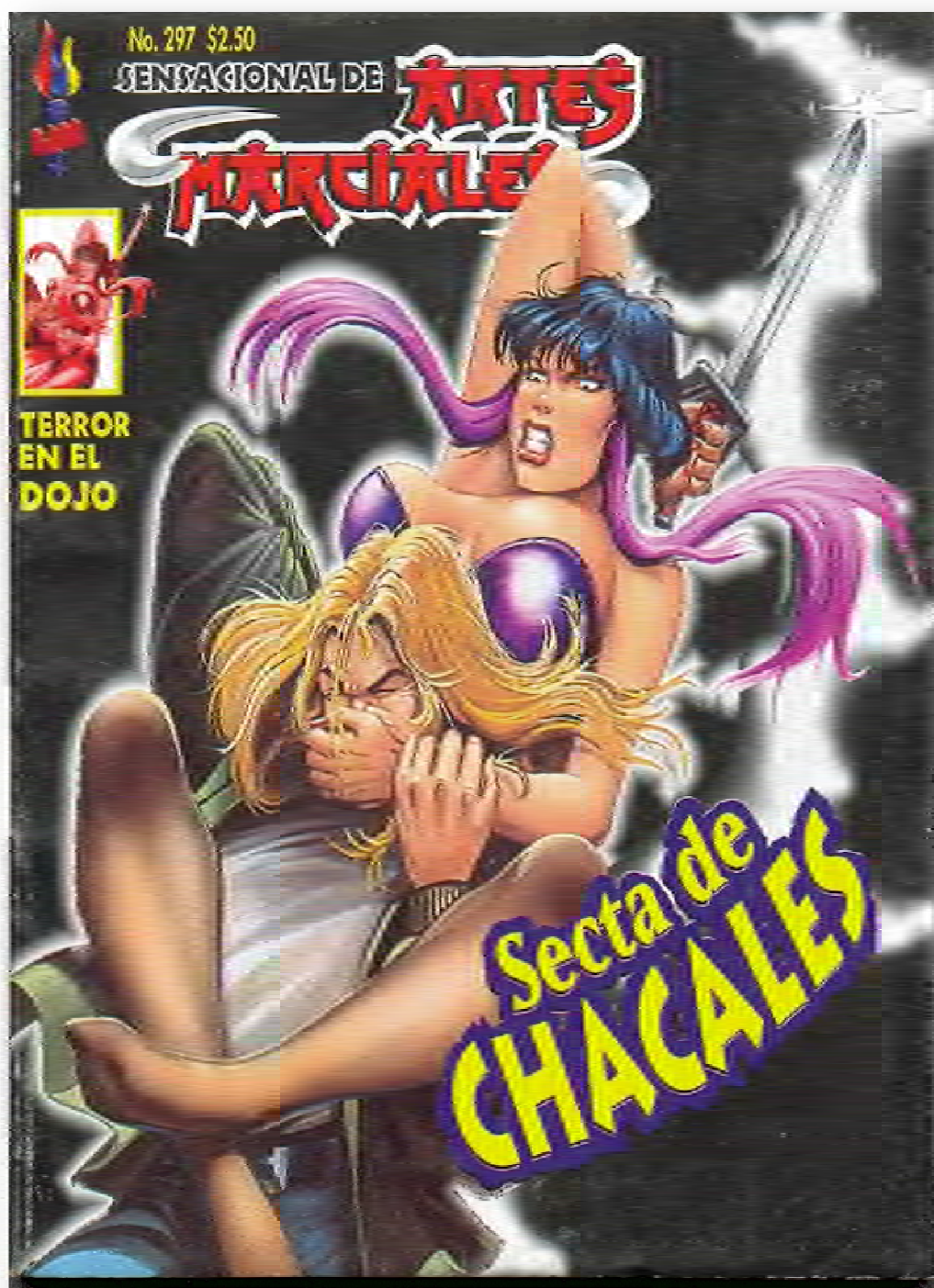
En fin, los *géneros* arriba mencionados son los que principalmente se manejan en la actual historieta popular mexicana. Podrá haber más, como el *manga* o el *hentai* de origen japonés, o algunas publicaciones que se dibujan al estilo estadounidense, pero tampoco eso nos importa aquí, recordemos que estamos hablando de historieta popular del gusto del público masivo mexicano, que para bien o para mal es la que más larga tradición tiene en nuestro país.

Preprensa, impresión y distribución

Diseño de la portada e interiores.

La preprensa es la etapa de la producción de la historieta (y de todas las publicaciones impresas) donde entran en apoyo las máquinas, específicamente las digitales. Se realiza todo el trabajo de diseño digital por medio de *softwares* o programas computacionales de manipulación de imágenes, para que la revista pueda ser enviada a impresión. Todo el trabajo que hasta hace algunos años se realizaba de manera manual a base de pegotes o recortes adheridos sobre la ilustración, hoy se hace ante la pantalla de una computadora.

Primeramente, la portada original es *escaneada* en una computadora para diseñar sobre ella todos los elementos que la componen: cabeza o nombre de la historieta, título del número, precio, advertencia de SOLO ADULTOS, en caso de ser una historieta con contenido erótico; algunos *flashes* o avisos promocionales en forma de explosión. También se diseñan el lomo, que es el costado de la revista, y los “forros”, que son cada uno de los lados o caras interiores de la pasta y la contraportada. Estos espacios regularmente se llenan con publicidad, ya sea de las otras revistas de la misma editorial o de productos externos, en este caso de contratación de llamadas telefónicas con consultas sobre horóscopos o de contenido sensual o *hot lines*. En el diseño de la portada y los forros se utiliza principalmente los programas de diseño digital *Photoshop*, *Publisher*, *Illustrator* y otros más.



Portada terminada

Maquetación

Después se diseña el paginado, también llamado maquetación, que es el orden en que irán formadas las páginas en el pliego impreso. Las ochenta páginas que componen la historieta son escaneadas y maquetadas por el diseñador, de manera que queden ordenadas numéricamente. Con el programa digital *Quark-Xpress* se diseña y da *salida* al material, esto es que toda la información sobre la formación y el diseño queda guardada en un disco compacto y se manda a un *buró* de pre prensa para que se elaboren los fotolitos o películas (negativos) que se utilizan para la impresión. Son cuatro negativos si la impresión es a color (magenta, cyan, amarillo y negro) y uno si es en blanco y negro. Con la ayuda de un técnico se cuidarán los detalles para que todo quede completamente en orden.

Impresión

Los positivos son mandados a una impresora (taller) para su impresión. Por lo regular ésta se hace en máquinas rotativas de impresión *offset*. La impresión y encuadernación de una revista puede hacerse en un día si así se requiere, si embargo, se da un tiempo de diez días para evitar contratiempos y que todos los detalles sean cuidadosamente revisados para que haya el mínimo posible de errores.

Después de impresa la revista debe ser embolsada, ya sea porque contiene alguna promoción o por indicaciones de la Secretaría de Gobernación en caso de ser revistas para adultos (la SEGOB está siempre vigilante de las revistas ilustradas y, como hemos visto, las historietas no son la excepción. Este tema se verá a detalle más adelante). Una vez embolsada debe ser flejada para su manejo en almacén.

Distribución

Una vez que la revista está impresa, encuadernada, embolsada y flejada se procede a la distribución para su venta.

La distribución de las revistas impresas se lleva a cabo de la siguiente manera: existen grandes distribuidores que son contratados por la editorial para hacer llegar el producto a todos los puntos de venta. Éstos hacen una primera distribución del producto a los llamados despachos, distribuidores más pequeños en las principales poblaciones del país, ya sea en el Distrito Federal o en provincia. A los despachos acude el voceador para obtener su dotación de revista, que ofrecerá finalmente en la calle o en sus puestos de periódicos al último eslabón de la cadena: el consumidor.

Por lo general 60 por ciento de la producción se destina a provincia para su venta y el 40 por ciento restante para el Distrito Federal. Parte de la devolución (la revista que no se venda) puede ser exportada a Estados Unidos y Centroamérica.

En el D.F. los despachos reparten la revista entre los diferentes voceadores que acuden directamente por su dotación y salen a venderla. Dependiendo si la revista es semanal o catorcenal, regresarán por el número siguiente, pagarán el anterior y cobrarán su comisión de entre 10 y 15 por ciento sobre precio de portada.

Una vez completado este ciclo de venta, el distribuidor debe liquidar al editor después de haber cobrado una comisión del 40 ó 45 por ciento de la venta neta sobre precio de portada. Es decir que el editor tendrá una ganancia final del 55 ó 60 por ciento de la venta total sobre el precio de portada de su producto.

Distribuir al interior de la república es un proceso más complicado que lleva más tiempo, alrededor de tres meses para obtener resultados finales de venta, debido a que el transporte del

producto se hace por tierra y se reparte de distribuidor mayor a distribuidor menor, de grandes ciudades a ciudades pequeñas o pueblos. Son aproximadamente veinte días que la revista tarda en llegar a su destino final. Después deben sumarse quince días de exhibición del producto en el lugar de venta, y otros veinte días que se ocupan en el recorrido para transportar la devolución, o sea, la revista que no se vendió, hasta su retorno a la editorial.

Por su parte, la revista que se envía al extranjero ve resultados de ventas a los seis meses de entregada al despacho y no regresan la devolución.

A continuación se muestra un diagrama de flujo con todos los elementos que participan en el proceso de producción y distribución de una historieta, y una tabla de tiempos o esquema del seguimiento de la revista desde la pre prensa hasta que se obtiene la liquidación o resultados de venta.

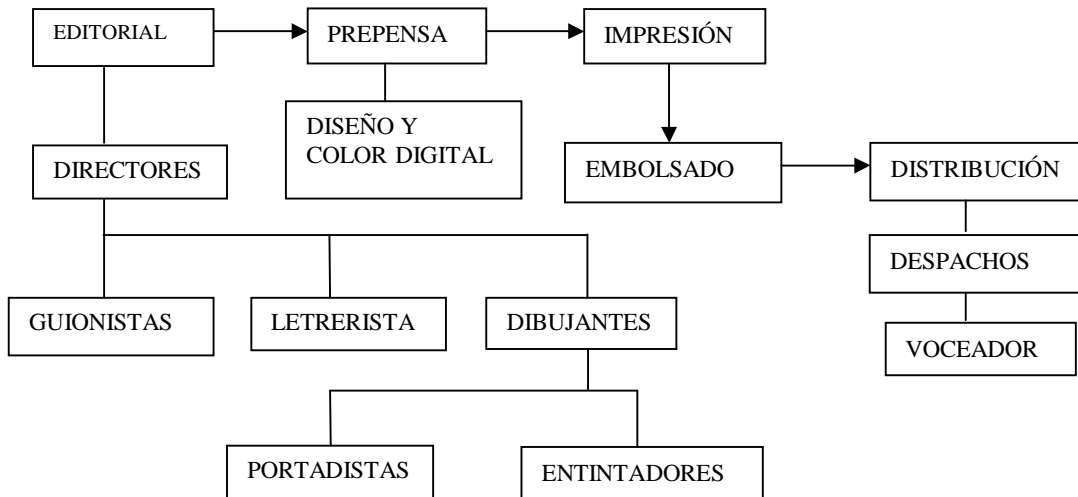


DIAGRAMA DE FLUJO

PREPrensa	7 DE MARZO
IMPRESION	17 DE MARZO
EMBOLSADO	27 DE MARZO
DISTRIBUCION EN PROVINCIA	4 DE ABRIL
DISTRIBUCION EN D.F.	9 DE ABRIL
LIQUIDACION EN D.F.	2 DE MAYO
LIQUIDACION EN PROVINCIA	6 DE JUNIO

TABLA DE TIEMPOS

Lanzamiento de un producto nuevo

Hemos visto que tener una historieta en el mercado requiere de la participación en equipo de muchas personas especializadas cada una en su actividad. La producción de historietas es un trabajo que requiere de disciplina y conocimientos del medio.

Pero para lanzar al mercado una nueva historieta también es necesario tener en cuenta los costos, es decir todos los gastos que implica el pago por el registro de los derechos de autor, los pagos a cada persona que participará como colaborador: guionistas, letreristas, dibujantes, entintadores, diseñadores, pre prensa e impresión, así como la publicidad y la distribución.

El punto de equilibrio

Al tratar de poner todos estos aspectos en orden de importancia resulta de gran apoyo elaborar un análisis de costos llamado *punto de equilibrio*, que indica el nivel de todas las operaciones que se van a realizar en el proceso de producción de principio a fin, de acuerdo a los precios del mercado de todos los materiales y mano de obra que se requerirán. El *punto de equilibrio* determina cuánto dinero se tiene que invertir, cuántos ejemplares se necesitan imprimir, cuál debe ser el precio de venta de la historieta y cuánto se debe vender para tener utilidad y poder decir que el producto es rentable.

Es aún más importante hacer un bitácora donde se determinen los tiempos aproximados que se llevarán en cada fase de la producción de cada número de la historieta.

La producción de una historieta desde la concepción de la idea hasta la obtención de resultados de venta abarca un lapso de aproximadamente cinco meses, con todo lo expuesto anteriormente tratemos de poner un ejemplo:

DIA	ENTREGA
1 enero	Concepción de la idea
3	Entrega de sinopsis o escaleta
10	Entrega del guión
15	Corrección del guión
17	Elaboración de letra
4 febrero	Elaboración de dibujo de interiores (trazo)
19	Elaboración de dibujo de interiores (tinta) y portada
1 marzo	Elaboración de color digital de interiores
4	Diseño digital de portada, forros e interiores
7	Preprensa (elaboración de Negativos)
17	Impresión y encuadernación.
27 marzo	Embolsado, flejado y entrega a la distribuidora.
4 de abril	Distribución en provincia

9de abril	Distribución en D.F.
2 de mayo	Liquidación en D.F.
6 de junio	Liquidación en provincia

Es así como desde la concepción de la idea hasta que se tiene en las manos la revista impresa y flejada (empaquetada) para ser distribuida se ocupan aproximadamente tres meses. Después de esto se deben sumar otros dos meses y medio aproximados, tiempo que tarda la distribución y venta en todo el país, hasta la liquidación (ver tabla en el capítulo anterior) para que resulte la suma de cinco meses aproximadamente y así tener resultados finales de nuestro primer número.

Este proceso debe realizarse número tras número, edición tras edición. Si al número seis las cuentas no son felices será hora de decirle adiós al proyecto y pensar en otra cosa. Las pérdidas serán seguras. Si por el contrario las cuentas son favorables será tiempo de pensar en los siguientes capítulos.

Pongamos un ejemplo más concreto sobre el *punto de equilibrio*:

Si el costo total en material, mano de obra de edición (guión dibujo, etc.) e impresión de 10,000 ejemplares es de \$30,000 pesos, con un precio al público por ejemplar de \$8.00, y se obtiene una venta por lo menos de 7,000 ejemplares, se obtendrá la cantidad de \$56,000 pesos, a los cuales se debe restar el 45% (\$25.200) que cobra el distribuidor por llevarla a todos los puntos del país. Quedarían así \$30,800 pesos, casi al punto de equilibrio, con una utilidad neta de \$800 pesos. Es decir que si se desea tener una utilidad más alta tiene que haber una venta de más del 70% de la totalidad de la edición. O la revista debe tener un precio al público de más de \$8.00. De manera que pueda asegurarse que el producto sea rentable, es decir que haya ganancia. Este punto depende totalmente de la perspectiva del editor.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos de edición e impresión	\$30,000.00	
Precio de portada	\$ 8.00	
Tiraje		10,000 ejemplares
Venta de ejemplares		7,000 ejemplares
Venta neta	\$56,000.00	
Pago a distribuidor 45%	\$25,200.00	
Utilidad Bruta	\$30,800.00	
Utilidad Neta	800.00	

Este es un ejemplo de cómo encontrar el punto de equilibrio. Siempre variará, ya que los precios de los insumos cambian constantemente.

La inversión arriba expuesta se debe realizar por lo menos en los primeros seis números (si la revista es catorcenal) hasta ver los resultados de ventas de los primeros y determinar si el producto es factible de seguir en el mercado o debe retirarse. Con esto podemos concluir que si se quiere hacer una revista de este tipo se debe tener capital suficiente como apoyo a la inversión.

Como hemos podido ver, editar una historieta y lanzarla al mercado es algo complicado y requiere inversión y paciencia para poder ver resultados positivos o negativos después de cinco meses.

Procedimiento que resulta un obstáculo para que editores independientes puedan producir historietas propias.

Adriana Malvido apunta sobre este tema:

Sin embargo, son muy pocas las editoriales que pueden dedicarse a producir historietas. Y para entenderlo hay que tomar en cuenta la distribución. Para que un distribuidor acceda a circular una historieta exige como mínimo un tiraje de 10 mil ejemplares, pero para que ésta sea "negocio" debe alcanzar tiros que fluctúen entre los 60 y los 100 mil ejemplares, de lo contrario tienden a desaparecer. Y como es de imaginar, muy pocas editoras pueden soportar ese ritmo y competir con el pequeño grupo de empresas que tienen capacidad económica para lograrlo y pagar el 45 ó 50 por ciento de derrama que corresponde a los distribuidores por número. De ahí que de cada 8 ó 10 revistas que salen a la venta permanezca una en promedio; de ahí que pocos editores se lancen a la aventura de producir historieta en México y de ahí, la dificultad y casi imposibilidad en estas circunstancias para quien piensa hacer historieta independiente.¹

Otro punto importante de este ciclo es el que las principales distribuidoras de revistas pertenecen a grandes empresas de comunicación, y la que distribuye las historietas es propiedad del mismo grupo empresarial que las edita, por tanto, un editor independiente se ve obligado a sortear infinidad de obstáculos para que accedan a distribuirle su producto, y si al final lo logra, suele encontrarse con trampas tales como una distribución deficiente o nula.

¹ Malvido, Adriana. op. cit.

Almacén

Siempre es bueno estar trabajando dos números de la misma historieta simultáneamente, ya que puede haber imprevistos como la ausencia o retraso de un colaborador. Pero no se recomienda tener más de dos números almacenados, pues esto representa gastos de almacén, y el objetivo de todo empresario es abatir costos, o mejor dicho gastar lo menos posible en su producción.

¿Qué se puede hacer para abatir costos?

Llegado a este punto hagamos un breve paréntesis, porque esta es una cuestión muy importante que nos da luz para poder descubrir una de las causas del porqué de la mala calidad de algunas historietas en cuanto a sus historias, dibujo e impresión. Esta mala calidad comienza a surgir cuando los editores necesitan abatir costos de producción con la finalidad de que el producto siga en el mercado, pues sus ventas han venido a la baja y es necesario gastar menos en la producción para que la revista sobreviva aún con menores ventas.

Muchos editores han creído que ahorrando en gastos se libran del problema, ya sea pagando menos a los colaboradores (en algunos casos el precio del trabajo ha bajado hasta en un cincuenta por ciento) o haciendo historietas de menos páginas por el mismo precio al público, o sea, un producto de menor calidad que cuesta lo mismo al consumidor. Pero en realidad estas prácticas contribuyen de manera definitiva a la devaluación del producto, pues los colaboradores, tanto guionistas como dibujantes, al recibir un pago más bajo realizan un producto de menor calidad, para el cual no aceptan correcciones a sus ideas, en el primer caso, y hacen un dibujo descuidado y sin detalles, en el segundo. De esta manera, la historieta que al principio tuvo una buena acogida por el público pierde aceptación.

La parte legal

La historieta popular mexicana es un producto comercial legalmente registrado ante las instancias gubernamentales correspondientes. Para lanzar a la venta un título nuevo es obligatorio realizar los trámites necesarios y obtener los permisos que otorgan la Secretaría de Educación Pública, en primera instancia, y posteriormente la Secretaría de Gobernación.

Antes que nada se tiene que registrar el título de la publicación ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor, dependencia de la Secretaría de Educación Pública, para obtener el certificado que haga constar que la obra ha quedado inscrita en el Registro Público del Derechos de Autor, es decir que se es dueño legítimo del nombre que va a llevar la revista.

Después es necesario obtener el certificado de licitud que otorga la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Para tener dicho certificado, primeramente debe imprimirse la revista y algunos de sus ejemplares deben ser entregados en la dependencia para que sean leídos y catalogados por los funcionarios asignados. Después de haber leído y catalogado la historieta, decidirán si se otorga el certificado. Si es así determinarán la clasificación del producto, si será para toda la familia, para adolescentes y adultos o sólo para adultos.

Todos los registros, permisos y certificados caducan al año de su expedición, por lo cual el editor debe refrendarlos para no perder los derechos sobre su título.

Cabe la posibilidad de que el título sea rechazado porque se considera no apto para la venta pública. Todo esto depende del punto de vista de los funcionarios de la Comisión, quienes finalmente deciden si el contenido de la historieta cumple, o no, con lo establecido en la Ley de Imprenta y en el Reglamento Sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas

Como todas las publicaciones pretenden venderse de manera legal. Aún las de contenido pornográfico pasan por manos de los funcionarios y son avaladas o rechazadas por ellos. Constantemente las están revisando para evaluar su contenido, por lo que es obligación del editor hacerles llegar cierto número de ejemplares de cada título publicado, de lo contrario podría ser sancionado económicamente.

Cuando los funcionarios de la Comisión observan algo censurable en la revista, inmediatamente se ponen en contacto con el editor y éste tiene que acatar las indicaciones que le sean señaladas en cuanto a temas y situaciones que se muestren en la revista y que puedan incomodar a un público susceptible. A petición de los funcionarios algunos temas deben ser retirados o modificados en los números próximos a publicarse para que la revista pueda seguir en el mercado. Las indicaciones más frecuentes son las relativas a evitar el “lenguaje soez”, “las palabras altisonantes”, hacer apología de la violencia, el “sexo desenfrenado”, el maltrato físico y psicológico a mujeres y niños. Otras indicaciones son las de no mostrar desnudos en las portadas o bien embolsar la revista si su contenido es altamente sexual.

Pareciera que estos pueden ser obstáculos insalvables para la publicación de una historieta pero no es así. Casi siempre, como veremos más adelante, el editor llega a un acuerdo con los funcionarios y finalmente la revista ve la luz en el mercado.

Secretaría de gobernación, censura y autocensura

Líneas atrás se mencionó el Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas. Pues bien, dicho documento oficial dicta en uno de sus apartados principales “*establecer normas protectoras de la cultura y la educación en el país*”¹ y faculta a la Secretaría de Gobernación para “*vigilar que la publicaciones impresas se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral públicas*”.² Tal reglamento fue expedido el 12 de junio de 1951, hace más de cincuenta y cinco años, y para ser honestos muchos editores y funcionarios lo consideran letra muerta. ¿Por qué? Simplemente porque nadie le hace caso. Funcionarios y editores parecen estar de acuerdo en que frases tales como *moral pública, buenas costumbres, ofensas al pudor* y otras parecidas que se citan en el Reglamento, resultan muy ambiguas en cuanto a su significado real. ¿Hasta dónde puede decirse que algo es inmoral o que ofende al pudor de quién? Hoy por hoy ninguna autoridad ha puesto límites específicos en estos temas, y como nadie se pone de acuerdo en la delimitación de tales conceptos, las negociaciones para obtener el aval para la circulación de una revista con contenido que va contra esas “buenas costumbres” se llevan a cabo a puerta cerrada entre el editor y el funcionario de la Comisión.

La situación real es determinante. Para que una revista de contenido sexual, que son las que la Comisión censura de facto, pueda salir a la circulación, es necesario llegar a un “acuerdo” (o como se le llame al embute, *mordida*, pago de servicios honorarios, comisión, etcétera) con los funcionarios en turno de la Comisión y obtener con más facilidad la expedición del certificado de licitud. Si no es así, se esgrime una serie interminable de pretextos de aspecto legal para frenar la salida al mercado de la revista.

¹ Reglamento sobre publicaciones y revistas ilustradas. *Considerando...* párrafo primero.

² Ibid. Párrafo cuarto.

Para ilustrar las situaciones a las que se enfrentan los editores con los funcionarios de la Secretaría de Gobernación podemos hacer un ejercicio de imaginación, pura ficción, a manera de guión de historieta:

CASOS DE LA VIDA SUPERFICIAL

PRESENTA:

TÍTULO: EL BUENO, EL MALO Y LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN.

PERSONAJES:

EL BUENO: VIRGINIO INFANTE. EDITOR BIEN BUENA ONDA. SIMPÁTICO, GUAPO, SENCILLO EN EL TRATO, BIEN VESTIDO, PULCRO, DIGNO Y HONESTO.

EL MALO: EL LICENCIADO. FUNCIONARIO DE GOBERNACIÓN BIEN MALDITO, AMBICIOSO, SIN ESCRÚPULOS, PANZÓN, PELON, BIGOTÓN, ¿NALGÓN? BUENO, COMO DEBE SER UN FUNCIONARIO DE GOBERNACIÓN.

ADVERTENCIA: CUALQUIER SEMEJANZA CON LA REALIDAD ES MERA COINCIDENCIA



El bueno y el malo

1) VISTA EN PICADA. INTERIOR DE UNA OFICINA DE GOBIERNO NO MUY DECORADA, AUSTERA, PORQUE QUIEN LA USA NO SABE CUÁNDO LA VA A DEJAR, LO QUE PUEDE SER MAÑANA O PASADO MAÑANA. EN TORNO A UN ESCRITORIO, QUE YA TIENE SUS AÑOS, ESTÁN SENTADOS EL FUNCIONARIO DE GOBERNACIÓN Y EL EDITOR. LA ACTITUD DEL FUNCIONARIO CASI SIEMPRE VA A SER PEDANTE Y LA DEL EDITOR HUMILDE. PLATICAN. EL FUNCIONARIO, QUE FUMA UN PURO, TIENE UNA HISTORIETA EN LAS MANOS, LA HOJEA CON CARA DE FUCHI. EL EDITOR TIENE CARA DE ANGELITO SUFRIDO Y NERVIOSO.

TEXTO: Aquel día Virginio Infante, editor de historietas, se enfrentaba a un nuevo supervisor de revistas ilustradas en la honorable Secretaría de Gobernación.

FUNCIONARIO: Leí su revista y pues... me parece que está bien subida de tono.

EDITOR: ¿Cómo? ¿Por qué, licenciado? Si está igual que las otras.

2) EL FUNCIONARIO SE PONE DE PIE Y AVIENTA LA REVISTA AL ESCRITORIO CON DESPRECIO. EL EDITOR SACADO DE ONDA.

FUNCIONARIO: La verdad que no se miden, puro sexo y muchas palabrotas. ¿A dónde vamos a llegar? ¿Esta es la educación que queremos para nuestros hijos?

EFFECTO DE LA REVISTA QUE CAE: PACK.

3) EDITOR SUDA. NERVIOSO. SE LLEVA UNA MANO A LA BOCA COMO QUE SE QUIERE COMER LAS UÑAS.

EDITOR: Pues es que es lo que se está vendiendo ahora, licenciado. La gente ya no quiere historias de amor, les gusta algo más... atrevido.

4) EDITOR SE PONE DE PIE. EDITOR ES INDIFERENTE. SE ASOMA A UNA VENTANA, CON LAS MANOS ATRAS Y SU PURO, SIN MIRAR AL EDITOR QUE A SUS ESPALDA LE EXPLICA.

EDITOR: Yo tampoco quisiera publicar esto, pero si no vendemos la empresa se acaba y mucha gente se quedaría sin chamba ¡imagínese!

FUNCIONARIO: Sí, entiendo pero...

5) EL FUNCIONARIO SE VOLTEA. AHORA MEDIO AMIGABLE.

TEXTO: Después de pensar un poco el rostro del licenciado se suavizó...

FUNCIONARIO: No es que me asuste, ¿verdad? Yo soy una persona muy abierta y si es esto lo que le gusta al pueblo pues ni modo. Yo no me opondría a que se vendiera....

EDITOR (PIENSA CON CARA DE ILUSIONADO): ¡Chido!

6) EL FUNCIONARIO ECHA UNA BOCANADA DE HUMO. MIRA AL TECHO. FALSAMENTE PREOCUPADO.

FUNCIONARIO: Pero ya sabe usted... esta decisión no depende solamente de mí, sino de mis superiores.

EDITOR (PIENSA AHORA CON CARA DE TRISTE): ¡Ya valió!

7) EL FUNCIONARIO VUELVE A TOMAR LA REVISTA Y LA HOJEA NUEVAMENTE.

FUNCIONARIO: Si ellos determinan que esto no sale a la venta pues no sale, y...

EDITOR: No le haga licenciado. Ya tengo impresa la revista, usted sabe que es una lana invertida y...

8) EL FUNCIONARIO SE PONE CADA VEZ MAS SERIO.

FUNCIONARIO: Pues así como están las cosas la veo muy difícil, mi estimado.

EDITOR: ¿Cómo le podemos hacer, licenciado? Mire, si usted me echa la mano, pues yo no me voy a dar por mal servido y... je.

9) EL FUNCIONARIO SE HACE COMO EL TÍO LOLO. MEDIO ENOJADO COMO QUE SE INDIGNA.

TEXTO: El licenciado frunció el ceño con aire reprobatorio.

FUNCIONARIO: ¿A qué se refiere? ... no comprendo.

EDITOR: No se ofenda, licenciado, pero si usted me brinda su asesoría profesional, como siempre lo han hecho, yo estaría dispuesto a remunerar sus honorarios..

10) ANTE LAS LISONJAS DEL EDITOR, EL FUNCIONARIO SE PAVONEA.

TEXTO: Como si le hablara a una dama, Virginio soltaba sus palabras con labia.

EDITOR: La verdad su ayuda es muy valiosa

FUNCIONARIO: Ejem. Sabe que ante todo estamos aquí para servirle.

11) VISTA DE ABAJO HACIA ARRIBA. EL FUNCIONARIO SE VE IMPONENTE Y PARECIERA QUE EL EDITOR LE ESTÁ ROGANDO A UN SANTO.

FUNCIONARIO: Está bien, voy a hablar con mis superiores y a hacer todo lo posible para que esto siga adelante.

EDITOR (BIEN BARBERO): Gracias, licenciado, muchas gracias.

12) ACERCAMIENTO AL ROSTRO DEL FUNCIONARIO MUY DIGNO. A SUS ESPALDAS EL EDITOR CON SONRISITA NERVIOSA DE QUE LE QUIERE MENTAR LA MADRE PERO NO PUEDE.

TEXTO: Una vez roto el hielo, se habló con más libertad.

FUNCIONARIO: Aunque creo que va a salir algo caro pues tengo que convencerlos a ellos, usted sabe. Son muy exigentes y además... ¡panistas! nomás les interesa la lana.

EDITOR: SÍ, claro. Como de cuánto cree usted que va a ser.

13) ACERCAMIENTO A LOS DOS ROSTROS EN MEDIUM SHOT. EL FUNCIONARIO ACERCA SU BOCA A LA OREJA DEL EDITOR Y LE SUSURRA LA SUMA. EL EDITOR PONE CARA DE ESPANTO.

TEXTO: El licenciado susurró la cantidad y al editor casi se le salen los ojos de las cuencas.

FUNCIONARIO: BZZZZ BZZZZ

EDITOR: Ayyyy, jijo de...

14) CLOSE UP AL ROSTRO DE VIRGINIO. SE LE SALTAN LOS OJOS DE LA SORPRESA.

EDITOR: ¿Tanto?

FUNCIONARIO (EN OFF): Así es.

15) EDITOR ESPANTADO. EL FUNCIONARIO NI SE INMUTA.

EDITOR: Con todo respeto, licenciado, no se manche.

FUNCIONARIO: Modere su lenguaje, por favor. Ante todo está la educación y los buenos modales.

16) AHORA EL EDITOR VUELVE A PONER ACTITUD DE ROGARLE AL LICENCIADO.

EDITOR: Pero es que el otro licenciado me pedía menos.

FUNCIONARIO. Estamos viviendo tiempos difíciles, usted sabe. Las personas tienen otras necesidades.

17) VEMOS AL FUNCIONARIO EN FULL SHOT. ACTITUD DE SANTO CON EL ÍNDICE APUNTANDO AL CIELO MUY DIGNO.

FUNCIONARIO: Además le digo una cosa: de ese dinero ni un quinto es para mí. Se lo aseguro categóricamente.

18) FUNCIONARIO ECHA SU ROLLO.

FUNCIONARIO: Se tienen que cubrir ciertas cuotas, ¿comprende? Estos panistas son especiales, hasta al jefe Mouriño le toca su tajada, ya ve que él llegó aquí para hacer negocios y nada más.

EDITOR PIENSA CON CARA DE ¿WHAT?: ¿Mouriño? ¿Quién es ese?...como que me suena...

19) EL FUNCIONARIO LE ECHA LA MANO EN LA ESPALDA A VIRGINIO. COMO QUE LO RECONFORTA. VIRGINIO CON CARA DE MANDARLO A LA GOMA.

FUNCIONARIO. Yo hago todo esto solamente por ayudarlo, porque como servidor público tengo el deber de brindarle mi apoyo.

EDITOR (PIENSA): Qué tal si quisieras fregarme, méndigo.

20) CLOSE UP A VIRGINIO QUE SUDA. HACE CUENTAS PENSATIVO Y PREOCUPADO.

TEXTO: Virginio guardó silencio y en su mente aparecieron sesudas operaciones matemáticas...

EDITOR (PIENSA): $2 + 2 - 7$ entre 3 menos raíz cuadrada de 56 elevado a la...no, no me sale... está cañón. Tendría que vender tanto a tanto y luego...¡Chin, de todas maneras ya me llevaron al baile!

21) VIRGINIO TERMINA POR CEDER. CABIZBAJO HABLA CON EL FUNCIONARIO QUE TIENE CARA DE PINGO. FELIZ LE DA UNAS PALMADITAS EN LA ESPALDA AL EDITOR.

TEXTO: Finalmente...

EDITOR: Está bien licenciado, no me queda de otra.

FUNCIONARIO: Verás que todo va a ir de maravilla.

22) SE DESPIDEN DE ABRAZO. EL FUNCIONARIO BIEN CONTENTOTE Y VIRGINIO CON RISA FORZADA.

TEXTO: Después de quedar completamente de acuerdo se despidieron como grandes cuates.

EDITOR: Oye, de veras te lo agradezco.

FUNCIONARIO: No hay de qué, estamos para servirte, lo que se te ofrezca, mano, ya sabes.

23) AHORA SE DAN LA MANO.

FUNCIONARIO: Pero no se te olvide el compromiso. Si nos quedas mal tu revista se detiene y no quiero que eso suceda. Nomás de pensar en tanta gente que se quedaría sin chamba.

EDITOR: No te preocupes, en cuanto tenga lo acordado nos vemos...

24) TEXTO: Hasta se hablaban de tú y el licenciado había sacado el ñero que todos llevamos dentro...

FUNCIONARIO: Claro. Ese día vamos a comer y nos echamos unas chelas, ¿no?

25) EL FUNCIONARIO ACOMPAÑA HACIA LA PUERTA A VIRGINIO. ÉSTE VA MEDIO TRISTE. EL FUNCIONARIO BIEN CONTENTOTE.

FUNCIONARIO: Sé de un lugar donde se come riquísimo y...¡hay unas nenas ...que están bien buenas!

EDITOR: Siempre y cuando no sea yo el que page, porque tú y el tal Mouriño salen “caritos”.

26) EL FUNCIONARIO LE ABRE LA PUERTA Y CASI O ENCAMINA PARA QUE YA SE VAYA. VIRIGNIO CON CARA DE YA ME FREGARON.

FUNCIONARIO: Ah, qué Virginio tan simpático. Me caíste re bien, mano. Fue bueno hacer negocios contigo.

EDITOR: ¿Negocios?

27) VIRGINIO ESTA AFUERA DE LA OFICINA. EL FUNCIONARIO LO TERMINA DE DESPEDIR. PODEMOS VER QUE EN LA SALA DE ESPERA HAY OTRAS PERSONAS ESPERANDO. UNA SECRETARIA EN SU ESCRITORIO HACE COMO QUE TRABAJA.

FUCIONARIO: No te fijes, es un decir. Bueno, adiós y cuídate. Ojalá que tu nueva revista sea un éxito.

28) EN PRIMER PLANO VIRGINIO SE ALEJA CABIZBAJO, ENOJADO CON EL ROSTRO ENMUINADO. EN SEGUNDO PLANO EL FUNCIONARIO LE DA INSTRUCCIONES A SU SECRETARIA.

TEXTO Al salir de su oficina el licenciado volvió a su pose adusta.

FUNCIONARIO: Ejem...Sandrita, dígame al siguiente editor que pasé, por favor.

SECRETARIA INDIFERENTE: El que sigue...

EDITOR (PIENSA): Jijo de toda tu...

FIN

Parte ficción y parte realidad, exageradas y maniqueas como en cualquier guión de historieta, escenas como ésta son muy comunes en las entrevistas que se llevan a cabo con los funcionarios gubernamentales para realizar los trámites necesarios y obtener los permisos para publicar. Aunque en la realidad el editor no es ninguna víctima, pues él mismo contribuye a que se produzcan estos episodios. En muchas ocasiones él mismo propicia el embute sabedor de que en el futuro obtendrá las ganancias necesarias para continuar con su negocio. Es el eterno lugar común del *círculo vicioso* donde todos los que están adentro y participan (participamos)

se quejan del sistema pero nadie hace nada para cambiarlo y, por el contrario, se fomenta día a día.

Ya en 1974, Rius se quejaba porque la Comisión había



censurado el número 94 de su historieta *Los Agachados*, que llevaba por título *¿De dónde vienen los niños?* y fue calificado de la siguiente manera:

*“Estimula la sensualidad, ofende al pudor y a las buenas costumbres...la revista que se comenta inserta ilustraciones en forma innecesaria, ya que el texto es de por sí suficientemente explícito con el indudable propósito de despertar en los lectores las más bajas pasiones (sic) y de inducirlos a realizar –sobre todo a los jóvenes- sin ninguna taxativa moral o higiénica, atentando con ellos contra ¡las tradiciones y las buenas costumbres...!”*³

Ante esta situación el caricaturista e historietista mexicano respondió con una carta dirigida al entonces presidente de México, Luis Echeverría Álvarez donde argumentaba que el número dedicado a la concepción, gestación y nacimiento de los niños había sido ilustrado con reproducciones de grabados antiguos y pinturas clásicas del siglo XVI y los más inocentes y bellos dibujos de Picasso, a los que los censores oficiales llamaban grotescos y vulgares.

Rius también alegaba que...

Aunque es cierto que circulan en el país publicaciones deleznable, de infame calidad periodística, ideológica y literaria, no existe constitucionalmente el derecho de prohibir su circulación, y no pueden, ni siquiera los máximos organismos del Estado ordenar legalmente prohibición de ninguna especie para la prensa y los editores. Si el público consume esas revistas de pésima calidad, eso se debe al bajo nivel cultural del pueblo y al escaso esfuerzo que por elevarlo hacen con sus malas publicaciones los organismos oficiales. El

³ Del Río, Eduardo. Rius. *Números agotados de los agachados* 6. Posada. México, 1974. pp. 9.

*problema del desarrollo cultural del país, no se resuelve a golpes de macana ni por medio de la represión policiaca.*⁴

Los tiempos han cambiado, desde luego. Actualmente los editores de historieta popular no sufren *golpes de macana ni represión policiaca*. Ahora los funcionarios de la Secretaría de Gobernación se muestran más “abiertos” a todos los temas, siempre y cuando exista la famosa “comisión” de por medio. Esto definitivamente no es Nuevo, es un lastre que arrastramos desde hace mucho tiempo, pero con respecto a las revistas de contenido sexual, es sorprendente cómo a partir del año 2000, en que entró el llamado *gobierno del cambio*, se desató una especie de fiebre con la publicación de revistas abiertamente pornográficas.

Aquí cabe otro comentario: definitivamente, y de manera curiosa, los gobiernos panistas han sido más permisivos que los pasados gobiernos priístas. Por lo tanto también podemos preguntar: ¿son los funcionarios panistas más *open mind* o más corruptos?

Con lo anterior se puede afirmar que la censura por parte de la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación, depende en gran medida de los arreglos y compromisos que pacten los funcionarios con los editores, y que siempre son favorables para ambas partes.

En lo que toca a la autocensura, ésta se da muy poco o de plano no existe entre los editores. El empresario de la historieta quiere hacer su negocio y nada más. No le interesa si hace revistas infantiles para iluminar o *pornocomics*. Su finalidad es hacer dinero. Como dice Pablo González Casanova:

*El único incentivo del capitalista es el mercado; el capitalista va a donde hay mercado, no le preocupan las razones morales.*⁵

⁴ Del Río, Eduardo. op. cit. Pp. 9,10.

En el caso de los editores de historieta esto es totalmente cierto. Tal vez exista algún editor que piense honestamente que su producto es obsceno o que se avergüence al decir que se dedica a editar historietas (más si son historietas eróticas). Sin embargo, hasta hoy, y mientras ha sido rentable, ninguno ha dejado el negocio.

Para concluir este apartado podemos decir que, aunque es cierto que muchas historietas son de una ínfima calidad y pésimo mal gusto (por lo que sería interesante definir ¿qué es el buen gusto?), también es bien cierto que en la realidad cotidiana existen personas que compran tales productos y por lo tanto siempre habrá otras personas que viendo la forma de hacer negocio estarán dispuestas a producirlos, con lo cual volvemos al principio de la discusión presentada en este informe: La historieta popular en México es un producto estrictamente comercial como muchos otros, que circula de manera legal, que está inmerso en las leyes del mercado, que obedece a una oferta y a una demanda y, que independientemente de su contenido, existirá en el mercado mientras alguien esté dispuesto a comprarlo.

⁵ González Casanova, Pablo. *La Democracia en México*. Era. México, 1993. pp. 171.

A manera de conclusión

¿Es cierto que la muerte de la historieta mexicana está cerca?

Los dibujantes, guionistas y editores (no lo dueños de la editorial, sino los empleados encargados de la edición) que nos dedicamos a la historieta popular en México frecuentemente comentamos qué es y qué será de nuestro trabajo, cómo lo ve el público consumidor, y un sinfín de dudas que tratamos de contestar. Todos tenemos interés profundo en el tema, puesto que de la historieta vivimos.

Por una parte están quienes afirman que trabajan en esto por necesidad, y consideran a la historieta como un producto obscuro, corriente y vulgar, que “idiotiza” a los lectores que lo consumen, así de sencillo. Por otra parte se sitúan quienes alegan que la historieta es un producto válido, dejando a un lado su contenido, ya que las empresas que la crean ofrecen un producto de consumo que el público demanda, además de que generan fuentes de empleo y participan en la economía nacional. Creen también que la historieta pasa por un *bache* creativo pero que tarde o temprano el público se aburrirá de la pornografía y llegarán nuevas temáticas, aunque piensan y desean que no debe desaparecer la historieta con contenido *erótico* porque a fin de cuentas, hablando en términos mercadológicos, existe un *nicho consumidor* que gusta de este género.

Por otra parte, también existen opiniones que auguran que la historieta, como otras tantas publicaciones periódicas, está pronta a desaparecer. Basan sus opiniones en notas periodísticas que

aseguran que en décadas anteriores el grueso de la población, al menos leía historietas, pero ya no lee nada en la actualidad. Según esas notas, la gente que leía historietas ahora prefiere la televisión y las películas piratas porque es algo que sienten más real y además es accesible a sus bolsillos.

Lo cierto es que la historieta popular mexicana existe, esta aquí, presente en la realidad, por un lado rechazada y por otro, defendida más por su contenido, porque es un negocio rentable que da de comer a cientos de bocas y divierte a miles de personas. Historietas que exaltan las bajas pasiones que pueden espantar a muchos, pero que también ensalzan los nobles y cursis sentimientos que a todos (educados, ilustrados o ignorantes) nos encantan.

Después de sus épocas doradas, y hasta finales de los 70, la historieta fue cediendo el paso a la abrumadora televisión, los *monitos* tenían que dar al público lo que la T.V. no le ofrecía, por esa razón fueron encaminándose hacia una mal entendida picaresca basada en el manejo del albur y el doble sentido. Al igual que el cine de esa época (años 70 y 80), lleno de cabareteras y albures, los *cuentitos* mexicanos cayeron en el chiste barato cargado de pseudoerotismo para no quedarse atrás en el gusto del público y en las ventas.

De esta manera se perdieron los héroes, desaparecieron *Memín*, *Chanoc*, *Kalimán* y otros tantos que eran *historietas de autor*, es decir trabajos que ideaba y dibujaba una sola persona, creaciones que tenían una personalidad propia, historietas que tuvieron gran reconocimiento. Después de ellos llegó lo que muchos identifican como la gran crisis de la historieta. Esta crisis se gestó en el proceso de industrialización de la creación de historietas. Los viejos títulos se sostenían en personajes creados por autores, personas reconocidas con nombre y apellido que les dotaban de alma, pero con el desarrollo de la industria de las artes gráficas, editores y dibujantes encontraron una forma de producir y ganar más: inventaron los títulos genéricos, o *géneros* (de los que ya

hemos hablado). Así nacieron *El libro policiaco*, *El libro vaquero*, *El libro Semanal* y no podían faltar los famosos *Sensacionales de Maestros, de Luchas, de Mercados*, etc. Las historias empezaban y concluían en el mismo número, lo que acabó con la noción del *continuará...*, pero también con algo mucho más importante: la idea de personaje.

Las historias ya podían ser escritas y dibujadas por cualquiera. No era necesario seguir una continuidad en episodios, simplemente hacer una historia en determinado ambiente, un taller, un mercado, un centro vacacional, etc. Este sistema demostró con creces su eficiencia. Surgió una marcada división del trabajo donde unas personas hacen un guión, otras la letra, otras el dibujo y el producto final termina como algo impersonal. La historieta mejoró y se sofisticó como producto industrial a costa de empobrecerse como producto creativo.

Exprimida hasta el extremo, la fórmula terminó por agotarse. Preocupados, los editores se devanaron los sesos para encontrar la manera de resucitar el negocio. La encontraron en el recurso del sexo cada vez más explícito; mientras más bajas eran las ventas, menos ropa tenían los protagonistas. Actualmente, el talento de los guionistas consiste en encontrar el pretexto (cada vez más fácil de lograr) que les permita poner a los personajes en las posiciones sexuales más variadas.

Con el paso del tiempo y con la llegada de las *nuevas tecnologías* como el *videocassette* y después el *videodisco* el panorama se ha recrudecido aún más. Se tiene la certeza de que la aparición del DVD y con él la piratería (que ya existía antes, pero que ahora se disparó a todo lo que da y produjo en cantidades industriales películas falsificadas de todo tipo: dramáticas, de acción, históricas, eróticas y, para no variar, pornográficas), dieron un duro golpe a los *cuentitos* ilustrados. De nueva cuenta los antiguos lectores de la historieta voltearon la mirada hacia el *imperio* del disco video y su sexo desbordado, razón principal por la que muchos títulos de historieta retomaron la temática sexual

de manera todavía más abierta. Se tenía que competir porque el público consumidor de historieta era ya consumidor del *video porno*. La piratería ha propinado las últimas estocadas al cómic nacional. Para qué comprar una historieta, se preguntaría el lector, si con el mismo dinero puedo tener una película porno, con mujeres de verdad y todo como más palpable, más real.

Así, por una parte aniquilando la *historieta de autor* y sus personajes famosos sin ningún remordimiento, en aras de mayores ventas; y por la otra compitiendo contra el cine y la piratería para demostrar quién puede ser más pornográfico (y también por mayores ventas), la historieta ha llegado a ser lo hoy se conoce como *pornocómic*.

Y esta historieta sexual ya no se vende igual que los títulos de hace quince años. En 1995 ya no existían los grandes tirajes de 100,000 ejemplares por número. Las publicaciones más vendidas llegaban a los 50,000 de tirada con un venta del 60%. Hoy, en 2008, no existe historieta que tire 50, 000 ejemplares por número, si acaso llegarán a tiros de 15,000 ejemplares por número quincenal con ventas a veces de menos del 50%.

Los editores han buscado otros caminos editoriales y si editan historieta, según ellos, es solo para exprimir lo ultimo que queda del negocio. Editorial EJEJA se desintegró porque las ganancias ya no eran suficientes para mantener la plantilla de empleados que había ido creciendo a lo largo de los años. Los socios prefirieron cerrarla y formar nuevas editoriales con pocos empleados y más ganancias. Estas nuevas empresas de la historieta han tenido que abaratar costos de producción para poder tener sus revistas en circulación lo cual significa que tienen que bajar los salarios de sus empleados y los pagos que hacen a sus colaboradores, guionistas y dibujantes. Ante la situación de falta de empleo los creativos de la historieta se han visto obligados a malbaratar su trabajo cada vez más, si no es que a perderlo. La situación no es halagadora y no hay mucha esperanza de que se pueda retomar el camino de los “grandes éxitos” de antaño. Tal vez nunca más

vuelva a existir una *Memín Pinguín*, un *Lágrimas y Risas*, un *Kalimán* o un *Chanoc*, ya no digamos alguna historieta pícaro o sexual como los famosos *sensacionales*.

Así lo manifestaba Armando Bartra hace unos años:

*La historieta mexicana de masas ha muerto. El cómic nacional no es ya el tumultuoso lugar común que fue por más de medio siglo, y ha dejado de saturar los puestos de periódicos para **ocupar un discreto segundo plano** detrás de las publicaciones subsidiarias de la pantalla chica como **Teleguía, Tv y Novelas, Tv notas...** y otras, que son las que ahora rebasan el millón de ejemplares, mientras que las historietas locales se han encogido.*¹

Y actualmente, con los videodiscos piratas que pululan ya por todo el país, la muerte de la historieta en realidad parece estar cerca.

Muchos creativos se quejan de que alguien mató a la gallina de los huevos de oro, pero nunca se reconocen en el asesino. Creo que es necesario hacernos una autocrítica seria y aceptar que todos los que participamos en la producción de *cuentitos* hemos contribuido a su lenta muerte

La muerte de la historieta en México va ser un gran fracaso de la cultura nacional. De las autoridades, los editores, los dibujantes y guionistas que las hacemos y hemos vivido de ella, porque nunca supimos defenderla ni como producto cultural ni como producto comercial. Con todo lo criticable que pueda ser su contenido, la realidad es que siempre la apuñalamos con prejuicios y una cultura mal entendida, ya que ni las escuelas ni las autoridades competentes se interesaron nunca en hacer que este medio de

¹ Bartra, Armando. *Beneficio y despedida de una narrativa tumultuaria*. Revista Latinoamericana de Estudios Sobre la Historieta. Cuba. Vol. 1. No. 4. Diciembre 2000. pp. 225-236.

comunicación evolucionara y lo dejaron en manos de empresarios que la ordeñaron hasta que la dejaron exhausta y maltrecha por las críticas de las “buenas conciencias”, y después con el dinero ganado, muy quitados de la pena, se fueron a hacer otros negocios.

Gritan indignados muchos creativos: ¡La ambición de los empresarios y el abandono de las autoridades acabaron con la historieta! Pero nosotros, por nuestra parte, nunca pudimos organizarnos como miembros de un gremio y defender nuestro trabajo de manera justa. Aunque existe una Asociación Mexicana de Historietistas (SOMEHI), este intento de organización siempre ha estado dividido por intereses personales, ignorancia, *vanidades artísticas* que rayan en lo ridículo y no pocos fraudes (imitación de sindicato tenía que ser). Nunca ha podido concretarse una historieta independiente por parte de la SOMEHI porque nadie quiere trabajar *de gratis*. Todos exigen su pago en efectivo. Lo que es cierto también es que todos quieren publicar sus *grandiosas ideas*, -las ideas de los demás no sirven, solo las mías-. Los dibujantes y guionistas sueñan con hacer su *historieta de autor* pero no quieren arriesgar nada. Exigen que llegue un mecenas, los descubra y les financie su *gran obra*, pero no sueltan un centavo propio para producirla.

El prejuicio es el principal mal en esta *agonía* de la historieta en México. Los lectores de clase media prefieren los comics extranjeros y no reconocen a un artista mexicano hasta que no publica fuera de nuestras fronteras, Estados Unidos principalmente. De la misma manera el sueño actual de todo dibujante de historieta popular mexicano de menos de treinta años es dibujar para alguna editorial norteamericana. Quieren hacer comics de *superhéroes*, ese es, al parecer, su único punto de referencia. Dibujar historieta mexicana se les hace degradante y *naco*.

Entre los veteranos de la industria y las nuevas generaciones de dibujantes no existe relación. Los jóvenes no conocen y por supuesto no admiran e imitan a dibujantes mexicanos, no hubo

escuela, imposible cuando los que tendrían que haber ejercido de maestros se avergüenzan de su propio trabajo. Son pocos los que dicen: ¡Yo hago historieta mexicana y qué! La mayoría prefiere mascullar con amargura su “muerte”.

Me permitiré citar a un sobresaliente dibujante de historieta que también se dedica a la ilustración, Ricardo Peláez, que dice con frustración infinita:

La historieta (siempre fue) la hija idiota de la cultura nacional, a la que da vergüenza mostrar en sociedad porque huele mal, babea, se saca y se come los mocos delante de los invitados. A la historieta nacional no conviene reivindicarla como propia ni llevarla a las ferias internacionales del libro porque afea; tampoco queda bien pasearla por los simposios, es vulgar. No da lustre a los funcionarios culturales, que es lo mismo que decir que no da lustre al país, no enorgullece. Mucho menos conviene invertir en ella pues su imbecilidad es incurable. La idea es olvidarla para que incluso sea difícil percatarse de su ausencia el día en que finalmente se acabe de morir y sea echada a la fosa común para que no haya donde ir a llorarle ni a llevarle flores. Sin embargo eso todavía no ocurre y yo soy de los que le han dado de comer a escondidas y piensa que sería bueno tenerla identificada para, al menos, poder reconocer el cadáver cuando haya que hacerlo.²

² Ver www.revistaconsecuencias.com Peláez, Ricardo, ¿Quién va a extrañar a la historieta mexicana?

Creo que no es para tanto, rasgarse la vestiduras por la historieta *idiota* no tiene sentido. No se quiere que la historieta sea un manual de cultura, ni se desea llevarla a ferias del libro, ni a simposios internacionales, ¡por favor! El que quiera hacer un trabajo de ese tipo, simplemente que lo haga, pero para eso hay que trabajar sin goce de sueldo porque seguramente los editores de historieta

popular no
estarán
dispuestos a
invertir en
“comics de
calidad”.

Mejor
dediquémonos
hacer nuestras
historietas y a
modificarlas en el
camino.
Conservemos el
mercado que
todavía existe y
presentemos nuevas
opciones dentro de
lo que ya tenemos,
dentro de los
parámetros que definen a
nuestros productos. Porque
la historieta popular nacional
tiene una personalidad propia.

Si nos atenemos a la verdad podemos darnos
cuenta que con todo y *pornocomics*, si así se desea, ha creado un
estilo que le pertenece, diferente, en expresiones y formatos, a
otros comics (como los estadounidenses), con productos muy



definidos, con sus propios héroes y antihéroes, con todo y sus criticados estereotipos.

Chanoc, *Memín*, *Kalimán*, *El Pantera* y últimamente *El Solitario*, *El Pistolero* o *El Místico*, son héroes que han tenido la aceptación de público. ¿O es que los comics norteamericanos son todos de excelente calidad en sus contenidos? ¿O todo el cómic de superhéroes, por el simple hecho de serlo, debe ser alabado? ¿En ese sentido es mejor la historieta de Estados Unidos que la nuestra? ¿Por qué? ¿Porque está impresa en mejor papel? ¿Porque su dibujo es más estridente? ¿En qué se basan los que afirman esto? ¿En Estados Unidos o en Europa no se hacen cómics pornográficos? Claro que se hacen... ¡y se venden!

Hace treinta años la gente “culta” criticaba a la *Famiiia Burrón* y *Chanoc* porque la consideraban literatura corriente y vulgar. Ahora las personas *ilustradas* dicen que esos comics eran muy buenos porque reflejaban las vivencias del ser popular. ¿Entonces eso quiere decir que dentro de veinte años reconocerán a la historieta actual como algo culturalmente válido que refleja los gustos sexuales, las costumbres y los anhelos eróticos reprimidos del pueblo mexicano?

Tal vez la muerte de la historieta mexicana esté cerca. Yo creo no, más bien pienso que una nueva historieta se está gestando. Somos muchos quienes nos dedicamos a crear *cuentitos* de todos los géneros. Además también surgen muchos jóvenes que buscan otros medios como la historieta virtual, por internet, donde cada quien podrá buscar y encontrar gente con gustos afines. Tal vez la historieta no vuelva a ser el gran negocio de los cientos de miles de ejemplares, ni siquiera sea el mediano negocio que sigue siendo hasta hoy, pero esta manera de expresión no morirá fácilmente y los creadores, dibujantes y guionistas buscarán otras formas de hacer su trabajo.

Hoy existen ya varias *páginas web*³ donde los creadores de historieta se comunican entre sí y con el público interesado en sus trabajos. De hecho puede haber más libertad creativa donde los guionistas y dibujantes no se sientan presionados por las “necesidades del Mercado” y es muy posible que con esto vuelva una etapa de auge con una historieta mexicana de más calidad con contenidos y géneros variados. Aunque hoy como nunca, como dice Rius, la historieta mexicana está de capa caída, en la peor crisis de su historia, tanto económica como creativa, dando los últimos suspiros tal vez, siempre habrá quienes estemos dispuestos a seguirla haciendo, pensando historias y dibujos para disfrute de quien lo quiera, desde la aventura y el drama hasta el *pornosoft*. El público no es un ente que no piensa y llegado el momento decidirá lo que quiere leer.

³ Ver en la red las páginas web *mexicocomics.com.mx* y *supercomics.com.mx*

Historia laboral

1991-1994

Ingresé como empleado a Editorial EJEA en noviembre de 1991, con el puesto de asistente de director de historieta. Mi labor consistió en dar apoyo al director de revistas (que en este caso era directora) en la creación de las ideas para guiones de historieta y aportar comentarios con los guionistas. Posteriormente dar lectura al guión terminado y sugerir nuevas ideas para el mejoramiento de dicho guion, podía plantearse una reestructuración de algunas escenas o crear algún personaje nuevo para reforzar la historia, etc. Todo esto para que el guión quedara mejor, desde nuestro punto de vista.

Una vez terminado el guión me encargaba de hacer la corrección de estilo para mandarlo a la elaboración de letra.

Cuando el guión estaba dibujado, se revisaba el dibujo y sus posibles fallas o errores, ya fuera en las proporciones corporales de los personajes, en el estilo del dibujo o en el manejo de los ambientes. También revisaba que los globos y la letra estuvieran en la posición correcta. Todos los errores detectados se hacían saber al dibujante para que realizara las correcciones pertinentes.

Participaba en juntas y *lluvia de ideas* para la creación de promociones que se pudieran llevar a cabo, para la realización de anuncios publicitarios que se publicarían en las mismas revistas, o bien para planear nuevos lanzamientos.

En este lapso produjimos alrededor de quince historietas entre la que se encuentran, *Sensacional de Artes Marciales*, *Sensacional de Bronco*, *Así soy y qué*, *Aventureros* y *Exploradores*, *Libro del amor*.

1995-2002

En este lapso ocupé el puesto de director-editor de historieta, cuando mi jefe inmediato fue designado para dirigir revistas de tipo musical.

Como editor mis tareas se extendieron, pues además de realizar las mismas actividades arriba mencionadas, tuve que involucrarme en el proceso de pre prensa e impresión, que consistía en revisar constantemente las fechas de entrega de los materiales, para que el producto final estuviera listo en los tiempos establecidos en los calendarios y no hubiera retrasos que significaban pérdidas económicas para la empresa.

Estuvieron bajo mi responsabilidad los planteamientos y lanzamientos de nuevos proyectos de historieta.

También tenía que estar en contacto permanente con todas las personas involucradas en el proceso, desde dibujantes y guionistas hasta el *buró* de diseño, el taller y la distribuidora para cuidar de cerca la evolución el proceso en su totalidad.

En este lapso produjimos igual numero de títulos que van desde el género de aventura como, *Praderas sin Ley*, *Pedro Coyote o El Insepulto*, pasando por los denuncia como *La Vida excitante y Brutal*, hasta los de contenido erótico, que en esa época siempre fueron el pilar de la editorial, como *Eróticos Anónimos* o *Querubines* y *Diablillas*.

2002- 2009

Actualmente, como guionista presto mis servicios principalmente en editorial Ehekatl, que es propiedad de uno de los ex-socios de Editorial EJEA.

Mi labor consiste en comentar con el director alguna idea para realizar el guión y una vez que queda a nuestra entera satisfacción escribo el guión. Puede ser un guión de historieta o un guión para fotonovela. En cuanto a los guiones de fotonovela, en ocasiones se me asigna una plantilla con fotografías obtenidas de una película mediante un programa digital. Los editores hacen esto con la finalidad de reducir los costos de producción y no pagar actores y escenografías, siguiendo la lógica de “a menos gastos más utilidad”.

BIBLIOGRAFIA

Aurrecoechea, Juan Manuel; Bartra, Armando. *Puros cuentos, historia de la historieta en México*, Grijalbo, México, 1989.

Blanco, José Joaquín. *Besotes de Papel*, en *Letras al Vuelo. Estudios de Literatura Mexicana*. Ed. El Nacional. 1992.

Curiel, Fernando. *Fotonovela rosa, fotonovela roja*. Textos de Difusión Cultural/UNAM, 3a edición, 1990.

Curiel, Fernando. *Mal de ojo, iniciación a la literatura icónica*. Universidad Nacional Autónoma de México, 1989.

Del Río, Eduardo, Rius. *La vida de cuadritos, guía completa de la historieta*. Grijalbo, México, 1984.

----- . Números agotados de los agachados 6. Posada. México, 1974.

Domínguez Hidalgo, Antonio. *Iniciación a las estructuras literarias*. Porrúa. México, 1980.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Lumen. Barcelona, 1990.

Eisner, Will. *El cómic y el arte secuencial*. Editorial Norma. Barcelona. 1980.

Gallo, Miguel Àngel. *Los comics, un enfoque sociológico*. Ediciones Quinto Sol, México, 1987.

González Casanova, Pablo. *La democracia en México*. Era. México, 1993.

Gubern, Román. *El lenguaje de los comics*. Península. Madrid, 1972.

----- . *La literatura de la imagen*. Salvat. Barcelona, 1979.

Hernández Aguilar, Gabriel. *De la radio al discurso radiofónico*. Plaza y Valdés. México, 1989.

Herner, Irene. *Mitos y monitos, historietas y fotonovelas en México*. Nueva Imagen. México, 1978.

Sánchez Escalonilla, Antonio, *Guión de aventura y forja del héroe*, Ariel Cine, Barcelona. 2002.

Hemerografía

Bartra, Armando. *Beneficio y despedida de una narrativa tumultuaria*. Revista latinoamericana de estudios sobre la historieta. Vol. 1, no. 4. Cuba, diciembre 2000.

Malvido, Adriana. *La industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones*. Revista Mexicana de comunicación. México, septiembre-octubre, 1989.

Taibo II, Paco Ignacio y otros. *México, historia de un pueblo*. SEP y Nueva Imagen. Veinte tomos. México, 1980.

Historietas

El libro del amor. *Quiero disfrutar con otro*, no. 344, EJE, México, 2003.

Eróticos anónimos, *Haré realidad tu fantasía...*, no. 40, EJE, México, 2001.

Sensacional guerreros del asfalto, *Un túnel hacia la libertad*, no.63. EJEA, México, 1998.

Praderas sin ley presenta: Jeff Ryan, el insepulto, *La venganza del tunco*, no. 10, EJEA, México, 1999.

Sensacional de mercados, *¡Engarróteseme ahí!* no. 306, EJEA, México, 1999.

Zona caliente, aventuras fronterizas, *¡Tratante de blancas!* no.4, EJEA, México, 2001.

Fuentes cibernéticas

www.mexicocomics.com.mx

Peláez, Ricardo. *¿Quién va a extrañar a la historieta mexicana?* www.revistaconsecuencias.com

Reglamento sobre publicaciones y revistas ilustradas. www.segob.com.mx

www.supercomics.com.mx

