

79
2j



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

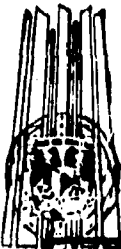
**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ARAGON"**

**" DISEÑO DE UNA HISTORIETA
ALTERNATIVA "**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A N :
GARDUÑO JIMENEZ MARIA DE JESUS
MARTINEZ JUAREZ YOLANDA**

ASESOR DE TESIS: LIC. SAUL SALGADO



SAN JUAN DE ARAGON, EDO. MEX.

MAYO DE 1996

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A MIS PADRES **PEDRO Y ELVIRA** POR TODO
EL APOYO Y CARIÑO QUE ME HAN
BRINDADO A LO LARGO DE TODA MI VIDA.

A MIS **HERMANOS Y SOBRINO** QUE EN TODO
MOMENTO ME HAN IMPULSADO A SEGUIR
ADELANTE EN ESTA DIFÍCIL CARRERA.

MARIA DE JESUS

CON TODO MI CARIÑO Y ADMIRACION
A MIS PADRES **RAYMUNDO Y MARIA DE JESUS**,
A QUIEN AGRADEZCO PROFUNDAMENTE
TODO SU APOYO Y A QUIENES DEDICO
MIS PEQUEÑOS Y GRANDES TRIUNFOS.

A TODOS Y CADA UNO DE **MIS HERMANOS**,
QUE SIEMPRE CREYERON EN MI
SUPERACION PROFESIONAL.

YOLANDA

AL **INGENIERO MANUEL MARTINEZ**
POR TODAS SUS ATENCIONES.

A **GERARDO DE LA TORRE** POR SU SINCERA AMISTAD.

A **NORMA** CON TODA NUESTRA ESTIMACION.

CON EL MAS SINCERO AGRADECIMIENTO
A NUESTRO ASESOR DE TESIS **SAUL SALGADO** POR
TANTO TIEMPO DE DEDICACION Y ENTREGA AL
CUMPLIMIENTO DE ESTA META.

AL HONORABLE **JURADO** CON TODO RESPETO.

A TODOS NUESTROS **MAESTROS Y COMPAÑEROS** DE LA
GENERACION POR LOS BONITOS RECUERDOS.

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I

"HISTORIA DEL COMIC O HISTORIETA"

<i>1.1 CONCEPTOS Y DEFINICIONES</i>	<i>5</i>
<i>1.2 ORIGEN Y EVOLUCION DEL COMIC</i>	<i>11</i>
<i>1.3 TRASCENDENCIA A NIVEL MUNDIAL</i>	<i>17</i>
<i>1.4 EL COMIC O HISTORIETA EN MEXICO</i>	<i>19</i>
<i>1.5 TIPOS DE COMICS O HISTORIETA</i>	<i>29</i>

CAPITULO II

"ELEMENTOS DEL COMIC O HISTORIETA"

<i>2.1 PERSONAJES</i>	<i>32</i>
<i>2.2 ARGUMENTO</i>	<i>37</i>
<i>2.3 TEMAS</i>	<i>41</i>
<i>2.4 TEXTOS, VIÑETAS Y GLOBOS</i>	<i>43</i>
<i>2.5 OTROS RECURSOS DEL DIBUJO ANIMADO</i>	<i>50</i>

CAPITULO III
EL COMICO O HISTORIETA ALTERNATIVA

<i>3.1 DEFINICION Y CARACTERISTICA</i>	55
<i>3.2 FORMA Y CONTENIDO</i>	59
<i>3.3 DE LO COMERCIAL A LO EDUCATIVO</i>	65
<i>3.4 DIFERENTES MANIFESTACIONES</i>	68
<i>3.5 DE LO GENERAL A LO PARTICULAR</i>	74

CAPITULO IV
"POSIBILIDADES ALTERNATIVAS EN CONTENIDOS

<i>4.1 EL PUBLICO TAMBIEN CUENTA</i>	76
<i>4.2 CARACTERISTICAS DE LA PROPUESTA</i>	89
<i>4.3 LOS MEDIOS Y LAS POSIBILIDADES</i>	149
<i>4.4 MEXICO EL PARAISO DE LA HISTORIETA</i>	151

CONCLUSIONES	155
---------------------	------------

BIBLIOGRAFIA Y HEMEROGRAFIA	156
------------------------------------	------------

GLOSARIO	160
-----------------	------------



INTRODUCCION

INTRODUCCION

Hablar del comic o historieta puede parecer algo muy fácil, pero no es así, puesto que las historietas son un fenómeno a nivel mundial y no existe un sólo país en donde no hayan sido leídos por lo menos una vez.

Pero, ¿por qué pensar precisamente sobre este tema?, parece que ocuparse de él significa algo intrascendente, sin embargo los comics o historietas, como usted prefiera llamarles, hoy en día resultan ser un poderoso medio de control y dominación ideológica.

Incluso un texto proveniente de España y publicado en el libro "La Vida de Cuadritos", de Eduardo del Río, asegura que "la capacidad de penetración de la historieta como medio comunicativo o como portador de un mensaje, la convierten en uno de los medios fundamentales de lo que se ha dado en llamar la cultura de masas, y por ello es uno de los elementos de gran importancia en la difusión y penetración de ideologías" (1).

Por consiguiente el tema elegido (Diseño de una Historieta Alternativa), se justifica por el hecho de pertenecer a uno de los medios de comunicación más difundidos y con mayor penetración entre las masas, no advertir tal situación implicaría desconocer la circulación de cientos de revistas de este tipo, sobre todo en nuestro país, en donde tan sólo en el Distrito Federal se publican alrededor de 200 historietas diferentes.

1) Del Río, Eduardo, *La vida de cuadritos*, p.120

La penetración es mayor aún, si tomamos en cuenta que cada ejemplar es leído como mínimo por 3 personas debido a las rentas e intercambios que se dan entre lectores habituales o en centros de trabajo y lugares de reunión.

La historieta no es sólo un medio de entretenimiento, es también un medio que durante años ha funcionado como opción de esparcimiento y recreación, pues resulta mucho más económica que los mismos libros. Además, se ha convertido en un hábito no sólo de niños, como falsamente se cree, sino también de adultos para quienes la historieta "llena tiempos de ocio".

Aquí, es donde advertimos el grave peligro que tales publicaciones representan para sus consumidores. Por ello, resulta de suma importancia analizar este fenómeno de la comunicación, tanto por el daño que puede causar a sus lectores, como por la serie de posibilidades que representa para transmitir y/o tratar asuntos de gran relevancia dentro de nuestra sociedad.

El mundo de la comunicación nos afecta a todos y del buen uso que hagamos de los medios de que disponemos para comunicarnos, dependerá su utilidad.

Con este trabajo de investigación pretendemos demostrar que un buen guión basado en hechos verídicos e ilustrados con personajes "caricaturescos", puede resultar una forma atractiva de entretenimiento para el lector, quien por consecuencia tendrá así, otra alternativa de lectura en la que se transmitan hechos relevantes, tratando de crear argumentos interesantes de tal manera que rompan con la acostumbrada recurrencia a temas superficiales.

Con tal objetivo, la originalidad de nuestra investigación radica, en el hecho de aportar una historieta nueva dentro del mercado, que pueda ser utilizada no sólo para entretener, sino también para que el lector se de cuenta de la realidad de nuestro país y se forme una visión crítica de los acontecimientos que repercuten de manera significativa en todos los ámbitos de la sociedad.

Por lo que respecta al contenido de nuestro trabajo de investigación, en el primer capítulo hablaremos sobre los antecedentes de la historieta cómica, comic o historieta. Aquí es importante señalar que estos términos tienen un mismo significado, por lo que fueron utilizados muy frecuentemente durante el desarrollo de toda la tesis.

En el segundo capítulo explicamos de una manera general, algunos de los elementos que hay que tomar en cuenta para el diseño de una historieta cómica, estos no son otra cosa más que los recursos técnicos de los que se valen tanto argumentistas como dibujantes, para darle forma a lo que todas aquellas revistas de "monitos" que tan comúnmente encontramos en cualquier puesto de periódicos.

Los antecedentes, la definición y las diferentes manifestaciones del comic alternativo, son algunos de los puntos que se desarrollan en el tercer capítulo. En él hablamos sobre algunos otros tipos de comics que se están gestando en diferentes partes del mundo y que han tenido gran aceptación, gracias a sus contenidos que se apegan más a la realidad social, aunque sin dejar a un lado dos elementos que han caracterizado por siempre a las historietas: entretenimiento y diversión.

Cabe resaltar que nuestra historieta, es alternativa sólo en cuanto a su contenido, ya que la forma que adoptará, será la misma que las historietas tradicionales.

Los resultados de la investigación de campo, que fue el primer paso que realizamos para estructurar la historieta alternativa, se desarrollan en el cuarto y último capítulo. En él también presentamos gráficamente los resultados de dicha investigación, la cual sirvió para determinar los temas a tratar en la historieta que ponemos a su consideración.

En este mismo capítulo incluimos el guión, la presentación de cada uno de los personajes que forman parte de la historieta, así como la historieta ya totalmente conformada y además un análisis de las probabilidades que tiene de ser aceptada entre los lectores.

***CAPITULO I
HISTORIA DEL COMIC O
HISTORIETA***

1.1 CONCEPTOS Y DEFINICIONES

1.2 ORIGEN Y EVOLUCION DEL COMIC

1.3 TRASCENDENCIA A NIVEL MUNDIAL

1.4 EL COMIC O HISTORIETA EN MEXICO

1.5 TIPOS DE COMICS O HISTORIETA

CAPITULO I

HISTORIA DEL COMIC O HISTORIETA

1.1 CONCEPTOS Y DEFINICIONES

El comic o historieta cómica es " una narración gráfica visualizada mediante una serie de cuadros a partir de un guión previamente escrito en la que existe un personaje central alrededor del cual, gira el argumento. Este se explica mediante diálogos que son rotulados en cada cuadro a través de la acción, el movimiento y la expresión de los sujetos dibujados" (2).

Autores como Parramón y Blasco decidieron entregarse a la tarea de realizar un análisis del comic cuando éste evolucionó hasta el grado de convertirse en un fenómeno social debido a su aceptación y consumo. De este modo la conclusión a la que llegaron estos dos analistas, explicaba que también la llamada historieta debía su éxito a que contaba con una serie de elementos que hacían que un personaje ficticio transmitiera sus vivencias, de tal modo que tendiera a identificarse con la realidad.

2) Parramón Vilasaló, José María y Blasco, Jesús, **Cómo dibujar historietas**, p. 28

Otro estudioso del comic como Roman Gubern dice que el comic o tira cómica "es una estructura narrativa formada por una secuencia progresiva de pictogramas en los cuales pueden integrarse elementos de estructura fonética, además el comic constituye un medio progresivo de expresión perteneciente a la familia de los medios nacidos de la integración del lenguaje icónico y el lenguaje literario" (3).

Gubern agrega un elemento más que viene a enriquecer la definición de Parramón y Blasco, ya que menciona el concepto fonética y con ello se inicia un análisis más profundo del tema. Acerca de la historieta Gubern expone que ésta tiene además la virtud de transmitir diferentes sentimientos tales como: amor, tristeza, incertidumbre y temor entre otros, los cuales pueden representarse en forma literaria.

Las definiciones de este autor acerca del comic, abarcan más allá de los estudios parciales que hacen otros autores, ya que son un análisis profundo de la estructura y sentido crítico, tanto interno como externo del comic y su influencia en el mundo actual.

Para Elisabeth Baur el comic es "una forma narrativa cuya estructura no consta de un sólo sistema sino de dos: lenguaje e imagen" (4).

3) Gubern, Roman, *El lenguaje de los comics*, p.28

4) Baur, Elisabeth K., *La historieta (como expresión didáctica)* p. 23

Esta definición es muy general, sin embargo toca dos puntos de gran importancia dentro de los aspectos técnicos de la historieta: uno es el lenguaje, que es un elemento importante ya que con él se le puede dar una determinada personalidad a cada uno de los personajes; y a través del cual podemos transmitir (emisor) algunas ideas (mensaje) a todo un gran sector de la población (receptor). El otro punto es la imagen que es la que le da vida a todo un personaje, también le inyecta fuerza y una buena dosis de imaginación a todo lo que forma parte de la trama: ambiente, personajes, lugar, etc.

Otro importante creador de historietas como Manuel Muñoz Sielinski dice que el comic es " una narración construida por medio de imagenes dibujadas en papel, enlazadas encadenadamente por la presencia frecuente de los mismos personajes, por la continuidad temporal que supone la inclusión de textos y por la lógica implícita de la misma narración impresa en una gran cantidad de ejemplares y difundida por los canales sociales que corresponden a su propia naturaleza. El personaje central es el que predomina a lo largo de la historieta y busca identificarse con la sociedad" (5).

En este concepto podemos observar que Muñoz Sielinski hace, al igual que Baur, especial énfasis en los aspectos técnicos, principalmente en la imagen; aunque también toca otro aspecto relevante: la definición de un personaje central (protagonista), que es a través del cual giran las acciones de los demás personajes.

5) Muñoz Sielinski, Victor M., *La bande dessinée*, p. 45

Aquí es importante resaltar que el protagonista puede ser en algunos casos, el mismo que veremos en todos los números de la historieta, siempre y cuando las historias que se desarrollen tengan que ver con él. Ejemplo: Memín Pinguín, La familia Burrón, y Kalimán, sólo por citar algunos de ellos.

En el otro de los casos, él o los protagonistas sólo forman parte de un número de la revista, ya que en cada ejemplar relatan diferentes aventuras y por consiguiente para cada tema a desarrollar se crean nuevos personajes. Ejemplo: Así soy ¿y qué?, Sensacional de Barrios, Sensacional de Vaqueros, El Libro Semanal, etc.

Por otra parte, para que se entienda mejor la diferencia entre una tira cómica y un comic o historieta cómica, resulta de suma importancia aclarar que este medio de comunicación tiene tres tipos de formato a través del cual se desarrolla su argumento. Estos géneros son los siguientes:

1. La tira cómica que según el caricaturista mexicano Eduardo del Río " Rius ", "es un chiste desarrollado en varios cuadros (como máximo deben ser 5), y que por lo regular tienen de dos a tres personajes que son los actores" (6). Las tiras cómicas se publican regularmente en los suplementos dominicales de los periódicos.

2. El comic o historieta cómica en una página ofrece tres o cuatro tiras las cuáles forman la historia. Los comics que utilizan este formato aparecen en revistas e incluso también en algunas secciones de los diarios.

6) Del Río, Eduardo, *La vida de cuadrillos*, p. 177

3. *La historieta o comic en varias páginas publican uno o varios argumentos y se editan por lo regular en 28, 32 o más páginas. Este tipo de revistas son realizadas por empresas editoras de gran importancia que se dedican a comercializar con estas publicaciones, entre ellas podemos citar a: Editorial Ejea, Vid y Novedades Editores.*

Con base en estas diversas definiciones acerca de la historieta o comic se concluye que su investigación ha sido motivo de reflexiones y estudios, tanto en su estructura como en su importancia social, por lo que diferentes académicos se han dedicado a analizar el tema en forma más específica, con el propósito de encontrar las respuestas a muchas interrogantes surgidas a partir de su aparición, ya que su aceptación e influencia en la manera de pensar del receptor, se llegó a considerar un auténtico fenómeno social.

Hoy en día, el comic se ha convertido en un importante medio de comunicación casi al igual que la radio y la televisión, porque como lo señala Adriana Malvido (quién ha dedicado mucho tiempo al estudio del comic), "la historieta se ha transformado no sólo en el principal vehículo de lectura de millones personas sino que también es el mayor negocio de las emociones dentro del mundo de la letra y la imagen" (7).

Precisamente su transformación y sus orígenes es el punto que trataremos a continuación.

7) Malvido, Adriana, *El floreciente negocio de las emociones*, Revista Mexicana de la Comunicación, p. 20

1.2 ORIGEN Y EVOLUCION DEL COMIC.

Con el nombre de " Comic Strip ", nace en los Estados Unidos la tira cómica o comic, sin embargo para conocer los orígenes de este es necesario remontarse a la escritura jeroglífica, cuando egipcios, caldeos y babilónicos plasmaban sus vivencias en bajos relieves.

Quizá, estos gráficos sean un posible antecedente de las actuales tiras cómicas pues mediante ellos el hombre comenzó a proyectar su creatividad a través de diversas figuras para contar un hecho. "Algunas versiones aseguran que las historietas tienen su origen en las aleluyas populares de principios del siglo pasado, ya que éstas eran una serie de grabados cuyas imagenes narraban actos religiosos, cánticos y leyendas populares, tales como: la faena de un torero, las andanzas de un bandolero y las actividades de una sociedad o de un gremio de artesanos" (8).

Asimismo, se conoce que a fines del siglo XIX aparecieron en Estados Unidos las primeras tiras de historietas realizadas mediante una secuencia de imagenes o dibujos que narraban una situación generalmente cómica o satírica. En ese entonces, la finalidad del hombre al crear el comic fue dar cause a una expresión artística diferente, que de modo divertido recreara situaciones de la vida real con personajes parecidos a él mismo.

8) Parramón Vilasaló, José Maria, *Op cit*, p. 25

Los primeros pasos del comic se dieron en el ámbito periodístico el cual logró introducirlo en las grandes masas, este hecho provocó que al entablarse una fuerte competencia comercial entre empresarios norteamericanos, el comic también fuera utilizado como arma publicitaria.

En 1893, el deseo de impulsar la venta del periódico llevó a los editores de América y de Europa a crear un suplemento dominical. De este modo, en 1895 aparece "Yellow Kid", la historieta impresa creada por Richard Feulton Outcault y publicada en el suplemento dominical del diario "The New York World". En esta historieta se describían gráficamente los incidentes del barrio de Hogan's Alley de la ciudad de Nueva York, E. U. (9).

La aparición semanal de esta tira cómica fue un gran éxito dentro del gusto de la gente, esto llevó a que otros diarios publicaran otros comics en sus suplementos, siendo tanta su aceptación y demanda que muy pronto surgió el "Daily Strip" (tira cómica diaria).

A principios del siglo XX se publican en la Unión Americana suplementos dominicales de más de 50 páginas, con una sección de color de 4 o 5 páginas dedicadas a los comics.

Con el transcurso del tiempo el número de páginas dedicado a las historietas cómicas fué aumentando, ya que para 1930 dicha sección se elevó de 8 a 12 páginas (10).

9) Guerra, Georgina, *El comic o la historieta en la enseñanza*, p. 21

10) Gubern, Roman, *Op cit*, p. 41

La publicación de la mayoría de los comics abordaba toda una página por historieta, *Príncipe Valiente*, *Tarzán* y *Rey Morgan* fueron los primeros, para después dar lugar a las historietas de media página como: *El Fantasma*, *Tarzán* y *Flash Gordon*. Esta reducción se debió a que muy pronto aparecieron más dibujantes de historieta para una sola página. Así, se combinó la publicación de tiras cómicas de página completa y media plana.

Los periódicos con suplemento dominical pronto publicaron también los suplementos sabatinos, ésto hizo más fuerte y reñida la competencia. Dichas ediciones contenían una historia seriada, acompañada de pasatiempos entre los que se encontraban crucigramas, ensalada de letras, chistes, etc., e incluso con el propósito de acaparar la atención del lector, que en su mayoría buscaba más entretenimiento que información, se publicaron hasta más de 8 páginas de tiras cómicas.

Al ver la gran aceptación de las tiras cómicas, éstas se empiezan a utilizar como arma publicitaria por lo que surge el "Comic Book" (historieta en varias páginas), el cual se utilizó para estimular la compra de artículos comerciales. Estas historietas se obsequiaban a los consumidores gratuitamente, dicho sistema tuvo tal éxito que la industria del comic pronto se convirtió en un negocio enorme. De este modo, empezaron a producirse grandes cantidades de comics books que incrementaron en gran medida la venta del producto anunciado.

El comic book presentaba historietas en donde aparecía un personaje central o principal. La primera publicación con este tipo de formato fue "The Funnies" de George de la Corte, publicada en trece ocasiones durante 1920, aunque con fines meramente publicitarios. Esta situación ubicó al comic no sólo como herramienta publicitaria sino además como producto comercial.

Al llegar la década de los 30s, gracias a la creatividad de Walt Disney nacen Mickey y Donald, el ratón y el pato más célebres de la historia. Pronto la Warner Bros. Inc. integraría a otros dos conocidos personajes por sus pleitos escandalosos, ellos son Bugs Bunny y Elmer. Más tarde se les uniría un cerdito tartamudo llamado Porky y el Pato Lucas, también llegaría el Correcaminos y Ralf el Coyote, así como el Demonio de Tasmania, Sam, Speedy González y Piolín junto con Silvestre, además del Gato Félix, Betty Bob y por último la gran creación de Walter Lanz, El Pájaro Loco. Tiempo después, Argentina creó a un pajarraco muy gracioso llamado Condorito.

En 1932, apareció el comic de acción y aventuras con las primeras historietas que daban vida a los superhéroes, a partir de entonces surgieron infinidad de historias completas o en serie, cuyos protagonistas eran personajes legendarios y héroes del presente o del futuro, los cuales eran poseedores de todas las virtudes: inteligentes, con buena presencia y superdotados físicamente, incluso surgieron algunos que hasta poseían superpoderes, lo que los hacía invencibles.

De las aventuras de los superhéroes podemos mencionar a Superman, poseedor de superpoderes como la capacidad de volar por los cielos con una fuerza sobrehumana, además de tener vista de rayos X para defender a los humanos que se encuentran en peligro; Capitán América, héroe futurista que defiende al mundo de los que quieren apoderarse de él; Namor, "Rey de la Atlántida", personaje con la virtud de respirar bajo el agua y poder comunicarse con los habitantes del mar; Antorcha Humana, cuya cualidad es cubrirse en llamas y volar a grandes alturas para enfrentarse a supervillanos que al igual que él poseen fuerzas increíbles.

El Hombre Araña, personaje con poderes fantásticos, obtenidos a consecuencia de un experimento realizado en un laboratorio científico, su don consiste en arrojar grandes cantidades de telaraña para adherirse a las paredes sin ninguna dificultad; Tarzán, hombre rey de la selva, incapaz de fracasar o sucumbirse ante la realidad social, conocido como "el hombre mono" se presenta como un ser que vive intensas aventuras; Batman y su inseparable amigo Robin estelarizan juntos grandes combates en defensa de la humanidad, en contra de la delincuencia que ataca su gran metropoli, Ciudad Gótica.

Como nos podemos dar cuenta, todas las historietas de aventuras y acción con superhéroes narran historias en la que los superdotados se enfrentan a los malhechores que intentan adueñarse del mundo. El superhombre en cuestión era siempre el defensor de su pueblo, esto lo convertía en el protagonista que daba nombre a la historieta.

La demanda de este tipo de revistas fue sorprendente y pronto el mercado comenzó a inundarse de comics cuyos personajes poseían superpoderes, así como de historietas en donde los papeles principales eran animalitos.

La competencia entre comics era muy fuerte y para vender había que sobresalir con historietas diferentes, por ello, los dibujantes se dieron a la búsqueda de crear cosas aún más novedosas al realizar sus comics. Fué así, como surgieron las historietas con seres más apegados a las características del hombre, pero sin dejar a un lado el "american way of life" (estilo de vida americano). Algunos ejemplos de este tipo de comics son: Hanz y Fritz, La pequeña Lulú, Carlitos y Snoopy, Daniel eltravieso, Zipi-zape, Archie, Josie y Ginger, Junior, Hopp, The Kilroys, Luck lucke, Mortadelo y Filemón, Lorenzo y Pepita, Jeff y Mutt, Jipps y Magie, entre muchos otros.

Otro gran personaje tan popular en nuestro país que no podemos dejar de mencionar, es Mafalda, aquella pequeña enana preocupada por el mundo "en que vivimos". Mafalda fue creada en 1963 por el gran dibujante argentino Joaquín Lavado "QUINO".

Como se puede observar, los personajes de historietas famosas se han sucedido sin interrupción, destacando al héroe futurista Buck Rogers, creado por Dicks Clakiens, la serie Terry y los piratas de Mitton Caniff, Flash Gordon de Alex Raymond uno de los mejores dibujantes que ha existido en el arte de las historietas, el ya antes mencionado Tarzán de Hogart, Fantomas de Ray Moore, y finalmente Supermán de Joe Shuster (11).

En España, nación que ha sobresalido en el mundo de los comics gracias a sus grandes y creativos dibujantes, las publicaciones infantiles se inician en 1904 con la revista catalana El Patufe, a la que le siguen una infinidad de historietas: Gente Menuda, publicada por el diario madrileño ABC en 1906, Dominguin en 1925, TBO en 1917, en 1920 Pulgarcito y de Bochpenalva, Silver Roy. En San Sebastián aparece en 1925 Pinocho, historia con la que llegan a realizarse las primeras traducciones publicadas de comics norteamericanos. En 1938 aparece la revista Chicos en donde surgen los máximos ilustradores españoles: Freixas y Blasco, creadores de Caballero sin nombre, Shadú, Sir Black y el Capitán Misterio (12).

11) Parramón Vilasaló, J. María, *Op cit*, p. 26

12) *Ibidem*, p. 25

1.3 TRASCENDENCIA A NIVEL MUNDIAL

"En norteamérica le llaman comics, en Francia bande dessinée, en Italia Fumetti y en España Tbo's" (13). Pero no importa como sean llamados, lo único cierto es que las historietas son mundialmente conocidas, pues los comics constituyen una parte importante del total de publicaciones que semana a semana aparecen en los puestos de periódicos y revistas.

Sin embargo, el principal país en donde el comic ha tenido gran desarrollo ha sido Estados Unidos, se calcula que dos tercios de la población estadounidense lee diariamente los comics que aparecen en los periódicos, pues en este país es común que la misma tira sea publicada simultáneamente entre cientos de rotativos diferentes y muchos de ellos se exportan a todo el mundo traducidos en todas las lenguas, incluso en muchas ocasiones el tiraje sobrepasa el número de ejemplares de los diarios más importantes, hecho que se presenta gracias a la gran demanda de tiras cómicas.

En el caso de Alemania, las historietas son originalmente industrializadas como artículo de consumo para otros países del mundo como Estados Unidos y México, donde además son multiplicadas. Al principio, los comics alemanes fueron enfocados para el público adulto, pero con el transcurso del tiempo y debido a su gran aceptación fueron orientados también a la población juvenil e infantil. Estas primeras tiras de comics tenían un carácter preponderantemente humorístico, aunque con el paso del tiempo se produjo un importante cambio en los temas, al incorporarse nuevos géneros que en la actualidad se han convertido en unitarios.

13) *Ibidem*, p. 25

En el plano internacional, el comic se mezcló con la publicidad comercial porque fue una eficaz herramienta para estimular gratamente a los consumidores su preferencia por determinado producto, éste fenómeno constituyó un gran negocio para las casas editoras que comenzaron a producir grandes cantidades de comics con una finalidad netamente mercantilista.

1.4 EL COMIC O HISTORIETA EN MEXICO

Las primeras historietas cómicas mexicanas aparecieron en la última decena del siglo pasado en hojas sueltas y en volantes que anunciaban productos como los cigarros "El Buen Tono". Estos "volantes ilustrativos" surgieron como imitación de ciertos anuncios de medicamentos como las píldoras Pelletier para el paludismo, que en forma de tira cómica se publicaban en los periódicos (14).

México ha tenido gente muy importante en la rama de los dibujos animados, tales como: Carlos Alcalde, Eugenio Olvera Medina quien hizo historietas y anuncios, José María Villasana quién dibujo por varios años en el seminario El Cómicó, además de dirigir por mucho tiempo el departamento de dibujo del diario El Imparcial.

Juan Artenak, discípulo de Alcalde y Olvera, también procedente del Imparcial y de El Cómicó, publicó las tiras cómicas Adelaido el conquistador y Don Prudencio, primero en el Universal y Universal Gráfico, posteriormente en el Excélsior.

Sin embargo, de la mayoría de los historietistas mexicanos destacan, Gabriel Vargas con la Familia Burrón y Los Super Locos, así como Germán Butze con los Supersabios, ambos fueron creadores de un estilo mexicano de historieta que desafortunadamente no ha tenido seguidores pese a su éxito comercial.

14) Posadas, José Guadalupe, *Historia de la caricatura en México.*

Poco después, se unieron a las filas de historietas mexicanas Mamerto y sus conocencias, Dos mexicanos en la guerra, Nicolás y Laborio, además de Tito y Chita. Estas historietas se hicieron muy populares y fueron publicadas por las ediciones dominicales de los principales diarios capitalinos (15).

Otras historietas más recientes, pero no menos importantes que las anteriores, que han engrosado la lista de las publicaciones mexicanas son Memín Pinguín, Kalimán, Los Supermachos y los Agachados.

El número de historietas se fue incrementando con el paso del tiempo y con la ayuda de grandes caricaturistas, entre ellos Carlos Alcalde y Andrés C. Audisfred, quien dió a conocer el comic Las Aventuras del Doctor Pestaña.

Muchos autores que han analizado la historia del comic en nuestro país como: Georgina Guerra, José María Parramón y José Guadalupe Posada, coinciden en que la tira cómica más popular es Chicharrín creada por Edwards Guerrero. Se trata de un chamaquito que alterna con un sargento llamado Pistolas al que tanteaba siempre, embaucandolo con relatos y consejos.

En 1938, apareció una tira cómica-literario-musical, creada por Francisco Gabilondo Soler, el famoso grillito cantor mejor conocido como "Cri-Cri". Los dibujos de esta historieta los realizaba Carlos Sánchez.

15) *Ibidem*, p. 51

Otra historieta cómica que debido a su singular caracterización fue de las favoritas, por su similitud con el ciudadano metropolitano en cuanto a sus costumbres y su forma de ser, realizada con el aire irónico que se requiere para ofrecer al lector un retrato divertido de su actitud cotidiana, fue El Chupamirto, que al igual que Adelaido el conquistador, tuvieron sus primeras apariciones en los periódicos más importantes del país, entre ellos El Nacional. El Chupamirto era un personaje que representaba al mecapalero metropolitano, mal fajado, con los pantalones cayendosele, en los hombros llevaba una especie de raída bufanda sobre una mísera camiseta y portaba unos viejísimos zapatos.

El creador del Chupamirto fue el ganador de un concurso que organizó el Universal, debido a la fiebre del dibujo con sentido humorístico por la que atravesaba nuestro país y a la influencia de los Estados Unidos. Jesús Acosta Cabrera fue este importante caricaturista quien nació en 1893, y como premio a su Chupamirto obtuvo un puesto dentro del diario. Cabe resaltar que las características de este personaje fueron adoptadas más tarde por Mario Moreno "Cantinflas".

México comenzó así su largo recorrido por el imaginario sendero del comic, desde el principio tuvo una marcada influencia norteamericana ya que utilizó el comic como un recurso publicitario para incrementar el consumo de ciertos productos y por consiguiente el de este tipo de revistas, lo que elevó en gran medida las ganancias económicas de las editoriales de aquella época.

La competencia y la gran demanda de los comics en el mercado exigió una enorme cantidad de creatividad e inventiva por parte de sus creadores e inventores, esto hizo que para llevar ventaja sobre sus competidores las compañías editoras pelearan por tener a los grandes realizadores de historietas, quienes aprovechando la situación solicitaban elevados salarios.

Debido a lo anterior se crearon nuevas técnicas y modalidades que dieron un estilo especial a sus creaciones, todo con tal de superar en ventas a las publicaciones de otras empresas productoras de historietas cómicas. Este fenómeno contribuyó a que la industria del comic estuviera en continuo avance

El año de 1952 marca el inicio de una etapa importantísima en la historieta mexicana, fue en esta época precisamente cuando José G. Cruz creó su propia editorial lanzando al mercado la primera publicación de Santo: el enmascarado de plata, realizada con la técnica de fotometraje (fotografía de los personajes y escenografías dibujadas), presentaba insólitas aventuras del famoso luchador enmascarado que lograron impactar no sólo al público mexicano, sino que muy pronto se exportaba a prácticamente toda hispanoamérica.

Dos años antes, es decir, en 1950 Luis Novaro, Director del periódico La Prensa había creado la Editorial Novaro, la cual publicó los comics tan famosos de Walt Disney y algunos otros, acaparando rápidamente el mercado nacional.

En 1953, don Ignacio Herrera, director de Publicaciones Herrerías, que después de tres décadas se convertiría en novedad editorial, lanzó al mercado el libro Mensual, que años más tarde sería Semanal. Una historieta de 128 páginas con una trama completa en cada número, mucho más realista y con melodramas escritos para contrarrestar la fantasía de los comics norteamericanos que publicaba Novaro. Los argumentos eran realizados por escritores de talento como: Elia y Catalina D' Erzell, Josefina Díaz Herrera, María del Carmen Hernández y Laura Bolaños. Hay que mencionar que ocho años antes José G. Cruz había propuesto esta misma idea, pero no fructificó.

Guillermo de la Parra, argumentista con sentido comercial y su esposa Yolanda Vargas Dulché, argumentista de Pepín y sus seriadas *Ladronzuela*, *Sorina*, *María Isabel*, *Cristal* y *Vagabundo* entre otras, decidieron crear en 1955 su propia empresa llamada *Publicaciones EDAR* (aparentemente después de un problema con el Coronel José García Valseca propietario de Pepín), con el apoyo económico de don Everardo Flores Sahagún, visionario que implantó las bases del actual sistema de distribución de revistas y creador de la *Unión de Voceadores y Expendedores* (16).

La primera publicación de argumentos EDAR fue *Confidencias de un chofer*, a la que le siguieron *Cruz Gitana*, *Doctora Corazón*, *Lágrimas*, *Risas y Amor*, así como *Memín Pinguín*, el cual, llegó a imprimir hasta 700 mil ejemplares semanales.

En 1955, nace la editorial EDITORMEX, del empresario italiano Severo Torrelli y sus hijos Giorgio y Claudio que lanzó al mercado *El Pequeño Sheriff*, que pronto alcanzó los 250 mil ejemplares semanales. Sin embargo, con lo que lograría colocarse entre las grandes, sería con tres historietas de caricatura a la mexicana como: *Las Aventuras de Capulina*, cuyo personaje central era el cómico infantil Gaspar Henaine "Capulina", la extraña *Hermelinda Linda*, una parodia de la arraigada hechicera nacional, encarnada por una bruja de apariencia grotesca que mediante maleficios, pócimas mágicas y encantamientos se convertía en una mujer de exhuberante belleza, y por último su contraparte el curandero Aniceto cuya incapacidad era evidente al realizar cualquier "trabajo" de magia negra para alguna de sus bellas clientes.

16) Malvido, Adriana, *Op cit*, p. 23

El 16 de octubre de 1959 sale a la venta Chanoc, con argumento de Martín Lucenay y dibujado por Angel J. Mora se convirtió de inmediato en la mejor historieta de aventuras de México. Chanoc, un atleta que vivía en Ixtac, un pueblito imaginario enclavado en la costa suroeste, se había convertido, gracias a su pasión por el buceo y su amor por la vida salvaje, en un respetado zoólogo y eminente oceanógrafo, devoto de la preservación de las especies animales y luchador incansable contra la injusticia. La contraparte humorística de la serie era el sexagenario Tsekub Baloyan, su enamorado padrino cuya fuerza y habilidad física le permitían vivir infinidad de aventuras en compañía del intrépido pescador. Lucenay dejó la serie poco tiempo después y la sucedió Pedro Sapiain, quien le inyectó un toque de fino erotismo a la historieta.

Dos años después, es decir, en 1961 apareció en los puestos de periódicos Alma Grande: el Yaqui Justiciero, creado por Sapiain y dibujado por José Suárez Lozano. El escenario donde se realizaba la historieta era el desértico Valle Yaqui, en el Estado de Sonora, donde el intrépido héroe acompañado de sus inseparables amigos, Culebra Prieta y Marcelino, enfrentaban a sus enemigos mortales.

En 1965, se publica una revista de gran éxito aunque sin mayor pretensión que la de divertir, Modesto Vázquez y Rafael Cutberto Navarro, fueron los dos publicistas que llevaron a un popular personaje radiofónico llamado Kalimán a las páginas de la historieta. El singular personaje de indefinido origen, una mezcla de gurú, experto en artes marciales, psíquico y filósofo budista dotado de poderes y capacidades extraordinarias acaparó la atención de un público que estaba fascinado con las culturas de oriente.

Kalimán ha sido a lo largo de 25 años de existencia, la historieta de aventuras de mayor venta en México, llegando a tener en alguna época un tiraje semanal de dos millones de ejemplares. Y aunque en un principio puede parecer ilógica y hasta pueril la trama o no gustar el dibujo, porque si algo caracterizó a la publicación es la pésima calidad de sus ilustradores, lo cierto es que posee ese algo mágico que atrapa al público y que le permitía tener además, en ese entonces, un programa diario que se transmitía en 42 estaciones de radio a nivel nacional.

Por otra parte, el primero de marzo de 1966 Editorial Novaro lanzó al mercado a Fantomas, una historieta basada en el maestro del crimen, creada por los novelistas franceses Pierre Souvestre y Marcel Allain. Fantomas era un hombre atlético, culto, de finos y atractivos rasgos, apenas delineados tras la tradicional máscara blanca y el elegante atuendo.

Meses después, el primero de octubre de ese mismo año, Alejandro Jodorovsky, un genial mimo, actor y productor, realizó en total 6 números de Anibal que fue, por sus características, la mayor innovación en la historieta mexicana.

En ese mismo año aparece El Payo, una historieta que a pesar de su descriptivo subtítulo: Un Hombre contra el mundo, apenas logró llamar la atención de los lectores y fue publicada por Editorial Senda.

Una historieta que salió a la venta El 14 de septiembre de 1968 y que revolucionó a la industria del comic al incluir la crítica social y la política en sus páginas fue: Los Agachados de San Garabato Cuc, donde se presentaba en forma original la historia de México a partir de la peregrinación, desde la mítica Aztlán, hasta llegar a lo que más tarde sería la gran Tenochtitlán.

Kalimán ha sido a lo largo de 25 años de existencia, la historieta de aventuras de mayor venta en México, llegando a tener en alguna época un tiraje semanal de dos millones de ejemplares. Y aunque en un principio puede parecer ilógica y hasta pueril la trama o no gustar el dibujo, porque si algo caracterizó a la publicación es la pésima calidad de sus ilustradores, lo cierto es que posee ese algo mágico que atrapa al público y que le permitía tener además, en ese entonces, un programa diario que se transmitía en 42 estaciones de radio a nivel nacional.

*Por otra parte, el primero de marzo de 1966 Editorial Novaro lanzó al mercado a *Fantomas*, una historieta basada en el maestro del crimen, creada por los novelistas franceses Pierre Souvestre y Marcel Allain. *Fantomas* era un hombre atlético, culto, de finos y atractivos rasgos, apenas delineados tras la tradicional máscara blanca y el elegante atuendo.*

*Meses después, el primero de octubre de ese mismo año, Alejandro Jodorovsky, un genial mimo, actor y productor, realizó en total 6 números de *Anibal* que fue, por sus características, la mayor innovación en la historieta mexicana.*

*En ese mismo año aparece *El Payo*, una historieta que a pesar de su descriptivo subtítulo: *Un Hombre contra el mundo*, apenas logró llamar la atención de los lectores y fue publicada por Editorial Senda.*

*Una historieta que salió a la venta El 14 de septiembre de 1968 y que revolucionó a la industria del comic al incluir la crítica social y la política en sus páginas fue: *Los Agachados de San Garabato Cuc*, donde se presentaba en forma original la historia de México a partir de la peregrinación, desde la mítica Aztlán, hasta llegar a lo que más tarde sería la gran Tenochtitlán.*

Kalimán ha sido a lo largo de 25 años de existencia, la historieta de aventuras de mayor venta en México, llegando a tener en alguna época un tiraje semanal de dos millones de ejemplares. Y aunque en un principio puede parecer ilógica y hasta pueril la trama o no gustar el dibujo, porque si algo caracterizó a la publicación es la pésima calidad de sus ilustradores, lo cierto es que posee ese algo mágico que atrapa al público y que le permitía tener además, en ese entonces, un programa diario que se transmitía en 42 estaciones de radio a nivel nacional.

Por otra parte, el primero de marzo de 1966 Editorial Novaro lanzó al mercado a Fantomas, una historieta basada en el maestro del crimen, creada por los novelistas franceses Pierre Souvestre y Marcel Allain. Fantomas era un hombre atlético, culto, de finos y atractivos rasgos, apenas delineados tras la tradicional máscara blanca y el elegante atuendo.

Meses después, el primero de octubre de ese mismo año, Alejandro Jodorovsky, un genial mimo, actor y productor, realizó en total 6 números de Anibal que fue, por sus características, la mayor innovación en la historieta mexicana.

En ese mismo año aparece El Payo, una historieta que a pesar de su descriptivo subtítulo: Un Hombre contra el mundo, apenas logró llamar la atención de los lectores y fue publicada por Editorial Senda.

Una historieta que salió a la venta El 14 de septiembre de 1968 y que revolucionó a la industria del comic al incluir la crítica social y la política en sus páginas fue: Los Agachados de San Garabato Cuc, donde se presentaba en forma original la historia de México a partir de la peregrinación, desde la mítica Aztlán, hasta llegar a lo que más tarde sería la gran Tenochtitlán.

Su creador Eduardo del Río "Rius", argumentista y dibujante alejado totalmente del estilo clásico del comic, le imprimió un particular sello a sus personajes: Don Perpetuo del Rosal, Chon Prieto y el mordaz Juan Calzonzín, para convertir a su historieta en la preferida de la población pensante del país, al tratar temas considerados hasta entonces tabú y divulgar a nivel popular conocimientos que nadie había intentado abordar en publicaciones similares, como el marxismo, religión, naturismo, sexología, política y economía, siempre desde un punto de vista comprometido, pero sobre todo crítico.

Un par de años más tarde, en 1970, Everardo Jaime Enrique y Adalberto Flores, hijos de don Everardo Flores Sahagún, fundador de la Unión Nacional de Voceadores y Expendedores, crearon la Editorial Ejea y lanzaron al mercado melodramas seriados como: Espejo de la Vida. Jaime Flores su director, quien anteriormente había trabajado en algunas otras editoriales, decidió lanzar grandes novelas adaptando obras de la literatura universal ilustradas en forma de historietas. El resultado fue más de un millón 500 mil ejemplares publicados semanalmente y el orgullo de llevar a un numeroso público novelas como: La Buena Tierra, de Pearl S. Buck y Sinuhé el Egipcio de Mika Waltari. Espejo de la Vida fue una nueva revista que siguió la misma línea de grandes personajes y que muy pronto se convirtió en todo un suceso.

De ahí continuaron Yo Acuso, Desastre, Historias Inolvidables, Ilusiones, Secretos del Alma, Reto a la Vida y sus populares Sensacionales: de Vaqueros, Policíacos, de Amor, de Terror, de Barrios, de Box, Lucha Libre, Trailereros, Chafiretes, de Vacaciones, de Juego, Así Soy... ¿y qué? y las seriadas Anhelos de Amor, El Teniente Botija, Tinieblas y la Vida de Pedro Infante, historietas que han convertido a dicha empresa en apenas dos décadas, en una de las más fuertes de industria editorial.

En 1971, el periódico El Novedades publicó en forma de tira cómica El Padrino, la famosa novela de Mario Puzo que trataba acerca de los intrincados y violentos negocios de un capo de la mafia. Para entonces Editorial Novaro actualmente Novedades Editores había alcanzado su posición privilegiada con el Libro Semanal y la Novela Policiaca, para continuar con: Novelas Inmortales, Vaqueros Indómitos, El Libro Vaquero, Libro Sentimental, Libro Policiaco, Joyas de la Literatura, Libro Pasional, Hombres y Héroes, Cuerpos y Almas, El Umbral de Ultratumba y otras más, que ostentan uno de los más altos tirajes semanales.

En las últimas dos décadas surgieron muchos editoriales que han logrado colocar sus publicaciones con poco, relativo o gran éxito, que contribuyeron a la proliferación en forma incontrolable y alarmante de la historieta de franco y burdo contenido sexual, donde el argumento es lo de menos, un claro ejemplo de ello es: El Mil Chistes, revista semanal publicada por Editorial del Grupo AGA, S. A.

Sin embargo, al margen de todo ello han surgido algunos intentos de editores y realizadores independientes por crear historietas de calidad (en contenido), entre los que destacan Oscar González Loyo, argumentista con una clara tendencia mística y dibujante de gran creatividad, quien con Carmatrán y los Transformables le dió un interesante y atractivo giro a la historieta.

Actualmente Editorial Ejea, Vid y Novedades Editores forman el grupo que controla prácticamente la industria de la historieta en nuestro país. Editorial Vid ha sumado a Lágrimas; Risas y Amor y Memín Pinguín, sus especiales de Rambo, La Bestia, así como el famoso Gervasio Robles alias "El Pantera", y sus mini-éxitos: Joe Treviño, Dinastía, King Cobra y El Dinamita.

A partir de 1986, VID publica los comics norteamericanos que durante años y años fueron el orgullo de Editorial Novaro, entre ellos, Supermán, Batman, Archie, Tom y Jerry, Ricky Ricón, El Pato Donald, Mickey Mouse, y algunos otros comics de Walt Disney, manteniendose en la cúspide de lo que Adriana Malvido, estudiosa del tema, calificó en uno de sus reportajes, publicado por la Revista Mexicana de Comunicación, como: "El floreciente negocio de las emociones" (17).

17) Ibidem, pp. 20-27

1.5 TIPOS DE COMICS O HISTORIETA

Como se mencionó anteriormente, la temática de los primeros comics era humorística, pero debido a su éxito y a la enorme competencia que surgió entre los dibujantes y creadores, se comenzaron a buscar nuevas formas de realizar historietas, como innovar los comics desde los temas tratados hasta su formato y lenguaje, por lo que de esta búsqueda se desprendieron diferentes tipos y géneros de historietas.

Así, por los temas que abordan y por lo fines que persiguen cada uno de ellos, el comic o historieta se puede clasificar en los siguientes géneros:

Historieta Doctrinaria

Esta historieta lleva un mensaje dirigido con un fin catequizante porque propaga una doctrina e ideología determinada, esto con el propósito de ganar adeptos y hasta fanáticos. Las publicaciones de tipo doctrinario las producen ciertas editoriales religiosas o fraternales, así como partidos políticos de estados pluralistas, movimientos cívicos, sectores determinados de la sociedad y en general cualquier agrupación social que tenga como único fin captar la mente del lector, para dominar su voluntad con un propósito previamente establecido.

Historieta Educacional

Las revistas con fines educacionales contienen por lo regular la enseñanza sistematizada y metódica, utiliza técnicas pedagógicas de cualquier asignatura. Estas revistas o historietas pueden ser editadas por el Estado o por alguna editorial específica para fines comerciales.

Historieta Cultural

Las historietas culturales tratan de elevar el nivel intelectual del lector, principalmente a través del desarrollo de su habilidad cultural y artística. Por ello publica biografías de personajes históricos, así como documentales y reportajes de sucesos relevantes. En este sentido se puede encontrar alguna semejanza con la historieta educativa, pues también pueden ser realizadas, producidas y distribuidas por el Estado y encaminadas a fines políticos.

Historieta Comercial

La realización, producción y distribución de este tipo de historietas tiene la finalidad de cumplir una función de recreación con propósitos lucrativos. Lo que el lector consume son historias nocivas para el lector, ya que en ellas se alaba al machismo, a la violencia, al sexo y a la pornografía. Este género no tiene ni un mínimo de reflexión, pues su temática es muy simple y su lenguaje es de mal gusto, la calidad es pésima, y sus argumentos son mediocres, quizá lo único rescatable es la buena calidad de impresión y edición. A pesar de ello, las historietas comerciales son las que más éxito tienen entre los lectores habituales, y por consiguiente son de las que más abundan en el mercado.

Historieta Alternativa

Es la contraparte de los comics comerciales, en la historieta alternativa se tratan temas con mensajes positivos que invitan a la reflexión y al análisis crítico a través de amenos argumentos que rompan con la acostumbrada recurrencia a temas pobres en contenidos, es decir, trata que el lector recree el gusto de leer historietas que le proporcionen otra visión de su entorno.

Este tipo de revista puede parecer hasta cierto punto aburrida, sin embargo, se ha comprobado que estas historietas han tenido buena aceptación entre el público lector, algunos ejemplos son Mafalda, Charlie Brown, Los Agachados y los Supermachos, pero de la historieta alternativa ampliaremos la información en nuestro tercer capítulo.

Por el momento pasemos a nuestro segundo capítulo en donde les daremos a conocer los elementos que conforman la historieta.

***CAPITULO II
ELEMENTOS DEL COMIC O
HISTORIETA***

2.1 PERSONAJES

2.2 ARGUMENTO

2.3 TEMAS

2.4 TEXTOS, VIÑETAS Y GLOBOS

2.5 OTROS RECURSOS DEL DIBUJO ANIMADO

CAPITULO II

ELEMENTOS DEL COMIC O HISTORIETA

2.1 PERSONAJES

Uno de los elementos más importantes de la historieta está constituido por sus personajes, los cuales son caracterizados por su tipología bien definida y fundamentada en estereotipos de hombres aventureros, misteriosos, buenos, locos, irónicos, mordaces, perspicaces, tontos, idealistas y otros.

Sin embargo, de los personajes que aparecen en las historietas y comics que circulan actualmente en México, la mayor parte de ellos mitifican a hombres populares comunes y corrientes, que habitan en los lugares más burdos, que tienen hábitos denigrantes en donde se alaba el machismo, la violencia, el racismo, el sexo y la pornografía.

*Según Umberto Eco, autor del libro *Apocalípticos e integrados* y gran estudioso del tema, "los comics son comprados por un público de mente perezosa que se aterrarían ante un desarrollo infinito y complejo de personajes y aventuras, asimismo este proceso le obligaría a guardar en su memoria como en un banco de datos, lo que sucede en cada relato. A este motivo debe el comic su aceptación, pues cada aventura finaliza al cabo de unas cuantas páginas en la que se desarrolla y se resuelve una trama que al terminar su lectura resulta ser intrascendente, por lo que puede ser olvidada fácilmente" (18).*

18) *Alphie, David, et al, Cuadernos de Comunicación, Publicación Mensual de Comunicología, p. 34*

Pero no todos los comics cumplen con esta función, tal es el caso de Memín Pinguín y de la familia Burrón, historietas de gran popularidad en nuestro país, que de acuerdo a su temática tocan un determinado contexto sociocultural, por lo que pueden ser considerados subproductos culturales a través de los cuáles el público puede identificarse e incluso proyectarse.

Por otra parte, en lo que se refiere a la parte práctica, los aspectos que se deben tener en cuenta para la creación de los personajes, son en primer lugar: el perfil de los personajes que van a actuar en ella, por lo que hay que empezar por definir el físico de cada uno de ellos, es decir, si es alto, chaparro, gordo, flaco, etc. También la forma de la cara, añadiéndole después los detalles especiales como: tipo de nariz, ojos, boca, pelo, etc. Cabe aclarar que los personajes también puede ser animales, como ha sido tan común en algunas historietas, sobre todo en las de "Walt Disney" y la "Warner Bros."

Una vez ya establecido el físico de los personajes hay que vestirlos, tomando en cuenta que la ropa ayuda a darle una personalidad más definida.

El vestuario de los personajes puede considerarse como una prolongación del decorado o bien como un indicador de la tipología. Esta última abarca el gestuario, las actitudes y la mimica de los personajes. No olvidemos que la tipología, el rostro, las piernas y los brazos, son los elementos más importantes para la creación de los personajes.

Algunos signos del gestuario citados por Roman Gubern son los siguientes (19):

- 1).-Ojos en cruz: pérdida de la conciencia o desmayo.
- 2).-Cabello erizado: terror o pánico.
- 3).-Cejas altas: sorpresa.
- 4).-Mirada ladeada: maquinación.
- 5).-Cejas fruncidas: enfado.
- 6).-Ojos cerrados: sueño y confianza.
- 7).-Nariz roja u oscura: resfrío o borrachera.
- 8).-Boca sonriente mostrando los dientes: hipocresía, maniobra astuta.
- 9).-Boca abierta: asombro.
- 10).-Boca sonriente: complacencia.
- 11).-Lengua de fuera: sed o cansancio.
- 12).-Barba sombreada: delincuencia o maldad.
- 13).-Unión de pupilas al centro: atolondramiento, sorpresa.
- 14).-Gotas de sudor al rostro: preocupación, nerviosismo.

Es importante mencionar que el gestuario puede también lograrse mediante la combinación de varios de estos gestos. Asimismo, las expresiones, las actitudes y los gestos indican un determinado carácter, por ejemplo: dar vueltas con los brazos cruzados en la espalda indican reflexión, al igual que colocar la mano sobre la barbilla; un salto puede significar sorpresa, susto o alegría, según sea el contexto.

La vestimenta, la forma de pararse, sus gestos y todos esos pequeños detalles de uso personal, crean en los personajes una personalidad que los hace inmediatamente identificables entre el público lector.

19) Guerra, Georgina, *Op cit*, p.28

Otro de los puntos fundamentales de una historieta es el lenguaje ya que en él va implícito el mensaje, por ello es bien importante cuidar ese aspecto, sobre todo el lenguaje de cada uno de los personajes involucrados dentro de la trama, pues no puede hablar igual un niño que un adulto o la sirvienta igual que la patrona.

Hasta aquí, podemos darnos cuenta que el personaje está pensado y estructurado para cumplir la misión de identificarse con todos aquellos lectores, que leen historietas en sus ratos libres, como el velador, el voceador, el peluquero, el boleador, el ama de casa insatisfecha que busca un desahogo en los romances rosas o en las amargas lágrimas de las historietas, el trabajador que encuentra en las aventuras del héroe superdotado, las emociones que no le proporciona su entorno, o el niño que leerá un Archie o Ricky Ricón al que difícilmente podrá parecerse, pero que a través de esas páginas creen encontrar las vivencias que no podrán encontrar en la vida real. Es por ello que los lectores de historietas buscan la similitud con sus personajes.

Un elemento estructural de la historieta que cumple una función de suma importancia es el argumento, que junto con los personajes, crea sensacionales historias, como se verá en el tema siguiente.

2.2 ARGUMENTO

Un punto fundamental para el diseño de una historieta es la realización del argumento, en él, se crean los conflictos con su época, lugar, personajes, crisis y soluciones, las cuales deberán estar acordes con el género seleccionado, ya sea pasional, romántico, de aventuras, de acción, infantil y otros. Dentro de estos géneros existen otras clasificaciones: realistas, de ciencia ficción, fantásticos, vaqueros, espaciales, detectivescos o policíacos.

Esta misma argumentación sigue un mismo proceso, es decir, un inicio (planteamiento del problema), un desarrollo, un clímax (punto de más relevancia en la historia) y un final (solución del problema) (20).

La palabra argumentación tiene una interpretación común muy parecida a la de la trama, sin embargo, se diferencian porque la trama sólo representa una ligadura entre las partes de un asunto o de una cosa, en especial de una obra dramática o novelesca, mientras que el argumento es todo lo que conforma el contenido de la historieta, el cual será diferente según sean los requerimientos del caso, pero siempre cumpliendo el requisito de notificar cada una de las partes en las que suele estar dividida la obra, además de explicar y de tratar ampliamente el problema, la crisis y sus soluciones.

En el argumento de la historieta viene implícito el mensaje, el cual debe procurar que junto al entretenimiento vaya dirigido el mensaje positivo o de satisfacción de curiosidad, de manera más o menos esporádica, todo esto con el fin de que el lector no lo sienta como un sistema frío, sino como un pasaje intercalado en la trama.

20) Vázquez, Modesto, *La historiética*, p. 69

El argumento debe transcribirse en un guión escrito, que debe ser concebido de forma semejante a como se hace uno destinado al cine o a la televisión, aunque la historieta presenta en principio la ventaja de que no se detiene ante el despliegue de elementos y recursos con los que cuenta el cine, la televisión o la misma fotonovela. El dibujo lo puede todo: presentación del pasado remoto o del futuro, grandes batallas, viajes espaciales y toda clase de efectos visuales. La gran desventaja resulta ser la carencia de movimiento.

Para fines de producción, los guiones cinematográficos o televisivos, se presentan divididos en secuencias que comprenden lo que sucede en un tiempo y un espacio dados. El guión de una historieta no requiere de ese tratamiento y se presenta mediante la sucesión de cuadros.

Algunas empresas editoriales exigen unicamente el desarrollo de la historia en determinado número de cuadros, dependiendo del formato y la extensión de la revista (40, 150, 200, 500 cuadros). Otras prefieren que el asunto se desenvuelva en cuadros por página (4, 5 o más cuadros por página, para 30, 50 o 100 páginas).

Los principales elementos de un guión para historieta, es decir, los que son indispensables para contar la historia, son la descripción de la situación, los textos, los diálogos y los sonidos.

La descripción debe plantear desde el primer cuadro, las características del escenario, de la utilería y de los personajes, así como las acciones que estos lleven a cabo. Cada cambio de escenario o presentación de un nuevo personaje, requiere de la descripción de uno u otro, a fin de que el dibujante tenga siempre una idea clara de lo que el lector desea ver.

Los textos ayudan al lector a asimilar ciertos cambios de tiempo, por ejemplo: "Tres días después...", o de translación en el espacio: "Mientras tanto, en una capital europea". Del mismo modo puede ofrecernos datos adicionales sobre los personajes o los hechos contemplados: "Germán ansiaba vengarse, pero no se le ocurría como. De pronto...". Vale la pena acotar que los textos sólo deben usarse cuando no quede otro remedio, no anotaremos: "En el callejón halló un cadáver", cuando el cuadro nos muestra a un personaje precisamente haciendo ese descubrimiento.

Los diálogos como en el guión de cine o televisión, ofrecen la expresión oral de los personajes, pero los guiones para la historieta se valen también de ellos para apuntar los pensamientos, en este caso, el diálogo después del nombre de los personajes señala globitos. Si la voz proviene de un aparato (radio, televisor, teléfono, otros), después del nombre se indica: quebradas. Es importante que los diálogos sean breves, de manera que no ocupen demasiado espacio y concedan al dibujo mayor amplitud.

Los sonidos también tienen lugar en la historieta y se expresan como onomatopeyas, mediante palabras que imitan sonidos. Así tenemos el sonido de un motor: ¡ROMM, ROMM!, una fractura: ¡CRAC!, un disparo: ¡BANG!, un rugido: ¡ROAAAR!, el traqueteo de una ametralladora: ¡RATATATATATAT!, y muchos sonidos más, sin límites para la imaginación auditiva. Para destacar tales sonidos, generalmente se pide que tenga mayor tamaño y se hagan a mano, a fin de diferenciarlos tipográficamente.

La historieta moderna, positivamente influenciada del cine y de la literatura contemporánea, prescinde en ocasiones de la indicación de cambios en el tiempo y el espacio, además exige de sus lectores la más atenta visión. Pero es importante comenzar desde el principio mismo, y para hacerlo basta con los señalamientos anteriores, lo demás cambio o innovación, dependerá de la audacia y el poder creativo de los autores.

Los temas que pueden desarrollarse en un argumento o guión de historieta pueden ser muy variados. A continuación veremos los temas que se desarrollan con más frecuencia en las historietas.

2.3 LOS TEMAS

La temática del comic o historieta suele ser muy variada, por lo que a continuación se abordarán algunos de los temas que se desarrollan con más frecuencia, en revistas de este tipo.

Historieta cómica

Narra aventuras chuscas, tratando de mostrar con ironía y picardía los problemas cotidianos de una gran metropoli, como la Ciudad de México. Ejemplo: "Así soy... ¿y qué?", "Sensacional de Barrios", "El mil chistes", etc.

Historieta de aventuras

Relata aventuras en las que el personaje principal vive una infinidad de enredos. Dentro de este género se encuentran:

- a) Del Oeste - Libro Vaquero, Sensacional de Vaqueros, Indómitos*
- b) Policiaca - Libro Policiaco, Novela Policiaca, Delito (Archivo policiaco)*
- c) Futurista - Flash Gordon, Supermán, Los Supersónicos*
- d) De la selva - Tarzán y El Fantasma, entre otras.*

Historietas sentimentales

Cuentan por lo regular un conflicto familiar, amoroso y pasional. Por ejemplo: Lagrimas, Risas y Amor, Libro del Amor, Libro Semanal, Páginas Intimas, Libro Secreto, Libro Sentimental, etc.

Historietas de carácter religioso

Este tema es quizás el menos tratado en estas revistas, de hecho en la actualidad sólo se publica una historieta de este tipo, que en cada número narra, un milagro de algún santo, como el caso del Milagro del Tepeyac, los Milagros de San Judas Tadeo o situaciones por el estilo.

Historietas bibliográficas

Como su nombre lo dice relata, la biografía de algún personaje famoso de la historia, no sólo de nuestro país sino del mundo entero. Dentro de este género encontramos a: *Joyas de la Literatura, Hombres y Héroes, etc.*

Historietas de leyendas o cuentos

Este tipo de historias introducen al lector al mundo mágico y misterioso de las leyendas. Por ejemplo: *Aventureros y Explotadores, y El Umbral de Ultratumba, entre otros.*

Historietas de dibujo animado

Dentro de este género se encuentran una infinidad de historietas y tiras cómicas que en su mayoría nos reflejan el modo de vida al estilo norteamericano, entre ellas están: *Archie, Daniel el Travieso, Lorenzo y Pepita, Mutt y Jeff, Ricky Ricón, etc.*

Historietas infantiles

Quizás un poco parecidas a las anteriores, sólo que aquí los personajes principales son animalitos animados, tal es el caso de: *El Pato Donald, Tom y Jerry, Porky, Mickey Mouse, El Pájaro Loco, Snoopy, etc.*

Historietas publicitarias

Son folletos publicados por empresas particulares, en los que se utilizan "monitos" para anunciar algún artículo, para hacer publicidad a la misma empresa o como medio informativo entre los trabajadores.

2.4 TEXTOS, VIÑETAS Y GLOBOS.

TEXTOS:

El texto es el mensaje implícito en cada una de las viñetas de la historieta, ya sea a manera de diálogo o bien para hacer señalamientos al lector, tales como: "Al día siguiente...", "Mientras tanto...", "Se alejaron rápidamente", etc.

Lo ideal sería que el texto no tuviera otra función más que ésta, es decir, fijar lugar y tiempo, pero la ausencia de factores cinéticos, sonoros y luminotécnicos nos obliga a emplearlos en determinados casos.

Modesto Vázquez en su libro La Historietica, afirma que "la mejor historieta, podrá ser en el futuro aquella que auxiliada con mejores técnicas de dibujo y globo puedan prescindir del texto, pero mientras tanto lo tenemos que seguir utilizando, aprovechando su máxima efectividad que es despojarlo de su carácter redundante en el que caen muchas argumentistas" (21).

El mensaje del texto debe establecer una determinada atmósfera o ambiente en el que se va desarrollar, el tema debe conjeturar, dudar, comparar, cuestionar, intrigar y prometer acción, suspenso o misterio; en pocas palabras debe causar expectación, para hacer que éste sea leído con excitación y ansiedad, de tal forma que el lector quede motivado a preguntarse: ¿cómo?, ¿porqué?, ¿quién?, ¿cuándo? y ¿ahora qué?, y así encuentren la respuesta a medias o totalmente, por lo que a veces el texto resulta ser en sí la pregunta.

21) *Ibidem*, p. 464

Existen varias formas de redactar un texto y debido a sus diferentes funciones se divide en:

- Texto Personal e Impersonal (desde el punto de vista de quien lo relata).*
- Cantidad del Texto.*
- Cualidad Funcional del Texto.*

Texto Impersonal

Este es el sistema más común en la historieta, se caracteriza porque su fuente informativa centralizadora y coordinadora de las acciones es impersonal, pues se manifiesta por medio del texto-narración como un narrador ajeno pero observador de lo que sucede, con el sentido de la ubicuidad en el tiempo y en el espacio y que relata lo que va sucediendo durante el desarrollo de la trama, complementando el mensaje con el resto de sus componentes, para así convertirlo en una expresión objetiva-subjetiva.

Texto Personal

Se caracteriza porque el punto de vista dramático o fuente central informadora del lenguaje de la historieta se hace personal mediante su posible encarnación en determinado personaje, que es quién lo relata siguiendo los mismos lineamientos gramaticales y literarios del texto impersonal. El personaje puede ser ajeno a la historia que en ese momento se dramatiza, y por conocimiento directo o por referencia relata o puede ser uno de los protagonistas que a la vez actúa o refiere a la trama.

Cantidad del Texto

Desde luego que cualquiera que sea el género de la historieta que se trate, la cantidad del léxico en el texto-narración debe estar sometida a un potencial de reducción, con el fin de que se beneficie a la ilustración o bien se logre un justo equilibrio entre ambas cosas.

"El texto-narración en caso de utilizarse, ocupará como máximo el 30% del total del cuadro cuando no hay globo, y 15% con globo tratándose de una historieta de aventuras de acción y un 20% más en cada caso, si la historieta es de tipo romántico. En la infantil, el texto llega a ocupar casi siempre un 30% por ausencia de diálogo" (22).

Calidad Funcional del Texto

Más importante aún, que determinar la cantidad de texto-narración, es cualificarlo operativamente dentro de un contexto, para que su función en coordinación con los demás elementos componentes sea precisa, concisa y contundente para que resulte emotiva e impactante al lector.

VIÑETAS:

A cada uno de los cuadros gráficos que componen la historieta se les llama viñetas y representa un momento de la acción, la imagen dibujada y los textos se enmarcan en una línea negra generalmente rectangular.

22) *Ibidem*, p. 467

Para Antonio Lara, autor español del libro El apasionante mundo del tebeo, la viñeta es "La unidad narrativa", en la historieta es el cuadro que por lo regular tiene forma rectangular y sus dimensiones son variables según la conveniencia del dibujante. Dentro del cuadro queda acotada una forma de extensión variable en la que el artista distribuye su composición. Los límites pueden estar representados por una línea de espesor variable, la cual puede estar presente o ausente" (23).

Como puede apreciarse, en ambas descripciones aparece la línea que enmarca la viñeta y a pesar de lo que dice Lara acerca de que esta línea puede estar ausente, ésta parece haberse convertido ya en uno de los elementos más estables y repetidos en todas las definiciones de viñeta. Sin embargo, los propios dibujantes de comics han reconocido el carácter altamente convencional y prescindible de dicha línea, ya sea que se elimine o haciendo que personajes, objetos o cosas quiebren ese espacio establecido e incluso jueguen con él.

La viñeta representa por lo tanto un espacio y un tiempo, un espacio que adquiere dimensión de temporalidad. Así la viñeta está compuesta por dos tipos de lenguaje: el escrito (la palabra) y el icónico (la imagen). Estos dos signos estáticos que a pesar de su inmovilidad pueden asumir tal dimensión debido a las convenciones de su lectura.

23) Gubern, Roman, *Op cit*, p. 113

En nuestra cultura tenemos un orden lógico de lectura que va de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, tratar de innovar ese orden sólo provoca que se confunda al lector. Para evitar esa simétrica formalidad que también puede confundir, se recomienda variar el tamaño y disposición de los cuadros o viñetas, cuidando por supuesto de conservar una armonía en la página. Desde luego como dice Antonio Lara, no es necesario enmarcar todos los cuadros, pues visualmente ayuda muchísimo dejar uno que otro sin marco para proporcionar una variabilidad o bien una idea de amplitud, en el caso de paisajes o grandes grupos.

GLOBOS O BOCADILLOS:

En el mundo de la historieta existen los globos, su utilización varía según las diversas necesidades gustos e inventiva.

El globo, o también llamado bocadillo o fumetto, es la convención que integra gráficamente el texto de los diálogos, es decir, el pensamiento, las ideas y los sueños de cada uno de los personajes se acompaña siempre de una línea indicativa llamada Delta, la cual va dirigida al hablante. La silueta del globo puede revestir las formas más caprichosas: rectangular, cuadrada, circular, ovalada, poligonal con dientes de sierra, estalacticas, líneas onduladas, etc. En algunas ocasiones la silueta tiene un valor de adjetivación, así, los dientes de sierra expresan cólera o alguna otra emisión de voz (bocina telefónica, altavoz, etc.), las líneas onduladas de indicatividad determinadas por pequeños círculos dirigidos al hablante, indican que está reproduciendo un pensamiento, y la silueta en estalactitas nos muestra el frío que padece el personaje.

Por todas estas funciones existen varios tipos de globos y entre los más usuales tenemos los siguientes:

Bocadillo Normal

Ofrece la forma común, más o menos ovalada y en algunas ocasiones incluso cuadrada. Cuando en el cuadro figuran dos o más bocadillos se entiende que el orden de lectura responde al normal (de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo), éste orden obliga normalmente a dibujar en el lado izquierdo al personaje que inicia el diálogo, en algunos casos por exigencia de la viñeta se altera el orden mencionado, recurriendo entonces a cruzar los rabos indicadores.

Bocadillo "In mente"

Es el clásico globo del personaje que piensa sin llegar a decirlo, el rabo indicador del bocadillo es sustituido por pequeños círculos en forma de burbúja.

Bocadillo "Soto Voce"

Cuando dos personajes hablan en voz baja para evitar ser oídos, el trazo envolvente del globo aparece punteado, esto es, formado por pequeñas rayitas.

Bocadillo en "OFF"

El rabo indicador del bocadillo va hacia afuera del cuadro significando que alguien habla en OFF, es decir, desde fuera sin estar presente en la ilustración.

Bocadillo "Eléctrico"

El trazo envolvente en el bocadillo es dibujado en zig-zag, semejando una descarga eléctrica, lo que da a entender que la voz procede de un aparato mecánico: robot, micrófono, etc.

Por último, el globo puede ser también colectivo, común a varios hablantes y por lo tanto pueden poseer varios deltas o rabos indicadores.

2.5 OTROS RECURSOS DEL DIBUJO ANIMADO.

Los recursos para realizar historietas son muchos y todos bien importantes a la hora de querer causar un determinado impacto en el lector. A continuación daremos a conocer algunos otros recursos o técnicas con las que cuentan las dibujantes para realizar su trabajo y hacer sus creaciones.

Título

La cabecera de una historieta debe reunir ciertas condiciones: el título aparecerá dibujado con un tipo de letra característico al tema que se va a desarrollar en el argumento.

Cuando el título anuncia el verdadero comienzo de la historia, podrá figurar junto a él una viñeta expresiva. Cuando el título anuncia el verdadero comienzo de la historia (en una publicación que ofrece un argumento por partes), el título se limitará a repetir el rótulo característico, seguido de un breve resumen de lo anteriormente publicado. En la cabecera es costumbre mencionar los nombres del autor del guión y del dibujante.

Viñeta final

Cuando el final de una historieta es definitivo, suele estar constituido por un texto, que incluye el argumento y que se remata con una viñeta representativa del mismo.

Cuando el final no es definitivo, aparte de la coletilla de "continuará en el próximo número", se debe incluir un texto que acentúe aún más el suspenso creado por las últimas imágenes, por ejemplo: ¿Podrá librarse Batman del terrible peligro que le amenaza? ...

La Rotulación

Las grandes editoriales confían la rotulación de historietas a personas especializadas en esto, sin embargo, últimamente han aparecido máquinas diseñadas especialmente para rotular.

En otros casos, la editorial opta por rotular los textos en la imprenta, pero a pesar de esta tecnología, existen todavía muchos autores que prefieren la rotulación a mano, pues ésta es una de las características principales de la historieta.

Algunos aspectos básicos que hay que tomar en cuenta para la rotulación, son los siguientes:

- Todos los textos deben ser hechos con letras mayúsculas.*
- La letra debe ser clara y legible.*
- Las letras son de forma cuadrada y de trazo fino, de tal manera que responda al tipo tradicional, aunque con algunas variantes que las distinguan y caracterizen como letras de historietas.*
- Entre letra y letra debe de existir una distancia mínima.*
- En algunos casos para destacar una palabra o frase, la letra aumenta de tamaño y grosor.*

La adjetivación

Se obtiene recurriendo a ciertos efectos que ayudan a poner énfasis en el ambiente dramático de la acción. Este es el recurso más utilizado para conseguir los efectos mencionados y se logra mediante un objetivo dirigido sobre los personajes. Puede realizarse en picada (cámara alta) o en contrapicada (cámara baja).

La iluminación

Se alcanza mediante la combinación del negro con el blanco, también pueden crearse efectos de contraluz, sombras pronunciadas o luz dirigida y dura que promueve energía. Algunas historietas a color utilizan líneas rectas que concluyen en el objeto iluminado o que irradia luz.

Delta

Como se mencionó anteriormente, los deltas adoptan el mismo simbolismo que el globo o bocadillo, y puede ser: delta lineal simple (recta, curva, en sierra), delta en burbújas o delta múltiple.

La burbúja puede contener sonidos inarticulados, tales como: Bah, Augh, Nam, Uf, Ejem, Snif, Brr, entre otros. Su significado es muy parecido al de la onomatopeya como lo veremos más adelante.

Metáforas visualizadas

Suelen contenerse también en el globo y pueden ser sueños representados por la Delta o bien por la repetición del sonido inarticulado, ejemplo: zzz zz zzz (ronquido).

Algunas metáforas usadas comúnmente son: la interrogante (?), para denotar interés; el signo de admiración (!), para denotar asombro; una bombilla o especie de foco, para indicar idea luminosa o ingeniosa; estrellas, para representar golpes, porrazos; un corazón, para simbolizar pasión; asteriscos, culebras y espirales, para indicar groserías o palabras altisonantes.

Onomatopeyas

Son palabras o expresiones que en su mayoría proceden del inglés y son de carácter fonosimbólico, como: TO SMACH (aplstar), TO KNOCK (golpear), TO CLICK (golpe seco), TO RING (llamar al timbre), TO BOOM (explosión), TO SPLASH (salpicar), TO CRACK (quebrar, crujir), etc. Las onomatopeyas son decodificadas por sujetos que no son angloparlantes, tanto al realizar la lectura silenciosa como al leer y pronunciar oralmente el vocabulario, por lo cual hay que poner especial atención a la hora de utilizarlas.

Signos Cinéticos

Estos signos expresan la ilusión de movimiento o trayectoria y se identifican mediante líneas punteadas, paralelas, paralelas con franja de color y onduladas.

Como podemos darnos cuenta la historieta o comic, está conformado por diferentes elementos que junto con técnicas y recursos, forman un mundo de aventuras, romances, fantasías, violencias, y melodramas. Cada tema es tratado con una amplia planificación, a fin de satisfacer los diferentes gustos de un público que busca entretenerse ante la escases de lugares de esparcimiento y recreación, ya que una revista de este tipo resulta mucho más económica que cualquier otro medio de entretenimiento. Es así como la lectura de historietas se ha convertido en un hábito, no sólo de niños, sino también de jóvenes y adultos para quienes, entre otras cosas, la historieta llena tiempos de ocio obligado.

Las historietas están estructuradas para satisfacer las emociones escondidas de los lectores. Desde el argumento, los personajes, así como los escenarios empleados, la forma de las letras, las viñetas, etc., son todos aquellos recursos que se emplean para darle forma a un papel y estructurar lo que comúnmente conocemos como historieta cómica.

Hasta aquí algunos aspectos técnicos que son utilizados en todo tipo de historietas llamese comercial o alternativa. Esta última también se vale de estos recursos para su desarrollo, es decir, su forma será la misma que cualquier otra, aunque quizás con algunas variantes mínimas, la única diferencia importante sería en cuanto a su contenido. Pero antes de entrar en detalles pasemos a nuestro tercer capítulo, en donde explicaremos por principio de cuentas, que es una historieta o comic alternativo, para después señalar esta diferencia a la que nos referimos.

***CAPITULO III
EL COMIC O HISTORIETA
ALTERNATIVA***

3.1 DEFINICION Y CARACTERISTICAS

3.2 FORMA Y CONTENIDO

3.3 DE LO COMERCIAL A LO EDUCATIVO

3.4 DIFERENTES MANIFESTACIONES

3.5 DE LO GENERAL A LO PARTICULAR

CAPITULO III

EL COMIC O HISTORIETA ALTERNATIVA

3.1 DEFINICION Y CARACTERISTICAS

Para comenzar con una definición del comic o historieta alternativa, es importante mencionar que no existe una teoría clara sobre lo alternativo en comunicación, aunque si existen aproximaciones conceptuales. Los estudios al respecto son todavía escasos, sin embargo se contemplan prácticas de indudable interés, los cuales son modelos creados para contrarrestar la ideología dominante, ya que lo alternativo se configura a menudo como posibilidad de cambio de los distintos elementos que componen el proceso comunicativo.

Una comunicación será más o menos alternativa en la medida en que se cambie un orden político, social, económico, tecnológico, cultural e ideológico, también lo alternativo es la idea que puede producir una distorsión en la comunicación dominante.

Para obtener una visión más clara de lo anterior, diremos que lo alternativo representa la opción entre varias cosas, para nuestro uso utilizaremos esta definición de modo particular, con el fin de identificar aquellas cosas y establecer criterios que nos permitan separar en primera instancia las diversas opciones. Lo alternativo es poder elegir entre varias propuestas, por ello el comic o historieta alternativa es otra forma de lectura con características diferentes a las existentes, que contiene mensajes que encarnan concepciones opuestas a las que difunden los medios dominantes, además tratan de producir en la mente del lector la reflexión de los problemas sociales.

En resumen, se puede decir que la historieta alternativa es aquella disyuntiva de lectura que no cumple con los procedimientos tradicionales o establecidos de los comics comerciales (en cuanto a contenidos se refiere), sino que contribuye a transformar a la sociedad y por lo tanto pretende crear una visión diferente. Esto no significa acabar con las historietas comerciales actuales, sino aprovechar los pocos elementos rescatables de ellas y complementarlos con elementos diferentes de tal manera que se pueda crear un nuevo tipo o género de historieta.

El comic alternativo tiene como finalidad la concientización y la educación de la sociedad hacia una nueva concepción del mundo y las relaciones sociales. El hecho de que exista la historieta alternativa, no significa que el comic tradicional tienda a desaparecer, sino todo lo contrario: el comic o historieta alternativa debe entenderse como una contrapartida de lo comercial, ya que no sólo utiliza los mismos recursos de éste último, como la combinación de imágenes y textos, sino que además tiene una función específica: comunicar de manera entretenida una idea, de tal forma que esta penetre fácilmente en la sociedad y por consecuencia cause impacto entre los lectores habituales de estas revistas.

Lo alternativo en las historietas, tiene sus inicios en los Estados Unidos, meca del comic capitalista. En 1950 la editora United Feature Syndicate publica un nuevo comic: Carlitos y Snoopy de Charles Brown, el cual a simple vista podría parecer un comic comercial, sin embargo, es claro notar que posee un mensaje concientizador además de divertir y entretener.

La historieta o comic alternativo en América Latina, surge como una propuesta de cambio, de rebelión ante la lluvia de comics comerciales o también denominados imperialistas, su función específica es la de comunicar, politizar, educar y concientizar, y no la de manipular e incitar el consumo.

De este modo, se puede concluir que el comic alternativo, tiene la función de impulsar la concientización del receptor utilizando los elementos empleados en los comics imperialistas, con este sistema se pensó que al realizar parodias de comics se estaría ante la posibilidad de concientizar al lector.

3.2 FORMA Y CONTENIDO

Como ya se mencionó anteriormente, el comic o historieta alternativa se configura a menudo como posibilidad de cambio y/o subversión de los elementos que componen las historietas comerciales. Su contenido trata de concientizar al lector de los problemas existentes en la sociedad, además de que ofrece lo que realmente orienta la conciencia y la acción, busca transformar desde la base las formas de comunicación vigente y revertir el proceso de información que ha impuesto desde siempre el sistema capitalista.

La forma y principalmente el contenido de las historietas alternativas poseen ciertas características diferentes a las de los comics comerciales, pues su lenguaje, formato y estructura, en algunos casos, resultan distintos. Su desarrollo dependerá de su capacidad para acercarse a las masas y convertirse en un medio de comunicación que informe veraz y objetivamente de las cuestiones de gran interés. Para realizar esta compleja tarea de elaborar una historieta alternativa se requiere de un proceso más eficaz y de abordar aspectos como: formas de vida, ideología y cultura. Si la función de la historieta alternativa se cumple con eficacia (concientizar e informar), ésta podría convertirse en eje promotor de una nueva forma de lectura en la sociedad.

Por todo lo anterior, se hace necesario buscar que su contenido se apegue a la realidad social, con el propósito de que el lector reflexione sobre la verdadera situación del hombre en la colectividad y su entorno; es por ello que su contenido se ubica en la posición de criticar al modelo de desarrollo imperante y estimular la formación de grandes sectores sociales, concientes e informados, todo lo contrario al gran negocio que representan las historietas comerciales.

Dichas historietas son controladas por grupos industriales voraces en materia financiera, es pésima en contenido, portadora de malos argumentos basados en el chantaje sentimental, desarrollado en los lugares comunes más burdos, y en las que -como ya se mencionó anteriormente- se glorifica comunmente al machismo, la violencia, el racismo, el desprecio de los valores humanos, el sexo y la pornografía.

También podría decirse que la historieta alternativa se considera una publicación de oposición que por su contenido y método de trabajo se distingue cualitativamente del comic comercial.

En resumen, el contenido del comic alternativo refleja la realidad social, pero con mensajes distintos, partiendo de una idea clara de lo que hay que hacer, retomando los elementos de los textos para motivar la participación del lector, quien puede convertirse en un reactivo-crítico y situarse como un verdadero ser pensante y participativo dentro de la sociedad. El contenido de las historietas alternativas suele poseer diversas expresiones de comunicación, sobre todo en la participación popular.

Es por ello que el guión de la historieta alternativa tiene que mezclarse con guiones que encarnen personajes más apegados con la realidad social de nuestro tiempo, retomando acontecimientos y escenarios de la vida cotidiana sin que se pierda el ritmo, la distribución de los elementos gráficos, los fondos o escenografías, el movimiento, ni el plumeado o entintado. El guión de la historieta alternativa se realizará tomando en cuenta los siguientes elementos:

- 1.- Tipología y Expresión*
- 2.- Composición*
- 3.- Iluminación y/o colorido (entintado)*
- 4.- Diversificación y Dramatización Gráfica*

A continuación, se expondrá en que consisten cada uno de estos elementos, con el propósito de que se entienda mejor la diferencia entre la forma de una historieta comercial y una alternativa.

1.- Tipología y Expresión

La tipología estudia los rasgos físicos de los personajes que intervienen en una historieta, tiene su importancia no tanto por la creación de tipos en sí, sino por la necesidad de responder al esquema impuesto por los comics comerciales, en los cuales se etiqueta a los personajes, es decir, al bueno le ponen cara de bueno y al malo cara de malo. Es así como la historieta alternativa se distingue por no encasillar a sus personajes, ya que buscan nuevas formas de crear una particular personalidad por medio de diferentes expresiones. Con una mirada, con una contracción del rostro, una actitud de asombro, de espanto o de burla combinado con el mejor de los textos se lograra sembrar en la mente del lector una reacción participativa y reflexiva de los problemas sociales de actualidad.

2.- Composición

En la composición artística del dibujo de la historieta hay que hallar la unidad siempre dentro de la variedad, a este respecto, una unidad excesiva es causa de monotonía, lo que promueve en el espectador falta de interés, mientras que la diversidad exagerada confunde, haciendo que el lector deje también de prestar atención al mensaje gráfico de la obra. Por lo tanto la historieta alternativa busca lograr el justo equilibrio en las imágenes.

3.- Iluminación y/o entintado

La iluminación y la variedad en el colorido son de los recursos primordiales utilizados en el comic comercial para crear un ambiente o estado de ánimo, a diferencia de ello, en el comic alternativo es más importante la narración o el mensaje, éste debe explicarse con claridad valiéndose de imágenes claras que ilustren y documenten de forma inequívoca la estructura de los cuerpos, así como la actitud y la expresión de las figuras, sin exageraciones y utilizando sólo el blanco y negro para crear un ambiente.

4.- Diversificación y Dramatización Gráfica

La historieta alternativa utiliza también algunos recursos de la comercial como: el encuadre, el ángulo visual y el cambio de planos, pero además diversifica las imágenes, las cambia y le da otros enfoques con el propósito de promover en el lector un mayor interés por el contenido de la historieta.

a) Encuadre:

El dibujante se encarga no sólo de resolver las sugerencias del guionista, sino también de ampliarlas y perfeccionarlas para beneficiar el movimiento e interés de la historieta.

b) Angulo Visual:

Los cuerpos se comprenden mejor cuando pueden ser vistos desde varios ángulos o puntos de vista, -una visión cambiante- encierra además un interés mayor. Por lo tanto la labor del dibujante es ilustrar agotando todas las posibilidades de presentar los cuerpos vistos desde arriba, desde abajo, desde un lado, etc., es decir, debe existir diversidad de ángulos.

c) Cambio de Términos o Planos:

Este otro recurso que utilizan las historietas consiste en presentar las figuras y objetos vistos desde más cerca o desde más lejos, a cada una de estas formas se les llama planos. Es importante mencionar los diferentes planos, sus posibilidades y su función dentro de las historietas.

- * *PGE - Plano General Extremo*
- * *PG - Plano General*
- * *PM - Plano Medio*
- * *PP - Primer Plano*
- * *PPP - Primerísimo Plano*

PGE: *Es un plano general muy amplio en el que las figuras aparecen muy alejadas e identificándose con el paisaje ya sea para narrar una situación, un lugar o un ambiente.*

PG: *En este cuadro la visión es amplia pero detallada, tomada a menos distancia de una escena determinada. Aquí, las figuras dejan de ser puntos para tomar una forma y fácilmente se puede apreciar el detalle de sus vestimentas. Este plano al igual que el anterior, requiere de un ángulo visual más bien elevado para presentar las figuras y los cuerpos, en relación con el escenario.*

PM: *En él las figuras aparecen ya con todo tipo de detalles incluyendo las facciones, ojos, nariz y boca, con posibilidades de expresión de tal manera que los personajes se expresen en relación a los objetos y cuerpos que los rodean. Este plano es el más usado en el dibujo de las historietas.*

PP: Presenta el ángulo de una o dos personas de los hombros hacia arriba, esto con el fin de hacer más visibles los rasgos faciales. Asimismo, es apropiado para presentar objetos muy ampliados, por ejemplo: una puerta, un teléfono, un escritorio, etc.

PPP: Como indica su nombre en el aparecen en primerísimo plano una parte del rostro, puede ser un ojo, la boca, la nariz, etc., así como una parte ampliada de algún objeto, como por ejemplo el cañón humeante de una pistola. Este plano debe ser usado con discreción, puede reservarse sólo para ilustrar expresiones o aspectos que sean de gran importancia.

Los planos son los cambios de ángulo de los dibujos que proporcionan la sensación de movimiento, de ahí la gran importancia que tienen dentro de la elaboración de la historieta, además los planos forman un rasgo distintivo entre las escenas de la historia. Estos cambios de imagen son utilizados también por la televisión y el cine, ya que son necesarios para dar continuidad a un proceso de representaciones.

Habrá que resaltar que los diferentes ángulos que se incluyen en la imágenes de la historietas, marcan los movimientos necesarios con los cuales se logra que el dibujo tome vida, y se cree una atmósfera de ilusión en el lector. Estos planos junto con los globos, textos, viñetas y demás recursos técnicos, así como el desarrollo de la trama en donde va implícito el mensaje, forman parte de la estructura de la historieta, lo cual marca de alguna manera el contexto de las pretensiones comerciales-educativo.

3.3 DE LO COMERCIAL A LO EDUCATIVO

Como ya se ha mencionado en anteriores ocasiones, desde su aparición, el comic o historieta alternativa fue controlado por grupos muy poderosos que desde siempre lo han manejado de acuerdo a sus personales y comerciales intereses, sin importarles el contenido de los mismos a sabiendas de que la capacidad de penetración de la historieta como medio comunicativo y portador de un mensaje, lo convierte en uno de los elementos fundamentales de difusión de ideologías.

Y es precisamente este fenómeno del llamado comic comercial el que da motivo a que en este trabajo de investigación se exhorte a aprovechar las características y ventajas de las historietas tradicionales para convertirlas en vehículos portadores de ideas concientizadoras.

La tarea a desempeñar de lo que se llama historieta alternativa, es motivar a las preguntas, al diálogo, a la profundización y a la reflexión, a fin apuntar hacia la creatividad, espontaneidad y finalmente el lector encuentre las respuestas a las interrogantes.

Es claro que si las editoriales no sólo persiguieran el lucro las historietas efectivamente podrían ser elaboradas para educar e informar, puesto que además de ejercer una labor constructivista, puede representar también un negocio sumamente exitoso.

Y ya que la historieta resulta ser un buen medio de entretenimiento con magníficas posibilidades de llegar al pueblo, es necesario que se aproveche su capacidad de penetración para inyectar temas con ideas de mejoramiento.

Para ejemplificar la sugerencia de como se podría convertir un comic comercial en historieta alternativa, retomemos un fragmento del libro "Tarzán, El Hombre Mito" de Irene Herner, en el que nos plantea como el comic de Tarzán manejado de diferente manera, lograría crear conciencia:

"Cambiandole de signo algebraico y obligandole a dar un giro de 180 grados, de la noche a la mañana Tarzán enviuda y se casa con una mujer negra, entonces es feliz y engendra mestizos, mientras al mismo tiempo la realidad africana se le va imponiendo y aprende de los nativos explotados y del intelectual de color, que es necesario transformar las estructuras y luchar contra ellas denonadamente para implantar el socialismo, pensando siempre que es necesario luchar si quiere legar a sus hijos un mundo mejor. O que de buenas a primeras Superman se percate de que ha sido utilizado vilmente por lo jerarcas de un sistema social inhumano, y de que sus poderes han servido unicamente para afianzar el poder de una clase, que además de explotar a los obreros norteamericanos, juzga arteramente a los países del tercer mundo" (24).

En fin, podrían hacerse tantas parodias de superhéroes y personajes de historietas, sin embargo, es imposible que los comics actuales cambien su mensaje por argumentos concientizadores e informativos, por ello, es necesario que se realizen nuevas formas de lectura que aprovechen la capacidad de penetración para ser portadora de un mensaje y así convertirlo en un lenguaje asimilado por nuevas generaciones.

24) Herner, Irene, *Tarzán, el hombre mito*, p. 71

Este trabajo de investigación, es un pequeño ejemplo que ojalá pueda seguirse y perfeccionarse con el fin lograr argumentos de mayor calidad, ya que las historietas son un medio al que más acceso tienen las masas.

Sería importante que el comic además de tener una buena dosis de entretenimiento tuviera también un contenido crítico para que se motivara su lectura y con ello su competencia. Para ello hay que tomar en cuenta los gustos que prevalecen entre los lectores de historietas, para que estas se elaboren con la finalidad de ser atractivas y que su lectura sea amena. Afortunadamente en diferentes países se están gestando diferentes manifestaciones que surgen en defensa del comic o historieta alternativa, porque consideran que este tipo de lectura trata de orientar la conciencia.

3.4 DIFERENTES MANIFESTACIONES

En casi todo el mundo está surgiendo poco a poco un nuevo tipo de historietas más comprometidas con los cambios que se están dando, quizás como una respuesta al sistema dominante cuyos centros de poder se asientan los países capitalistas occidentales (25).

Esta clase de historietas busca la participación del lector mediante un proceso concientizador, lo que hace romper con el molde tradicional de la comunicación autoritaria. En la actualidad este proceso, afortunadamente, se analiza por diversos estudiosos del ramo, los cuales están elaborando historietas con temas de los más variados e importantes para informar de una manera accesible y entretenida.

Un ejemplo de esta nueva corriente de historietas son "Los Agachados", que es considerada en el extranjero, como una de las precursoras del nuevo estilo, al igual que "Los Supermachos", ambas creaciones del caricaturista mexicano Eduardo del Río, mejor conocido como "Rius". Dichas historietas demostraron que el lenguaje de los monitos, es compatible con la crítica política, asimismo, revelaron la existencia de un público que estaba dispuesto a recibir un tipo de comic adulto que lo obligara a reflexionar. Como este género, podemos encontrar en diferentes partes del mundo, lo cual representa manifestaciones de un nuevo estilo de comic o historieta.

25) Del Río, Eduardo, *Op cit*, p. 118

En la vida de cuadritos "Rius" nos dice que el comic alternativo tuvo sus inicios en 1961 en Cuba, donde los guionistas comenzaron a abordar temas revolucionarios, consistentes principalmente en parodias del comic gringo, en ese entonces destacó la tira de Virgilio Spertinosa, que era el "choteo" de Supermán, ya que la intención del comic cubano era el intento de romper la exclusividad del material gringo en la prensa de habla hispana, donde el 90% de las historietas publicadas en los diarios provienen de los Estados Unidos. El comic cubano constituye la alternatividad, con una visión de la historieta latina y el manejo de valores más acordes con nuestra idiosincrasia.

Sin embargo, uno de los países que más han buscado un nuevo lenguaje del comic alternativo es España, pues con la muerte del Dictador Franco tuvo mayor auge, la cual aporta innovaciones a la historieta del nuevo tipo. Entre sus principales caricaturistas tenemos a Carlos Hernández Palacios, Adolfo Usero y el grupo llamado El Colibrí, quienes han realizado grandes descubrimientos en torno al comic histórico, creando verdaderas obras de humor como: la tira Martínez, El Facha, Los Niños Terribles, Los Greñudos o los collages de Chumy Chuméz. Estas tiras se comenzaron a publicar en la prensa hispana y posteriormente se editaron en forma de libro.

Después de España quienes más historietas han aportado al nuevo comic son los argentinos, de ellos el más destacado y verdadero innovador de la técnica es Alberto Breccia, nacido en Uruguay, gran maestro del arte del dibujo y de la realización gráfica de guiones de alta dificultad (26), uno de sus principales trabajos fue La vida de Ché, la cual fue destruida por la glorificación Argentina.

26) *Ibidem*, p. 139

Otra historieta surgida de las filas del nuevo estilo de Argentina fue Hugo Pratt con Corto Maltese (27).

En el campo del nuevo comic latinoamericano tenemos grandes historietas que han aportado nuevos comics, pero destacan por su importancia dos casos: Chile y Perú, ambos inspirados en la historieta de Los Agachados. El pueblo chileno se interesó por motivar la producción de comics con mensajes que explicaban al pueblo el proceso del socialismo chileno, ya que estaban concientes de que la historieta representaba un arma poderosa para expandir el proceso de desarrollo político y cultural del pueblo. Sin embargo, este sistema de información concientizadora que estaban aplicando con éxito, fue interrumpido con el nacimiento de los comics fantasiosos (comerciales), cuyos contenidos fuera de la realidad, trataban de imponer una idiosincrasia diferente. De este modo llegaron Supermán, Batman y Kissinger, los cuales más que nada eran "el reflejo de las clases dominantes que deciden el destino de las mayorías, no sólo a nivel político y económico, sino mediante la imposición de una cultura que representa la utopía de la ensoñación paradisiaca de una nueva clase" (28).

Por su parte, Perú tuvo sus primeras experiencias en este tipo de comics con los trabajos de Juan Acevedo, quién fue el promotor de las historietas de enseñanza para obreros y campesinos, tomando como tema los problemas cotidianos que enfrentan los trabajadores y utilizando dibujos muy parecidos a ellos y con diálogos sencillos. Acevedo es además autor de varias historietas y tiras cómicas políticas.

27) *Ibidem*, p. 142

28) *Ibidem*, p. 152

Con este hecho Perú se motivó para crear el comic a fin de educar y concientizar políticamente a la población, con una participación directa de la gente que es la que aporta la información y discute el texto de la historieta antes de hacerse. Otro ejemplo del comic social peruano son las pequeñas historietas de "La Comisión de Educación Cristiana", con el dibujo de Tovar (29).

Otro país que también se une al nuevo género de los comics concientizadores es Puerto Rico, quien es impulsado principalmente por el Partido Socialista Puertorriqueño (PSP) que edita la revista "Los Muñequitos".

Pronto también Colombia pasa a formar parte de los países, que buscan encontrar nuevas formas de lectura popular más críticas y con sentido humorístico con Jorge Duarte, impulsador del nuevo comic que surgió en esta nación para contrarrestar la ideología dominante de los comics extranjeros, principalmente los norteamericanos.

Sin embargo, a pesar de que se está gestando poco a poco un nuevo estilo de historietas cómicas, como respuesta a la imposición del comic comercial en nuestras culturas y países, latinoamérica sigue siendo mercado propicio para el colonialismo cultural norteamericano "ante la indiferencia -cuando no con la complicidad- de los gobiernos locales que no ven, o no quieren ver, como se pierde la cultura nacional ante la avalancha de historietas, películas, música y programas de televisión procedentes del vecino país del norte (30).

29) *Ibidem*, p. 154

30) *Ibidem*, p. 158

Como podemos darnos cuenta, América Latina es el blanco perfecto de los comics estadounidenses y por consiguiente víctimas del subdesarrollo en historietas manejadas por la burguesía y las transnacionales, que sólo han dejado para la población, una que otra tira perdida en la prensa diaria y en las fugaces revistas de humor. En el mercado sólo imperan historietas que contienen y satisfacen en forma fácil y sin complicaciones, la ansiedad del lector de las permanentes presiones del trabajo, del estudio y del hogar, el cual disfruta y recibe el mensaje sin tener mayores complicaciones.

Modesto Vázquez, el autor de Kalimán, la historieta más vendida en la historia de nuestro país, dice que "el grado intelectual del que lee historietas no le da para más que no sea para entretenerse. La profundidad de cualquier mensaje no es recibida igual por una persona con un poquito de cultura que por el gran público al que llega la historieta, que es de intelectos limitados" (31).

No es dudable que este pensamiento se generalice en la mayoría de los que realizan las historietas en América Latina y en nuestro país, por ello el contenido de los comics en favor de la lógica y de la ganancia fácil y rápida gana terreno dentro del mercado, porque la conciencia que existe entre las masas es terreno fértil para que los argumentistas y guionistas, cuyos talentos no se han podido desarrollar o expresar dentro de las editoriales, sigan un mismo patrón de elaboración: mensajes burdos y simples.

31) Vázquez, Modesto, *Op cit*, p. 9

Por ello, la conclusión a la que se llega en este apartado es que debido a la facilidad con la que el comic llega a la gente, se hace necesario que se impulsen nuevos estilos de lectura para contrarrestar un poco la ola de historietas sin cultura, ni sentido social que inundan y asfixian nuestra sociedad.

3.5 DE LO GENERAL A LO PARTICULAR

Los nuevos estilos de historieta con fines concientizadores se están gestando en diferentes partes del mundo y nuestro país no se excluye, ya que forma parte del grupo que está en busca de reubicar el destino de la historieta cómica, es decir, corregir la deformación de sus argumentos para encaminarlo por el rumbo hacia el cual fue creado.

Es así como después de Cuba, España, Argentina y Perú, México ha demostrado también que una historieta con argumentos de calidad y determinado tipo de mensajes, puede captar la atención de los lectores habituales de historietas y mejor aún, la de los que por el momento no lo son.

Un claro ejemplo de la contribución que ha dado nuestro país a este género alternativo, son las creaciones de Eduardo del Río "Rius", con los Agachados y los Supermachos, al igual que la labor que realizan las revistas como: El papá y el hijo del Ahuizote, el Chahuistle y Generación, quienes reúnen a grandes caricaturistas entre los que se encuentran Ahumada, Magú y Rocha, entre otros. Estos genios creativos han logrado darle una nueva perspectiva a la caricatura política mexicana, género muy parecido al de las historietas.

Ahora es tiempo de que las nuevas generaciones retomen la labor que han venido realizando los impulsores de estos géneros, pero imprimiéndoles su sello característico y su personalidad. La misión se antoja difícil, sobre todo en esta época, donde las grandes editoriales parecen interesarse sólo por historietas de contenido pobre, que contienen mensajes simples y falsos de lo que realmente acontece en nuestra sociedad.

Sin embargo, es claro notar que existe gran creatividad entre estos grandes caricaturistas y moneros, el trabajo que realizan dentro de su campo es estupendo, por ello resulta de vital importancia apoyar a las nuevas generaciones e impulsarlas para que sigan con el esfuerzo de conformar el nuevo estilo de historieta y día a día se afiance más. Nuestra historieta es una pequeña muestra de lo mucho que se puede hacer dentro del campo, pero para que usted conozca más acerca de como fue estructurada, sigamos con el siguiente capítulo.

CAPITULO IV
POSIBILIDADES ALTERNATIVAS EN
CONTENIDOS

- 4.1 EL PUBLICO TAMBIEN CUENTA***
- 4.2 CARACTERISTICAS DE LA PROPUESTA***
- 4.3 LOS MEDIOS Y LAS POSIBILIDADES***
- 4.4 MEXICO: EL PARAISO DE LA HISTORIETA***

CAPITULO IV

POSIBILIDADES ALTERNATIVAS EN CONTENIDOS

4.1 EL PUBLICO TAMBIEN CUENTA

La opinión del público en los medios de comunicación es una parte vital, sobre todo cuando se va a lanzar un nuevo producto al mercado. Por ello para crear nuestra historieta, se recurrió a una investigación de campo, esto con el fin de conocer los gustos, inquietudes y preferencias de los lectores habituales.

En dicha investigación se realizaron 600 encuestas, entre habitantes de diversas colonias del Distrito Federal, de las cuales se determinaron dos de ellas para representar a cada uno de los niveles socioeconómicos, éstas se eligieron de la siguiente manera:

NIVEL SOCIOECONOMICO VECES EL SALARIO MINIMO

A / B	DE 30 SALARIOS MINIMOS EN ADELANTE
C / D	DE 5 A 29 SALARIOS MINIMOS
E	MENOS DE 5 SALARIOS MINIMOS

Las colonias en las que fueron aplicadas dichas encuestas son:

NIVEL A/B	(A) LOMAS DE CHAPULTEPEC
	DELEGACION MIGUEL HIDALGO
	<i>100 encuestas aplicadas</i>

-
- (B) LAS AGUILAS**
DELEGACION ALVARO OBREGON
100 encuestas aplicadas
- NIVEL C/D** **(C) ROMA SUR**
DELEGACION BENITO JUAREZ
100 encuestas aplicadas
- (D) GUERRERO**
DELEGACION CUAUHEMOC
100 encuestas aplicadas
- NIVEL E** **BARRIO ZAPOTLA Y**
JUVENTINO ROSAS
DELEGACION IZTACALCO
200 encuestas aplicadas

En el levantamiento se tomaron para este efecto igual cantidad de hombres y mujeres, así como cuotas de diferentes edades. Cabe aclarar que para determinar el nivel socioeconómico y las colonias que pertenecen a cada uno de ellos, se recurrió al mapa BIMSA (Buró de Investigación de Mercados), empresa particular que se dedica al estudio de mercados en el Distrito Federal. Hay que resaltar que este plano es utilizado por el periódico Reforma para determinar sus datos demográficos y aplicar sus encuestas, así como por INRA (International Research Associates), institución privada que realiza la investigación de audiencias, ratings de radio, televisión, prensa, ratings para televisión restringida y nuevos meters en televisión, tanto en nuestra capital como en algunas ciudades importantes de la República Mexicana.

A continuación presentaremos el cuestionario que se aplicó entre la muestra representativa antes mencionada, y enseguida daremos a conocer los resultados obtenidos en dicha investigación.

CUESTIONARIO

¿Con qué frecuencia lee historietas?

- 1.- Diario***
- 2.- Semanalmente***
- 3.- Quincenalmente***
- 4.- De vez en cuando***

¿Qué le llama más la atención cuando lee historietas?

- 1.- Los colores***
- 2.- Los dibujos***
- 3.- Las palabras de los textos***
- 4.- La historia que se narra***

¿Qué temas le gustaría que trataran las historietas?

- 1.- Política***
- 2.- Sociales***
- 3.- Economía***
- 4.- Culturales y/o educativos***
- 5.- Sexualidad***
- 6.- Deportes***

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

¿Considera usted que las historietas son sólo un medio de entretenimiento?

1.- Si

2.- No

¿Por qué?

¿Cuál historieta o comic lee con regularidad?

¿Por qué?

¿Cómo le gustaría que fuera una historieta próxima a salir al mercado?

Datos demográficos

Edad:

Escolaridad:

Ocupación:

Nivel socioeconómico: A/B C/D E

NOTA:

EL CUESTIONARIO SE APLICÓ EN FORMA DE ENTREVISTA PERSONAL, ENTRE LA MUESTRA REPRESENTATIVA ANTES CITADA.

Los resultados que se obtuvieron de la investigación son los siguientes:

El nivel de escolaridad, englobando los tres niveles socioeconómicos, que tienen los lectores habituales de historietas es de secundaria, el cual representa el porcentaje más alto con un 35 por ciento, seguido por un 30 por ciento del nivel medio superior. Esto demuestra que los principales consumidores de estas revistas, tienen un nivel cultural medio.

En cuanto a las edades, (incluyendo también todos los niveles socioeconómicos), encontramos que el 30 por ciento de habitantes que leen historietas fluctúan entre los 15 y 20 años, al igual que entre los de 20 a 30 años, esto nos confirma que la historieta no sólo va dirigida a la población infantil, sino que también es gratamente aceptada entre los adolescentes y adultos, quienes encuentran en ella un buen medio para entretenerse.

Respecto a la frecuencia con la que leen historietas, tenemos que los porcentajes más altos son los siguientes:

En el nivel A/B, el 50 por ciento lee de vez en cuando.

En el nivel C/D, el 30 por ciento lee diario y semanalmente.

En el nivel E, el 50 por ciento lee diario.

Esto nos señala que el sector poblacional determinado como el económicamente más popular y clasificado como nivel E, representa a los más frecuentes lectores de revistas de "monitos".

La siguiente cuestión es sobre los aspectos que más llaman la atención de las historietas. Aquí captamos que el nivel A/B y C/D, prefieren en un 40 por ciento, cada uno, la historia que se narra, mientras que el 35 por ciento del nivel E prefiere la calidad de los dibujos.

Al cuestionarles sobre si las historietas son sólo un medio de entretenimiento, el 80 por ciento del nivel A/B contestó afirmativamente, al igual que el 60 por ciento del nivel C/D y el 55 por ciento del nivel E.

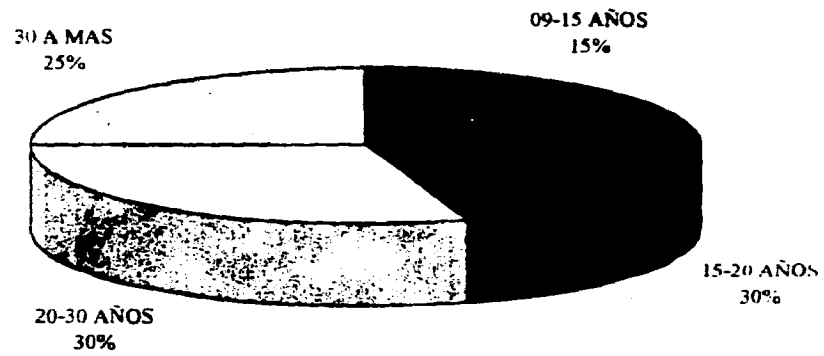
Uno de los puntos fundamentales para conformar nuestra historieta, lo obtuvimos con base en la siguiente pregunta: ¿Qué temas le gustaría que trataran las historietas?, en ella la mayoría de los encuestados se inclinaron por los asuntos políticos. El nivel A/B registró un 35 por ciento, el C/D un 30 y el E un 25 por ciento. Creemos que el interés por los hechos políticos se debe en gran medida, a que el país vive en estos momentos un clima de inestabilidad en ese sentido, debido los asesinatos de funcionarios públicos sucitados en los últimos dos años.

Así, apoyándonos de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los tres niveles socioeconómicos, estructuramos nuestra historieta alternativa, que tendrá por consecuencia una temática meramente Política.

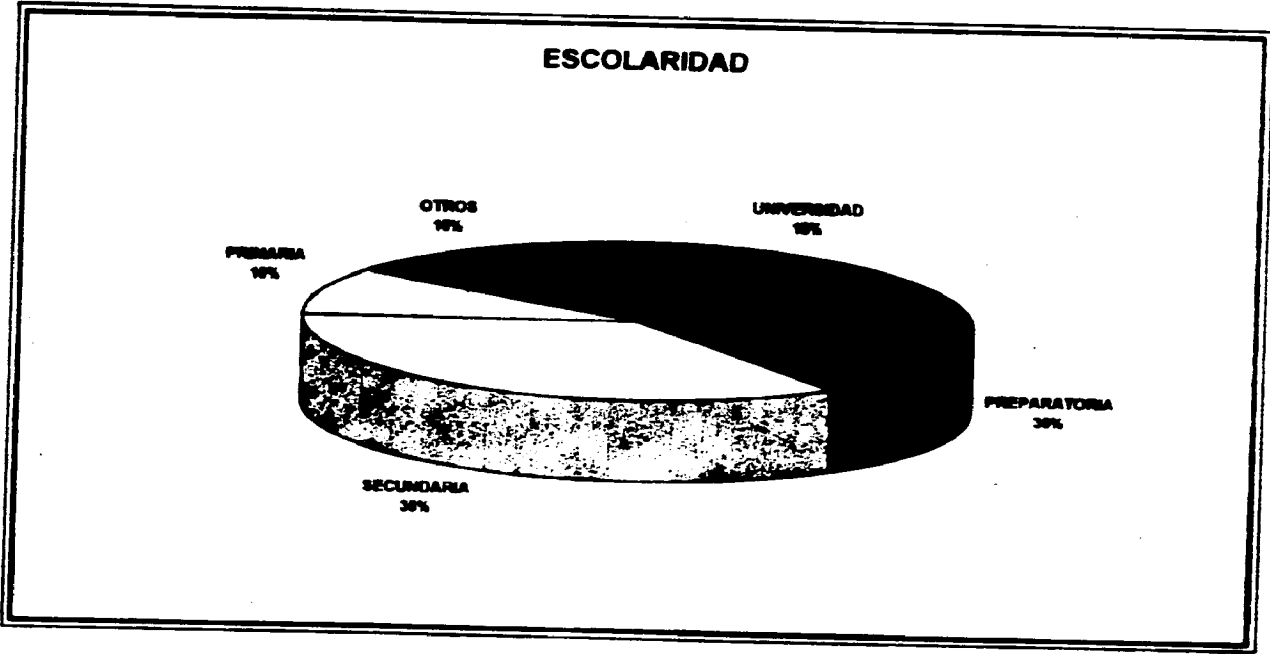
Respecto a las últimas dos preguntas, diremos que éstas fueron de apoyo para obtener datos secundarios, como: determinar la periodicidad de nuestra historieta y algunas otras sugerencias que pudieran servirnos para terminar de conformarla.

A continuación presentaremos gráficamente los resultados antes expuestos.

EDADES

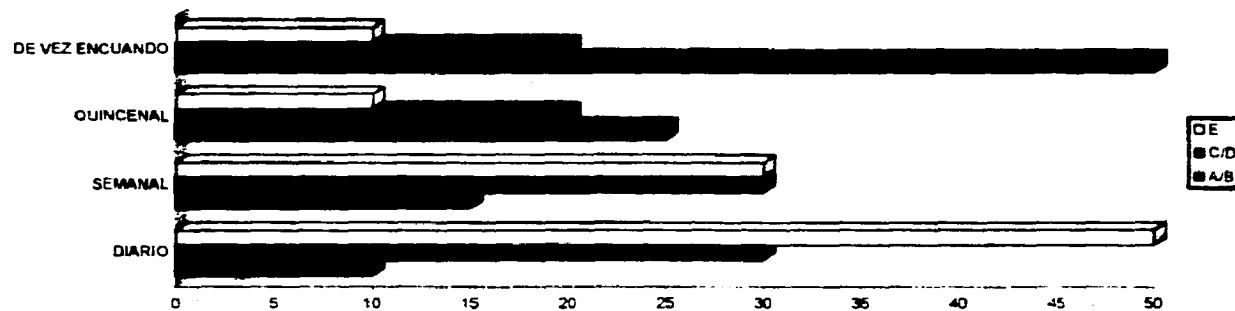


	EDADES
09-15 AÑOS	15
15-20 AÑOS	30
20-30 AÑOS	30
30 A MAS	25



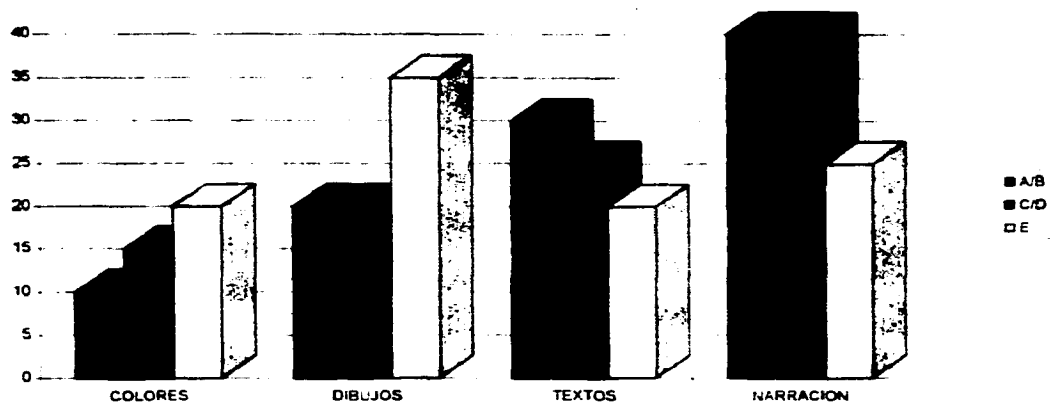
	ESCOLARIDAD
UNIVERSIDAD	10
PREPARATORIA	30
SECUNDARIA	35
PRIMARIA	10
OTROS	15

FRECUENCIA CON LA QUE LEEN HISTORIETAS

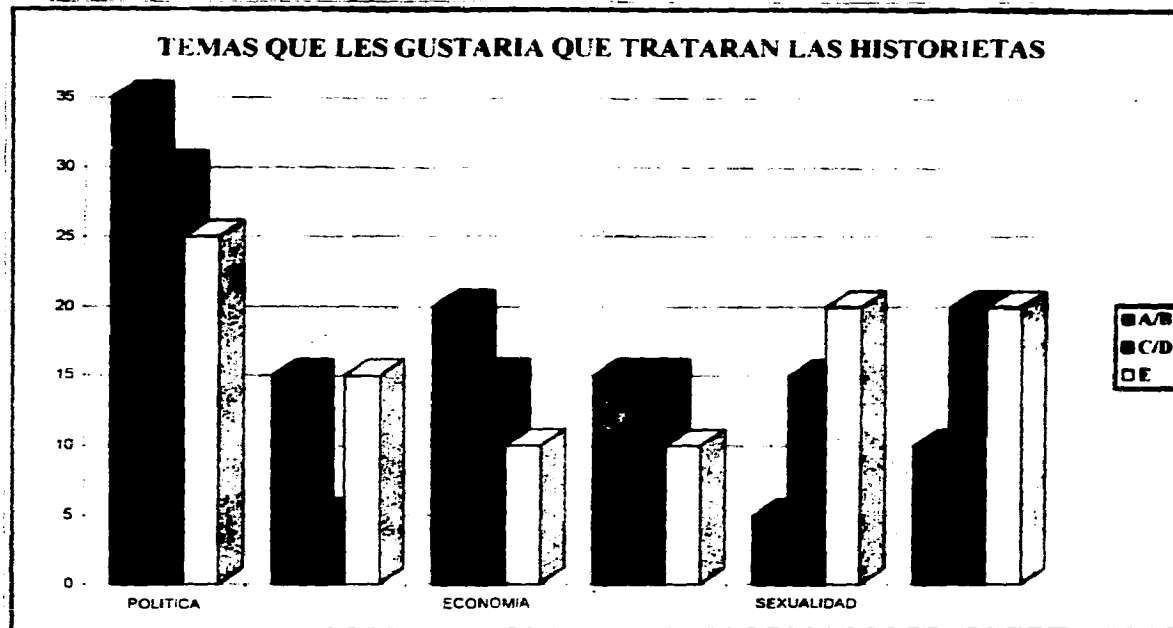


	A/B	C/D	E
DIARIO	10	30	50
SEMANAL	15	30	30
QUINCENAL	25	20	10
DE VEZ ENCUANDO	50	20	10

ASPECTOS DE LAS HISTORIETAS QUE MAS LE LLAMAN LA ATENCION

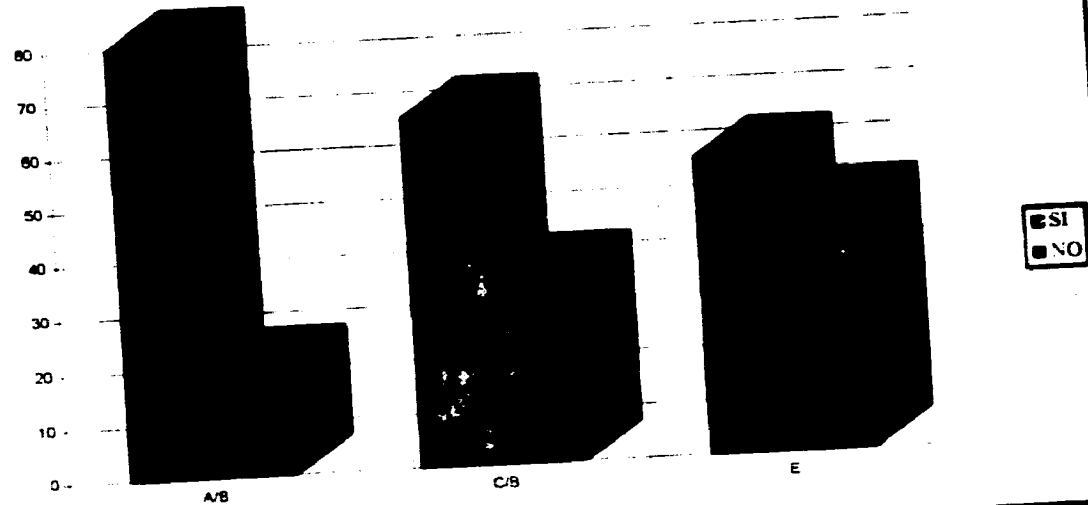


	A/B	C/D	E
COLORES	10	15	20
DIBUJOS	20	20	35
TEXTOS	30	25	20
NARRACION	40	40	25



	A/B	C/D	E
POLITICA	35	30	25
SOCIALES	15	5	15
ECONOMIA	20	15	10
CULTURALES Y/O EDUC.	15	15	10
SEXUALIDAD	5	15	20
DEPORTES	10	20	20

LAS HISTORIETAS SON SOLO UN MEDIO DE ENTRETENIMIENTO



	A/B	C/B	E
SI	80	65	55
NO	20	35	45

4.2 CARACTERISTICAS DE LA PROPUESTA

De acuerdo a los resultados expuestos anteriormente se conformaron las siguientes características de nuestra propuesta.

OBJETIVO:

Crear una historieta alternativa con características diferentes a las comerciales (emisor). Una historieta con personajes, acontecimientos y escenarios de la vida cotidiana, que retome los asuntos públicos de mayor importancia y que tenga un definido enfoque periodístico (mensaje), destinado para aquella población (receptor) que se encuentra excluida de la vida política, social y económica por no entenderla, ya que estos temas no siempre son manejados de manera sencilla.

Nuestra propuesta tiene todo lo necesario para sumergirse en este fascinante mundo al que nos introduce la historieta, pero sin despegarnos de la realidad social. La posición que asumirá, es la de exponer los asuntos de mayor relevancia dentro del ámbito político-nacional, con esto no pretendemos ir en contra de las políticas o directrices que rigen esta gran industria, sino que le ofrecemos una forma diferente de tener un conocimiento más cierto de las cosas que nos rodean, propiciando el interés del lector por informarse y analizar con sentido crítico la realidad circundante, obviamente sin perder el papel principal de la historieta: su carácter distractivo y de entretenimiento que además de dejar una buena cantidad de dinero, abre la posibilidad de convertirla en un medio capaz de cumplir con una labor concientizadora.

PERFIL:

Político /informativo /veraz /objetivo /ágil /entretenido.

NOMBRE DE LA HISTORIETA: POLITISTORIETICA

NOMBRE DEL PRIMER CAPITULO: "ASESINO"

GUION: *María de Jesús Garduño y Yolanda Martínez*

ASESORIA: *Gerardo de la Torre*

DIBUJOS: *Apolinar Santillana*

ASESORIA: *María de Jesús Garduño y Yolanda Martínez*

PERIODICIDAD: *Semanal*

FORMATO: *15 X 20 centímetros.*

Consta de 30 páginas ilustradas incluyendo portada y contraportada.

PORTADA:

En ella, aparece un hombre con pistola en mano, y detrás de él se vislumbran las sombras de otros rostros, los cuales representan al posible autor intelectual del asesinato. En primer plano, en la parte superior central, aparece el nombre de la historieta y a un lado el logotipo de la editorial, mientras que en la parte inferior derecha se presenta el nombre del capítulo de la historieta.

CONTRAPORTADA:

*Aquí, aparece la portada de nuestro siguiente capítulo, el cual lleva por nombre: **NARCOTRAFICO**, en él se tratará este tema "tan de moda" en los últimos tiempos. Este segundo número de **POLITISTORIETICA** narrará los pormenores del gran negocio que representa el tráfico de drogas y en donde incluso muchos políticos se ven involucrados.*

EDITORIAL:

Publicaciones GARMAR contará con el apoyo de una casa editora prestigiada dispuesta a invertir en una publicación diferente, sin perder el entusiasmo de producir historietas de calidad (en contenidos), que en el corto plazo puedan ser publicadas a nivel nacional.

Enseguida, daremos a conocer los personajes que van a formar parte del primer número de nuestra historieta alternativa, así como el agumento, la escaleta por páginas (resúmen de los puntos principales a tratar en cada página), el guión escrito y finalmente haremos la presentación de **POLITISTORIETICA**.

PERSONAJES

Sofía: reportera de 32 años, guapa e inteligente. Ella tiene el afán de saber quién asesino al asesor presidencial, no importándole los problemas que ésto le pueda ocasionar.

Edgar: Joven de 23 años, es amigo de Sofía, además de ser el fotógrafo del periódico El Globo, gusta de tomar cursos de detective.

Don Julio: De 65 años, director del diario, es bondadoso y sabe mucho de los pros y los contras que tienen los periodistas dentro de su profesión.

Martínez: Personaje aproximadamente de 45 años, es el jefe de redacción, de carácter duro, es autoritario y muy reservado, sólo se limita a sacar su trabajo sin meterse en problemas.

Ausencio: De 40 años, es un detective privado que pone mucho empeño en su trabajo aunque esto le pueda ocasionar problemas.

Saturno VIII: Tiene 25 años, es el asesino confeso del asesor presidencial, es duro, resistente, fue soldado de tropas especiales un par de años.

Saturno VII: Es un alto funcionario de 43 años, es elegante y labioso, es uno de los sospechoso como cómplice del asesinato del Lic. Márquez, asesor presidencial.

Saturno VI: Es un senador de 50 años, serio, de apariencia formal y responsable, es otro de los implicados en el asesinato.

Otros: Jefe de la policía política, agentes, policías, informadores, choferes, etc.

ARGUMENTO DE "ASESINO" (resumen)

La historieta se desarrolla en el periódico El Globo, en ella el principal asesor del Presidente de la República es asesinado y el homicida, Saturno VIII, es capturado. En el Globo el director instruye a su reportera estrella, Sofía, para que indague sobre el extraño personaje que es el "asesino". A Sofía la acompaña el fotógrafo Edgar, que toma clases de detective por correspondencia.

Saturno VIII denuncia a Saturno VII, quien resulta ser un alto funcionario, que a su vez denuncia a un senador que se hace llamar Saturno VI, quien huye. Sofía en tanto, escolta a Ausencio un detective privado que fue contratado por el hermano del asesor asesinado. En el diario, el jefe de redacción, Martínez, recibe la información de Sofía. Por su parte, el jefe de la policía política, recomienda a Ausencio que no se meta en líos.

Ausencio logra descubrir el auto de Saturno VI y las pistas lo llevan a un punto muerto. Oficialmente se habla de que se ha visto a Saturno VI en tal o cual parte. Ausencio y Edgar no lo creen. Sofía piensa que puede ser. Una noche, asesinan a Ausencio. El director del periódico retira a la reportera del caso, pero Edgar investiga por su cuenta.

Edgar da con una pista, la posibilidad de localizar mediante dinero, a alguien que presume haber participado en una desaparición que le dejó grandes ingresos económicos. Edgar informa al jefe de redacción y luego va tras el contacto. Allí lo asesinan.

Al final el director y Sofia comentan lo hechos. El caso queda en la oscuridad. Sólo se pudo llegar a Saturno VI...

¿Y si arriba de los cinco Saturnos hay, por ejemplo, Neptunos o Plutones?...

ESCALETA POR PAGINAS

Pág. Secuencia

01. *Saturno VIII recibe discurso, arma, dinero, promesas.*
02. *El asesino del asesor.*
03. *Captura de Saturno VIII*
04. *Don Julio instruye a Sofia y Edgar.*
05. *Interrogatorio de Saturno VIII.*
06. *Continúa interrogatorio. Resultados.*
07. *Procurador anuncia identificación de Saturno VII.*
08. *Captura de Saturno VII.*
09. *Declaración de Saturno VII, quien incrimina a Saturno VI.*
10. *Declaraciones del Procurador. Saturno VI, Senador de la República, ha huído a un país extranjero. Auto abandonado.*
11. *Hermano del asesinado contrata a Ausencio.*
12. *Ausencio habla con jefe policiaco. Consejo: no se meta.*
13. *Ausencio pide ayuda a Sofia y Edgar.*
14. *Búsqueda donde fue hallado el auto.*
15. *Sigue la búsqueda. Resultados.*
16. *Entre los tres sacan conclusiones: Muerte del Senador de la República.*
17. *Ausencio habla con jefe policiaco. Exige la verdad. Jefe insiste en que el Senador fue visto.*
18. *Ausencio pide a Sofia busque noticias de cadáveres no identificados. Sofia se pone a hacerlo.*
19. *Sofia le dice al jefe de redacción que un cadáver calcinado fue hallado en un poblado de Tlaxcala. Luego habla por teléfono con Ausencio.*

-
20. *Ausencio pide a Edgar que vaya con él. Edgar se niega, pero Ausencio le deja un sobre para abrir en caso de que le suceda algo.*
 21. *Asesinato de Ausencio.*
 22. *Don Julio retira a Sofía y Edgar del caso.*
 23. *Edgar revela a Sofía que sabe a quien buscaba Ausencio, porque le dejó un sobre.*
 24. *Edgar busca y localiza a un contacto.*
 25. *Edgar habla con el contacto quien le pide dinero.*
 26. *Edgar habla con jefe de redacción.*
 27. *Asesinato de Edgar.*
 28. *Don Julio y Sofía comentan el caso.*

"ASESINO" - GUIÓN DE LA HISTORIETA

Página 1:

1. MS de Saturno VIII. Hombre de unos 25 años, pelo corto, rostro seco, duro. Aspecto pensativo. Se escucha una voz:

VOZ: ...Tu misión es importante:
salvar a la patria. Librarla
de sus enemigos. ¿Estás de
acuerdo?

SATURNO VIII: De acuerdo.

2. Misma situación.

VOZ: Ese hombre no debe hacer
más daño a tu pueblo. ¿Sabes
bien lo que vas a hacer?

SATURNO VIII: Lo sé.

3. Acercamiento a una mano que muestra un Luger.

VOZ: Aquí tienes el arma. El dinero
está en el maletín. Dólares,
cien mil dólares en billetes
pequeños.

4. Vemos de nuevo a Saturno VIII, con el arma entre las manos. Se continúa escuchando la voz del extraño.

VOZ: No tengas miedo. Somos gente
poderosa y te ayudaremos. Pero
recuerda, tu misión es de la mayor
importancia. Es sagrada.

Página 2:

1. De una casa en colonia elegante va saliendo un hombre bien vestido, de 45 años, con lentes y fino bigote; es el Licenciado Márquez, lleva en la mano un portafolios. Lo flanquean dos guaruras. Frente a la casa hay dos autos grandes estacionados. En uno el chofer mantiene abierta la puerta trasera. En el otro hay varios hombres.

2. Mientras en el primer plano el Licenciado se acerca al auto, al fondo Saturno VIII se aproxima.

3. El Licenciado está ya muy cerca del auto. Saturno VIII, a unos pasos, le apunta con la pistola.

SATURNO VIII: Hasta aquí llegó, Licenciado.

4. Acercamiento al arma en las manos de Saturno VIII. Dos balazos: ¡BANG! ¡BANG! (a mano).

Página 3:

1. El Licenciado cae con el pecho ensangrentado.

2. Saturno VIII tiene las manos en alto. La pistola está en el piso frente a él.

3. Los dos guaruras zarandean y golpean a Saturno VIII.

GUARURA 1: ¡Maldito asesino!

GUARURA 2: ¡Aquí te va a llevar la que te trajo!

4. Cabeza principal en el diario El Globo.

CABEZA: FUE ASESINADO

EL ASESOR PRESIDENCIAL

Página 4:

1. La oficina del director de El Globo, Don Julio, sesentón, pelo cano, gran bigote, aspecto bondadoso, esta sentado tras su escritorio. De pie a su lado están: Sofía, 32 años, reportera, vestida de jeans y sudadera; y Edgar, fotógrafo, 23 años, con una cámara colgada del cuello, viste de jeans, camiseta y gabardina muy larga. Don Julio tiene ante sí el periódico con el titular.

TEXTO: En las oficinas de El Globo...

DON JULIO: Muy mal anda el país...

Hace años que estas cosas
no ocurrían.

SOFÍA: Un asesino a sueldo...

El problema es saber quien lo mandó.

2. Misma situación, otra perspectiva.

DON JULIO: El tipo sólo ha dicho que se llama
Saturno VIII. ¿Quién será Saturno VII?

SOFÍA: Y lo más importante, ¿Quién es Saturno I?

3. En primer plano habla Edgar. En segundo Don Julio.

EDGAR: Con una buena calentada lo van a
hacer decir hasta de qué se va a morir.

DON JULIO: ¡No digas esas cosas, muchacho!,
Hay que confiar en la rectitud de
la justicia.

4. Los mismos en la situación del primer cuadro.

SOFÍA: Que sea menos, Don Julio. Ya sabemos
como se las gasta la policía.

DON JULIO: Bueno, a trabajar. Sigán con este
asunto y procuren traer material
de primera.

Página 5:

1. CU del rostro de Saturno VIII, muy golpeado. Labio roto, sangra de la nariz, morete en un pómulo, un ojo casi cerrado. Tiene puesta la misma camisa que le vimos antes.

VOZ OFF: Tu nombre.

Queremos saber tu nombre.

SATURNO VIII: Saturno VIII.

2. Dos agentes de pie están con Saturno VIII, que se halla sentado en la única silla que se encuentra en un cuarto desnudo. El agente uno le acerca a la nariz un tehuacán en ebullición.

AGENTE 2: De aquí difícilmente vas a salir vivo.

Y menos si te niegas a revelar quién eres.

SATURNO VIII: ¡Aaagh! (a mano)

3. El agente 2 se inclina sobre el rostro de Saturno VIII.

AGENTE 2: ¿Quién eres?,

si me lo dices te dejamos en paz.

SATURNO VIII: Está bien...

Me llamo Rosendo Cruz...

Pero es lo único que voy a confesar.

4. Agente 2 en actitud altanera. El agente 1 ríe.

AGENTE 2: Eso crees. Una vez que comienzan a cantar no paran.

AGENTE 1: ¡Ja ja ja ja ja!

Página 6:

1. El agente 2 tiene tomado del pelo a Saturno VIII. El otro observa.

AGENTE 2: Ahora vas a decirnos quién te mandó, muchacho...

SATURNO VIII: ¡No sé nada, se los juro!

2. El agente 2 se dirige a su compañero.

AGENTE 2: *A este hay que darle el tratamiento especial. Vamos a necesitar la picana y los otros instrumentos.*

AGENTE 1: *Me encanta el cuento.*

3. Saturno VIII desnudo. Está tirado en el piso del cuarto bocabajo, los dos agentes de pie cerca.

TEXTO: *Poco después...*

AGENTE 2: *Por última vez, ¿quién te dió las órdenes?*

SATURNO VIII: *No sé... No sé...*

4. Agente 2 da instrucciones al otro.

AGENTE 2: *Ya sabes lo que tienes que hacer.*

AGENTE 1: *Lo voy a hacer con mucho gusto.*

Página 7:

1. Vestíbulo de un edificio oficial. Varios periodistas sentados en algunos sillones y en el piso, con libretas, cámaras, grabadoras. Entre ellos Sofía y Edgar. Un empleado hace un anuncio.

TEXTO: *Y una hora después...*

EMPLEADO: *El señor Procurador de la República tiene información para ustedes, pero no responderá ninguna pregunta.*

2. Salón con sillas. Los mismos periodistas sentados. El Procurador elegante, 40 años, trajeado, lee en voz alta frente a un atril.

PROCURADOR: *...El asesino del Licenciado Juan Márquez, declaró ser originario de Atlixco, Puebla, y reconoció que fue contratado por un alto funcionario que ya tenemos identificado...*

SOFÍA: ¿Quién es el funcionario?

3. MS del Procurador, que sigue leyendo.

PROCURADOR: ...La Policía Judicial ya lo ha localizado y esperamos su captura de un momento a otro. Les haremos saber cualquier noticia. Es todo.

4. Mientras el Procurador se retira, los periodistas son desalojados. Sofía protesta, el empleado la toma del brazo.

SOFÍA: ¡Tenemos derecho a toda la información!

EMPLEADO: Vamos, niña, vamos.

Página 8:

1. Operativo que encabeza el jefe de la policía cincuentón, trajeado, gran bigote, con un altavoz en la mano. Están en la calle, frente a una casa de dos pisos, jardín. Hay agentes y policías con pistolas desenfundadas. Autos y patrullas.

JEFE: ¡Entréguese, Licenciado Arturo Díaz!
lo tenemos rodeado, no tiene escapatoria...
Le voy a dar cinco minutos.
Comienzo a contar.

2. El agente 2 y el jefe, en un MS.

AGENTE 2: Será mejor que entremos por él,
Jefe. Yo me encargo.

JEFE: Vamos a darle unos minutos.
Hay que capturarlo vivo.

3. Fachada de la casa. En la puerta aparece Díaz (Saturno VII), con las manos en alto. 40 años, viste un saco sin corbata.

DÍAZ: ¿Quién garantiza mi seguridad?

VOZ OFF: Yo la garantizo. Soy el
Jefe de la Policía.

4. El agente 2 empuja a la puerta de un auto a Díaz, quien lleva las manos esposadas a la espalda. El jefe a un lado.

Página 9:

1. Despacho del jefe de la policía. Frente al jefe, en mangas de camisa, ya sin esposas, Arturo Díaz. Están el agente 2 y un secretario, que opera una grabadora.

JEFE: ¿Quién ordenó el asesinato?

DÍAZ: Yo lo hice.

2. Los mismos, situación semejante.

JEFE: ¿Por qué deseaba la muerte del
Licenciado Márquez?

DÍAZ: Eso es asunto personal.

3. CU del jefe, su rostro malévol.

JEFE: Usted era conocido como Saturno VII.
Queremos saber quienes son Saturno VI,
V, IV, III, II, y sobre todo el número uno,
el Jefe.

VOZ OFF: No hay más, yo inventé todo eso
de Saturnos.

4. El jefe da órdenes al agente 2.

JEFE: Llévatelo y hazlo hablar...
Toda la información debo tenerla yo,
nadie más. No sueltes la lengua, es un
asunto muy delicado.

AGENTE 2: Puede confiar en mí, Jefe.

Página 10:

1. Despacho del Jefe. Este examina unos papeles. A su lado, de pie, agente 2.

TEXTO: Unas horas después...

JEFE: De modo que un Senador.

¿Es todo?

AGENTE 2: Estoy seguro de que no sabe nada más, Jefe. Le di muy buen tratamiento.

2. Los mismos.

JEFE: Toma dos hombres de confianza y encárgate del Senador. Ya sabes de que se trata. Y ni una palabra a nadie.

¿Entendido?

AGENTE 2: Sí, Jefe. Está muy claro.

3. Oficina del Procurador. El Procurador tiene unos papeles en la mano. El y el jefe de la policía conversan.

TEXTO: Después...

PROCURADOR: Todo tiene que estar muy bien calculado. El Senador Godínez abandonó el país. Eso es todo lo que sabemos. ¿De acuerdo?

JEFE: Me encargaré de que todo salga bien.

Descuide, patrón.

4. Mismo vestíbulo de la página 7. El Procurador informa a los periodistas entre quienes se encuentran Sofia y Edgar.

PROCURADOR: ...Arturo Díaz, Subsecretario de Finanzas, declaró haber recibido fondos e instrucciones del Senador Ramiro Godínez, de quien sin perder tiempo ordenamos la captura...

Página 11:

1. El Procurador continúa informando.

PROCURADOR: ...Hallamos abandonado un auto de su propiedad y tenemos informes fidedignos de que el Senador salió del país en forma clandestina...

2. Vemos a Sofia quien se inclina hacia un oído de Edgar.

VOZ OFF: ...Sabemos que fue visto hace un par de días en Los Angeles y hemos pedido la colaboración de la policía norteamericana para localizarlo...

SOFÍA: Yo no creo nada...

Así que se escapó el Senador, ¿no?

3. Aspecto general del vestibulo. Sofia pregunta y el Procurador se niega a dar respuesta.

SOFÍA: Yo tengo una pregunta...

¿Quién vió al Senador?

POCURADOR: No hay respuesta. Eso podría entorpecer la investigación.

4. Calle, Sofia y Edgar frente a un puesto callejero de tacos, con platos en la mano.

SOFÍA: Entorpecer la investigación... puras mentiras.

EDGAR: Ni siquiera dijo donde encontraron el auto.

Página 12:

1. Oficina pequeña con un teléfono, un diploma y un retrato de Humphrey Bogart, del investigador privado Ausencio Ponce, 35 años, con chamarra y jeans, aspecto juvenil y desenfadado. Este se halla al teléfono.

AUSENCIO: Sí, es la oficina del detective Ausencio Ponce.

TELÉFONO: (Quebradas) Tengo un caso para usted. Habla Luis Márquez, soy hermano del funcionario asesinado.

2. Continúa la conversación.

AUSENCIO: Claro, del asesor presidencial, pero tengo entendido que el caso está muy bien en manos de la policía.

TELÉFONO: (Quebradas) Me han hablado de usted quiero que investigue por mi cuenta. Pagaré lo que sea.

3. Sigue la charla.

AUSENCIO: ¿Tiene algo que no quiera decir a la policía?

TELÉFONO: (Quebradas) Sé quienes eran los enemigos de mi hermano.

4. Otro aspecto del lugar mientras continúa la plática.

AUSENCIO: Bien, lo veré dentro de una hora en el Sanborns de San Angel. Llevo chamarra verde perico.

Página 13:

1. Una salida de la estación del metro Hidalgo. Ausencio con chamarra verde, está entre los que salen.

TEXTO: Ausencio habló con su cliente y se dirigió a la jefatura de policía...

2. Ausencio en el despacho del jefe de la policía. Están los dos solos sentados ante el escritorio.

AUSENCIO: *Hablé con el hermano de Juan Márquez. Me dió algunos nombres que pueden ser importantes.*

JEFE: *Mira Ausencio, este caso ya está solucionado. Sólo nos falta encontrar al Senador que está detrás de todo.*

3. Ausencio se pone de pie, dispuesto a irse.

AUSENCIO: *Arriba del Senador hay otros, y yo sé quienes pueden ser.*

JEFE: *El Senador saltó del país, pero en cuanto caiga sabremos... Deja el asunto en nuestra mano, no te compliques la vida.*

4. El Jefe sólo, al teléfono.

JEFE: *Ausencio Ponce, sí. Hay que vigilarlo. Está metiendo las narices en donde no debe.*

Página 14:

1. Ausencio habla por teléfono desde una caseta callejera.

AUSENCIO: *...Te necesito amiguita. Si me ayudas vas a conseguir una gran exclusiva... ¿Puedes venir a mi oficina esta noche?*

TELÉFONO: *(Quebradas) De acuerdo, a eso de las ocho.*

2. Despacho de Ausencio. Este, Sofía y Edgar se hallan reunidos frente a tazas de humeante café.

AUSENCIO: *...El asesor temía por su vida. Le dió a su hermano los nombres de sus enemigos. Y ninguno es el del Senador. Aquí hay gato encerrado.*

SOFÍA: ¿Qué podemos hacer nosotros?

3. Los mismos sitios. Otro ángulo.

AUSENCIO: Ustedes tienen muy buenos contactos en la policía. A lo mejor pueden averiguar algo.

EDGAR: Yo sé donde encontraron el auto del Senador.

4. Idéntica situación.

SOFÍA: Por ahí podríamos empezar. Alguien pudo haber visto algo.

AUSENCIO: Pues mañana mismo comenzaremos.

Página 15:

1. Es de día, Ausencio, Sofía y Edgar están a la mitad de una callejuela, junto a un farol.

TEXTO: Al día siguiente...

EDGAR: Este es el sitio. Aquí fue abandonado el auto.

AUSENCIO: Habrá que preguntar casa por casa.

2. Los mismos en una esquina.

TEXTO: Y después de indagar entre los vecinos...

AUSENCIO: Nada, parece que nadie vió nada.

SOFÍA: Eso crees... Hay un anciano que padece insomnio.

3. Los mismos.

AUSENCIO: ¿Y qué sabe?

SOFÍA: Prefiero que el mismo te lo diga.

4. Interior, humilde departamento del anciano, hombre sesentón, de lentes, vestido con pantalón y camiseta sin mangas. Con él Ausencio y los dos periodistas.

ANCIANO: El coche lo dejó un hombre muy joven,
de baja estatura.

AUSENCIO: ¿Está seguro?

Página 16:

1. Los mismos en el mismo lugar.

ANCIANO: Lo vi debajo del farol.

Era joven y muy bajito.

AUSENCIO: Entonces no pudo ser el senador.

Este es un cincuentón, gordo
y alto.

2. Ausencio se despide del atónito anciano, ofreciéndole un billete.

AUSENCIO: Gracias por su ayuda, amigo.

Y no le diga nada a nadie,
ni a los policías.

AUSENCIO: Pero, ¿no son ustedes de la
policía?

3. Un café. Están Ausencio, Sofía y Edgar.

EDGAR: Pues si el Senador no dejó allí
el coche, ¿entonces quién?

SOFÍA: Eso es lo de menos.

El auto es una pista falsa.

4. Los mismos, en diferentes actitudes.

AUSENCIO: Eso mismo pienso yo.

Y me pregunto qué pasó con el
Senador. O lo detuvieron y lo
ocultaron... O...

SOFÍA: O está muerto. Sólo Saturno VI
podía saber quién era en número V.

Página 17:

1. Los mismos continúan en el café.

EDGAR: O podía conocer a todos los de arriba.

AUSENCIO: Y una vez desaparecido, se rompió la cadena y no habrá modo de avanzar.

2. Los mismos, diferentes actitudes.

AUSENCIO: ¿Ustedes qué piensan?

SOFÍA Y EDGAR: ¡Está muerto!

3. Despacho del jefe de policía. Ausencio de pie, con el jefe, quien se ve incómodo.

TEXTO: Más tarde...

AUSENCIO: Tengo la certeza de que el Senador está muerto. Y si está muerto, es que hubo complot.

JEFE: Deja de imaginarte cosas, Ausencio. Y será mejor que te salgas de esto. Es peligroso.

4. Los mismos.

AUSENCIO: Recuerde que trabajo para el hermano del asesor asesinado. Y tengo algunos nombres.

JEFE: Dedícate a divorcios, a pequeños robos familiares. Hazme caso, Ausencio.

Página 18:

1. Caseta telefónica callejera. Ausencio al habla.

AUSENCIO: ...Bien, a las cinco en el Parque Hundido, nos vemos.

2. *Parque Hundido. Ausencio concentrado, toma notas en un cuadernillo. A lo lejos se ve venir a Sofía.*

TEXTO: *Y a las cinco en punto...*

3. *Se encuentran, de pie.*

AUSENCIO: *Se me ocurrió una buena idea.*

Si el Senador está muerto, puede ser que por ahí aparezcan sus restos.

SOFÍA: *¿Y cómo vamos a saberlo?*

4. *Los dos sentados.*

AUSENCIO: *Hay que hablar a los servicios forenses de todos los Estados y preguntar por cuerpos de desconocidos que no hayan sido reclamados.*

SOFÍA: *Son treinta y tres Estados.*

Página 19:

1. *Otra actitud de Sofía y Ausencio en el parque.*

AUSENCIO: *Edgar te puede ayudar...*

Yo creo que vamos a dar con algo.

SOFÍA: *Eres muy optimista.*

2. *Redacción de El Globo. Al lado de su computadora, Sofía al teléfono.*

TEXTO: *Sofía hizo varias llamadas y al fin...*

SOFÍA: *¿Fue hallado está mañana?*

TELÉFONO: *(Quebradas) Sí, dieron aviso a las ocho de la mañana.*

3. *Oficina del jefe de redacción. Es este un hombre de cincuenta años, en mangas de camisa, gesto osco. Letrero en la puerta encristalada: JEFE DE REDACCIÓN. Sofía entra.*

SOFÍA: Señor Martínez...

Creo que tengo un dato importante.

MARTÍNEZ: ¿De qué se trata?

4. Sofía ofrece la información.

SOFÍA: En Tlaxcala apareció un cadáver semicalcinado que puede ser el del Senador. ¿Puedo ir a reportear?

MARTÍNEZ: No le des importancia. Además tengo cosas más importantes para ti.

Página 20:

1. Sofía habla desde el teléfono cercano a su computadora. Atrás el jefe de redacción la escucha subrepticamente.

TEXTO: Luego...

SOFÍA: ¡Ausencio!... Tengo algo que comunicarte...

2. Ausencio y Edgar en una cantina frente a botellas de cerveza.

TEXTO: Unas horas después...

AUSENCIO: Sofía me habló de un cadáver, que puede ser el del Senador. Lo iré a ver mañana, porque esta noche tengo que ver a alguien que sabe mucho. ¿Me acompañas?

EDGAR: No puedo, Ausencio. El Jefe de Redacción me dió chamba.

3. Los mismos en otra situación.

AUSENCIO: Se me hace que tienes miedo.

EDGAR: No, deveras me mandó a cubrir un acto a Toluca.

4. Ausencio muestra un sobre a Edgar.

AUSENCIO: Mira, en el sobre hay un nombre y una dirección. Si algo me pasa, hay que buscar a este tipo.

EDGAR: ¿Por qué no se lo dejas a la policía?

Página 21:

1. Los mismos continúan en la cantina.

AUSENCIO: Porque no confío en la policía.

EDGAR: Cuidate mucho, Ausencio.

2. Noche. Ausencio camina por una calle solitaria, en el barrio bajo.

TEXTO: Esta noche...

3. Ausencio frente a una puerta, oprime un timbre.

4. Desde un auto disparan con metralletas contra Ausencio, que cae a consecuencia de los disparos.

DISPAROS: ¡RAT TAT TAT RAT TAT TAT! (a mano)

Página 22:

1. Oficina del director de El Globo. Don Julio, sentado tiene el diario en la mano. Con él se hallan Sofia y Edgar.

TEXTO: Al día siguiente en la oficina del director de El Globo...

DON JULIO: Este investigador era amigo de ustedes, ¿verdad?

SOFÍA: Sí, nos pidió que le ayudáramos.

2. Los mismos. Don Julio golpea el escritorio con el periódico.

DON JULIO: Pues desde este momento se van dedicar a otra cosa. Tú Sofia, te irás a Oaxaca un mes.

- SOFÍA:** *¿Pero qué voy a hacer a Oaxaca?*
3. Los mismos. Otras actitudes.
DON JULIO: *Reportajes sobre las ruinas, lo que sea.*
EDGAR: *¿Y yo?*
4. Don Julio apunta con el índice a Edgar.
DON JULIO: *Trabajo de laboratorio. No quiero que salgas del laboratorio.*

Página 23:

1. Edgar y Sofía en un café. Los rostros tristes.
EDGAR: *¿Qué vas a hacer?*
SOFÍA: *Irme a Oaxaca.*
Con Don Julio no se juega.
2. Los mismos. Otro ángulo.
EDGAR: *Ausencio me dió un nombre y una dirección. Tenía un contacto. Alguien que tuvo que ver con la desaparición del Senador.*
SOFÍA: *No te metas en líos, Edgar.*
Los asesinos no se tocan el corazón...
No te metas.
3. Sofía y Edgar siguen en el café.
EDGAR: *Hay que hacer algo por Ausencio.*
SOFÍA: *Lo mejor que puedes hacer es dedicarte a tu trabajo.*
4. Los mismos. Otra actitud.
EDGAR: *Tengo mucha rabia, Sofía.*
SOFÍA: *Yo también, pero me la voy a curar a Oaxaca.*

Página 24:

1. *Edgar de noche, camina por la calle en que asesinaron a Ausencio.*

TEXTO: Sin embargo...

2. *Edgar se detiene frente a la casa cuyo timbre tocaba Ausencio. Observa una hoja de papel que lleva.*

3. *Edgar toca el timbre.*

4. *Le abre un hombre de unos treinta años, con una cicatriz que le cruza la cara.*

EDGAR: Busco a Pepe, el Jaguar.

JAGUAR: Pásale.

Página 25:

1. *Interior casa Jaguar. Edgar y Jaguar sentados frente a una humilde mesa en un cuarto desnudo.*

JAGUAR: ¿Qué quieres saber?

EDGAR: ¿Qué pasó con el Senador Godínez?

2. *Los mismos. Otro ángulo.*

JAGUAR: Esa información cuesta mucho dinero.

EDGAR: ¿Cuánto?

3. *Continúa la conversación.*

JAGUAR: Veinte mil nuevos pesos,
veinte millones de antes.

EDGAR: Veré si puedo conseguirlos.

4. *El Jaguar se ha puesto de pie, dando por terminada la conversación.*

JAGUAR: Mañana o nunca...

*A las doce de la noche, en la puerta
doce del Estadio Azteca.*

EDGAR: Está bien.

Página 26:

1. Oficina del jefe de redacción. Este y Edgar.

TEXTO: La mañana siguiente...

MARTÍNEZ: Don Julio te dijo que no metieras la nariz en esto.

EDGAR: Puede ser un gran golpe, señor Martínez. Y veinte mil nuevos pesos no son nada para el periódico.

2. Los mismos.

MARTÍNEZ: Eso crees...

Mejor deja el asunto por la paz.

EDGAR: Consígame diez mil, señor Martínez. Yo pongo mis ahorritos.

3. Continúa la conversación.

MARTÍNEZ: No quieras jugarle al investigador. Eres un fotógrafo y nada más, ¿entendido?

EDGAR: Llevé un curso de detective por correspondencia.

4. Siguen los mismos.

MARTÍNEZ: Me matas de risa, Edgar, te juro que me matas... ¡ja ja ja!

EDGAR: Yo voy a hacer que se le quite la risa.

Página 27:

1. Edgar lámpara en mano, avanza circunvalando el Estadio Azteca.

TEXTO: Esa noche...

2. La lámpara de Edgar ilumina el número doce sobre la puerta.

EDGAR: *La puerta doce, aquí tendría que estar
el Jaguar.*

3. *La lámpara iluminaba el rostro cortado del Jaguar.*

VOZ OFF: *Jaguar, no pude conseguir todo el dinero.
Sólo la mitad.*

JAGUAR: *Lo que sea es bueno.*

4. *Vemos la boca de una metralleta.*

Página 28:

1. *La metralleta dispara.*

DISPAROS: *¡RAT TAT! ¡RAT TAT! ¡RAT TAT! (a mano)*

2. *Edgar y el Jaguar se doblan bajo los disparos.*

3. *Oficina del director de El Globo. Don Julio y Sofía, con rostros
desolados.*

DON JULIO: *Tanta sangre, tantas muertes.
Y nunca sabremos la verdad.*

SOFÍA: *Ausencio, Edgar...
Ya no creo en nada.*

4. *Acercamiento al rostro de Don Julio.*

DON JULIO: *Se llegó hasta Saturno VI.
Quedaron cinco anónimos.
¿Y quién sabe cuantos Neptunos y
y plutones por encima de ellos?...*

F I N

PRESENTACION DE

POLITISTORIETICA

“ASESINO”

PORTADA

POLITISTORIETICA





...TU MISION ES IMPORTANTE. SALVAR A LA PATRIA, LIBRARLA DE SUS ENEMIGOS. ¿ESTAS DE ACUERDO?

DE ACUERDO.

ESE HOMRE NO DE E HACER MÁS DAÑO A TU PUEBLO. ¿SABES BIEN LO QUE VAS A HACER?

LO SÉ.

AQUÍ TIENES EL ARMA. EL DINERO ESTÁ EN EL MALETÍN. DÓLARES, CIENTO MIL DÓLARES EN BILLETES PEQUEÑOS.

NO TENAS MIEDO. SOMOS GENTE PODEROSA Y TE AYUDAREMOS. PERO, RECUERDA, TU MISION ES DE LA MAYOR IMPORTANCIA. ES SACRADA.





¡ MALDITO ASESINO !
¡ AQUI TE VA A LLEVAR
LA QUE TE TRAJO !

EL GLOBO
EL ASESOR PRESIDENCIAL
FUE ASESINADO

EN LAS OFICINAS DE EL GLOBO...

MUY MAL ANDA EL PAÍS... HACE AÑOS QUE ESTAS COSAS NO OCURRIAN.

UN PESINO A SUELDO... EL PROBLEMA ES SABER QUIÉN LO MANDÓ.

EL TIPO SÓLO HA DICHO QUE SE LLAMA SATURNO B. ¿QUIÉN SERÁ SATURNO ?

Y LO MÁS IMPORTANTE, ¿ QUIÉN ES SATURNO ? NO ?



CON UNA BUENA CALENTADA LO VAN A HACER DECIR NASTA DE QUE SE VA A MORIR.

¡ NO DIGAS COSAS MUCHACHO! HAY QUE

QUE SEA MENDOS, DON JULIO. YA SABEMOS CÓMO SE LAS CASTA LA POLICÍA.

BUENO, A TRABAJAR. SIGAN CON ESTE ASUNTO Y PROCUREN TRAER MATERIAL DE PRIMERA.

CONFIAR EN LA RECTITUD DE LA JUSTICIA.





TU NOMBRE, QUEREMOS SABER TU NOMBRE.
SATURNO 8.

DE AQUÍ DIFÍCILMENTE VAS A SALIR VIVO. Y MENOS SI TE NIEGAS A REVELAR QUIÉN ERES.

¡AAAGH!

¿QUIÉN ERES? SI ME LO DICES TE DEJAMOS EN PAZ.

ESTÁ BIEN... ME LLAMO ROSENDO CRUZ... PERO ES LO ÚNICO QUE VOY A CONFESAR.

ESO CREES. UNA VEZ QUE COMIENZAN A CANTAR NO PARAN.

¡JA JA JA JA JA!



AHORA VAS A DECIR-
NOS QUIÉN TE MAN-
DÓ, MUCHACHO ...

A ÉSTE HAY QUE DARLE EL
TRATAMIENTO ESPECIAL.
VAMOS A NECESITAR LA PICANA
Y LOS OTROS INSTRUMENTOS.

¡NO SÉ NADA,
SE LOS JURO!

ME ENCANTA EL CUENTO

POCO DESPUÉS...
POR ÚLTIMA VEZ,
¿QUIÉN TE DIÓ
LAS ORDENES?

NO SÉ...
NO SÉ...

YA SABES LO QUE
TIENES QUE HACER.

Y LO VOY A
HACER CON
MUCHO
GUSTO.



Y UNA HORA DESPUÉS... EL SEÑOR PROCURADOR TIENE INFORMACIÓN PARA USTEDES, PERO NO RESPONDERÁ NINGUNA PREGUNTA.

... EL MESINO DEL LICENCIADO JUAN MÁRQUEZ DECLARÓ SER ORIGINARIO DE ATLIXCO, PUEBLA, Y RECONOCIÓ QUE FUE CONTRATADO POR UN ALTO FUNCIONARIO QUE YA TENEMOS IDENTIFICADO...

... LA POLICÍA JUDICIAL YA LO HA LOCALIZADO Y ESPERAMOS SU CAPTURA DE UN MOMENTO A OTRO. LES HAREMOS SABER CUALQUIER NOTICIA

¿QUIÉN ES EL FUNCIONARIO?

¡TENEMOS DERECHO A TODA LA INFORMACIÓN!

¡VAMOS, NIÑA, VAMOS.

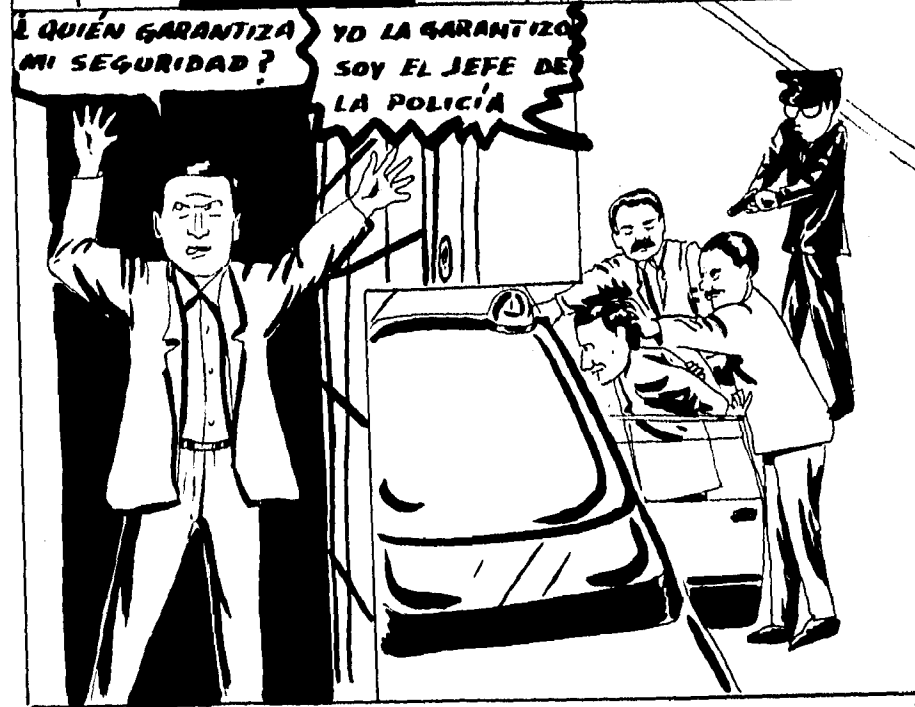


¡ENTRÉQUESE, LICENCIADO
ARTURO DÍAZ! LO TENEMOS
RODEADO, NO TIENE ES-
CAPATORIA... LE VOY A
DAR CINCO MINUTOS.
COMIENZO A CONTAR.

SERÁ MEJOR
QUE ENTREMOS
POR ÉL, JEFE.
YO ME ENCARGO.

VAMOS
A DARLE
UNOS MI-
NUTOS.

HAY QUE CAPTURARLO
VIVO.



¿QUIÉN GARANTIZA
MI SEGURIDAD?

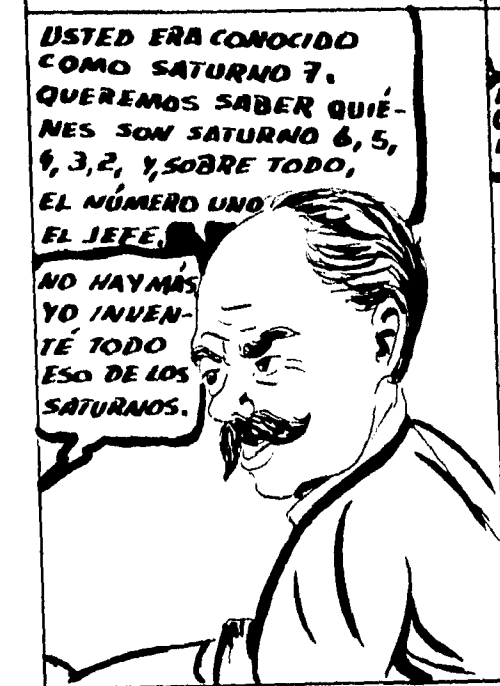
YO LA GARANTIZO
SOY EL JEFE DE
LA POLICÍA



¿QUIÉN ORDENÓ EL MESISINATO?
YO LO HICE.

¿POR QUÉ DESEABA LA MUERTE DEL UCENCIADO MÁRQUEZ?

ESO ES ASUNTO PERSONAL.



USTED ERA CONOCIDO COMO SATURNO 7. QUEREMOS SABER QUIÉNES SON SATURNO 6, 5, 4, 3, 2, Y SOBRE TODO, EL NÚMERO UNO, EL JEFE.

NO HAY MÁS YO INVENTÉ TODO ESO DE LOS SATURNOS.



LLEVATELO Y HAZLO HABLAR... TODA LA INFORMACIÓN DEBO

PUEDO COMPARTIR EN MI JEFE

TENERLA YO, NADIE MÁS. NO SUEITES LA LENGUA, ES UN ASUNTO MUY DELICADO.



UNAS HORAS DESPUÉS...
DE MODO QUE ES UN
SENADOR ¿ES TODO?

ESTOY SEGURO
QUE NO SABE NADA
MÁS, JEFE. LE
DÍ MUY BUENTRA
TAMIE

TOMA DOS
HOMBRES DE
CONFIANZA
Y ENCÁRGATE
DEL SENA-
DOR, YA SABES DE QUE
SE TRATA. Y NI
UNA PALABRA A
NADIE. ¿ENTEN-
DIDO?

SÍ, JEFE.
ÉSTA
MUY
CLARO.

TODO TIENE QUE ESTAR
MUY BIEN CALCULADO.
EL SENADOR GODÍNEZ
ABANDONÓ EL PAÍS.
ESO ES TODO LO QUE
SABEMOS. ¿DE ACUER-
DO?

ME ENCARGARÉ DE QUE
TODO SALGA BIEN. DES-
PUÉS, PATRÓN

... ARTURO DÍAZ, SUBSEKRETARIO
DE FINANZAS, DECLARÓ HABER
RECIBIDO FONDOS E INSTRUCCIO-
NES DEL SENADOR
RAMIRO GODÍNEZ, DE
QUIEN SIN PERDER TIEM-
PO ORDENAMOS LA
CAPTURA...



... HALLAMOS ABANDONADO UN AUTO DE SU PROPIEDAD Y TENEMOS INFORMES FIDEDIGNOS DE QUE EL SENADOR SALIÓ DEL PAÍS EN FORMA CLANDESTINA...



... SABEMOS QUE TUE VISTO HACER UN PAR DE DÍAS EN LOS ANGELES Y HEMOS PEDIDO LA COLABORACIÓN DE LA POLICÍA NORTEAMERICANA PARA LOCALIZARLO...



YO NO LE CREO NADA... ¿SI QUE SE ESCAPO EL SENADOR, ¿NO?

YO TENGO UNA PREGUNTA... ¿QUIÉN VIO AL SENADOR?

NO HAY RESPUESTA, ESO PODRÍA ENTORPECER LA INVESTIGACIÓN

ENTORPECER LA INVESTIGACIÓN... PURAS MENTIRAS

NI SIQUERA DIJO DÓNDE ENCONTRARON EL AUTO.





BUSENCIO HABLÓ CON SU CLIENTE Y SE DIRIGIÓ A LA JEFATURA DE POLICÍA...

HIDALGO



HABLÉ CON EL HERMANO DE JOAN MÁRQUEZ. ME DIO ALGUNOS NOMBRES QUE PUEDEN SER IMPORTANTES.

MIRA, BUSENCIO, ESTE CASO YA ESTÁ SOLUCIONADO. SÓLO NOS FALTA ENCONTRAR AL SENADOR QUE ESTÁ DETRÁS DE TODO.



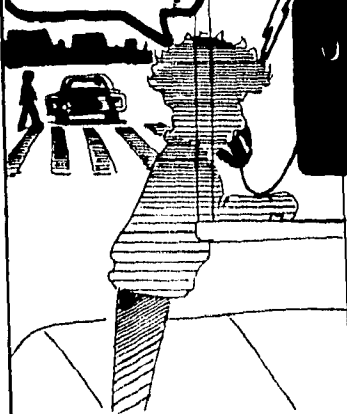
ARRIBA DEL SENADOR HAY OTROS, Y YO SÉ QUIÉNES PUEDEN SER,

EL SENADOR SALIÓ DEL PAÍS, PERO EN CUANTO CAIGA, SABREMOS... DEJA EL ASUNTO EN NUESTRA MANO, NO TE COMPLIQUES LA VIDA.

... RUSENCIO PONCE, SÍ. HAY QUE VIGILARLO. ESTA METIENDO LAS NARICES DONDE NO DEBE.



... TE NECESITO, AMIGUITA
SI ME AYUDAS VAS A CONTINUAR
SEGUIR UNA GRAN EXCLUSIVA...
¿PUEDES VENIR A MI OFICINA
ESTA NOCHE?



... EL ASESOR TENÍA POR SU VIDA. LE DIÓ A SU HERMANO LOS NOMBRES DE DOS DE SUS ENEMIGOS. Y NINGUNO ES EL DEL SENADOR. AQUÍ HAY GATO ENCEBRADO.

¿QUÉ PODEMOS HACER NOSOTROS?



USTEDES TIENEN BUENOS CONTACTOS EN LA POLICÍA, A LA MEJOR PUEDE AVERIGUAR ALGO.

YO SE DONDE ENCONTRARON EL AUTO DEL SENADOR.



POR AHÍ PODRIAMOS EMPEZAR. ALGUIEN PUDO HABER VISTO ALGO.

PUES MAÑANA MISMO COMENZAREMOS.



AL DÍA SIGUIENTE...
ÉSTE ES EL SITIO. AQUÍ
FUE ABANDONADO
EL AUTO.

Y DESPUÉS DE INDAGAR ENTRE
LOS VECINOS...
NADA, PARECE QUE
NADIE VIÓ NADA.



HABRÁ QUE
PREGUNTAR
LA SA POR
CASA.

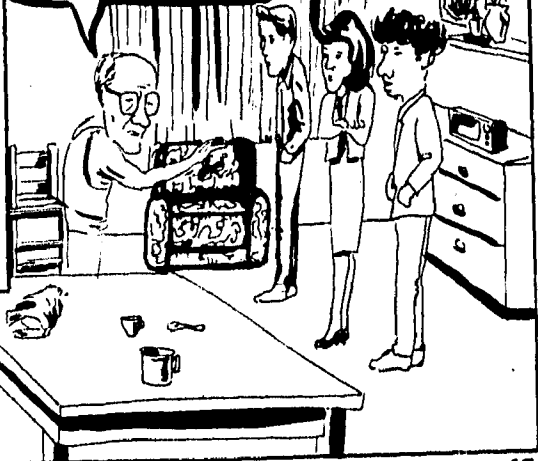
ESO CREES... HAY UN
ANCIANO QUE PARECE
INSOMNIO.



¿Y QUÉ SABE? PREFIERO
QUE ÉL
MISMO. TE
LO DIGA.

EL COCHE LO DEJÓ
UN HOMBRE MUY
JOVEN, DE BAJA
ESTATURA.

¿ESTÁ SEGURO?



LO VI DEBAJO
DEL FAROL.
ERA JOVEN
Y MUY BAJITO

ENTONCES NO
PUDO SER EL
SENADOR. ÉSTE
ES UN CINCUENTA
GORDO Y ALTO.

GRACIAS POR SU AYUDA,
AMIGO. Y NO LE DIGA NADA
A NADIE, NI A LOS POLICIAS.

PERO, ¿NO SON US-
TEDES DE LA POLICIA?



PUES SI EL SENADOR NO DEJÓ
ALLÍ EL COCHE,
¿ENTONCES QUIÉN?

ESO ES
LO DE ME-
NOS.

EL AUTO ES UNA PIS-
TA FALSA.

ESO MISMO PIENSO YO. Y ME
PREGUNTO QUÉ PASÓ CON EL
SENADOR. ¿LO DETUVIERON
Y LO OCULTARON... O...

¿O ESTÁ MUERTO. SÓLO
SATURNO 6 PODÍA SABER
QUIÉN ERA
EL NÚMERO
5.



O PODÍA CONOCER Y UNA VEZ DE-
A TODOS LOS DE SAPARECIDO,
ARRIBA. SE ROMPIÓ LA CADENA
Y NO HABRÁ MODO DE
AVANZAR.



¿USTEDES QUÉ
PIENSAN?
¡ESTÁ MUERTO!



RECUERDE QUE TRABAJO
PARA EL HERMANO DEL A-
SESOR ASESINADO, Y TEN
GO ALGUNOS
NOMBRES.

DEDICATE
A DIVOR-
CIOS, A
PEQUEÑOS
ROBOS FA-
MILIARES.
HAZME CASO
AUSENCIO.

MÁS TARDE... TENGO LA CERTEZA DE
QUE EL SENADOR ESTÁ MUERTO, Y
SI ESTÁ MUERTO, ES QUE HUBO
COMPLOT. DEJA DE
IMAGINARTE COSAS,
AUSENCIO, Y SERA ME-
JOR QUE TE SALGAS
DE ESTO. ES PELIGROSO.





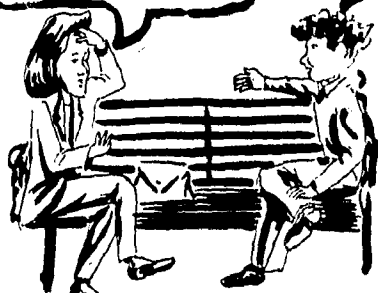
YA LAS CINCO EN PUNTO...

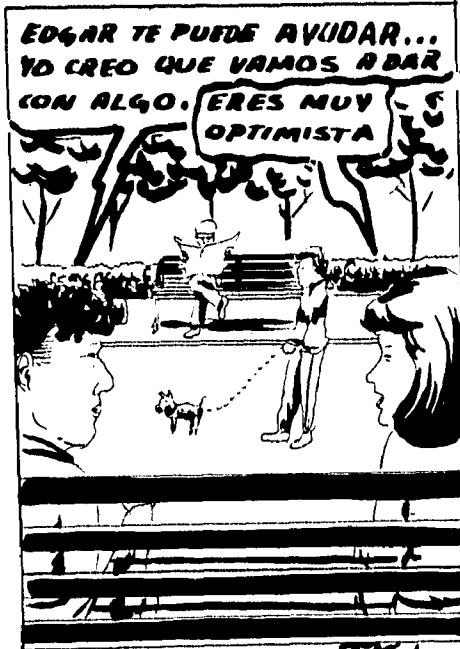


SE ME OCURRIÓ UNA BUENA IDEA. SI EL SENADOR ESTÁ MUERTO, PUEDE SER QUE POR AHÍ APAREZCAN SUS RESTOS. ¿Y COMO VAMOS A SABERLO?



HAY QUE HABLAR A LOS SERVICIOS FORENSES DE TODOS LOS ESTADOS Y PREGUNTAR POR CUERPOS DE DESCONOCIDOS QUE NO HAYAN SIDO RECLAMADOS. SON 33 ESTADOS.





EDGAR TE PUEDE AYUDAR...
YO CREO QUE VAMOS A DAR
CON ALGO. ERES MUY
OPTIMISTA



SOFÍA HIZO VARIAS LLAMADAS
Y AL FIN... ¿FUE HALLADO
ESTA MAÑANA?
SÍ, DIERON AVISO
A LAS OCHO DE
LA MAÑANA.



SEÑOR MARTÍNEZ... CREO
QUE TENGO UN DATO
IMPORTANTE. ¿DE QUE LE
TRATA?

JEFE
DE
REDACCION



EN TLAXCALA APARECIÓ UN NO
CADAVER SEMICALCINADO LE DES
QUE PUEDE SER EL DEL IMPOR-
TANCIA. ¿PUEDE IR A REPORTEAR? ADEMÁS
SENADOR... TENGO COSAS MÁS UR-
GENTES PARA TI.

LUEGO...

¡AUSENCIO!...
TENGO ALGO
QUE COMU-
NICARTE...



UNAS HORAS DESPUES...

SOFIA ME HABLO DE UN CADÁVER
QUE PUEDE SER EL DEL SENADOR
LO IRE A VER MAÑANA, PORQUE
ESTA NOCHE
TENGO QUE VER EL JEFE DE REDACCION
A ALGUIEN QUE ME DIO CHAMBA
SABE MUCHO.
¿ME ACOMPAÑAS?



SE ME HACE QUE
TIENES MIEDO.

NO, DE VERAS, ME
MANDO A CUBRIR
UN ACTO A TOLUCA.

MIRA, EN EL
SOBRE HAY
UN NOMBRE Y
UNA DIRECCION. SI
ALGO ME PASA,
HAY QUE BUSCAR
A ESTE TIPO.

¿PORQUE NO SE LO
DEJAS A LA POLI-
CIA?





AL DÍA SIGUIENTE EN LA OFICINA DEL DIRECTOR DE EL GLOBO...

SI, NOS PIDIÓ QUE LE AYUDÁRAMOS.

PUES DESDE ESTE MOMENTO SE VAN A DEDICAR A OTRA COSA. ¿PERO QUE VOY A HACER A OAXACA? TÚ, SOFIA, TE IRAS A OAXACA UN MES

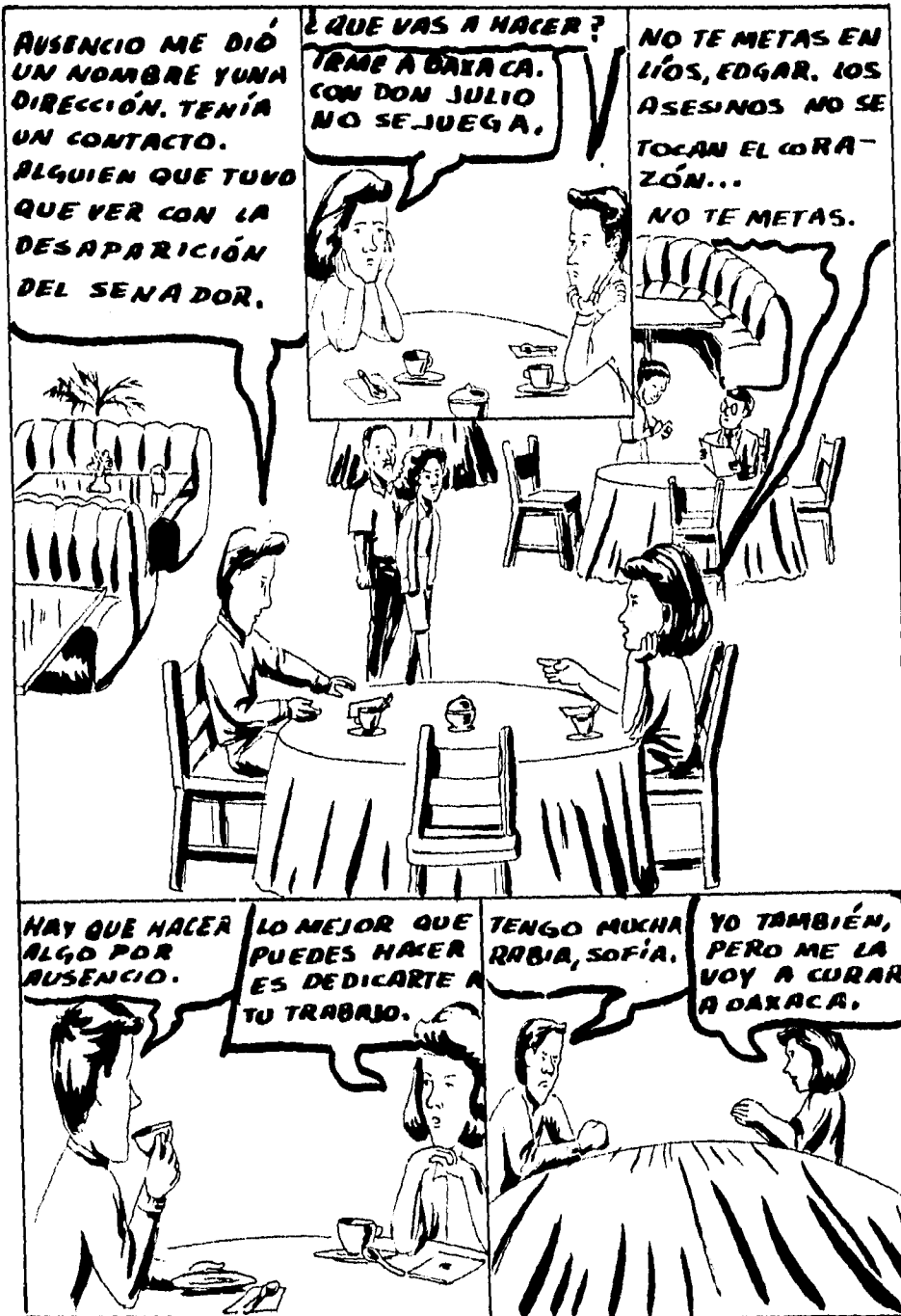
¿ESTE INVESTIGADOR ERA AMIGO DE USTEDES, VERDAD?



REPORTAJES SOBRE LAS RUINAS, LO QUE SEA. ¿Y VO?

TRABAJO DE LABORATORIO. NO QUIERO QUE SALGAS DE AHI.

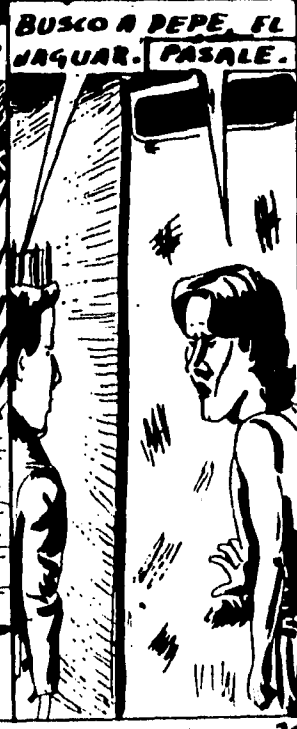




SIN EMBARGO...



BUSCO A DEPE, EL
JAGUAR. PASALE.





¿QUÉ QUIERES SABER?

¿QUÉ PASÓ CON EL SENADOR GODÍNEZ?



ESA INFORMACIÓN ¿CUÁNTO? CUESTA MUCHO DINERO.



MAÑANA, MAÑANA O NUNCA... A LAS 12 DE LA NOCHE EN LA PUERTA 12 DEL ESTADIO AZTECA. ESTÁ BIEN.

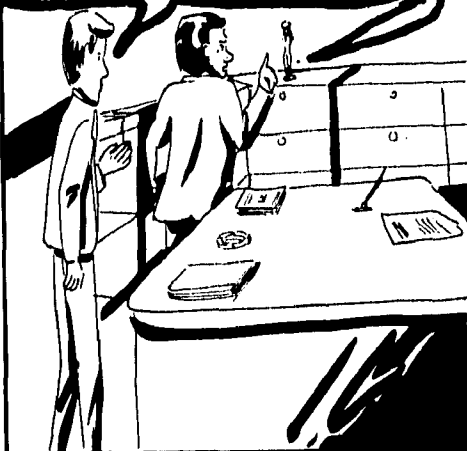


VEINTE MIL NUEVOS PESOS. VEINTE MILLONES DE ANTES, VERÉ SI PUEDO CONSEGUIRLOS.



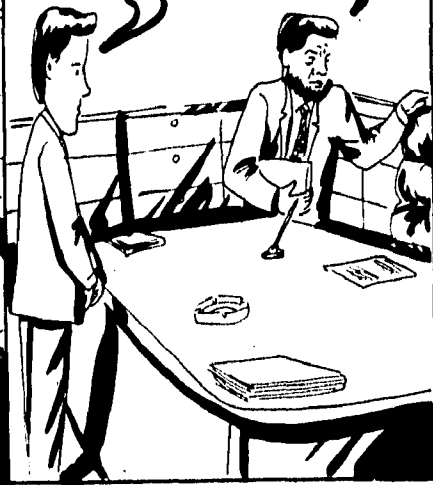
LA MAÑANA SIGUIENTE...

DON JULIO TE DIJO QUE NO METIERAS LA NARIZ EN ESTO. PUEDE SER UN GRAN GOLPE, SEÑOR MARTÍNEZ, Y VEINTE MIL NUEVOS PESOS NO SON NADA PARA EL PERIÓDICO.



ESO CREES... MEJOR DEJA EL ASUNTO POR LA PAZ.

CONSIGAME DIEZ MIL, SEÑOR MARTÍNEZ, YO PONGO MIS AHORRITOS.



NO QUIERAS JUGARLE AL INVESTIGADOR. ERES UN FOTÓGRAFO Y NADA LLEVÉ UN CURSO DE DETECTIVE POR CORRESPONDENCIA. MÁS LENTEDIDO?



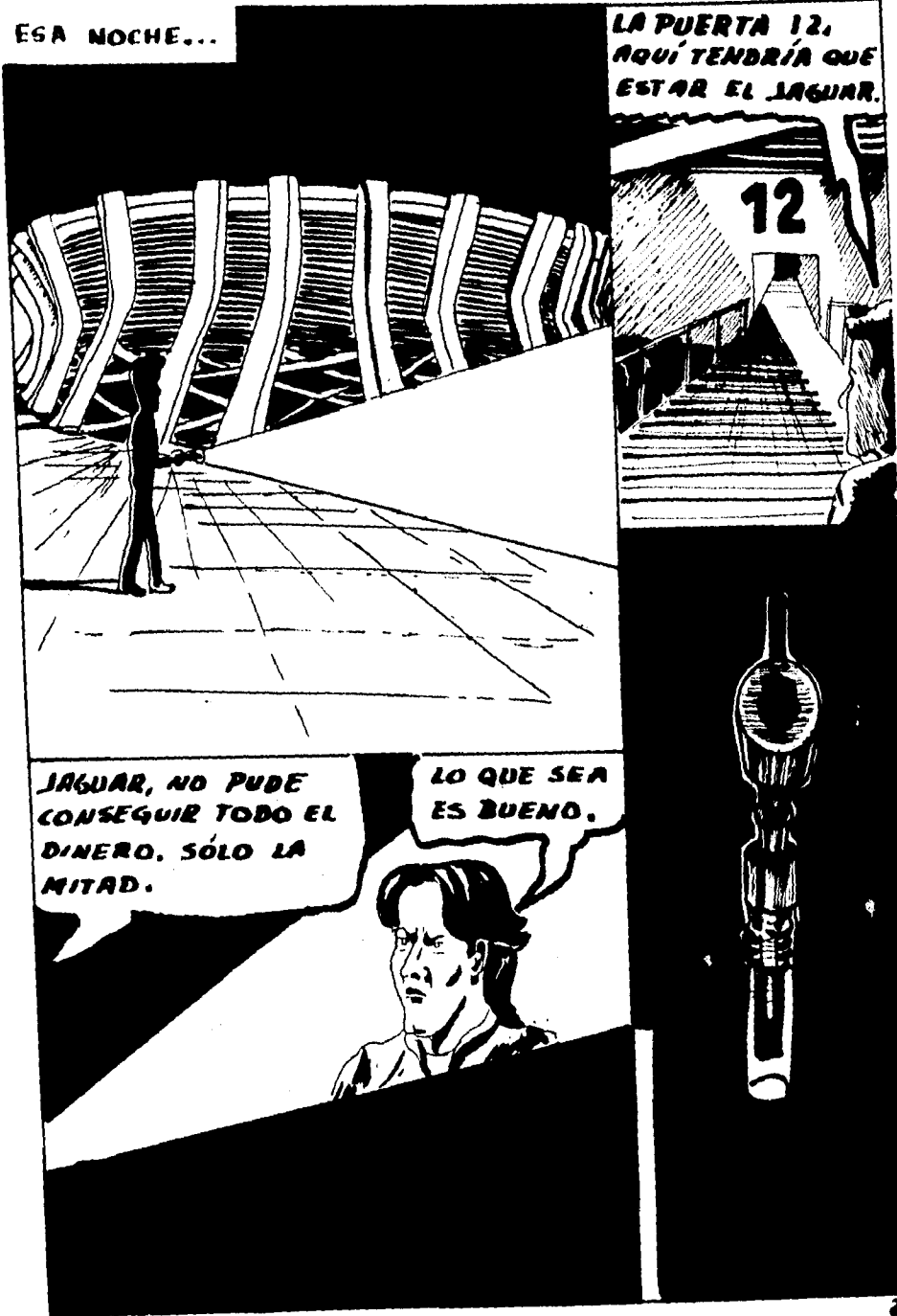
ME MATAS DE RISA, EDGAR, TE JURD QUE ME MATAS...

YO VOY ¡JA, JA, JA, JA! A HACER QUE SE LE QUITE LA RISA.



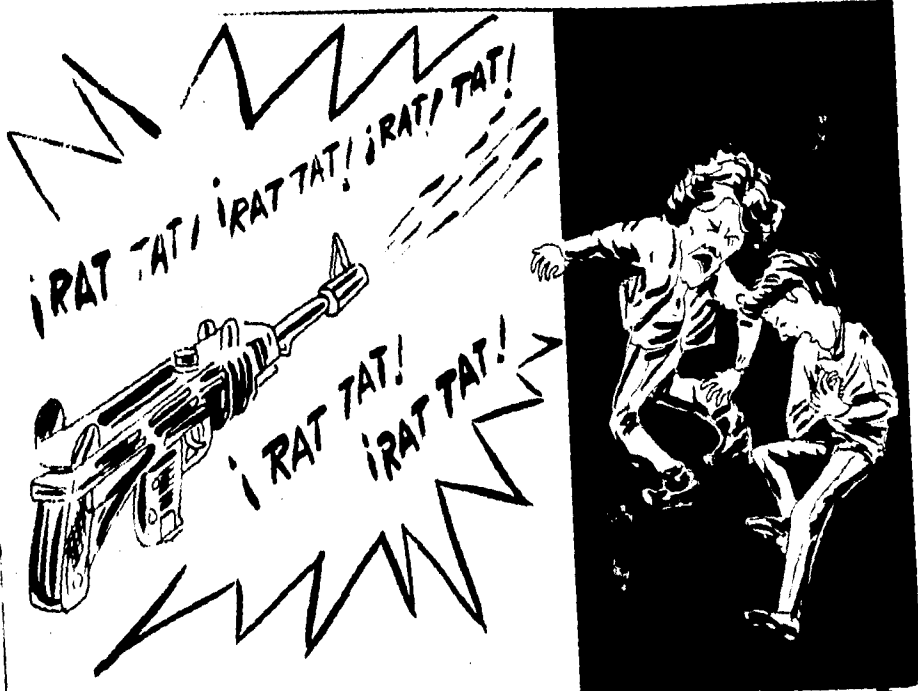
ESA NOCHE...

LA PUERTA 12,
AQUÍ TENDRÍA QUE
ESTAR EL JAGUAR.



JAGUAR, NO PUDE
CONSEGUIR TODO EL
DINERO. SÓLO LA
MITAD.

LO QUE SEA
ES BUENO.



TANTA SANGRE,
TANTAS MUERTES
Y NUNCA SABRE-
MOS LA VERDAD.

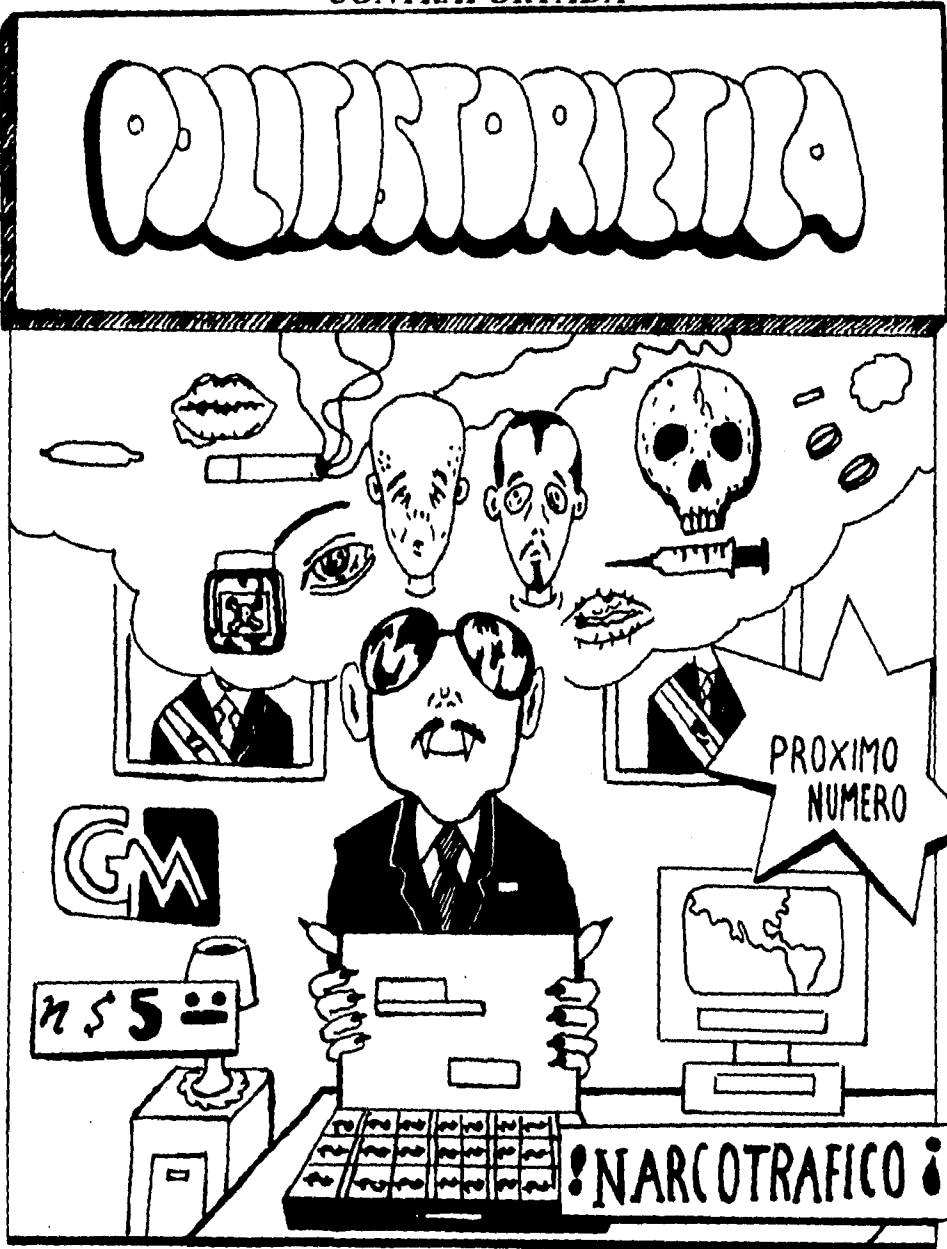
AUSENCIO,
EDGAR...
YA NO
CREO EN
NADA.

SE LLEGÓ HASTA SATURNO 6.
QUEDAN CINCO ANÓNIMOS.
¿Y QUIÉN SABE CUÁNTOS NEP-
TUNOS Y PLUTONES POR
ENCIMA DE ELLOS?...



CONTRAPORTADA

POLITICORRUPCIÓN



4.3 MEDIOS Y POSIBILIDADES

Actualmente es común escuchar que en ocasiones "dice más una imagen que mil palabras", y esto lo vemos claramente con las caricaturas de corte político que gozan de gran aceptación entre los lectores, de ahí la idea de hacer una historieta que retome los asuntos políticos de gran relevancia en los últimos años.

Hay que mencionar que el desempeño de los cartonistas e historietistas ha estado más abierto, sobre todo en las cuestiones de tipo político-social. Por ello, la propuesta de plasmar hechos reales en una historieta y retomar a los personajes que han poblado el mundo imaginario de varias generaciones de lectores, es un buen pretexto para dar a conocer y comprender los tiempos en que vivimos.

El gran éxito que han tenido las historietas o comics en nuestro país, se debe en gran medida a que, como ya lo mencionamos anteriormente, es un medio que durante años ha funcionado como una muy buena opción de entretenimiento, además de que resulta más económico que los libros, el cine o el teatro, y principalmente porque se ha convertido en un hábito de chicos y grandes que encuentran en la historieta una buena forma de "matar el tiempo".

*La existencia de revistas de calidad en el D. F., es casi nula. De hecho en México sólo han existido algunas historietas de este tipo, entre las más conocidas podemos citar el buen trabajo que hizo Gabriel Vargas con la Familia Burrón, además de los Supermachos y los Agachados de Eduardo del Río "Rius", y algunas otras que han surgido por ahí. Por lo cual, además del lector tradicional de historietas, con **POLITISTORIETICA** estaríamos ante la posibilidad de captar a un público que no ha sido debidamente aprovechado y que, por el momento, a las editoriales no les ha interesado.*

Nuestra historieta tiene grandes posibilidades para ser aceptada entre el público lector, ya que con un argumento perfectamente bien estructurado, que respete las condiciones que marcan la industria mercantil de los comics, además de una bien documentada información de los temas que se van a desarrollar, así como un minucioso cuidado en su realización y producción, las perspectivas son alentadoras.

Si bien es cierto que aunque nuestra propuesta reúna algunas cualidades para convertirse en una buena historieta, también es cierto que necesitará el apoyo de una casa editora prestigiada, que se interese en este tipo de proyectos y que esté dispuesta a asumir el reto de invertir en publicaciones diferentes a las existentes en el mercado, las cuales puedan lograr importantes ventas no solo en el Distrito Federal sino en todo el país, además de la satisfacción que tendrá al cumplir con el principal objetivo para lo cual fue creada la historieta: informar, educar, concientizar y orientar de una forma entretenida y amena.

*En resumen, al realizar una historieta con temas de gran interés para los lectores y teniendo como antecedente la gran aceptación que han tenido estas revistas entre nuestra población, así como la falta de comics de calidad (en contenidos) dentro de este mercado, y con el apoyo económico de una casa editorial prestigiada, el futuro de **POLITISTORIETICA**, podría ser un éxito asegurado.*

4.4 MEXICO: EL PARAISO DE LA HISTORIETA

Durante mucho tiempo, la historieta o comic ha tenido gran aceptación entre el público lector, ya que es más fácil poder leerlas en cualquier parte que llevar consigo una televisión o un radio. Además poseen la cualidad de introducirnos a un mundo de aventuras, romances, fantasías y melodramas, en el cual los lectores pueden encontrar una forma sencilla y barata de entretenimiento.

Las historietas gustan tanto a chicos como a grandes, independientemente del nivel socioeconómico al que pertenezcan, esto lo convierte en uno de los medios más accesibles a las masas, con los que se cuenta en la actualidad.

Si hacemos un recorrido por la historieta desde que hizo su aparición hasta nuestros días, podremos percibir que revistas como: Kalimán, Memín Pinguín, La Familia Burrón, Lágrimas Risas y Amor, entre otras, han tenido gran aceptación entre los lectores, puesto que después de más de tres décadas se siguen consumiendo, lo cual ha resultado ser un excelente negocio para las editoriales.

Pero, no sólo nos referimos al gran negocio que representan estas historietas, en cuanto a la cantidad de ventas, sino también al gran número de historietas que han existido y que proliferan en la actualidad, en donde podemos encontrar historietas para todos los gustos, edades y preferencias.

El caso de nuestro país es muy particular, los mexicanos aceptamos cualquier tipo de historietas o comics, no importando si su contenido es pobre, esto repercute para que las casas editoras se interesen más por la producción de elevados tirajes para obtener jugosas ganancias, que por la calidad de las mismas.

Incluso la Asociación de Editores, Distribuidores e Impresos de Publicaciones Periódicas, aseguran que México es el mayor productor y consumidor de historietas por habitante (32).

Esto se puede constatar con los altísimos tirajes que semanalmente las casas editoras más importantes como: Ejea, Vid y Novedades Editores ponen a disposición de los consumidores en los puestos de revistas. Tan sólo entre éstas tres editoriales publican de 60 a 80 títulos diferentes de historietas, cada una, ya sea semanal o quincenalmente, lo que da un total de 200 a 250 publicaciones de revistas de este tipo, en el periodo antes mencionado.

Es así, como es claro notar que en nuestro país, los comics o historietas han tenido buena aceptación desde sus orígenes, sin importar de que tipo se traten. Esto lo reflejan las altas ventas que tienen las casas editoras antes mencionadas, sin tomar en cuenta las publicaciones de otras editoriales que existen en el mercado. Por lo que sin temor a equivocarnos podemos afirmar que "México es el paraíso de la historieta".

32) Malvido, Adriana, *El floreciente negocio de las emociones*, Revista Mexicana de Comunicación, p. 20

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Aunque la historieta o comic es visto como un medio impreso mediocre por su contenido pobre y lo intrascendente de sus argumentos, ya que su destino ha sido delineado por las conveniencias mercantilistas, a pesar de todo y contra todos, puede jugar un papel importante dentro de la sociedad como medio informativo, educativo y concientizador.

Desde hace algunos años, estudiosos de los fenómenos de masas, como Umberto Eco, Eduardo del Río, Georgina Guerra, Adriana Malvido y Modesto Vázquez, entre otros, han venido a revalorar la importancia del comic o historieta, lo cual ha servido para analizar las diversas reacciones que provoca este medio de comunicación en el público lector.

La mayor parte de ellos coinciden en que el comic puede pintar la realidad, y jugar de esta manera un rol importante como medio informativo, tanto en las cuestiones políticas como económicas y sociales, es decir, puede retratar de manera divertida los problemas existentes en nuestra vida cotidiana y ser la portadora de los sentimientos e inquietudes de los individuos.

Ante tales perspectivas nuestro trabajo de investigación, se orientó hacia el estudio de este medio impreso, que es considerado por muchos como un medio sólo de simple entretenimiento, sin tomar en cuenta que con argumentos bien cuidados, la historieta puede llegar a ser un medio informativo importante dentro de la sociedad.

Recordemos que el comic se utilizó en primera instancia como medio informativo, por algunas empresas que lo empleaban para informar y dar publicidad a sus productos, lo cual resultó todo un éxito, por lo que no es una idea descabellada el pensar que puede retomar ese papel (informativo) y que pueda ser muy bien aceptado por el público lector.

Por ello, nuestra idea fue presentar una historieta diferente, en cuanto a su contenido, cuya pretensión quedó perfectamente establecida: Proponer una forma diferente de lectura dentro del mundo mágico e imaginario de la historieta y poder colaborar de alguna manera a que los consumidores se conviertan en seres críticos de su entorno y no sigan siendo un público pasivo que se conforma con historias fantásticas e inverosímiles, de las cuales desgraciadamente, está inundado este mercado.

Aunque es importante recalcar que con esto, no pretendemos cambiar el modelo de los actuales comics, porque sería prácticamente imposible. Sin embargo, como lo hemos mencionado nuestra historieta serviría para apoyar a las pocas revistas de comics alternativos que han logrado subsistir, por la competencia desigual que tiene con las revistas comerciales. También queremos demostrar que este medio de comunicación casi tan trascendental como el cine, la radio o la misma televisión, puede encausarse a la educación de un determinado sector de la población, sin enajenar ni manipular, ni mucho menos fomentar falsas ilusiones.

Por último diremos que nuestra propuesta es una pequeña muestra de como la historieta puede colaborar para informar al lector en forma entretenida sobre temas actuales, además de que puede emprender nuevas rutas y retratar historias reales que puedan tener un aprovechamiento más efectivo, de tal modo que se motive a la buena lectura.

BIBLIOGRAFIA
Y
HEMEROGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Acevedo, Juan, *Para hacer historietas*, Editorial Popular, Madrid 1981.
- 2.- Alpie, David y Gubern, Roman, *Cuadernos de comunicación, Publicación Mensual de Comunicología Aplicada de México S. A., Comunal número 7, México D. F., números 28 y 29, Octubre- Noviembre 1977.*
- 3.- Alpie, David, *El comic es algo serio*, Copilación Eulalio Ferrer Rodríguez, Editorial EUFESA, México 1982.
- 4.- Alvarez Constantino, Higilio, *La magia de los comics colonizan nuestra cultura*, Editorial INP, México 1975.
- 5.- Baur, Elisabeth K., *La historieta (como expresión didáctica)*, Editorial Nueva Imagen S. A., serie Comunicación, México D. F. 1978.
- 6.- Coma, Javier, *Del gato Félix al gato Fritz*, Editorial Gustavo Gili, Colección Punto Omega, volumen 247, Barcelona 1978.
- 7.- Coma, Javier, *Los comics un arte del siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Colección Comunicación, volumen 246, Barcelona 1978.
- 8.- Del Río, Eduardo, *El arte irrespetuoso: historia incompleta de la caricatura política*, Editorial Grijalbo S. A., segunda edición, México 1989.
- 9.- Del Río, Eduardo, *La vida de cuadrillos*, Editorial Grijalbo S. A., México 1990.
- 10.- Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Editorial Lumen, Barcelona 1975.
- 11.- Gallo, Miguel Angel, *Comics: Un enfoque sociológico*, Editorial Quinto Sol, México 1981.
- 12.- González Ramírez, Manuel, *Caricatura política*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México 1955.
- 13.- Gubern, Roman, *El lenguaje de los comics*, Editorial Peninsula, Barcelona 1974

- 14.- Gubern, Roman, *Literatura de la imagen*, Editorial Salvat, Biblioteca Salvat, Grandes Temas número 57, Barcelona 1980.
- 15.- Guerra, Georgina, *El comic o la historieta en la enseñanza*, Editorial Grijalbo, Colección Pedagógica, México 1982.
- 16.- Herner, Irene, *Mitos y monitos*, Editorial Nueva Imagen, México 1979.
- 17.- Herner, Irene, *Tarzán: El hombre mito*, primera edición en Editorial Posada S. A. de C. V., México 1984.
- 18.- Lara, Antonio, *El apasionante mundo del tebeo*, Cuadernos para el diálogo S. A. (EDICUSA), Madrid 1968.
- 19.- De Fotcuberta, Mar y Gomez Mopart, J. L., *Alternativas en comunicación*, Editorial Mitre, Barcelona 1983.
- 20.- Masotta, Oscar, *La historieta en el mundo moderno*, Editorial Paidós, Buenos Aires 1970.
- 21.- Paramio, Ludolfo, *El comic y la industria cultural*, monográfico de estudios de la información, Instituto de Opinión Pública, Madrid 1971.
- 22.- Parramón Vilasaló, José María, *Como dibujar historietas*, Instituto Parramón, Colección Aprender haciendo, Barcelona 1974.
- 23.- Posadas, José Guadalupe, *Historia de la caricatura en México*.
- 24.- Prieto Castillo, Daniel, *Discurso autoritario y Comunicación Alternativa*, Editorial Edicol S. A., México D. F. 1983.
- 25.- Prieto Castillo, Daniel, *Retórica y Manipulación Masiva*, Editorial Premia S. A., México 1984.
- 26.- Rodríguez Diéguez, J. L., *El comic y su utilización didáctica*, Colección Medios de Comunicación en la enseñanza, Editorial Gustavo Gili S. A., Barcelona 1977.
- 27.- Silva, Ludovico, *Teoría y práctica de la ideología*, Editorial Nuestro tiempo, México.
- 28.- Simpson Grinberg, Máximo, *Comunicación Masiva y Cambio Social*, Premia Editora de libros S. A., México 1986.

29.- Modesto Vázquez, G., *La historietica*, Promotora K. S. A., México 1981.

HEMEROGRAFIA

1.- Malvido, Adriana

La industria de la historieta o el floreciente negocio de las emociones
Revista Mexicana de Comunicación, Año II, número 7, Sep-Oct, páginas 20 a 27, México 1989.

2.- Meléndez, Jorge

Generación y Ahuizote

El Universal, Columna La voz invitada, México D. F., Julio 08, 1994, Primera plana sección cultural.

3.- Sánchez, Antulio

Lo icónico, el comic y la caricatura

Periódico Reforma, sección Cultural, Página 14 D, México D. F., Febrero 28, 1994.

GLOSARIO

GLOSARIO

CINÉTICO:

Es propio del movimiento, se deriva de la Cinética, ciencia que estudia el movimiento.

COMIC O HISTORIETA:

Narración gráfica visualizada mediante una serie de cuadros dibujados a partir de un guión previamente escrito, en la que existe un personaje central alrededor del cual gira el argumento, éste se explica mediante diálogos que son rotulados en cada cuadro a través de la acción, el movimiento y la expresión de los sujetos dibujados. Surge en los Estados Unidos en forma de tira cómica (daily strip), al ver el gran éxito de las mismas las empresas editoras decidieron sacar al mercado el Comic Book, que no es otra cosa más que una historia narrada en varias páginas. En México se adoptó con el nombre de historieta, luego de cambiar la temática de dichos comics.

COMUNICACIÓN MASIVA:

El emisor y el receptor no son individuos sino grupos más o menos extensos (masas), los mensajes se transmiten a través un órgano de información, con una repetición periódica que tiende a ser permanente. Tales mensajes son múltiples y muy numerosos.

CONCIENTIZACIÓN:

Despertar inquietudes y reflexión entre los lectores acerca los problemas existentes en nuestra sociedad.

DIFUSOR:

Es la acción de extender, divulgar fácilmente.

DISYUNTIVA:

Alternativa entre dos cosas por una de las cuales hay que optar.

ESTEREOTIPOS:

Imagen o idea aceptada por un grupo.

GESTUARIO:

Expresiones del rostro, mueca, figura, semblante, acto, hecho.

GLOBO:

Espacios en las historietas ilustradas donde figuran las palabras pronunciadas por los personajes.

HISTORIETA O COMIC ALTERNATIVO:

Es la respuesta a los comics comerciales, por lo que representa una nueva opción de lectura que tiene como finalidad la concientización y educación de la sociedad.

ICÓNICO:

Descripción de imágenes.

IDEOLOGÍA:

Conjunto de ideas, concepciones o doctrinas que nos imponen las clases o grupos dominantes para un determinado fin.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Son los canales artificiales de transmisión que el hombre ha inventado, para enviar a un receptor mensajes significantes de cualquier naturaleza y expresados de cualquier simbología.

SIMÉTRICA:

Armonía de las artes entre sí y con el todo, proporción adecuada.

TIPOGRAFÍA:

Es el arte de imprimir algún símbolo.

TIPOLOGÍA:

Símbolo que representa una imagen, cosa o figura.

UNIDAD NARRATIVA:

Es de forma rectangular de diferentes dimensiones en donde va incluido el texto del comic o historieta.