

32 00466



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA HISTORIETA,
VINCULACION Y DESVINCULACION CON LA
VIDA COTIDIANA POR LA CONSTRUCCION SOCIOCULTURAL DEL
GENERO, LA AGRESION Y EL PODER.

T E S I S

QUE PRESENTA EL:

L.C.C. HUGO ROSADO LAGUNES

PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRIA EN CIENCIAS

DE LA COMUNICACION

DIRECTORA DE TESIS: DRA. CAROLA GARCIA CALDERON



MEXICO, D. F.

200

TESIS CON
FALLA DE OPINEN



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.

ÍNDICE

	Dedicatorias y Agradecimientos _____	3
	Introducción _____	4
1.	Definición de la Historieta _____	11
1.1.	Mitos, Cuentos de Hadas e Historietas _____	14
1.2.	Los Estereotipos _____	21
1.3.	Antecedentes de la Historieta _____	24
1.3.1.	La Historieta "Género Menor" de los Medios de Difusión Masivos _____	27
1.4.	La Cultura como Industria _____	35
1.5.	La Historieta y su Legalidad _____	39
2.	Antecedentes de la Historieta como Género de los Medios de Difusión Masivos en México _____	49
2.1.	La Patria Ilustrada _____	51
2.2.	De la Caricatura a la Historieta _____	51
2.3.	La Historieta en la Prensa Moderna _____	52
2.4.	Moldes y Estereotipos Precedentes de la Historieta: Años Veinte y Treinta _____	56
2.5.	En Busca de Historietas para la Posteridad: Años Cuarenta y Cincuenta _____	60
2.6.	Rupturas: Individuales y Sociales: Años Sesenta _____	67
2.7.	Haciendo y Deshaciendo Historietas: Años Setenta _____	72
2.8.	Extensión, Límites y Alternativas de la Historieta: Años Ochenta _____	80
2.8.1.	Las Historietas Didácticas en México _____	93
2.8.2.	Las Historietas Independientes (Alternativas) _____	105
2.9.1.	¿Muerte o Resurgimiento de la Historieta Mexicana?: Años Noventa _____	112
3.	La Construcción Sociocultural del Género, La Agresión y El Poder Dentro de las Historietas en la Vida Cotidiana _____	128
3.1.	La Construcción Sociocultural del Género: "Lo Que Debe Ser" lo Masculino, "Lo Que Debe Ser" lo Femenino _____	130
3.1.1.	El Género en las Historietas _____	148
3.2.	El Poder _____	205
3.3.	La Agresión _____	217
3.4.	Vida Cotidiana _____	228
3.4.1.	La Vida Cotidiana en las Historietas _____	235
3.5.	Y el Lector ¿Qué? _____	238
3.5.1.	Esquemas Mentales _____	243
3.6.	La Historieta ¿Doxa o Epísteme? _____	246
3.7.	¿Qué Leemos o Qué Nos Hacen Leer? _____	250
3.8.	Historietas cómicas ¿Qué Debemos Entender al Respecto? _____	261
3.9.	Educación para la Recepción de los Medios de Difusión Masiva _____	270
3.10.	Conocimiento Propio del Lector _____	288
	Consideraciones Finales _____	294
	Biblio-hemerografía e Ilustraciones _____	314

Dedicatorias a:

Mi primano *José Alfredo Lagunes Rivera*, † 2 de febrero 1998.
 Mi tía *Patricia (A) Lagunes Rivera*, † 13 de junio 1999. Don *Ufemio
 Cabrera Alvarez* su pareja, † 19 de abril del 2000.
 Con el amor y cariño que les profesé.



Agradecimientos a:

La Maestra *Nancy López Villareal* por la crítica precisa del presente estudio de la comunicación y la vida cotidiana.
 La Maestra *Olga Bustos Romero*, quien motivó el conocimiento del género y su examen dentro de la comunicación.
 La Maestra *Francisca Robles* por los detalles en lo que respecta a la comunicación y a la vida cotidiana, la que nos es cercana y la que menciona la metodología.
 La Maestra *Stella Oranday Dávila* por su análisis con rigor a la tesis, que centró las categorías incluidas en este trabajo.
 La Dra. *Carola Isabel E. García Calderón* su paciencia y sobre todo, certeras observaciones.
Lorena M. Tornero Lagunes, primana y comadre, por su amor y auxilio.
Celia Mejía Lagunes, primana, por su amor e incondicional apoyo.
Héctor Lagunes Rivera, sobrino, su ayuda.
 El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el patrocinio otorgado con la beca que me permitió el avance en la investigación.

INTRODUCCIÓN

Las revistas de historietas son un importante fenómeno dentro de la industria de la comunicación en México; hay editoriales de *comics*¹ que se dedican a su producción, realizan la distribución y la exhibición con amplia cobertura en la República Mexicana, sus grandes tirajes evidencian que son un material de lectura accesible para amplios grupos de lectores que, al interactuar en los espacios doméstico, laboral y escolar, entre otros, las convierten en instrumentos de entretenimiento, logrando una gran aceptación.

¿Por qué razón? Son publicaciones periódicas que conjuntan dibujos o imágenes, a las que se les agregan breves diálogos escritos, encerrados en un pequeño espacio, que es el habla o bien, pensamientos, sueños, signos, señalizaciones que pertenecen a los personajes. Hay más elementos que complementan el dibujo: la vestimenta del personaje, la ambientación, los colores, entre otras cuestiones. Todos estos componentes atraen a los lectores de todas las edades, por la economía de la lectura de la imagen y del texto-narración.

Los analistas de la comunicación -de decenios anteriores- examinaron a todos los medios de "comunicación" masivos desde su aspecto burgués y capitalista. Dichos medios sobre todo la TV, la radio, el cine y los periódicos, los libros eran observados como los géneros mayores por su amplia cobertura en distintos escenarios y en los ámbitos de la mayoría de la población, a la vez, sus "mensajes" son al momento y constantes; de lo que corresponde a los efectos son prolongados por la alienación que producen en sus públicos. La historieta, también del grupo de los medios de difusión masivos (mdm), era uno de los géneros menores.

¿Por qué el género menor de los mdm? En general fue considerada un género menor por los analistas de la comunicación, frente a los medios electrónicos y los medios impresos, además de conceptuarlos como subliteratura, literatura trivial o barata, subcultura entre otras palabras que la descalificaban pero, sobre todo por su poca cobertura a nivel poblacional que depende de la cantidad del tiraje que realizan las editoriales; el contenido de sus argumentos y los posibles temas que tratan; el tipo de mensaje, explícito o implícito y de todo ello, el o los posibles efectos por su lectura.

Claro está que, en la cuestión de los géneros mayores como también los menores y los efectos que "produzcan" en sus públicos, de estos, dependerá el uso que

¹ Cuando las palabras *cómic* y *cómics* sean empleadas, se colocará acento escrito, de acuerdo con las reglas de acentuación en español. Sin embargo, cuando se trate de títulos (en inglés o español) y citas textuales, será respetada la acentuación original.

realicen de los medios (se recuerda la *Teoría de los Usos y las Gratificaciones de la Comunicación de Masas* de Katz, Blumler y Gurevitch y la actual tendencia de la *Educación para la Recepción de los Medios de Difusión Masiva*, ésta última descrita en el Capítulo IV).

Las investigaciones acerca de historietas de la década de los años sesenta y setenta, de una u otra manera han eliminado la idea que de ellas se tenían: lecturas simples, inocentes, sin "malicia", clasificándolas como conformadoras de ideología, de la cultura capitalista. En lo presente, los editorialistas locales, están perdiendo por la crisis económica, a la vez por no producir con calidad sus productos, pero en-sí por la estrategia de la mercadotecnia de los países industriales imperantes. Al margen de esa competencia, resulta más interesante, acercarse al análisis del tipo de vida cotidiana que reflejan y/o representan.

El presente trabajo gira en torno a las historietas mexicanas en diversas épocas, con relación a la vida cotidiana: la de todos los días, la que es "aburrída", donde no existe "nada relevante", la humilde y la "gris"; aquélla que dicen que, "si no fuera por los medios de difusión masivos", resultaría más desestimada.

Algunos autores resaltaron la ideología, olvidando otras variables como: la producción, distribución y consumo; señalaron sólo a Estados Unidos de América como los monopolizadores de los cómics; no investigaron acerca de las historietas alternativas en su producción, su contenido en comparación de los cómics comerciales, entre otras vertientes.

En la actualidad, las investigaciones al respecto varían en su posición ideológica, política, artística, académica entre las más observadas que, en éste trabajo se trata de mencionarlas por lo que, puede causar confusión. Por ello se aclara la disposición personal es ante todo académica, observando las diversas variables con sus ventajas y desventajas.

Las investigaciones acerca de los *comics* referían la ideología que proyectaban, ignorando la perspectiva de género dicotomizada de *lo que debe ser lo masculino* y *lo que debe ser lo femenino* su construcción sociocultural en México y, de las influencias de la "cultura moderna" estadounidense o euroasiáticas.

Los personajes femeninos en buena parte de las editoriales, en lo presente *-análisis sucinto de las historietas publicadas por las editoriales Ejea, Toukán, Mango y Multicolor, durante el período de diciembre de 1997 a enero de 1998*² las ubican en

² Este período por lo variado de las circunstancias, por la etapa de vacaciones y sus días de descanso (24 y 31), la relación familiar, las ilusiones, los proyectos y el siguiente mes la "cuesta de enero". Meses en los que, se reconocen las pocas o nulas capacidades de avance, por modo propio o peor aún, por la influencia de su contexto personal y el contexto político, económico y social.

escenarios y ámbitos diversos, en algunos casos son protagonistas principales, concediéndoles su independencia, su presteza sin embargo, continua la imagen tradicional de ama de casa, la abnegada, la insufrible, la sumisa y peor aún, es notorio que -así lo apuntó Henry Lefevbre- sean: objetos, sujetos y víctimas de la vida cotidiana dentro de las historietas, a la vez consumidoras, mercancías y símbolos de una sociedad determinada dentro de una estructura social. Esto es una triste evidencia, porque a pesar de su lucha, su reivindicación, de lo que forman, conforman y aportan al ámbito nacional y mundial, a las mujeres las sigan marginando.

En el estudio de la vida cotidiana, se observan dos aspectos:

- a) Es dentro de la vida cotidiana que los particulares -hombres y mujeres- pueden reproducirse dentro de la sociedad, al desarrollar sus actividades en un mundo concreto, es la vida cotidiana, de la socialización y por consiguiente el modo de su humanización -claro esta que, dependerá de una estructura social determinada. En éste país lo han "apegado" al modelo neoliberal.
- b) La siguiente idea, lo señalan María Isabel Cassigoli Salomón y María Alicia Barrios Perelman³, la Sociología de la Vida Cotidiana, es el estudio que rechaza la especialización de cualquier ciencia específica. Implica una crítica total de la generalidad y en consecuencia es una tarea de carácter interdisciplinario lo más específico a las repercusiones en lo común, en lo cotidiano de los/las particulares.

La vida cotidiana es el conjunto de actividades (entre las más específicas: el trabajo productivo, las relaciones sociales, el tiempo libre) que caracterizan la reproducción social de los particulares (hombres y mujeres), los cuales a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social⁴.

Las historietas ¿son de lectura simple o compleja? Son de lectura simple dentro de un complejo cultural. Por ello, la importancia de analizarlas dentro de esa estructura y en la vida diaria. Entendiendo como vida cotidiana la planteada por Ágnes Heller en *Sociología de la Vida Cotidiana*, en donde allana un camino que permite investigar, el por y para qué en un sistema social determinado, tendiendo redes en todos los ámbitos y escenarios. Al realizar este análisis con base en lo elaborado por Heller es proseguir en su línea metodológica histórica-dialéctica.

En algunos puntos del análisis también se hará referencia a la obra de John B. Thompson: *Ideología y Cultura Moderna* para evitar, apegarse a conceptos, métodos

³ Cassigoli Salomón, María Isabel y; Barrios Perelman, María Alicia: *Poder, Medios de Comunicación Masiva y Vida Cotidiana*, p.94.

⁴ Heller, Ágnes: *Sociología de la Vida Cotidiana*, p.19.

o clasificaciones tradicionales, considerando que la dinámica social y mundial produce nuevos paradigmas que mueven el orden o el nuevo orden mundial.

En el desarrollo de este trabajo, se trata de analizar *la poca o nula vinculación de las historietas con la vida cotidiana de los lectores, los cuales, aceptan sin cuestionamientos los contenidos-mensajes dados por el emisor de ese medio, además de, demostrar como las lecturas de las historietas pueden fomentar la agresión y la discriminación entre los sexos.*

Sin embargo el objetivo inicial del presente trabajo que era, *conocer qué perciben, valoran y aprenden los lectores de las historietas que manejan el género -la construcción sociocultural de dicho término- la agresión como "algo" que es parte de la vida cotidiana.* Se vió rebasado por el amplísimo volumen de información y por la dificultad de elaborarse un trabajo de campo lo suficientemente vasto que proporcionará la real percepción de lo lectores. Por tal razón, esta tesis infiere solamente tales aproximaciones a partir del análisis de las historietas.

Lo que sí se plantea, a partir del número de lectores, es que estos aceptan sin muchos cuestionamientos los contenidos-mensajes dados por el emisor de ese medio. Situación que puede fomentar la agresión y asentar las diferencias y las discriminaciones de los sexos. Verdades a medias, las historietas de los años noventa refieren y abren sus espacios a la problemática actual empero, la representación de las dificultades es superficial, no ahondan, no analizan porque no es ese el interés del emisor.

Las historietas, como un género de los medios de difusión masivos -sobre todo la TV, el cine, la radio, el video y la prensa- contribuye al fomento de la agresividad y la discriminación de los sexos. La historieta al igual que dichos medios, crea y recrea atmósferas sensacionalistas de violencia, intriga, poder y sexo, entre otras características.

En el Capítulo I, se desarrolla el marco teórico, conceptual que sustenta los siguientes capítulos. Trata de aproximarse a la epistemología en sus escenarios antropológico, psicológico y sociológico. El *cómic* o la historieta es la continuación del mito sólo que, con más elementos que la complementan.

Los mitos antiguos continuaron por las leyendas orales, por cuentos imaginados o fantaseados que, al advenimiento de la imprenta, prosiguieron y extendieron su andar. La imprenta, primer instrumento de difusión, permitió a los volantes, las gacetillas y los periódicos, su expansión hacia diferentes públicos del mundo. El mito, la leyenda oral y los cuentos de hadas ganarían en apreciación estética, mas perderían en "originalidad" y sensibilización, más aún por la fijación de estereotipos (la historieta proyecta estereotipos lineales tanto en las imágenes y de lo que corresponde a los diálogos).

Crearon nuevos mitos, recreados con fantasías *suprahumanas* a *superhumanas*, sin embargo no tienen las raíces de los mitos antiguos que cubrían una expectativa de vida colectiva, social y cultural. Ahora, el o los mitos de alguna manera cubren expectativas aunque más de fuga y esparcimiento y, no tanto como en la antigüedad, de trascendencia humana.

Las historietas, al ser uno de los géneros de los medios de difusión masivos, no pueden ocultar los intereses económicos de quien la sustenta. Intereses que convergen en su expansión multinacional y de algo todavía mayor, el lugar que quieren ocupar, el número uno en el mundo. Como industria "cultural", desarrollan su "cultura" que, al homogeneizar o por lo menos diversificarla para distintos públicos la "masifica", la extiende y amplía a todos los países. Distribución, circulación y consumo garantizados al "crear" empleos en dichas regiones, o bien al permitir a editoriales locales el "usar" a los personajes así, entrando al consumo, al "ambiente cultural" e introyectando una falsa conciencia en la vida.

La "industria cultural" en-sí, son empresas internacionales que compran, invierten y reestructuran bienes y servicios culturales de otros países para obtener y aumentar los mercados de sus productos. La "industria cultural" es la producción, modo de fabricación, la clasificación, la comercialización, la centralización, la monopolización y la difusión de dichos bienes y servicios culturales. Existen varios tipos: a) artesanales (libros, discos, reproducción de pinturas y esculturas); industrias editoriales o complejos industriales (cine, TV, , de la música, etc.)

En el Capítulo II, se recupera antecedentes de la historieta en México y se capta las siguientes variables: 1) Lo elaborado en Estados Unidos de América, en el sentido de las innovaciones de los lenguajes del cómic y su influencia en México. 2) La agresión, el poder y la construcción sociocultural del género en los contenidos de las historietas en México. 3) La vida cotidiana que hubo en los momentos de su producción y la que se proyectaba. 4) En las décadas de los años sesenta y los setenta, los analistas en sus estudios "destrozaron" a los *comics*, a pesar de ello, no hubo una metodología de sus análisis que perdurase hasta nuestros días. 5) En esta última década se expande el gusto por los *cómics* estadounidenses y *manga* japoneses. En México, el cómic se desarrolló desde los años veinte como una tira cómica y en los años treinta como *comic book*. Lo anterior, debido a la necesidad de las editoriales mexicanas por ampliar su mercado, asimismo de las editoriales transnacionales la apertura para que promocionen y divulguen sus productos con mayores recursos humanos y materiales. 6) Resulta que los estudios de los años noventa, basaron su marco teórico con lo expuesto en los años setenta. 7) Señalar dos posiciones, quienes dan por muerta a la historieta mexicana y, quienes le

resaltan sus virtudes y sus ventajas en otros ámbitos por ejemplo en lo artístico y en lo didáctico.

Acerca de los conceptos: la agresión, el poder, del género su construcción sociocultural y, la vida cotidiana resultó arduo vincularlos con las historietas ya que, pareciera un lugar común, establecido en suma normal, sin embargo, para el estudio de la perspectiva del género esto no es así. Por todo lo que hay detrás simbólica, cultural y socialmente.

La agresión de la forma como se maneja en las historietas es la lucha de buenos contra malos; en los aspectos del corazón, la agresión gira hacia ambos sexos. La expectativa de la "novela rosa" cubre la necesidad de afecto amoroso, pero se ignora la reproducción social en los diversos ámbitos, dentro de una división social del trabajo.

Con lo que respecta al poder, también tiene vértices que se dispersan hacia disciplinas como la psicología, la sociología, la filosofía, la antropología y la ciencia política por mencionar algunas. Dentro del contenido de las historietas su manejo es maniqueísta.

Puede observarse en las historietas "inclinadas" a la vida cotidiana -más bien, la representación de costumbres de ciertos estratos de la sociedad- que la manipulación -derivación del poder- la figuración de los -personajes- malos con base en su poder económico o sus conocimientos -científicos y/o tecnológicos- aplicados para "hacer el mal"; él o la egoísta manipulan. Ambas tipificaciones lo hacen para su satisfacción personal. En las historietas mexicanas representan los aspectos negativos de lo que es ser mexicano(a), dimensionándolos en su idiosincrasia, sin considerar las diferencias en la forma de ser de los mexicano(a)s, además de sus ámbitos y escenarios.

Pocas investigaciones han efectuado análisis desde la perspectiva y estudio del género. Además no se ha considerado la discriminación de los niños, los ancianos, los indígenas, las personas que presentan alguna discapacidad y las personas con otro tipo de preferencia sexual. La vida cotidiana como reproducción social no es representada en las historietas. La vida cotidiana que es toda la vida está enajenada.

Se trata de no mantenerse al margen después de desarrollar el marco histórico y teórico, propiciando la reflexión. Por lo cual se realiza un acercamiento sucinto de lo que es el lector. Claro está que, un estudio así, debería ser mejor de campo. Cuestión que fue imposible y daba otro giro a la investigación; ante lo quimérico, se optó por revisar estudios acerca de lectores e historietas.

En suma, lector e historieta era la intención, debido a lo anterior, en el mismo Capítulo III, se agrega el subtema: Y el Lector ¿Qué?. La historieta ha arraigado en las personas porque en ellas existen esquemas mentales, agregamos los estereotipos que los emisores de los medios utilizan para representar sus personajes, facilitando la interpretación, que deben efectuar los receptores.

Las historietas han conservado en la mayoría de los grupos el mismo método y técnica más aún las historietas cómicas. Claro es que debemos diferenciar los lectores que leen *Maestros y Chalanas*, los que leen *La Familia Burrón*, los que leen a *Superman*.

La presente investigación es una búsqueda de aplicaciones para que el lector comprenda lo que son en sí los cómics. Resaltando la educación para la recepción de los medios de difusión masivos, la visión crítica hacia la lectura de las historietas. Se trata de una serie de postulados teóricos, con el fin de un análisis serio en torno a las historietas. Sin embargo, la apreciación o el rechazo dependerá de cada lector y de su criterio.

El criterio, que en-sí se pondera, es que en los argumentos, los contenidos dentro de la historieta debería existir la reivindicación del ser humano, del género humano y no su renuncia y la división que le han conformado y transformado.

CAPÍTULO I

1. Definición de Historieta:

Acerca de la definición de la historieta no es sencilla su mención. Dos expresiones actuales indican su nombre: *comic* (término anglosajón) e *historieta* (término hispanoamericano), establecen así los calificativos que el pueblo, el público (los lectores) denominó en los inicios.

Gubern -primer autor que detalló este fenómeno- en *El Lenguaje de los Comics*, definió: “(...)los comics como ‘estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas, en los cuales pueden integrarse elementos de escritura fonética(...)”⁵. Más adelante refiere: “(...)constituyen un medio expresivo perteneciente a la familia de los medios nacidos de la integración del lenguaje icónico y del lenguaje literario(...)”. Elementos que va desarrollando: “(...) a) La ‘estructura narrativa’ presupone necesariamente la ‘secuencia’, o discurso sintagmático(...); b) Una ‘estructura narrativa’ puede formarse mediante una concatenación de palabras (lenguaje oral o escrito) o de gestos (lenguaje de sordomudos)(...); “(...)con el lenguaje verbal, definiremos el ‘iconema’ (equivalente al ‘fonema’), como ‘el mínimo rasgo gráfico carente de significado icónico por sí mismo(...)”⁶.

José Luis Rodríguez Diéguez⁷ en *El Cómic y su Utilización Didáctica* menciona diversas definiciones, doce en total; los autores que él citó, están comprendidos entre los años 1969 y 1986, en los cuales efectuaron sus disertaciones. Claro está que en cuestión de definiciones, antes como ahora, surgieron y surgen “propuestas”.

Es necesario destacar dos cuestiones que surgen de la revisión de las definiciones:

- a) Los cambios dados en el tiempo, de las letras o las palabras: historieta, sobre todo, en Hispanoamérica. En México la palabra historieta ha variado, antes llamadas *pepines*, *monitos*. Por otra parte, la Real Academia de la Lengua Española tardó en incorporarla al diccionario. ya que en un principio no se empleaba.

⁵ Gubern, Roman: *El Lenguaje de los Comics*, p.105

⁶ IBID, p.107-108

⁷ Rodríguez Diéguez, José Luis: *El Cómic y su Utilización Didáctica, Los Tebeos en la Enseñanza*, p. 17 a 20.

b) La definición no basta por sí sola, pues en ella están implícitas características y/o elementos que la conforman, pero que también la hacen más expansiva. Por ello, no es una definición estable, perenne.

Gubern y Luis Gasca clasifican las convenciones semióticas del cómic en tres apartados. El relativo a 1) la iconografía; 2) la expresión literaria; 3) las técnicas narrativas. Los autores Annie Baron-Carvais y Daniel Barbieri, son los que mayor énfasis dieron al lenguaje o los lenguaje del cómic. Es Barbieri en su obra que realiza la distinción: cuatro tipos de lenguajes relacionados con el cómic:

A) Inclusión (un lenguaje está incluido en otro, forma parte de otro): El lenguaje del cómic forma parte del lenguaje general de la narrativa, así como el cine y otros lenguajes que le son familiares.

B) Generación (un lenguaje es generado por otro), el cómic históricamente nace del lenguaje de la ilustración, la caricatura o la literatura ilustrada.

C) Convergencia (dos lenguajes convergen en algunos aspectos) como la pintura, la fotografía y la gráfica; hay cierto parentesco horizontal, mas no desciende de ellos, se emparenta.

D) Adecuación, (un lenguaje se adecua a otro), el cómic reproduce en su interior otro lenguaje para lo propio, en cuestiones expresivas equivalentes⁸. Los fundamentos siguientes son resumen breve -forzado- de lo que Barbieri desarrolló en el libro:

Lenguajes de la imagen: la ilustración, la caricatura, la pintura, la fotografía y la gráfica. Los problemas que predominan en el lenguaje son la organización espacio-página, de líneas gráficas, de las técnicas de la deformación espacial con fines expresivos, de la presentación de la profundidad, del encuadre de la organización gráfica en general.

Lenguajes de temporalidad: como en la poesía, la música y la literatura, el enfoque desde los problemas de repetición, y modulación de armonía y polifonía, y de estructuras textuales.

⁸ Barbieri, Daniele: *Los Lenguajes de los Comic*, p. 14.

Lenguajes de imagen y temporalidad: como el teatro (convenciones expresivas y el uso informativo de diálogos y monólogos) y el cine (de animación para la representación de movimiento en el cómic; la extensión y la organización de las secuencias). En sus dimensiones especiales (de la imagen) y la temporal, como el cómic.

Autores, diccionarios, enciclopedias dan sus definiciones. Ante lo mencionado, ¿qué debe proceder? ¿utilizar una definición según lo que se investigue, o utilizar una definición según importancia o jerarquía académica, social, regional y/o mundial?

Al respecto se anotan observaciones que surgieron al analizar a investigadores, diccionarios y enciclopedias:

- Efectúan análisis epistemológico e histórico de ambos términos.
- Realizan el análisis de cada uno de los elementos semiológicos que hoy conforman el cómic.
- La tira cómica (semanal o dominical), la página y el “cuaderno o libro” de historieta no los diferencian. Pocos son los autores que logran marcar las distinciones, como a la vez, establecer reglas que cada uno tiene de sus contenidos, de sus procedimientos.
- Citan autores que en cuestión cronológica, no es factible su definición, considerando que en ciertos años todavía no se creaban elementos para lograr la estructura del cómic.

La mayoría* de los autores se inclinan por dos tipos de definiciones: a) técnicas con sentido común; b) técnicas de carácter semiológico. Estas últimas, con los elementos que incorporan, explican más la definición y lo implícito en la misma.

Una definición de carácter de sentido común:

Son dibujos o imágenes, a las que se les agrega breves diálogos escritos, encerrados en un pequeño espacio, que es el habla o bien, pensamientos, sueños, signos, señalizaciones que pertenecen a los personajes. Fuera de éste, marcan alguna acción; agregan además narraciones escritas acerca del personaje o la “historia”, que en sí, es el argumento que la guía. Hay más elementos que complementan el dibujo: la vestimenta del personaje y la ambientación, en un contexto socio-histórico.

Este primer dibujo puede o no ocupar parte o todo el espacio de la hoja (lámina) a la vez, continuar otro o varios dibujos, los cuales conforman una

viñeta, que es la ilustración de lo mencionado. Varias viñetas forman una tira cómica; varias tiras cómicas conforman una página; varias páginas, la revista de historieta. La tira, la lámina y la historieta tienen desarrollo y desenlaces diferentes. La tira cómica tiende más al humor “blanco o negro”, a la sátira político-social-cultural.

Una definición técnica de carácter semiológico:

Es una forma narrativa con dos lenguajes: Icónico (gráfico, de imagen) y Lingüístico (fonético, verbal) que conforman los pictogramas (presentada en forma impresa que contienen códigos lingüísticos, paralingüísticos, kinésicos, proxémicos; así como la cronémica, los arquetipos-estereotipos, las adjetivaciones y la lexicología), puede existir una serie de personajes recurrentes y que relacionan ambos lenguajes entre una u otra imagen gráfica o narrativa que, produce una secuencia de viñetas estructurada en montaje, divididas en tiras o episodios.

1.1. Mitos, Cuentos de Hadas e Historietas:

¿Qué relación hay entre estos conceptos? O bien ¿cómo “se interrelacionan”? ¿por qué y para qué usa tal peculiaridad?.

Resulta innegable que las características psicológicas de los seres humanos tiendan a ser similares en comportamientos, conductas, actitudes, motivaciones y hasta sociológicas, sin embargo, las circunstancias exteriores: rol, *status*, en el ámbito social y su arraigo en costumbres y tradiciones culturales son acontecimientos que varían lo primeramente mencionado. El ser humano tiene necesidad de soñar y fantasear, esto es una bioquímica interna.

La sabiduría popular recuerda el dicho “cada cabeza es un mundo” y lo es. Cada ser humano sueña y fantasea de manera diferente pero, se reconoce que, en el inicio de este milenio los sueños y fantasías los han exacerbado; han creado sueños y fantasías para ser consumidos; sueños y fantasías de mercado. Con ello han “asesinado” a la imaginación colectiva para uniformarla con los productos del *mercatizing* de la industria cultural. Una industria cultural que ha basado sus esquemas en substancias arraigadas en los seres humanos: los mitos. Mitos creados y acrecentados en la antigüedad, acompañados de sus ritos y ceremonias. Cada cultura, o bien, cada pueblo, hoy nación, creó su mitología.

El mito es concepto policromo: Mito, 1884. Tomado del gr. *Mythos* fábula, leyenda. Cpt. *Mitología*, 1734, gr. *Mythología* íd.; mitológico, 1708⁹. A los mitos de la antigüedad, casi con similares características han originado los mitos modernos, los mitos contemporáneos. Autores que se refieren al mito mencionan a los griegos, pero numerosas son las culturas que cuentan con mitos. Hay autores que, confunden mito con leyenda, mito con o sin símbolos. En la actualidad se reconoce que toda la humanidad en sí, somos seres simbólicos, la pregunta sería ¿más o menos qué antes?

El mito como relato, como narración de la historia de algún personaje combinado con elementos simbólicos, esto con referencia a las tradiciones de los pueblos. Las mitologías describen: 1) los nacimientos de dioses (Teogonías); 2) el nacimiento del mundo (Cosmogonías); 3) de la muerte y del tiempo terrestre (Escatología); 4) los ciclos, divinos y heroicos, constituidos por series de aventuras del protagonista (dios o semidiós); 5) las narraciones largas centradas no en un personaje, sino en una intriga novelesca que recoge lejanos hechos históricos que quedan transfigurados; 6) leyendas etiológicas o anécdotas que intentan explicar algún aspecto sorprendente de la realidad. Así lo analizaron Carlos García Gual¹⁰ y José Alsina¹¹.

Hans Georg Gadamer señaló que la tradición mítica es un momento de apropiación pensante, después se interpreta, lo dicho en la leyenda, leyenda oral, susceptible a ser escrita. Por ello, el lenguaje se convirtió en literatura. La literatura occidental atravesó por la epopeya, la tragedia y la gran lírica hacia un amplio espacio para la fantasía narradora. Erich Fromm, García Gual y Bruno Bettelheim convergen en que el mito, las historias bíblicas y los cuentos de hadas componen la literatura y la imaginación que ha educado a los seres humanos, durante casi toda la existencia. Bruno Bettelheim en la introducción de su obra indica el porqué, con palabras comunes pero ciertas. El especifica que la necesidad más urgente y difícil es la de encontrar un significado a nuestras vidas; al comprender lo que es y debe ser el sentido de la vida significa haber alcanzado la madurez psicológica. En los niños dicha madurez comprende la educación y, la literatura aportará la información cultural.

La literatura debe de motivar su atención, debe divertirlo, excitar su curiosidad y, a la vez, estimular su imaginación, ayudarle a desarrollar su intelecto y a

⁹ Corominas, Joan: *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Española*, p 398.

¹⁰ García Gual, Carlos: *La Mitología, Interpretación del Pensamiento Mítico*, p.12.

¹¹ Alsina, José: *La Mitología*, p.9.

clarificar sus emociones según los aspectos de su personalidad. Para los niños, la lectura de los cuentos de hadas, ayuda en su proceso de maduración esto es una ventaja primordial.

Ludolfo Paramio indica: “(...)resulta claro que toda mitagogía (procesos que originan un impedimento para la consecución de un conocimiento y una práctica objetiva)* es ideología. En efecto, toda mitagogía proporciona un falso modelo de una contradicción de la estructura social(...)”¹². El sistema al autoperpetuarse pretende encubrirse con el engañoso camuflaje de una falsa evidencia: la ideología. Aunque la mitagogía es una parte, su aparición en la vida social muestra, en primer término, una seudorealidad y en segundo, una necesidad de transformarla, cambiarla.

Paramio infiere que, en el ámbito individual, el mito le proporciona al hombre modelos de comportamiento-conductas que responden a determinados problemas. En el ámbito social es modelo y da sentido a la existencia vista en dos grupos: a) lo esencial, que “debe ser hecho” o “nos permite vivir realmente”; b) lo accidental. El mito refiere a los tiempos fabulosos de los comienzos, por lo tanto, es un modelo no operativo.

El investigador Roland Barthes profundizó más acerca del mito al señalar que constituye un sistema de comunicación, un mensaje; se trata de un modo de significación, de una forma.

El mito es un habla elegida por la historia; puede estar formada de escrituras y representaciones. Todo puede servir como soporte para el habla mítica que en la vida cotidiana tiene representaciones, una, de oposición -o *antifesis*- de lo real a lo ideológico; y otra, como un supuesto -o *seudofisis*- proporcionadas por la burguesía. Entiende por lenguaje, discurso, habla, etcétera, toda unidad o todas síntesis significativa, sea verbal o visual. Las representaciones del mito son en sí, metalenguaje, el cual, despolitiza y los expande con su forma retórica.

“(...)La semiología es una ciencia de las formas, puesto que estudia las significaciones independientemente de su contenido(...)”. La mitología: “(...)forma parte de la semiología como ciencia formal y de la ideología como ciencia histórica, estudia las ideas como forma(...)”¹³.

* Paréntesis propio.

¹² Paramio, Ludolfo: *Mito e Ideología*, p. 98.

¹³ Barthes, Roland, *Mitologías*, p.202-203.

Barthes explica que en el mito hay dos sistemas semiológicos: 1) el sistema lingüístico, la lengua o lenguaje-objeto (con el cual el mito construye su propio sistema); 2) el mito mismo, que llama metalenguaje porque es una lengua en la cual se habla de la primera. Los mitos no se crean solos, uno o alguien los crea. Es la colectividad humana quienes lo afirman y reafirman.

El mito, como sistema de comunicación, es ideología. Ideología que está implícita o explícita en los interlocutores: emisor y receptor. Esto, pensando en la comunicación interpersonal; en la comunicación mediática de los medios de difusión masivos también ejerce dicho sistema, aunque en esta circunstancia, el emisor tiene más ventajas sobre su(s) receptor(es).

Las rutinas en la vida cotidiana repiten y renacen, comienzan un ciclo. Los símbolos y las palabras se fundan en el ser, forma parte de su estructura interna, de su vida. El ser-sujeto se vuelve objeto, al admitir e identificarse con el símbolo, y a pesar de ello, es sociable, con todas las ventajas y desventajas que esto conlleva.

Gadamer lo dedujo en su libro *Mito y Razón*. El mito es un concepto contrario a la imagen científica del mundo (lo que es incalculable y dominable mediante el saber); lo que no es verificable, cae en el ámbito de la fantasía. El mito se opone a la razón, que es un concepto moderno. El paso del mito al logos es más por cuestiones del poder económico, social, estatal.

Es importante destacar el proceso psicológico que el mito genera en el ser humano o más bien por qué y cómo se fue generando y entronizando en la humanidad. Tampoco puede negarse que es parte de la vida cotidiana, en la época actual, como lo fue en la antigüedad. Sin ignorar que su estimación en cada etapa, se debió a procesos distintos.

Por el lado de la psicología, los mitos y los sueños tienen algo en común; ellos recurren al lenguaje simbólico: "(...)los mitos y los sueños figuraban entre las más significativas expresiones mentales, y no entenderlas equivalía a la ignorancia(...)". "(...)todos los mitos y todos los sueños tiene algo en común, y es que todos ellos son "escritos" en el mismo idioma, el lenguaje simbólico(...)"¹⁴. "(...)El lenguaje simbólico es un lenguaje en el que el mundo exterior constituye un símbolo del mundo interior, un símbolo que representa nuestra alma y nuestra mente(...)"¹⁵. En la actualidad surge un

¹⁴ Fromm, Erich: *El Lenguaje Olvidado, Introducción a la Comprensión de los Sueños, Mitos y Cuentos de Hadas*, Librería Hachette, p. 14.

¹⁵ IBID, p.18.

“choque” entre el *no deber ignorar* los sueños y los mitos o por ellos, ser ignorantes.

Por ello, es importante destacar el no ignorar los sueños y los mitos. No en balde a últimas fechas existe un auge de esoterismo, astrología, astronomía; refuerzan los mitos de antaño con los mitos “modernos”. Sin embargo, la ciencia aún no define su posición con lo que respecta a lo esotérico, la astrología sus ritos y ceremonias que, de una u otra manera, apoyan psicológicamente a las personas por dos causas: a) la realidad o circunstancias las superan, o bien, b) perciben y sienten que no están solos en este mundo.

Erich Fromm distingue tres clases de símbolos: A) El convencional, el cual relacionamos siendo niños, mediante la repetida experiencia de escuchar la palabra referida al objeto hasta que se forma una asociación permanente. El símbolo tiene una relación inminente con el sentimiento que simboliza. B) El accidental lo que puede acontecer en un momento dado. “(...)Aquí la relación entre el símbolo y el episodio simbolizado es completamente accidental (...) En los sueños no obstante, los símbolos accidentados son frecuentes(...)”¹⁶, y C) El símbolo universal, aquél en el que hay una relación intrínseca entre el símbolo y lo que representa. Todos ellos, arraigados o no, en la mayoría de nosotros “(...)Tiene sus raíces en la experiencia de la afinidad que existe entre una emoción o un pensamiento por una parte, y una experiencia sensorial por otra (...) El símbolo universal tiene sus raíces en las propiedades de nuestro cuerpo, nuestros sentidos y nuestra mente, que son comunes a todos los hombres, y por consiguiente no se limita a personas o grupos determinados(...)”¹⁷.

Un aspecto que al parecer no apunta, es la fantasía. La fantasía provocada por la conciencia o por la inconsciencia, que además, relaciona o “entremezcla” con, o en los sueños. ¿Cómo o por qué es la “provocación” de la fantasía? “Las palabras despiertan sentimientos y son el medios universal con que los hombres influyen unos en otros”.

Procesos anímicos son:

Inconscientes
(Pensar y querer inconscientes)

Procesos conscientes son:

Actos singulares, parte de
la vida anímica.

Lo anímico es: es el sentir, el pensar, el querer; cuestiones que nos causan pulsiones (proceso dinámico -carga energética, factor de motilidad- que hace tender al organismo hacia un fin). Las mociones pulsionales también crean arte y cultura.

¹⁶ IBID, p.20.

¹⁷ IBID, p.22.

Las mociones pulsionales se manifiestan en dos sentidos: estricto (lo riguroso que no observa cambio) y *lato* (lo extendido, que abarca más). Ambos sentidos son o no, causa de las enfermedades mentales como síntomas (la neurosis tiene un sentido por regla general inconsciente).

Existen dos fantasías: la realidad psíquica (ésta es la decisiva) y, la realidad material. Ambas dan el sentido de un proceso psíquico: son intenciones de la perturbación con dos manifestaciones: las operaciones fallidas y los sueños con dos vías. A su vez, los sueños están relacionados con: el cumplimiento del deseo o la vivencia alucinatoria¹⁸. Apegándolo a la historieta, el efecto de ésta es relativo o casi nulo. Depende del momento de lectura; del lugar en que esté; del género y contenido de la historieta y sobre todo, del lector, de su comportamiento-conducta.

Eco citó que en Estados Unidos de América, la civilización de masas es un ejemplo de mistificación dada por la producción de los medios masivos, entre ellos, el *comic strips*. *Superman*, al igual que en su época lo fueron *Hércules*, *Sigfrido*, *Orlando* o *Peter Pan*, es un héroe humanizado, omnipotente en lo físico y lo mental. Sin embargo, posee mayor poder tecnológico, mismo que se extiende al nivel cósmico y aún más. Él podrá alterar, sí lo desea, el orden político, económico y tecnológico del mundo, a pesar, que su ámbito es circunscrito a la pequeña comunidad de *Metrópolis*.

Eco enfatiza: "(...)Pero en una sociedad particularmente nivelada, en que las perturbaciones psicológicas, las frustraciones y los complejos de inferioridad están a la orden del día; en la sociedad industrial en la que el hombre se convierte en un número dentro del ámbito de una organización que decide por él (...) El héroe debe encarnar las exigencias de potencia que el ciudadano vulgar alimenta y no puede satisfacer(...)"¹⁹.

Traslapa estos modos generales con lo que respecta a la historieta. Un análisis semiológico de sus lenguajes: el lingüístico y el icónico, realizado de manera sistemática, concienzuda, indicaría si son bases racionales que construyen verso a verso, imagen a imagen, historieta por historieta una cadena de razones que defienden o justifican un conjunto de relaciones sociales y, persuaden al público de qué es digno de apoyo. Una investigación así, marcaría la realidad de las historietas: intenciones del emisor (editoriales); qué tipo de historietas existen; lugar de procedencia; series o temáticas más frecuentes. O bien, qué de todo lo escrito arriba, es esporádico.

¹⁸ Apuntes de la materia: La Función de la Fantasía y su Relación con los Medios de Comunicación, impartido por el Profesor Enrique Maorenzic Zaffini, FCPyS-UNAM, enero-junio, 1997.

¹⁹ Eco, Umberto: *Apocalípticos e Integrados*, p.226.

Thompson describe el modo llamado simulación de las formas simbólicas que él clasifica; aplicado a la historieta dependerá del género que se lea. En este caso lo cómico que busca generar humor ¿qué tanto niega, disimula las relaciones sociales de las clases? ¿las sustituye? ¿o eufemiza las relaciones dándoles un valor positivo?

Otra característica es la unificación. Una de sus estrategias típicas, de la cual se expresan las formas simbólicas es la estandarización, que promueve la base aceptable y común del intercambio simbólico (como es el caso de los estereotipos).

La fragmentación, que construye la diferenciación, enfatizando las distinciones, diferencias y divisiones que hay entre grupos e individuos. Los desune e impide que se constituyan en un desafío efectivo para las relaciones existentes. Diferenciación de contenidos (la “pluralidad” existe en México) en las historietas. Por ejemplo: *Sensacional de Barrios*; *Sensacional de Colegialas* (Editorial Ejea); *Batman, Spawn, Samurai, La Bestia* (Editorial Vid); *Temas Prohibidos de las Pasiones Humanas* (Editorial Relatos); *Las Chambeadoras* (Editorial Mango); *Todo Pasa* (Editorial Multicolor); *Bellas de Noche, Cariñosas y Seductoras* (Editorial Toukán); *Las Mil Noches y Una Más* (Editorial Las Uvas), etc. Cada editorial ha definido a qué tipo de público está dirigido su producto.

La mayoría de las editoriales de historietas mantienen sus *estereotipos* dentro de las formas más simbólicas; para ellos no “existen” los indígenas, los ancianos, los niños, personas con alguna discapacidad o de otro tipo de preferencias sexuales. Del primer grupo no hay referencias y si las hay, son de burla por su presunta ignorancia o son mencionados como elementos pintorescos; de los ancianos, sólo será referido porque sea cercano al personaje principal más nunca como personaje principal de alguna historieta; los niños son representados en ocasiones como personajes secundarios o bien como principales aunque, inocentes y “tontos”; las personas con discapacidad no existen en los *comics*; los homosexuales serán mencionados en son de burla y/o humillación. De estos cuatro grupos, en escasas ocasiones ahondan en sus muy particulares casos.

La ideología como cosificación, lo expresan por medio de diversos recursos gramaticales y sintácticos, tales como la nominalización y la pasivización. Ambos enfocan la atención del lector en ciertos temas a expensas de otros.

Conceptos que más que definirlos son utilizados por las editoriales que al parecer no cuentan con otros recursos como podrían ser los artísticos, estéticos o argumentales.

Thompson afirma que los fenómenos ideológicos son fenómenos simbólicos significativos en la medida en que sirven, en circunstancias sociohistóricas particulares para establecer y sostener las relaciones de dominación. Distingue los modos generales con los que opera la ideología: la representación de las relaciones de dominación como legítimas o declaración de legitimidad, basada en tres características bases racionales, tradicionales y carismáticas, otras dos estrategias: la universalización y la narrativización.

La última característica, que engloba a las anteriores, es el aspecto contextual (contexto social estructurado, especifica escenarios espacio-temporales) son “(...)las formas simbólicas se insertan siempre en contextos y procesos sociohistóricos específicos dentro y, por medio de los cuales, se producen y reciben(...)”²⁰.

Hoy día, vista la historieta de forma simbólica y, asignándoles un valor económico, por el cual puede ser intercambiado en el mercado. “(...)Por medio del proceso de valoración económica, las formas simbólicas se constituyen como mercancías (o bienes simbólicos) por tener un precio dado(...)”²¹. Bettelheim de alguna manera, al igual que otros analistas, asienta que los cómics o historietas se originaron, se desarrollaron y se multiplicaron en lo que va de este milenio. Son signo, símbolo, mito y medio de esta sociedad contemporánea, es sin lugar a dudas elemento de nuestra vida cotidiana.

1.2. Los Estereotipos:

José Pinuel Raigada cita del estereotipo que “(...)es una configuración de cualidades, características, atributos, polarizados, que valoran positiva o negativamente, casi siempre, a grupos humanos. En función de dichos estereotipos, se adoptan determinadas actitudes(...)”²². Su característica fundamental, es el componente cognitivo del: a) prejuicio que encierra una orientación y una evaluación sobre su objeto, b) es un componente conductual y, c) se da generalmente en un contexto intergrupar de relación mayoría/minoría, dada por los medios de difusión pero también por los denominados medios de información.

²⁰ Thompson, John B: *Ideología y Cultura Moderna*, p.160-161.

²¹ IBID, p.170.

²² Pinuel Raigada, Jose y, Gaytan Moya, Juan Antonio: *Metodología General del Conocimiento Científico e Investigación en la Comunicación Social*, p. 324.

De la primera característica el prejuicio deduce tres rasgos: el contenido de la atribución, la configuración de atribuciones y la articulación de configuraciones. “(...)La atribución es la manera de calificar, asociar rasgos, cualidades... al objeto del prejuicio. En caso de tratarse de estereotipos, las cualidades atribuidas son referentes a grupos humanos(...)”²³. Avisa que en el caso del género en la vida cotidiana y sobre todo en las historietas, dan énfasis a los atributos. La asociación a determinadas calificaciones puede hacerse como atribución de:

- “(...) a) Rasgos (diferencia/identificación). Una cualidad propia o característica se asocia a una atribución. Ejemplo: al decir “alto” de una persona, uno se imagina una persona además fuerte y grande.
- b) Personas/Grupos/Aconteceres. Se considera a las personas concretas en función de su biografía, su grupo, o incluso en función de acontecimientos en los cuales los grupos están involucrados.
- c) Actitudes (Normas/Valores). La atribución siempre genera actitudes en función de que se respeten o se resalten normas y valores. Así:
- Un valor positivo implica una actitud positiva.
 - Un valor negativo implica una actitud negativa.
 - Una norma transgredida implica una actitud negativa.
 - Una norma aceptada implica una actitud positiva.

“El resultado de esta organización es una configuración de atribuciones.

La configuración de atribuciones es un perfil que recorta todo lo anterior, constituido por:

- a) Una combinación de rasgos” de todo género psíquico, de vestimenta, de costumbre, que se va consolidando y cristalizando por repetición.
- b) “Una frecuencia de aparición de dicho atributo que llegará a la formación de un hábito”, o bien, permitirá saber por qué cambió de configuración
- c) Un hábito en función de la cual cristaliza la configuración de atribuciones y que facilita ciertas ventajas psíquicas para el individuo. En el momento en que uno se maneja con estereotipos, se ahorra esfuerzo de crítica o juicio conscientemente elaborado, gasta menos energías psíquicas en plantearse las cosas y se gana menos fatiga mental(...)”²⁴.
Dentro de la estructura social crea expectativas o ‘roles’ de conducta”.

Advierte que las instituciones, organizan los roles “(...)prescripciones sociales para realizar la acción en un rol prescrito; las propias expectativas para realizar la acción, rol subjetivo y las acciones observables rol desempeñado) que preexisten y perduran sobre los individuos y aquellos, los roles preexisten y perduran por la fijación de tareas y funciones(...)”²⁵. Los roles representados por los estereotipos están en una interacción simbólica, resultado de la socialización (el modo de producción

²³ IBID, p.328.

²⁴ IBID, p.328.

²⁵ IBID, p.331.

social que integra imágenes o contenidos cultural-significativos y específicos de una visión del mundo y de la sociedad).

Refiere la reproducción de un modo de producción determinado o de la formación social histórico en que resulta dominante, se explica en términos:

- a) económicos, reproducción-producción de valores simbólicos,
- b) ideológicos reproducción social-procesos de socialización (como proceso de aprendizaje social) y transmisión cultural y,
- c) jurídico-políticos. Arguye que: “(...)Para hacer automático un objeto práctico, hay que estereotiparlo en su función y fragilizarlo(...)” porque “(...)se ‘personaliza’, es consumido lo cual no tiene límites “nunca en su materialidad, sino en su diferencia(...)”²⁶.

De lo anterior, se atiende la reflexión de Díaz-Guerrero con lo que atañe a la instrucción y cultura mexicana: “(...)En la secundaria se inicia esa terrible y desordenada situación que impera en México, tanto en secundarias como en preparatorias. En ellas los grupos de coetáneos se vanaglorian de todos los aspectos negativos del machismo. El ambiente, en general, tiene muy pocos elementos que refuercen las actitudes positivas de los jóvenes; en cambio, abundan los galardones del prestigio y el poder para las actitudes negativas, violentas y destructivas. Es allí donde, como lo he dicho en otras ocasiones, inicia el estudiante mexicano su propio suicidio, al considerar que los estudiosos y macheteros son brutos, y que los inteligentes salen adelante sin estudiar(...)”²⁷.

Remata con lo que puede corresponder a los estereotipos en las historietas: “(...)aun en los aspectos negativos de la cultura mexicana, no todos, pero si la mayor parte de los que caracterizan el machismo, ofrecen aspectos positivos si no son tomados en serio o si se reconoce su origen de mera fantasía dramática, ya que, por sus aspectos caricaturescos, permiten que fácilmente se les convierta en objetivos del sentido del humor(...)”²⁸.

Por ello, los *medios de difusión masivos* (y continúa con la historieta) han variado sus mensajes. Ludovico Silva manifestó que los cómics tienen mensajes ocultos que, en el inconsciente del niño quedan como “restos mnémicos” dicho por Freud, que en sí son restos de impresiones visuales y auditivas, pero en sí lo que forma es una ideología profunda. Recordemos que estos restos son en sí, los esquemas mentales interiorizados, visto así por Joan Costa, y esas impresiones visuales y auditivas son las pantallas mentales.

Del esquema del proceso de comunicación de Roman Jakobson, se trata de integrar la historieta, en el *continuuus* del sistema social en que está:

²⁶ IBID, p. 350-351.

²⁷ Díaz-Guerrero, Rogelio: *Psicología del Mexicano. Descubrimiento de la Etnopsicología*, p.25.

²⁸ IBID, p.28.

Utiliza un	difunde un	por un	es parte de la	difunde un	y su	mantiene la	proyecta al	
EMISOR	CÓDIGO	MENSAJE	MEDIO	CULTURA DE/PARA MASAS	CÓDIGO	MENSAJE	INDUSTRI CULTURAL	RÉCEPTOR
Grupo de trabajo; empresari			HISTORIE TA					PÚBLICO /LECTORES

CONTEXTO POLÍTICO-ECONÓMICO Y SOCIO-CULTURAL

1.3. Antecedentes de la Historieta:

En Europa así como en China, en el siglo VI se practicaba el arte de estampar con planchas de madera, metales o piedra. Fue en el siglo XV, cuando este arte se expandió y se desarrolló con mayor intensidad. En Maguncia, Alemania, en el año 1436, Gutenberg inventó los caracteres móviles de metal; asociándose con Hans Riffe, Andrés Dritzehen y Andrés Heilmann. De Maguncia lo extendieron a Italia, Polonia, Francia, Austria, Suiza, Bélgica, Holanda, Inglaterra, Turquía, Dinamarca, Portugal, Rusia y España. Al terminar el siglo XV, la imprenta era una conquista definitiva del hombre civilizado. En el siglo XVIII, la imprenta tendría más posibilidades de acrecentarse. Lo que provocó tal circunstancia fue la migración de los colaboradores de Juan Gutenberg, efectuando así, una especie de apostolado industrial: la invención utilísima de reproducir libros y hojas sueltas en número infinito, pero exacto y fácil. El descubrimiento de la imprenta separa al mundo moderno del antiguo; abre un gran horizonte al género humano²⁹.

Cabe mencionar, acerca de la Imprenta, que las referencias a la misma, presentadas en algunos libros y diccionarios, sólo se hacen en un sentido histórico y no la señalan como un medio de comunicación.

La Imprenta no es un medio de difusión masivo, es sólo un instrumento. Su objeto lo constituye el libro que, tiene las variantes de ser instrumento y medio de comunicar y expresar ideas. Indiscutible beneficio para la humanidad. ¿El libro, es el primer instrumento de difusión masiva de comunicación? Empero, el primer medio de comunicación social lo constituyó el teatro, pensando en los casos de Egipto, de México, y sobre todo, el de los griegos.

M.A. Gallo³⁰ expuso que los antecedentes de la literatura de masas proviene de las novelas de caballería. Ejemplo de ellas pueden observarse en la

²⁹ Enciclopedia Universal Ilustrada Europea-Americana, tomo XXVII, p.358.

³⁰ Gallo Tirado, Miguel Ángel: *Los Comics*. Op. Cit. p.70.

Bibliothèque d' Campagne, impresa en La Haya y luego en Ginebra, siglo XVIII, más anterior está la *Bibliothèque Bleu d' Troyes* por Nicolas Oydot, incursiona en la literatura *colportage* (de *colporteur*-vendedor ambulante). En el siglo XIX, el folletín (*feuilleton* o folletín, aparece -1836- en la época de *El Directorio*, en el *Journal des Debats*) y la novela por entregas logran su apogeo.

El alemán, Wilhem Busch creador de *Hieronymus* con los personajes *Max* y *Meritz*, en el año de 1860, son popularizados semanalmente en el periódico; este autor es en sí, el fundador del género de la tira cómica.

En Estados Unidos de Norteamérica, país donde desarrollan la tecnología de la prensa industrial y el periodismo moderno, es también forjador de los *comics* a finales del siglo XIX. El *World* de Joseph Pulitzer; *Morning Journal* de William Randolph Hearst; y el *Herald* de James Gordon Bennett, estos tres diarios competirían por el mercado de lectores.

Primera aparición fue de los '*cartoons*' , integrados después en los '*dailies*' (tira diaria) y los llamados '*funnies*' de '*funny*' (divertido). Posteriormente: los '*kid-strip*' (serie con niños); los *animal-strips* (series con animales, 1902). En 1905, algunos *comics* incursionaron en contenidos de terror; la *family-strips* (serie para la familia, 1910)³¹ y algunas creaciones individuales. Las empresas distribuían de manera industrial al mayor número de periódicos nacionales y extranjeros, esto entre 1912 y 1914.

“(...)La influencia de los syndicates en los *comics* se manifiesta rápidamente por razones obvias”: a) unifican los formatos de *dailies* y *sundays* para los periódicos o clientes potenciales; b) uniforman el contenido ideológico para evitar la negativa de adquisición por ser contrario a otro país; c) censurar a los autores de *comics* que manejen el erotismo, la violencia, los problemas raciales o religiosos, la crítica del sistema social y la política norteamericana; d) en cambio, los dibujantes promocionaran '*American Way of Life*', aceptado por la sociedad norteamericana y es fácil de exportar a través de creciente prestigio internacional de Estados Unidos(...)³².

Clemente García en su trabajo *Los Comics. Dibujar en la Imagen y la Palabra* elaboró un cuadro sinóptico referente a los “syndicates”, el cual ordenó según las fechas de aparición:

³¹ Coma, Javier: *Del Gato Felix al Gato Fritz, Historia de los Comics*, p. 29.

³² IBID, p.31.

New York World
(Pulitzer)

New York (Morning) Journal
(Hearst)

New York Herald
(Bennett)

Chicago Tribune News
(McCormick)

New York Tribune
(Greely)

1909 NEA Service (syndicate); International News Service; Press publishing Co.

1915 King Features Syndicate.

1919 Chicago Tribune News Syndicate; Herald Tribune.

1925 Publishers Syndicate; Herald Tribune Syndicate.

1931 United Features Syndicate.

1949 Hall Syndicate; Chicago Sun-Times Syndicate (M. Field).

1958 United Press International.

1962 Chicago Tribune News Syndicate.

1967 Publishers Hall Field Newspaper Syndicate.

Después de la Primera Guerra Mundial (1914-18), en Estados Unidos las corporaciones inician su paso al monopolismo, la industrialización cultural de la recreación, los deportes, las “fantasías” (impulsadas por el cine y la radio que llegaron a ampliar capas de la clase media). Una nueva sociedad, industrial, que la guerra movilizó por medio de la propaganda en noticieros, películas, fotografías carteles, libros, mensajes inalámbricos, volantes y claro está, los cómics. “(...)El *New Deal* es el iniciador del nacimiento de la *mass communication research*, en la época de “preparación” de la Segunda Guerra mundial. En los Estados Unidos su administración se relaciona con la *American for Public Opinion Quarterly* de la Universidad de Princeton, que elaboran estudios sobre propaganda política importante en esos años...”³³

La *United States Information Agency* (USIA) que vinculada con la CIA, en sus objetivos declara: “(...)1. Aclarar al mundo lo que significa la política de los Estados Unidos; 2. Buscar apoyo a esta política donde se puede obtener; 3. Disminuir la oposición donde sea posible obtener apoyo. De acuerdo con el *Informe Curch*, la CIA, esta autorizada por el Comité de los Cuarenta para realizar, fuera de los Estados Unidos, campañas de propaganda a través de una amplia red compuesta por periódicos...”³⁴.

Además en aquella década y sobre todo durante el *New Deal*, surgió el nuevo mito de la situación juvenil, presente en la tradicional cultura popular, distinta del burgués. Se inician y desarrollan los estereotipos con tendencias a la homogeneización. Estereotipos que en las historietas mexicanas son similares.

³³ De Moragas, Spa, Miguel: *Teorías de la Comunicación, Investigación sobre Medios en América y Europa*, p.31-32.

³⁴ Villagrán, Carlos: *Los Problemas de la Ideología y la Ciencia de la Comunicación, en Los Medios de Comunicación*. RMCPyS, 86-87, p. 82.

Franco Rositi³⁵ describe las crisis que gestaron los cambios de la juventud. El derrumbe, con la Segunda Guerra Mundial, del modelo de atribución-atributo para los jóvenes; la ampliación y la prolongación de la escolarización y su consabida situación generacional o de marginación con la promesa de su integración al desarrollo laboral; el contacto directo, con escasas mediaciones, con el universo cultural adulto, con otros jóvenes y con el universo cultural vivido como contradictorio; la ideología de los valores juveniles que oscila entre exaltación y represión, entre la benevolencia y las amenazas.

Ante esta crisis profunda, los nuevos cómics ocuparon espacios en la televisión, iniciando así una tendencia dominante. Es en los años cincuenta, los cómics de los superhéroes poco interesaron a la juventud estadounidense; surgió entonces la lucha contra la guerra fría, el *marcathysmo* y el *Establishment*, propiciada por el *Underground* que, continuaría en los años sesenta, a causa de la Guerra de Vietnam y el *flower power* de los hippies. Es en la prensa subterránea, los *comix*, los cuales manifiestan esas circunstancias.

1.3.1. La Historieta, “Género Menor” de los Medios de Difusión Masivos:

Algunos autores -los mencionará en el Capítulo II- han analizado los medios de difusión masivos con lo que concierne a los *comics*, los consideran un género menor, calificándolos además de literatura barata, trivial o popular, de masas o de mal gusto, o bien subliteratura o subcultura en comparación de los libros de novelas. Era menospreciada, desvalorizada aún más ante los otros medios de difusión masivos o “géneros mayores como la TV, el radio, el cine, la prensa, el video.

¿Por qué razón? De los últimos medios mencionados sobresalen por su amplia cobertura de espacios y de población, sus contenidos y sus mensajes son constantes, repetitivos, sus usos, gratificaciones y efectos son instantáneos como posteriores, son en sí, productos-medios altamente comerciales.

Luis Ramiro Beltrán, Elizabeth Fox de Carmona al igual que Miguel Ángel Gallo Tirado señalaron que, desde el siglo anterior, América Latina había sido sometida por Estados Unidos de América dentro de tres justificaciones: a) *económicas*, usan las materias primas y un mercado cautivo para sus productos manufacturados; b) *políticas*, apoyan a gobiernos conservadores y autoritarios, militares o civiles; c) *filosóficas y religiosas*. Por ello, en la

³⁵ Rositi, Franco: *Historia y Teoría de la Cultura de Masas*, p.195.

actualidad, continúan con el encadenamiento de la dominación cultural por medio de agencias de información; colegios o universidades; o bien, a través del turismo, el proselitismo, así como la transmisión de ciencia y tecnología. Tales situaciones son comunicadas a través de los medios de comunicación masivos.

Los medios de difusión masivos van consolidándose:

- a) De manera local, nacional o internacional (de manera autónoma o con el apoyo de gobiernos en los aspectos legales y económicos).
- b) Por la asistencia directa o indirecta de la ciencia y la tecnología. Directa, si las empresas los apoya económicamente; indirecta, cuando algún producto de la ciencia y la tecnología sea sólo de ese interés.
- c) Gracias al apoyo otorgado por sus lectores.

Con base en lo anterior, M.A. Gallo señala la función social de los medios masivos de comunicación. En una sociedad dividida en clases, la superestructura perpetua la estructura económica y social. Conllevada por la ideología³⁶ con su función justificadora y legitimadora del orden existente que, los medios de comunicación masivos (mcm) difunden. Éstos se encuentran en manos del Estado pero sobre todo, de las empresas privadas que, en una sociedad capitalista, tienen la misma función. Gallo precisa: "(...)Althusser, al establecer los llamados 'Aparatos Ideológicos del Estado' AIE, enumera dos de ellos que en este contexto adquieren importancia:

Los AIE de información (prensa, radio, televisión, etc.).

Los AIE culturales (literatura, bellas artes, etc.).

Lógicamente en una primera instancia tanto los AIE de información como los culturales cumplen el papel de difusores de ideologías(...)"³⁷.

Los *comics*, primeramente creados de manera artesanal y, en el cual, dio pauta a considerarlos el noveno arte, por su cercanía con el dibujo, el retrato y la pintura; en poco tiempo pasan ha conformarlos de manera industrial, su producción masiva aunque, dependerían del número de tiraje, de la distribución, la circulación, la exhibición, la venta y el consumo tanto a nivel local y -en lo que en tres décadas lograrían las editoriales, gracias a los *syndicates*- la exportación a otros países del planeta.

³⁶ Carlos Villagran asevera -en *Los Problemas de la Ideología y la Ciencia de la Comunicación*, en *Los Medios de Comunicación*- :En otras palabras, la ideología es conciencia falsa en tanto que conciencia parcial, conciencia que a pesar de ser real no puede captar la realidad", p.64.

³⁷ Gallo, M. A. *Los comics*. Op.cit. p.57-58.

Investigadores y autores de la década de los años sesenta en adelante, al escribir acerca de los *comics* han conformado dos posturas: a) los que critican de base en sus investigaciones la ideología, el maniqueísmo impregnado en los *comics* y, b) los editorialistas, los argumentistas autores y aficionados que observan del cómic sus ventajas como mercancía, aunque también como didáctica y como arte. Se describe en lo posterior ambas vías.

Para Modesto Vázquez González, la historieta tiene: *finés* a) doctrinarios, b) educativos, c) culturales, d) entretenimiento, y e) morales. Es decir que: a) propaga una doctrina o ideología determinada con el propósito de ganar adeptos; b) va dirigido con un propósito predeterminado, acorde con los postulados filosóficos del estado de que se trata; si es privada, coincide con el sistema de publicación educacional de los estados democráticos; c) trata de elevar el nivel intelectual y la sensibilidad artística mediante obras clásicas, biografías, monografías o hechos históricos; d) cumple una función de servicio social de recreación, de sano esparcimiento, con propósitos racionales y compromisos sociales del medio en que circula

Umberto Eco dedujo que el lector al lector del cómic le da “(...)el placer de la iteración se ha definido como uno de los fundamentos de la evasión, del juego. Y nadie puede negar la función salutífera de los mecanismos lúdicos y evasivos(...)”³⁸. Asimismo, rechaza el desarrollo de los acontecimientos; el pasado-presente-futuro queda en un instante. La redundancia es una invitación al descanso. Por tales razones, moralmente uno reprocha esto, a pesar de los beneficios que pueda tener.

Eco especifica acerca del *cómic*: pone en circulación formas estéticas o modifica costumbres que homologan y difunden estilemas depauperados o de recuperación. El lenguaje de los *cómics* narra historias simplificadas que minimizan los matices psicológicos o refieren una serie de proyecciones e identificaciones.

Contiene elementos ideológicos, fundados en códigos sencillos y rígidos que obligan a narrar modelos de personajes estándar y convencionales. Su estructura es sintáctica para sus lectores, debido a su género; la otra, las determinaciones sobre el autor por la industria “cultural”, su distribución.

³⁸ Eco, Umberto: *Apocalípticos*. Op. Cit. p. 243.

El productor lo hace pensando en un hombre medio, ciudadano común e ideal de una sociedad de masas, con una ideología de la felicidad y el consumo, dentro de una sociedad sin clases pero que busca el prestigio, el *status*.

Mattelart, Dorfman y Jofré apuntalan que las historietas resaltan:

- 1) La parcelación del mundo, divide la realidad social, nos muestra las contradicciones entre el capitalismo y el trabajo, eliminan todo lo laboral, lo político o la procreación. Doce años después, en 1984, Cornelia Butler Flora en su estudio *Roasting Donald Duck: Alternative Comics and Photonovels in Latinamerican*³⁹, analizó la investigación de Mattelart y Dorfman. Ellos marca la división del trabajo mental y del manual; la división entre lo positivo-popular-rústico y lo negativo-popular-proletario; o bien, la inversión en los productos es mejor que en los humanos. Los *comics* separan el producto de su origen, expresándolo como oro; de este modo, abstrae las circunstancias de producción-fetichismo; eliminan a los trabajadores del sector secundario y con eso aniquilan el proceso de producción. Por ello, desconcretizan el trabajo y, disocian riqueza del mismo.
- 2) Otro recurso es el maniqueísmo; el ambiente humano está fragmentado y polarizado en buenos y malos. Cornelia Butler suma que la movilidad social está basada por la casualidad del destino arbitrario, las fuerzas externas que sólo se alcanzan con voluntad y talento. Hay explicaciones psicológicas individuales de la estructura del fenómeno, semejante a la pobreza. M.A. Gallo agrega la moral, siempre igual, sobre todo la burguesa. El honor como valor supremo, más no como dignidad humana, pero sobre todo: la filosofía barata: "(...)Los lectores repetirán ese acervo de frases hechas para tener la ilusión de que cada subproducto consumido han aprendido algo de la vida; presentan la acción(...)", orientada del infructuoso cambio, como inútil, persistiendo en las caras del destino. "(...)Estos modelos ideológicos conservadores los encontramos a cada paso en cuanto entremos al análisis concreto de las obras pseudoculturales llamadas historietas(...)"⁴⁰.
- 3) Predominan los valores individuales sobre los colectivos ("Seres corrientes son obedientes, pasivos, oscuros, indefinidos, carecen de toda humanidad") "éstos no actúan", es el héroe ("ser superior" y mesiánico) quien con su acción les ayuda; de esta manera, ocultan la realidad social. Butler Flora indica que utilizan un potencial peligroso, el fenómeno del cuerpo social con semejanza de camino de servicio, justificándolo para mantenerse. Es

³⁹ Butler Flora, Cornelia: "Roasting Donald Duck: Alternative Comics and Photonovels in LatinAmerican", en *Journal of Popular Culture*, vol,18, summer, num.1, 1984.

⁴⁰ Gallo Tirado, Miguel Ángel: *Los Comics, un Enfoque Sociológico*, p. 75.

una necesidad del sistema social, y los valores, la violencia y la represión son semejantes a ellos para mantenerse (recuperación); vanalizan el inusual fenómeno cuando algo pueda remover el cuerpo social (disolución).

- 4) Presentan relaciones verticales de dominio (como en el mundo militar), las relaciones interpersonales nunca son igualitarias, horizontales o democráticas. Butler anexa que afirman la extraña soberanía dentro del autoritarismo y el rol paternalista; subordinación de las razas no-blancas, no-culturas del oeste blanco. El occidente es la "civilización" por ello se justifica el saqueo imperialista y la sujeción colonial de la naturaleza, de los saqueadores y los sujetos; M.A. Gallo subraya la violencia, abunda en el cine, radio, televisión y los cómics.
- 5) Eliminan la vida cotidiana; en ella, el ocio es sobrevalorado -o el turismo de *Disney* sólo en lugares donde existe "riqueza natural" (Dorfman, 1985). En éste, pasan las cosas más importantes, no lo es: el trabajo, la política, la creación artística, los estudios, entre otros. En el ocio sólo la clase dominante se divierte y hace los cambios, no así las clases dominadas, destacan la aventura como algo excepcional. B. Flora puntualiza que emplean más el consumo como un significado, en lugar de la producción; crean la compulsión por el consumo para la causa propia; glorifican la naturaleza de la mujer como pasiva y doméstica. Miguel Ángel Gallo Tirado apunta que la mujer es un objeto doméstico, sexual, un premio especial. Dado por una historia machista mistificada por la cultura de masas.
- 6) Los superhéroes cuidan una norma básica, que no "toquen" la propiedad privada.
- 7) Ignoran la ciencia como objeto-sujeto de cambio de la vida y del mundo.

Butler Flora subraya acerca de la obra de Dorfman y Mattelart, quienes observaron la transformación general de la realidad concomitante de la creación-mito, en los lectores de la clase trabajadora y su penetración dentro de los países dependientes. El análisis es vasto y perspicaz; señala los aspectos de los cómics de *Disney* que son el "diario relleno de la opresión social". El análisis identifica una extensa cadena de ejemplos de colonialismo ideológico, cuyas formas alternativas, deberían ser justas.

Miguel Ángel Gallo trata lo investigado por Óscar Steimberg acerca de las causas:

-- Leer dibujos, cuestión que es una vieja tradición, más que la ideografía, aleja el significado del significante. M.A. Gallo anexa que se debe leer algo ligero.

- Ser *Superman*, o el mecanismo de identificación de los lectores; esta alienación garantiza la supervivencia de los cómics.
- Supervisión de los mitos de importancia social; auténticos, estereotipos que van más allá de su intención inicial.
- Escuchar cuentos, leyendas, narraciones maravillosas, mitos, novelas, etcétera, que puedan gustarnos.

Los cómics pertenecen al concepto, cultura de masas. M.A.Gallo señala algunas características:

- 1) *Happy end*: Optimismo enajenado. Al referirse a la crisis: “(...)La solución que encontrará en esto problemas machaca la idea (...) de que la crisis se resolverá sola de... que existen mecanismos reguladores automáticos(...)”.
- 2) *Conservadores y autoritarios*, de quienes ostentan el poder; son los medios masivos los que preservan la estructura de dominación. Al ser autoritarios dan un sentido vertical descendente para la masa amorfa, separada, manipulándola. “(...)De ahí se deriva el argumento fácil, unilateral y sosa: Al público se le da lo que pide(...)”⁴¹.

Por otra parte, Edgar Morín señala otras características de la comunicación de masas: Intercomunicación constante entre lo informativo-real y lo imaginario novelesca. La influencia de los “ídolos” de cualquier escenario. La felicidad, no es trascendente, sino del momento presente. El amor sintético que debe reunir los elementos físicos y espirituales. Valorización de la juventud: los adultos quieren disfrutar como los jóvenes, y éstos, conservar su juventud en edad y en acciones. El amor sintético debe reunir los elementos físicos y espirituales⁴².

José Luis Sánchez Noriega –del apéndice de su capítulo IV- apunta acerca de *Walt Disney* como el Modelo de Industria Cultural: “(...) al mismo tiempo un personaje burgués, una fábula, un manual para alcanzar el éxito y un símbolo capitalista(...)”⁴³. Afirmo que no es criticable la estética y algunos mensajes de *Disney* sino en sí la propia concepción industrial del ocio infantil; compra de sus productos o diversión en alguno de sus parques; mientras el inconsciente del niño o niña rechazará dibujos que no sean de *Disney*. De lo investigado por Armand Mattelart y Ariel Dorfman *Para Leer al Pato Donald* afirma “(...)texto dedicado a desentrañar la ideología capitalista presente en sus dibujos y que nos vacunó contra la pretendida inocencia de los monigotes infantiles(...)”⁴⁴.

⁴¹ IIBID, p.48

⁴² IBID, p.49.

⁴³ Sánchez Noriega, José Luis: *Crítica de la Seducción Mediático*, p .403.

⁴⁴ IBID, p.208.

Se suma además, que no sólo los niños y niñas son adictos a *Disney*, también son los adultos. A veces ellos más, al comprar productos para sus hijos. El dinero no tiene nacionalidad es cierto, pero sí presupuesto en países subdesarrollados o en vías de desarrollo, donde algunos adultos adquieren productos de *Disney*, aunque sólo sean *kitsch*.

Autores mexicanos de los años ochenta reclamaban que los cómics estadounidenses tenían una fuerte penetración cultural en los mexicanos. El investigador norteamericano Hinds Jr, al realizar un estudio al respecto rechazó la versión, afirmó que los cómics mexicanos abarcaban todos los públicos por la diversidad de las historietas que había.

En la década de los años noventa -siglo XX- los cómics estadounidenses resurgen y son aceptados por gran parte del público mexicano -al igual que los *manga* japoneses. Lo anterior, con base de las estrategias de mercadotecnia (también de la calidad de sus trabajos) y la constancia de distribución y mercado desde los años treinta hasta la actualidad, con ciertos altibajos.

Se analiza cierta relación con el proceso del *New Deal* -posteriormente se describirá- acerca del mito de la situación juvenil, ahora en lo actual:

- a) Atributos y roles para ambos sexos;
- b) Nuevos conocimientos académicos como opciones de desarrollo profesional;
- c) Estereotipos, prototipos y arquetipos con diversos fines según las edades, según las ideologías. Notándose una ambivalencia que afecta en lo actual a los jóvenes: ellos no creen en las instituciones (familia, escuela, gobierno, medios de difusión) estas han perdido credibilidad así como legitimidad, el concepto de autoridad lo rechazan automáticamente.

¿Por qué la historieta forma parte de la vida cotidiana, anteriormente, como en la actualidad?

Podría considerarse tres posturas acerca del *cómic*:

- 1) Es un medio de difusión masivo.
- 2) Es un medio de comunicación colectiva; las historietas entran en una interacción a partir de que cualquier particular (ama de casa, estudiante, trabajador, empleado, etc.) la compra, hace que entre a escenarios diversos:
 - a) el hogar, el trabajo, la escuela;
 - b) su existencia en peluquerías, estéticas,

consultorios y/u oficinas de instituciones privadas y públicas; c) las tiendas especializadas, los puestos de expendios de revistas atrasadas, la compra, venta, reventa o intercambio; ch) los particulares y el "simple" intercambio de historietas.

3) Es un medio que transmite un mensaje.

Sin embargo, inmersas en estas características se encuentran los procesos del intercambio del cómic.

- a) Cuando lo compra el lector, luego pasa a otros ámbitos y escenarios. Esos momentos hacen del *cómic* un medio de comunicación colectiva.
- b) Antes de que el lector compre el *cómic*: procesos de circulación y distribución, tanto nacional, como internacional. Claro que de estos dos procesos, debe considerarse: transnacionales del *cómic* por regiones, marca los asiáticos, los europeos, los latinoamericanos, etcétera; así como las que cubren espacios en el ámbito mundial.

La historieta transmite mensajes, para ello, hay que considerar:

- I) La idea, intención y actitud del autor;
- II) El grupo al que pertenece del oeste, el policíaco, el sentimental, el humorístico, etcétera, la tendencia que tiene -comercial, artística, etc.-
- III) La postura como medio de difusión masivo en la industria cultural y, en el contexto político-económico en el cual está circunscrito.

Además, desde tiempos antiguos, nuestros antepasados estimaban a sus dioses y a sus mitos, de manera formal. Después, fueron procesos enmarcados por un lenguaje simbólico, que forma parte de nuestra vida cotidiana.

La historieta como medio, instrumento o producto, tiene pase a nuestra vida diaria. Las historietas entran en una interacción a partir de que cualquier persona la compra, hace que participe en escenarios diversos: el hogar, el trabajo, la escuela; los puestos, los expendios de revistas atrasadas, la compra-venta, la reventa o el intercambio; la existencia en peluquerías, estéticas, consultorios y/u oficinas de instituciones públicas y privadas; las personas y el simple intercambio de las historietas. Por otra parte, el contenido de los cómics refleja o interpreta la vida cotidiana de su pueblo, de sus lectores.

Las historietas han convivido con los mexicanos aproximadamente sesenta años, aunque sólo se considera su formato actual. Por lo regular, no se reflexiona sobre los años que estuvo en periódicos, como tira cómica.

Las historietas forman parte de la vida cotidiana, eso es indudable, no descuidemos las ventajas y desventajas “de la relación que existe con ella”. De las historietas poco sabemos de la vida cotidiana de su contenido (ver en el Capítulo III).

La historieta en la vida cotidiana ¿es un doxa?. Depende del criterio de verdad de cada uno de los lectores, es incuestionable que los lectores de historietas mantienen contacto con éstas. Puede distinguirse cuatro tipos de contacto: el casual, el habitual, de relación, el organizado. De éstos, los lectores –en el caso de la mayoría de los mexicano-as- se relacionan con las historietas de dos maneras: casual y habitual.

El hombre común compra la historieta, mostrando su individualidad; sin embargo, él no reflexiona de la historieta que, ésta no es un aspecto de la socialidad (*a pesar de su intercambio con otras personas*) porque hay un *para-sí* dirigido a él por otro (*emisor-editorial*) que utiliza ese medio dentro de la vida cotidiana, cuenta con dos variables: a) en cuanto tal o, b) inventada o fantaseada. Resta escribir que el hombre particular *en-sí*, busca la manera de desarrollarse.

En realidad cabría preguntarse si la historieta ha alcanzado un significado social, o mejor aún, para los lectores ¿tiene un significado personal y social?.

1.4. La Cultura como Industria:

Agustín Girard plantea dos preguntas: ¿En qué consisten las industrias culturales?, y ¿cómo tratarlas?. Indica que hay varios tipos de artesanías (libros, discos y reproducción de arte); industrias editoriales, o complejos industriales instrumentales (cine, televisión, de la música). ¿Cómo trabajan? Habría que analizar las diferentes fases de producción y comercialización; la determinación del campo; las de campos de actuación; clasificación de los productos y su modo de fabricación.

Sánchez Noriega enfatiza que la industria cultural conlleva diferentes fases de producción y comercialización: a) Dependencias financieras de las industrias culturales; b) Relaciones con el poder político; c) Homogeneización de los mensajes y crisis del pluralismo; d) Diversificación y expansión monopolística; e) Transnacionalización⁴⁵. Expone las siete características de la

⁴⁵ Sánchez Noriega, José Luis: *Crítica*, Op. Cit. p.178.

industria cultural: a) la opulencia comunicacional (que no-colonialismo pero, con la característica industrial-mecánica que tienen las informaciones de masas con las nuevas tecnologías electrónicas, es un aspecto positivo); “(...) b) la búsqueda de rentabilidad prima los contenidos de espectáculos y entretenimiento sobre la información; c) la dependencia económica de los medios de publicidad y de entidades financieras; d) la profesionalización ‘desideologizadora’ de las industrias; e) la concentración y reducción del pluralismo informativo; f) la creación de grupos multimedia; g) la transnacionalización de las industrias de la conciencia(...)”⁴⁶.

La relación de los *mass media* con la cultura de masas, está enfocada a una industria cultural que, a pesar de que uno de sus objetivos es la hegemonía, en sí su desarrollo no es lineal.

Mattelart apunta que (entre 1958-1973) el imperialismo cultural ha tenido cambios en sus prácticas. “(...)Basta ver, en efecto, como repercute la definición de lo cultural y en su modo de producción, la etapa actual del capitalismo hegemónico de Estado(...)”⁴⁷, en suma, la producción, la difusión de bienes culturales, su centralización y su monopolización.

Para ello, al anotar sectores y agentes que ya no respondían con la rentabilidad de antes, se acercaron a ellos por dos vías: la racionalidad (*modelos tecnológicos de transmisión de cultura e información*) y el mundo industrial y comercial (*compañías multinacionales, entremezclados en los sectores público y privado, aunque, éste último ha administrado y/o planeado tareas del Estado o sustituido la burocracia gubernamental*)*. Los fabricantes de hardware “(...)saquearon los centros de elaboración de programas y se apoderaron de mensajes educativos y de formulas para el uso del tiempo libre (...) que distribuían después en software, la alianza de ambas, conforma ‘la integración de los lectores de la producción cultural(...)’⁴⁸. La razón, “contribuir a formar un ciudadano conforme a lo que de él espera la era del capitalismo”.

La incorporación de empresas de otras naciones desarrolladas o en vías de desarrollo, abrió otra clase de mercado que permitiría la búsqueda de una ganancia rápida. Esto sin meditar el uso de los *mass media* o *mass communication* que afinó la ley del *marketing*⁴⁹. Misma cuestión que Arí Anverre posteriormente definió: empresas internacionales compran, invierten,

⁴⁶ IIBID, p.171.

⁴⁷ Mattelart, Armand y et. al. *La Comunicación Masiva en el Proceso Político Latinoamericano*, en *Comunicación y Cultura*, núm. 6, p. 21.

* Paréntesis propio.

⁴⁸ IBID, p. 21-22.

⁴⁹ IBID, p.23.

reestructuran grupos, reagrupan bienes y servicios culturales de las empresas pequeñas de otros países (en desarrollo y del tercer mundo) para obtener otros consumidores para sus productos⁵⁰.

Mattelart manifiesta que uno de los soportes de la cultura de masas es la historieta, la cual se relaciona con la radiofoto. A las empresas locales, el autor les llama imperialismos secundarios a comparación de las transnacionales: “(...)En el análisis de la exportación masiva de productos culturales, sin recurrir a una expresión drástica como ‘imperialismo secundario’, habría que considerar el caso de países como México (...) en continentes enteros, las producciones locales participan plenamente en el fenómeno de la aculturación (...)”⁵¹.

La *Western Publisng Company* editora y distribuidora de historietas cuenta con unageneradora en México, para difundir material en América Latina, además están las *Publicaciones Continentales*, *Cosmopolitan*; *Good Housekeeping* y *Popular Mechanics*. Por su parte, *Walt Disney* otorga licencias para la publicación de su producción en español tanto en México, las editoras *Andes de Bogotá* y, *Tucumán* de Argentina, sin contar los países como Brasil e India que cubren otros mercados.

Judith Cecilia Maldonado Gutiérrez señala transnacionales de los cómics que están instaladas en nuestro país; sucursales o distribuidores encargadas de la reproducción, distribución y ventas de productos. Éstas consiguen materias primas, así como personal que labora en el proceso local.

O bien, “(...) la empresa editorial adquiere los derechos de explotación comercial, mediante un contrato que especifica las características del producto, así como su tiraje, periodicidad y delimitación territorial. Esta contratación, es por tiempo definido e incluye el pago de un porcentaje por ejemplar vendido”. Después, la empresa de dicho cómic, (...)envía los negativos, mismos que se traducen y adaptan al lenguaje local, para ser reproducidos y repartidos en los canales de distribución (...) Actualmente los monopolios más importantes del *comic* norteamericano son: D.C. Comics y Marvel Comic Group, le siguen en importancia: Western Publishing Co., M.G.M., Walter Lanz, Walt Disney Co., Hanna Barbera Productions, Warner Brothers, Image, Valient I, y otras de menor importancia (...)”⁵².

⁵⁰ Anverre, Ari: “*Tendencias y Perspectivas de las Industrias Culturales: Concentración e Internacionalización: Modificación de la Función de los Artistas, en Industrias Culturales*”. *El Futuro de la Cultura en Juego*. Ari, Anverre, et. al. p. 123-124.

⁵¹ Mattelart, *La Comunicación*. Op. Cit, p.18

⁵² Maldonado Gutiérrez, Judit C.: *El Comic Transnacional. El Caso de México*, p. 76.

István Mészáros, filósofo húngaro, señala que el orden establecido, neoliberal, para su necesidad ideológica produce mistificaciones que esconden las profundas desigualdades de las relaciones estructurales dadas también en la esfera del consumo: “(...)Así como, por un lado, la proclamada ‘supremacía del consumidor’ en nombre de ‘la competencia saludable’ se sitúa dentro del contexto de un mercado idealizado; no puede negarse que el rol del trabajador no concluye al considerarlo solamente como productor(...)”⁵³.

“(...)De esta manera la hoy idealizada ‘globalización’ (tendencia que surgió de la naturaleza del capital desde su mismo comienzo) en realidad significa: el despliegue necesario de un sistema internacional de dominación y subordinación(...)”⁵⁴.

De Joan Ginebra más específico son sus puntos de vista:

- a) “(...)La globalización es un movimiento del neoliberalismo⁵⁵ que se orienta a la explotación de los países pobres por los países ricos(...)”⁵⁶.
“(...)La globalización produce la desindustrialización del pobre(...)”⁵⁷
- b) “(...)Esta globalización se va desarrollando con carácter general empujada por la OMC, el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y con carácter regional con la promoción de Áreas de Libre Comercio o mercados comunes. Ambas cosas buscan anular aranceles e imponer un liberalismo comercial total(...)”⁵⁸
- c) “(...)Este paso del Estado a la empresas es clave comprender todo el juego de la nueva configuración sociopolítica del mundo(...)”⁵⁹.

Apunta que el *cómic* existe porque hubo un proceso sociocultural que propició su desarrollo y expansión. En sus inicios, los *cómics* fueron adaptados por la cultura imperante, como una necesidad de aquel momento. Ahora, la cultura que proyectan está elaborada para que los lectores se adapten a ella. Lo anterior, porque el cómic, como medio de difusión masivo es en sí, una industria. Una industria cultural que sólo difunde lo superficial de la cultura, no sus contradicciones, no sus cambios socioculturales o los mundiales.

⁵³ Mészáros, István: “*La Reproducción Social del Metabolismo Social del Orden del Capital*”, en *Revista Dialéctica*, p.93.

⁵⁴ IBID, p. 95.

⁵⁵ El neoliberalismo surge después de la segunda Guerra Mundial en Europa y América del Norte. Friedrich Hayeck con su libro *El Camino de la Servidumbre* dio la pauta. Del neoliberalismo sus características son: a) la desigualdad es un valor positivo; b) Mantener un Estado fuerte sólo para romper el poder de los sindicatos que corroen las bases de acumulación capitalista; c) Ese Estado controle el dinero pero tenga pocos gastos sociales e intervenciones económicas; d) a la vez, reduzca impuestos sobre las ganancias altas y sobre las rentas; e) para, dar dinamismo a las economías avanzadas”.

⁵⁶ Ginebra, Joan: *La Trampa Global. Neoliberalismo. Neocapitalismo. Neocolonialismo*, p.6.

⁵⁷ IBID, p.36.

⁵⁸ IBID, p.71.

⁵⁹ IBID, p.82.

Los cómics entretienen, en algunos lectores logran una catarsis; en cambio, en otros, resultará intrascendente. No obstante, siempre habrá historietas que permanezcan en la memoria de los lectores.

No sólo un análisis de contenido debe realizarse en torno a la historieta. El análisis semiológico es fundamental tanto en el estudio del contenido como en el de su trascendencia social.

Guillermina Yankelevich y colaboradores proponen una teoría acerca de la historieta que "(...)abarque conocimientos sobre el canal de la comunicación, la percepción y la expresión con imágenes en el hombre, y además "ofrecer la justificación para implementar algoritmos de cuantificación de los significados explícitos e implícitos ofrecidos y decantados(...)"⁶⁰. Llama la atención acerca de sus estudios sobre la comunicación social "(...) atienden fundamentalmente a las intenciones explícitas o implícitas del emisor de los mensajes(...)", y poco se ha "(...)prestado atención a las características específicas de la población receptora (...) en la demanda relativa por edad, estrato económico, sexo, etcétera (...) o sus características culturales y de instrucción, tratamientos de los códigos empleados en la elaboración del fascículo, tanto de las imágenes como del texto, dentro de los cifrados propios del género gráfico. Mucho menos sobre la actitud frente a la lectura de la historieta(...)"⁶¹.

¿Qué realiza el Gobierno Federal al respecto de todo lo anterior? Para finalizar éste capítulo, compendia investigaciones que han visto a la historieta desde el punto de vista legal.

1.5. La Historieta y la Legislación:

Las editoriales de historietas son regidas por las leyes, aunque en los contenidos de las historietas de lo que refiere al marco legal o jurídico ni como discurso, fragmento o idea lo representan en su interior. Imagina un ejemplo que debería ser del título de la historieta *Sensacional de Barrios*: Los Peralta dejaron Barrio Chico para irse a vivir a una Unidad Habitacional cerca de la Villa, con tres meses de estancia, demostraron lo belicosos que son. Uno de sus vecinos, Mateo, se enteró de la nueva Ley de Condominios...

A partir de los Artículos sexto (Libertad de expresión) y séptimo (Libertad de información) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se derivan otros ordenamientos jurídicos. También se encuentra la Ley de

⁶⁰ Yankelevich, Guillermina: *Creer para Ver, Estudio Intercientífico sobre la Percepción, Expresión y Comunicación Mediante Imágenes*, p. 113.

⁶¹ IBID, p.113-114.

Imprenta, Reglamentaria del artículo 7, del 12 de abril de 1917; sin embargo, lo señalado en esta ley (previo a la elaboración de la Constitución) se encuentra en discusión, ya que hay quienes piensan que debería abrogarse.

En París, el 4 de mayo de 1910, México firmó el Protocolo de enmienda de la Convención para la Represión de la Circulación y el Tráfico de Publicaciones Obscenas; en 1951, fue modificado el acuerdo. Al siguiente año, el Senado de la República efectuó el depósito de instrumento de adhesión, publicado en el Diario Oficial, el 8 de diciembre de 1952.

El 22 de junio de 1951 se promulgó el Reglamento de los Artículos cuarto y sexto (Fracción VII) de la Ley Orgánica de la Educación Pública sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas en lo tocante a la Cultura y a la Educación.

En el Protocolo son señalados todos los factores causantes de castigo; entre otras prescripciones, a todo individuo que se hiciere culpable de los actos que enumerados en 16 artículos. En cuatro incisos se mencionan la fabricación o posesión de material obsceno así como su transportación, distribución y comercio.

Los sujetos estarán sujetos a juicio político ante los tribunales del país contratante en el que se hubiera cometido; en caso de tratarse de extranjeros, cualquier dificultad que surja deberá ser solucionada por la vía diplomática. Por ello, no se admiten en los tribunales, pruebas contrarias a las leyes del país.

La Ley Federal de Derechos de Autor (31 diciembre de 1956) es otra de las leyes relacionadas con este rubro editorial. Por último, el Código Penal en Materia de Fuero Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal (nomenclatura anterior), es en los artículos 200 y 209 solventa las carencias y limitaciones de la Ley de Imprenta.

La expansión de los medios, tanto en lo material como en la vida cotidiana, rebasa la Ley de Imprenta del 12 de abril de 1917, ya que refiere acerca de la calumnia, la difamación, la vida privada, lo obsceno y la moral pública.

Es el Código Penal, Libro Segundo, Título octavo, bajo Delitos Contra la Moral Pública y las Buenas Costumbres, en donde se realiza una mayor especificación hacia ciertos delitos: 1. Ultrajes a la moral pública (art. 200). 2. Corrupción de menores e incapaces (art. 201 a 205). 3. Trato de personas y

Lenocinio (art.206 a 208). 4. Provocación de un delito y apología de este o de algún vicio (art.209). Motivo de este estudio del capítulo primero y el capítulo cuarto.

México, o en sí, los editorialistas de historietas no han respetado el tratado de la Convención de Berna, Suiza. ¿Demuestra así México y los editorialistas su autonomía pero también su indiferencia hacia el tratado? ¿Demuestra que no depende del mercado mundial pero sí del mercado interno? ¿Qué pierden al no respetar el tratado? ¿Hay o habrá algún costo al respecto? Preguntas que, pueden quedar en el vacío, razón, especialistas en derecho constitucional, mencionan que un tratado no puede ser superior a nuestra Constitución, aunque, existe controversia al respecto⁶².

¿Qué debemos entender por inmoral o moral según la ley?

Jorge Pinto Mazal⁶³ en su análisis refiere al respecto lo inmoral Antiguamente consideraban lo inmoral, como lo opuesto a las costumbres del momento social o a la política total señalada por un Estado, organización, o grupo dominante. Francisco González de la Vega, Carrancá y Trujillo y Carrancá y Rivas observan más el orden jurídico del objeto jurídico del delito: la moral pública⁶⁴. Estañón Aguirre inquiriere que el legislador dejó una laguna, ya que no delimitó lo que es una obra artística y los criterios a utilizar; debe además considerar los propósitos y los objetivos de los medios de comunicación.

González de la Vega, Carrancá y Trujillo y Carrancá y Rivas y Pinto Mazal señalan, acerca de los Artículos 200 y 209, que dependerá del juez, tanto su punto de vista ético-social, como su apreciación e interpretación de la norma cultural así como su prudente arbitrio, el criterio acerca del sentimiento o la costumbre media de la moralidad de la población en sus distintos estratos sociales. Lo anterior, sin que viole garantías. Al mismo tiempo, y no por ello, el juez tendrá una facultad omnímoda, con lo que respecta al Artículo 200, fracción III, acerca de la invitación al comercio carnal.

Estañón Aguirre no lo interpreta así, el Artículo 200 sanciona con lo que respecta a la investigación, divulgación científica, artística o técnicas, de las revistas; pero él cuestiona hasta qué punto se puede considerar dichos

⁶² Véanse, jurisprudencias de la Suprema Corte de Justicia, P. C/92 y P. LXXVII/99.

⁶³ Pinto Mazal, Jorge: *Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva*. FCPyS-UNAM, 1977.

⁶⁴ Carrancá y Trujillo, Raúl y, Carrancá y Rivas, Raúl: *Código Penal Anotado*, Ed. Porrúa, México, vigésima segunda edición, 1999.

supuestos en una publicación comercial de historieta. En otro capítulo: Problemas suscitados en la sociedad y su reflejo en la relación con el artículo 200 del Código Penal: el maniqueísmo en los valores sociales de la familia, que contienen en sus mensajes una finalidad para manipular masas, por conducto de la prensa, el libro, la música y la radio, el cine y el cómic.

En las historietas, la vida privada, la calumnia y la difamación está encubierta ya sea por las imágenes que refieren de algún personaje público o el sobrenombre o alteración de su verdadero nombre. Por ello no se pueden aplicar las sanciones al respecto.

El Reglamento de los Artículos cuarto y sexto, Fracción II de la Ley Orgánica de la Educación Pública, creó la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (CCPRI); cuyos integrantes son:

- 1) La Dirección General de Asuntos Jurídicos de la Secretaría de Gobernación.
- 2) Un responsable por parte de la SEP.
- 3) Un garante de la Procuraduría General de la República (de ambas instituciones no se especifica qué oficina o área representan).
- 4) Una persona por la Opinión Pública*.
- 5) Una persona de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana A.C.

Todos los anteriores pueden permanecer un tiempo pertinente en la CCPRI. Las normas para los criterios del examinador deberán ser: (basado en el Artículo primero) es inmoral y contrario a la educación el publicar, distribuir, circular, exponer en público o vender; con dos fracciones, la fracción II con ocho subincisos.

La particularidad del reglamento estriba en que el dictamen de la CCPRI, tiene dos consecuencias: 1) No se admite su reparto por correo, de acuerdo con el Artículo noveno del mismo reglamento y 2) la obra considerada inmoral es consignada a la autoridad penal por el Departamento de Derecho de Autor de la SEP, de acuerdo con el Artículo decimosexto de la última Ley Federal de Derechos de Autor. En el Diario Oficial de la Federación el 23 de noviembre

* Lo cual provoca confusión: una opinión diferente a la del Gobierno y de los editores es necesaria pero, el concepto como figura de opinión pública es muy ambiguo, y como no se puede detallar, sólo señala: a) opinión pública general (lo que es toda la nación); b) opinión pública de grupos de poder (económico, político, social y cultural); c) opinión pública "cautiva" o no de los receptores de los medios de difusión masiva.

de 1982, se decretó que las legislaciones relativas a la publicación de revistas ilustradas quedarían fuera de circulación, dependiendo solamente de la CCPRI, misma que autoriza o deja en proceso de trámite a todo tipo de historietas. De igual manera contempla a todas las disposiciones anteriores, como el Convenio de Berna.

El Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas establece que las publicaciones con referencia al sexo, deben ser expuestas en una bolsa de plástico, no presentar desnudos en la portada así como el agregar una leyenda señalando que es solo para adultos. Lo anterior se respeta en ciertos casos, ya que en publicaciones legalizadas no sólo hay desnudos sino también referencias al sexo y su exhibición es abierta y libre.

Adriana Malvido y Teresa Martínez apuntan de la CCPRI que, debería ser la SEP y no la Secretaría de Gobernación quien diera el fallo final al respecto (la misma observación la realiza Ernesto Villanueva). Todos coinciden en señalar que debe ser la SEP, ya que ésta difunde y preserva la cultura, mientras que la SG es represiva y limitante. Para tal efecto, Medinilla y Tapia examinaron y proporcionaron una lista de publicaciones censuradas durante los años 1971 a 1975. Quienes determinan el reglamento y lo califican, son cinco miembros con voz y voto y un secretario con voz, sin voto.

Del Reglamento, notan la ambigüedad del artículo sexto fracción I, de "induzca o fomento vicios"; fracción II en "capaces de dañar la actitud favorable al trabajo"; de la fracción V, por "directa o indirectamente desprecio o rechazo para el pueblo mexicano"; la fracción VI por "expresiones contrarias a la corrección del idioma", o por "contenidos marcadamente referentes al sexo". La CCPRI se reúne una vez al mes, dependiendo del número de solicitudes para su aprobación o rechazo, aunque no para análisis continuo de las historietas en circulación.

Se debe tener especial cuidado con las historietas "fantasmas" sin editorial, del despacho del distribuidor; aquéllas que aún con datos legales, alteran el contenido original con títulos de dudosa calidad que violan el reglamento de la Comisión; la historieta nueva que no pertenece a las editoriales fuertes, le "boicotean" su éxito. Asimismo, cabría considerar el caso de las editoriales con mercado cautivo que mantienen el género de las historietas costumbristas cambiándoles los títulos, situación que se presenta, por lo menos, cada medio año.

Malvido y Martínez mencionan otra cuestión, acerca de los *comics* extranjeros: no tienen datos legales, lugar de procedencia y cómo es que llegan a los puestos-expendios de periódicos. Son como otras historietas “fantasmas”, más enfocadas a la pornografía que se venden afuera de cines, teatros, estadios deportivos, salidas de carretera, puertos, etcétera.

La CCPRI no retira publicaciones que los intelectuales consideran “basura” porque fomentaría la venta de otras publicaciones semejantes; no restringen la libertad. Atienden aquello que se traduzca en la apología de algún delito: violencia contra alguien, violación a una persona. Acerca del lenguaje, tampoco hay límites a excepción de los títulos, que verifican con la licitud de título y la licitud de contenido. Las preguntas ¿qué debemos entender por licitud de título y contenido? Y ¿cuáles son los criterios?. En materia sexual no hay criterio unívoco.

En 1983, la *Asociación Mexicana de Investigación en la Comunicación* (AMIC) analizó las leyes aplicadas a los medios de comunicación, observando que el Estado tiene dificultades para utilizar la legislación como muestra de regulación activa. Afirman que, con lo que respecta a la comunicación, el Estado se enfrenta con los intereses de los particulares. La ley la aplican más a la actuación de los grupos privados, que a la difusión de la cultura y la educación.

Otro punto de vista es el de Modesto Vázquez González, uno de los creadores de *Kalimán*. Como autor y, a la vez, empresario observa otras leyes. Como empresario: 1) La Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA); 2) la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR); 3) el Registro Federal de Contribuyentes (RFC); 4) la Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA); 5) la Ley de Cámaras y Comercio y de las Industrias (abrogada, queda en la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones); 6) Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana A.C (CNIEM); 7) lo que es PIPSA, lo que corresponde al; 8) Deposito Legal a la Biblioteca del Congreso de la Unión y la Biblioteca Nacional y, 9) la Ley de Vías Generales de Comunicación.

Del inciso 1) La LFDA ordena que en ésta como en otras disposiciones legales no se establecen requisitos para calificar lo que es literario, pictórico o de dibujo, las tres características en sí tienen protección legal; esto se observa en el artículo séptimo. No reglan o rigurizan extensión, calidad, nivel cultural. Para el Artículo 120 se deberá detallar la cesión del derecho a explotar una obra en tiempo, lugar y forma.

Del inciso 2) de la LISR en su artículo 77 indica que no pagarán impuesto por la obtención de ingresos. Modesto Vázquez lo observó como tributación especial, sin embargo dicha apreciación no está indicada en ninguna de las dos leyes; los legisladores deben diferenciar como definir porque en ambas utilizan términos genéricos, empresas editoriales de periódicos y revistas. Aunque así esté especificado, habrá que delimitarlas por especialidad o tema; ejemplo: revista de historietas y de ésta, sus subdivisiones ya que no todas las historietas divulgan la cultura, la literatura o hechos de la ciencia.

Inciso 7) con PIPSA, el Estado facilita el funcionamiento económico de los medios editoriales pero, Ernesto Villanueva lo analiza de otra manera. Él señala que el Ejecutivo Federal ejerce control indirecto sobre las empresas editoriales que requieren de dicha materia prima; por ello, el gobierno intervino en este rubro, a la vez, eliminó a las grandes productoras y las especulaciones arancelarias.

Del inciso 8) El Depósito Legal, decreto del Ejecutivo Federal del 11 de Enero de 1965, se establece la obligatoriedad de todos los editores del país para enviar a las Biblioteca Nacional y a la Biblioteca del H. Congreso de la Unión, dos ejemplares de cada una de las publicaciones de libros, periódicos y revistas que publiquen con fines comerciales. Pero en lo que atañe a las revistas de historietas, no son consideradas, razón, la Biblioteca del H. Congreso de la Unión en colaboración o convenio con otras bibliotecas o hemerotecas les proporciona los materiales mencionados.

De todo lo anterior, estima otras leyes que deberían integrar, anexar, reformar algunas disposiciones con lo que respecta de la historieta. Propone:

- De la Ley Federal de Protección al Consumidor, no contempla a las historietas como “mercancía” -material o “cultural”. La *Revista del Consumidor*, en junio de 1997, número 244, dedica un espacio a Historietas ¿Consumo “de a peso”?

- Del reglamento de los Artículos cuarto y sexto, Fracción II de la Ley Orgánica de la Educación Pública, en el inciso b, del artículo quinto del Reglamento indica: b) En la citación le hará saber el motivo de la infracción y el día, hora, lugar en que se celebrará la audiencia. Agregó que deberá ser pública (mi razón, como pública son sus publicaciones).

Del Artículo 53: “(...)Los editores están obligados a hacer constar en forma y lugar visibles de las obras los siguientes datos(...)” (con cuatro fracciones). Empero ¿qué pasa cuando se vuelve a publicar un número atrasado sea por una semana, un mes o un año? O en otro caso, ni siquiera se lleva datos.

- La Ley General de Educación, del Capítulo II, Sección IV De la evaluación del sistema educativo nacional, cabría un apartado con lo que respecta a la educación “informal” y sus efectos. Del Capítulo II De la equidad en la educación, en el Artículo 35. Del Capítulo VII De la participación social en la educación, Sección III de los medios de comunicación. Lo expresa anteriormente, no diferencian lo que son los medios: a) de comunicación social; b) de difusión masiva.

- Recuerda que en la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, no están integrados la Asociación de Padres de Familia, menos los especialistas. Ahora, observa el Reglamento de Asociaciones de Padres de Familia que en sí, debería ser autónomo de la SEP y no acatarse a las disposiciones de las autoridades como también sus arbitrariedades o de la lentitud administrativa ante mejoramientos en la educación o en los materiales educativos. Del Capítulo IV Funcionamiento, el Artículo 31, acerca de la mesa directiva, tiene ocho fracciones. Crear una disposición legal que indique: Tener voz y voto para el reclamo de usos, abusos de los medios de difusión masiva en perjuicio, daño y dolo de los educados en lo que compete a la educación informal, y a disposición del Artículo 74 de la Ley General de Educación. Más no sólo al Reglamento de Padres de Familia, también al que corresponde a Museos, Centros Culturales y Sociales.

En su libro, Ernesto Villanueva⁶⁵, anexa la Propuesta de Ley Federal de Comunicación Social, reglamentaria de los Artículos sexto y séptimo, de la Constitución Política de los Estados Unidos, elaborado por la Comisión Especial en materia de Comunicación Social de la Cámara de Diputados, LV Legislatura, 22 de abril de 1997. Sin embargo, en el Artículo Segundo aun no se diferencian los medios informativos, de los medios de comunicación, así como el concepto de comunicación y sus posibles derivaciones.

Apunta acerca de las disposiciones legales descritas que existe un vacío; no sabe si llamarlo sintáctico, lingüístico o pragmático además de lo que se denomina ingeniería constitucional. Es observar la “dejadez”, el que ignoren

⁶⁵ Villanueva, Ernesto: *Régimen Jurídico de las Libertades de Expresión e Información en México*, p.219.

que, una “simple” fracción de ley, implícitamente indique o provoque una intención o interpretación según las circunstancias. ¿En la legislación está implícito la construcción sociocultural el género? ¿Cuál de los dos géneros, el masculino o el femenino? Aunque la ley es imparcial, con normas de manera generalizadas.

Éstos son los puntos de vista legal anteriormente el psicológico, faltaría el religioso y el de los derechos humanos. Veamos el criterio de Ágnes Heller al respecto de la moral dentro de la vida cotidiana:

“(…)La moral es la relación entre el comportamiento particular y la decisión particular (aspecto subjetivo, “perteneiente al sujeto”), por un lado, y las exigencias genérico-sociales (aspecto objetivo*), por otro. Dado que esta relación caracteriza cada esfera de la realidad, la moral puede estar presente en cada relación humana(…)”⁶⁶.

Conforman el
contenido moral
de las acciones

La elevación por encima de las motivaciones particulares.
La elección de los fines y valores.
La constancia en la elevación de determinadas exigencias
La capacidad de aplicar estas exigencias en casos concretos.

La moral de la vida cotidiana es heterogénea, como la vida cotidiana misma. En primer lugar, el mundo en que nacemos nos presenta innumerables reglas de comportamiento. Sin tomar en cuenta, las normas obligatorias de cada quien, mismas que de no verse realizadas, nos conducen al inminente fracaso en la vida. Las instituciones son las que mantienen unidos los estratos y las corrientes sociales, diversas instituciones conformadas por el Estado y, en su seno, el sistema jurídico codificado.

El derecho, por el contrario sólo en casos excepcionales, es interiorizado por el hombre cotidiano; es decir, sólo excepcionalmente los mandatos y las prohibiciones del derecho aparecen ante el particular como mandatos y prohibiciones morales (o bien, en el contexto, religioso). Cuando una prohibición jurídica no posee ninguna “carga” moral o religiosa, cuando no está circundada por un aura tal, constituye para el hombre cotidiano un hecho externo y solamente el temor de la pena le impide llevar a cabo el acto ilegal⁶⁷.

* Paréntesis propio.

⁶⁶ Heller, Ágnes: *Sociología*. Op. Cit. p.132.

⁶⁷ IBID, p.181-182.

Finaliza expresando que, tanto en la moral, la economía y otras esferas de la convivencia social, no son signos que indican el significado de una objetivación social, sino que son signos de determinados complejos sustanciales o síntomas.

CAPÍTULO II

2. Antecedentes de la Historieta como Género de los Medios de Difusión Masiva en México:

Aurrecoechea y Bartra, al frente de un grupo de investigadores, realizaron un estudio insustituible e inacabable *Puros Cuentos. La Historia de la Historieta en México*, desarrollado en tres volúmenes que abarcan de 1874 -1934, y de 1934-1950. Aclaran, desde la introducción, cuestiones como:

- Tres generaciones de mexicanos han leído los monitos (recuérdese historietas), siendo para ellos silabario y cartilla, lección de historia y fuente de educación sentimental.
- Creó mitos y consagró ídolos, fijó y dio esplendor al habla popular.
- Han ratificado nuestro machismo y nuestra fe guadalupana.
- La historieta mexicana a pesar de su propio desarrollo, ha estado marcada por las influencias norteamericanas (y en la actualidad por el cómic japonés). Acerca de su desarrollo: “(...)ya en el siglo pasado se practicaba profusamente en nuestro país el arte narrativo basado en viñetas secuenciadas, una historia muda o con apoyaturas, que a la luz del modelo que surgirá en el cambio del siglo aparece como una suerte de precursores o adelantados de un género inédito(...)”⁶⁸.

En éste Capítulo se examina en lo posible su composición, tanto en sus contenidos como en su contexto. Encuentra que el aspecto de la agresividad, el poder y el trato de los sexos que fue manejado como algo cotidiano o ya establecido.

En el Capítulo I se hizo referencia al mito que en la mayoría de las culturas primigenias existió o existe, México no fue la excepción: “(...)la religión constituía la base del *ethos* mesoamericano (...) Prueba de ello es que a ella estaba ligada la inmensa mayoría de los elementos culturales (...)”⁶⁹.

Fue característico del México antiguo tener un dios para cada aspecto de la existencia como para cada aspecto de la vida personal que, en la actualidad persisten de una u otra manera. Esas peculiaridades se reconocen: en lo religioso, un dios y varios santos y santas. Del aspecto sociocultural, ídolos de los deportes, así como en los espectáculos: cine, teatro, TV y demás. Estos

⁶⁸Aurrecoechea, Juan Manuel y, Bartra, Armando: *Puros Cuentos, La Historia de la Historieta en México 1874-1934*, p.9.

⁶⁹ Bernal, Ignacio: *Formación y Desarrollo en Mesoamérica*, en *Historia General de México*, p.155.

ídolos son apreciados como mitos modernos. Han sido aceptados por la mentalidad colectiva, debido a las situaciones socioculturales y por imposiciones religiosas, culturales, políticas y económicas⁷⁰ a través de los medios de difusión masiva.

Los colonizadores utilizaron como conquista espiritual -las primeras imágenes- estampas religiosas para conmover el alma de los neófitos; además, en la Nueva España difundieron sucesos sangrientos, ejecuciones, crímenes y acontecimientos insólitos o monstruosos. Dándose las primeras muestras de periodismo sensacionalista.

De exportación española, los *aleluyas* condicionaron a los primeros lectores de historietas “(...)su importancia en la formación de sus primeros lectores de historieta de nuestro país debió ser enorme. A través de las aleluyas se popularizaron vidas ejemplares, textos de literatura clásica como el *Licenciado Vidriera* y se difunden juegos y literatura infantil. Pero algunos aleluyas se dedicaban a historias galantes de tono subido y contenían historias picarescas, que resultaban vulgares y hasta escatológicas, como en el caso de *La Historia de un Cesante en noche buena*, que presagia el estilo de la historieta adulta que tanto éxito tendrá, años después en nuestro país(...)⁷¹ .

Desde la época colonial empezaron a gestarse los primeros indicios de periodismo sensacionalista; ahora resulta que, en la actualidad es pilar de algunos medios de difusión masiva. Luego entonces, que se puede pensar al respecto ¿qué en la actualidad lo usan más y de manera específica?

Los datos arriba mencionados, han sido revisados desde los inicios de la prensa, del cinematógrafo, la radio, la televisión y la historieta, para comprenderla como un género de los medios de difusión en México. Al verificar la historia de la prensa, Fátima Fernández proporciona elementos para su estudio como: “(...)las gacetas del siglo dieciocho y las hojas volantes de los siglos dieciséis y diecisiete (no llegan a ser antecedentes de la prensa porque) ni son diarias ni son propiamente mexicanas son copias de las españolas y se publican cuando nuestro país no es aún independiente(...)⁷². “(...)El periodismo de este siglo (XIX) es reflejo de esa búsqueda...En una palabra, podemos decir que el siglo XIX se caracteriza por tener un *periodismo partidista*(...)⁷³ .

Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra en *Puros Cuentos*, reconocen que al escribir acerca de la prensa, hacen referencias a las caricaturas políticas

⁷⁰ Florescano, Enrique (Coordinador): *Mitos Mexicanos*, p.9-10.

⁷¹ Aurrecoechea, Juan Manuel y Bartra, Armando: *Puros Cuentos*. Op. Cit. p.42.

⁷² Fernández Christlieb, Fátima: *Los Medios de Difusión Masiva en México*, p. 18.

⁷³ IBID, p.19.

que se hacían, de sus gobernantes y de sus costumbres sociales en la naciente nación independiente y cómo los caricaturistas utilizaron la sátira como “arma” política.

A fines del siglo XIX y el inicio del XX, el taller de Antonio Vanegas Arroyo cubría la demanda de cromos, almanaques, cancioneros, estampas, calendarios, catecismos y crónicas de crímenes. Reproducía bellas litografías que glosaban escritores como Francisco Zarco, entre otros. Los grabadores fueron Manuel Manilla, Guadalupe Posada y Rangel Valdés, ignorados por los de la alta cultura (apegada a la cultura francesa), de aquella época. Ellos representarían la contracultura porfiriana.

2.1. La Patria Ilustrada:

En México, los talleres de artes gráficas proliferaron en todo el país, produciendo revistas ilustradas con litografías -introducidas en 1826. A finales del siglo XIX la producción nacional y las importaciones convivieron en un mercado de constante crecimiento. Analfabetos y cultivados consumían por igual, la producción gráfica de la época.

La prensa mexicana ilustrada nació con la introducción de la litografía con el recurso del fotograbado. La caricatura política del siglo diecinueve fue un género gráfico y de textos, de ambas habrá que darles una segunda lectura porque es: “(...)una asociación entre texto e imagen, prefigura el lenguaje historietístico y construye, como veremos, uno de sus más claros antecedentes(...)”⁷⁴. Mientras en 1859 en los Estados Unidos surgió el semanario *Vanity Fair*, en el cual publicaron caricaturas de Lincoln.

2.2. De la Caricatura a la Historieta:

En *El Ahuizote* (1874-1879), José María Villasana realizó sátira política contra el presidente Sebastián Lerdo de Tejada y sus ministros, ellos eran los malos y el *Ahuizote*, el bueno, sus dibujos podrían ser considerados como historietas.

Leopoldo Borrás refiere que: “(...)En 1888 el gobierno tenía en la capital 30 periódicos subvencionados, que requerían para su sostenimiento unos cuarenta mil pesos. Por los estados había 27 periódicos oficiales y casi toda la prensa local. Según un cálculo aproximado, *El Hijo de Ahuizote*, al estado le costaba sostener este aparato de propaganda oficial, tanto como los 248 diputados, los 56 senadores federales y las 27 legislaturas

⁷⁴ Aurrecoechea y Bartra, Op. Cit., p. 54.

locales, poco más de un millón de pesos al año. Al público le costaba otro millón de pesos sostener la prensa independiente(...)⁷⁵.

En la época porfirista la caricatura jugó un importante papel de oposición al régimen: aumentó la fuerza creciente de los ideólogos de la Revolución, llegó a las grandes masas analfabetas hablándoles en su mismo lenguaje y explotando el sentimiento por medio de imágenes de fácil comprensión. Representando la vida cotidiana de aquella época “mimetiza” (por la aculturación de lo francés) y ambivalente (por la realidad nacional existente).

2.3. La Historieta en la Prensa Moderna:

Aurrecoechea y Bartra manifestaron que “(...)A finales del siglo XIX, menos de la quinta parte de la población no sabía leer y escribir; y en 1910, el porfirato se derrumba dejando un analfabetismo de 75 por ciento(...)”. Por lo que, basado en la Revolución de 1910, la Constitución de 1917 y la Ley Orgánica de la Educación “(...)establecen el carácter laico, y obligatorio de la enseñanza primaria, asignándole al Estado responsabilidades educativas fundamentales(...)”. Sin embargo, “(...)a finales de la década de los 20 la población iletrada sigue siendo abrumadora: 67 por ciento de los mayores de 6 años(...)⁷⁶”.

A finales del siglo XIX, los avances tecnológicos sentaron las bases, en el caso del desarrollo de la industria, de ella, la prensa norteamericana que, con tres de sus principales diarios: el *World*, el *Mourning Journal* y el *Herald* brindaron suplementos ilustrados a color, publicaban en domingo, “(...)las imágenes y el humorismo ocuparon posiciones preeminentes, con el objetivo de atraer a la multitud de inmigrantes poco versados en el idioma inglés y a los extensos núcleos de posibles compradores escasamente dados a la lectura (...) Comenzaba así la democratización de la cultura y, con los *cómics*, el arte de masas(...)⁷⁷”, así lo aprecia Luis Coma.

Fernández Christlieb resumió el escrito de Carmen Castañeda “(...)en el siglo XX en México, salvo sus primeros lustros, se caracteriza por tener un *periodismo oficialista*(...)”⁷⁸. En México, las caricaturas y la incipiente historieta, como gráfica periodística comprometida mantiene su línea fuerte hasta el triunfo de la Revolución. Posteriormente dicho humorismo cambia, carece de intención

⁷⁵ Borrás, Leopoldo, *Historia del Periodismo Mexicano, del Ocaso Porfirista al Derecho a la Información*, p.14.

⁷⁶ Aurrecoechea y Bartra, *Puros Cuentos, La Historia de la Historieta en México 1934-1950*, número dos, p.19.

⁷⁷ Coma, Javier: *Los Comics un Arte del Siglo XX*, p. 6.

⁷⁸ Fernández Christlieb, Fátima, *Los Medios*, Op. Cit... 19.

social explícita, surge la prensa comercial moderna, las historietas como oposición perderán terreno porque sistemáticamente introducen modelos nuevos, tipo cómic europeo y estadounidense. En éste país, desde 1880 ya habían introducido el fotograbado.

Los diarios *El Imparcial* y *El Popular* y los semanarios como *El Mundo Ilustrado*, de Spíndola y el *Tiempo Ilustrado*, de Agüeros pretendieron: primero, apropiarse del mercado antes que las revistas europeas y, segundo, conquistar nuevos lectores.

Ernesto Pugibet (francés) radicado en México, empresario de la publicidad representó a la *Societè Financière por L' industrie au Mexique*, relacionada con muchos de los grandes negocios de la época; de esta manera creó su primer negocio "(...)la fabricación de cigarros y cigarrillos, que inicia en 1883 y consolida posteriormente al fundar junto con su hermano Julio y Andrés Elizaguirre, la compañía El Buen Tono que personalmente preside(...)"⁷⁹. Compañías que lucharan por el mercado comercial.

En estos cromos "(...)se pueden reconstruir casi treinta años de historia nacional -desde el porfiriato hasta la posrevolución- contada a través de los grandes acontecimientos políticos y sociales, sino por medio de su reflejo en los detalles de la vida cotidiana(...)"⁸⁰, En series como: "*Bellezas Francesas*", "*Bellezas Mexicanas*" y "*La Historia de una Mujer*". Por ello, tiempo después se produjeron historietas realizadas por *Juan Bautista Urrutia* quien desde 1899 hasta 1938 conformó una serie con más de 500 piezas diferentes de publicidad, como los cigarros, los cuales, le confirieron poder a "*Ranilla*", que fue en sí, el primer héroe mexicano. Por tal motivo, Bautista Urrutia ha sido considerado como el primer historietista mexicano.

En los cromos publicitarios se observa la construcción social del género, la mujer debía ser ante todo: femenina y apegada a las labores del hogar y el hombre, varonil, caballero o macho. Las niñas, debían jugar con las muñecas y, los niños "juegos de acción". Lo que sí hay que señalar: que las imágenes dibujadas de los menores y los ancianos, muestran que son considerados -en respeto y en su rol- en aquellos tiempos, no correspondían a su realidad. En el caso de los indígenas, éstos sólo son muestra típica de lo autóctono.

⁷⁹ Aurrecoechea y Bartra, Op.Cit.. p. 120.

⁸⁰ IBID, p.127.

Entre 1912 y 1914, dos hechos relevantes confluyen en la producción de historietas en su estructura: 1) la creación del sistema de sindicatos y 2) *El Nacimiento de Una Nación* (1914) de David W. Griffith *film* innovador de la composición del encuadre, el cuadro por cuadro, el campo visual y los planos, realizados también por otros directores, que influyó en las historietas⁸¹. Acerca de los *Syndicates* (agencias o sindicatos) en esa etapa del modernismo: crean la división del trabajo, la producción y la distribución la extendieron a empresas de todos los continentes aunque de manera estándar con materiales que buscaban la homogeneidad.

El 15 de abril de 1917 entró en vigor como reglamento de los artículos sexto y séptimo Constitucionales, la Ley de Imprenta, expedida por Venustiano Carranza el día 9 y publicada en el Diario Oficial el día 12 de ese mismo mes.

El fin de la revolución armada fue a la par con los comienzos de la historieta mexicana moderna (impulsada por la estadounidense). En los suplementos dominicales de: *El Herald*, *El Demócrata*, *El Universal* y *El País*, se publicaron las primeras series duraderas con personajes estables pensando atraer lectores; aún así, los de clase media se identificaron más con el “*american way of life*” que con los modos y las modas de las historietas mexicanas. Santiago R. De la Vega y Andrés Audiffred (1919) publicaron tiras cómicas.

Después de la proclamación de la constitución de 1917 y del asesinato de los presidentes Venustiano Carranza y Alvaro Obregón inicia el proceso de la reconstrucción económica. Negocian con Estados Unidos el reconocimiento de la conformación política del país y a la vez, aceptan la inversión de capitales de éste país. Surgió la hegemonía del grupo sonorence, mientras agonizaba la prensa partidista. “(...)Los caudillos aniquilan los brotes de oposición para dar lugar a la etapa de las instituciones, que dará pie a la actual *prensa oficialista*(...)”⁸².

La década de los veinte son para México, la construcción de un nuevo Estado, se reanudó el crecimiento económico; se abrieron espacios para la creación artística y cultural sólo que, de vocación nacionalista e intención popular, entre estos nuevos impulsos, nació la historieta mexicana moderna. En ella, se plasmó, en parte, el estallido de la revolución de 1910. El cine estuvo inclinado al documental, mientras la historieta a la fantasía y apegada a la

⁸¹ A. Ford, J.B. Rivera, E. Romano, *Medios de Comunicación y Cultura Popular*, p. 33.

⁸² Fernández Christlieb, Fátima: *Los Medios*, Op. Cit. p.20.

ideología reaccionaria. La prensa y la gráfica se politizaron, pero después bajaron sus intenciones; ambas, por ésta última razón se inclinaban hacia el humor neutro, hacía el divertimento.

La fase mencionada parece estar matizada de política. Se captó muy poco acerca de la perspectiva de género. En las áreas urbanas, en cuestiones de género existían sus diferencias, como por ejemplo la mujer de familia debía permanecer en su casa y vivir en la monogamia; en cambio en los nuevos tiempos, los varones se comportaban como caballeros pero eran maridos infieles.

En el área rural existía el machismo violento y cínico. Se notaba una cierta ambivalencia en el caso de la mujer mexicana del ámbito rural, caracterizada por ser abnegada, insufrible, tolerante y siempre dispuesta incondicionalmente para atender a su hombre. Sin embargo, cuando lo siguió a la Revolución, no le importaba morir en el fragor de la batalla. Las mujeres revolucionarias también eran rebeldes, no eran dejadas. Se encontraban con seguir órdenes o dar la vida para salvar a su división.

Tanto en las áreas urbanas como rurales, las características del hombre debían ser: a) El proveedor del hogar; b) Ser fuerte, seguro, valiente, respetuoso con sus padres, con sus mayores, con sus superiores; c) Ser amigo de los amigos, enemigo acérrimo de quien lo atacara; ch) Leal y fiel a su patria; d) Todo un caballero con las mujeres pero al primer desliz de ella, darle su golpiza para que se le quitara o abandonarla, por pasar a ser de segundo plato.

En sí, la agresividad fue lo que más se mostraba lógicamente, por la efervescencia socio-política que vivía la nación. Sin embargo, se distinguen dos matices en la agresión:

A) La agresión física. No se sabe, si el contenido de las tiras cómicas en México reflejó lo que en aquel tiempo era evidente, ya que existían las golpizas de los machos a sus hembras. En el caso de la zona urbana, solamente se menciona la frase, que por décadas lo decían las mujeres: “¡Pegáme pero no me dejes!”. La violencia estaba justificada en la mayoría de los casos; toda mujer tenía que cargar con ese calvario.

B) La agresión verbal. Está última fue la más desarrollada en la fase histórico social descrita en la que hubo una rivalidad, la de los rurales contra los catrines; los revolucionarios contra los pelones; los patrones y los caciques, contra el mal gobierno. Se menospreciaban y se ignoraban hasta la muerte.

Más la pregunta principal es ¿los medios -en éste caso la prensa- en ese tiempo la prensa- coadyuvó, unió o diferenció a dicha enemistad?.

Se cuestionará la agresividad que surge por las circunstancias de crisis que se vivieron o bien, habría que detenerse a pensar en la situaciones de conflicto, como la catapulta para el desfogue de la agresividad. En la cuestión del poder, se sabe que surge por las desigualdades sociales. Es un poder impositivo por los poderes mencionados, aunque, implícitamente está la opresión, es otro parámetro que supera el ámbito de estudio.

2.4. Moldes y Estereotipos Precedentes de la Historieta, Años Veinte y Treinta:

La historieta mexicana fundió dos compulsiones: el mimetismo del modelo estadounidense y el de la vocación nacionalista. En los años veinte y a mediados de los treinta, en el mercado existieron los *pulps* (revistas baratas) de novelas, emoción, detectives, misterio, novelas y aventuras. Así surgieron, con las novelas de detectives y bandidos, los nuevos mitos -aunque tengan características de mitos antiguos- con flamantes simbologías, vidas y cuentos de héroes, reyes o de personajes de la divinidad, recreándolos en cuentos y novelas. Los *pulps* los afirmarían con los *comic-books*.

Entre las primeras publicaciones de monitos hubo una historieta, que trató la crónica novelada de la *Revolución Mexicana*, es la primera historieta de dibujo realista, presentó el primer personaje histórico nacional, transformado en héroe estable que fue: *El Centauro del Norte, Pancho Villa*, el legendario personaje, bravo, mujeriego y cantador; quien fuera de carácter arrebatado y violento, pero en el fondo sentimental y tierno; atrabancado y arbitrario, pero justiciero.

Las características del personaje real es la *ficción* que el cine mexicano retomará para sus personajes en el género campirano o ranchero. Los siguientes personajes de éste género tuvieron los atributos proporcionados al *Centauro del Norte*, por ello, no es de extrañar que de los años veinte y hasta mediados de los años sesenta, el cine mexicano buscará caudillos⁸³ que

⁸³ Se observa del término caudillo, no la acepción originaria de Max Weber sino la que en México -o bien, Iberoamérica- ha referido: sistema político controlado por los militares, regulares o no, que procedían de fuerzas rurales, buscaban la desaparición de la autoridad centralista. En México, hubo períodos al respecto, aunque el más cercano fue en las décadas de los años de 1910 a 1920, años veinte y treinta, en que la figura del caudillo constituye el factor político dominante, aunque en-sí, el surgimiento de los caudillos -sobre todo militares- era por descomposición política e institucional. Es con el Presidente Plutarco Elías Calles -1928-

representen y se identifiquen con el pueblo mexicano. Como por ejemplo, los exponentes del género ranchero fueron: Jorge Negrete, Pedro Armendáriz, Pedro Infante y Javier Solís.

Las historietas plasmaron en parte la vida cotidiana de cierta época, han reflejado las estratificaciones o cambios sociales: el proceso de influencia, ya que no era un proyecto propio sino extranjero. Lo español fue superado por lo francés y éste, por lo estadounidense que con sus cómics futuristas y modelo de progreso industrial proliferaron sobre lo campirano o rural. Igualmente esto se relaciona con los cambios sufridos por el país; sobre todo en la segunda mitad del siglo XX.

Lo rural y lo campirano quedaron plasmados en el charro, que ha sido un símbolo de lo mexicano, marcado después como símbolo patrio, oficial. Durante la década de los años veinte constituyó una inclinación hacia el naciente nacionalismo.

En la época del agrarismo, sin embargo, la historieta ignoró la disputa por la tierra entre hacendados y peones. El cómic apareció en el sexenio cardenista. Años después la figura del charro fue transformada por los medios masivos. Ante ella surgieron los *cowboys* del cine *hollywoodense* con sus *westerns*.

Enrique Florescano expresó que en México desde los tiempos remotos, el mito es una de las principales expresiones de la mentalidad colectiva. Expuso que es un medio de comunicación -se recuerda, lo escrito por Barthes, el mito como sistema de comunicación- es un instrumento idóneo para manifestar las aspiraciones colectivas más recónditas, "(...)Es el transmisor de los temores compartidos. El conducto por donde fluyen los sentimientos más íntimos que conmueven a los diversos grupos sociales(...)". Identidades colectivas como: patria, nación y héroes, símbolos nacionales, son creencias colectivas que expresan la conciencia histórica de un pueblo. "(...)Asimismo, una de las mitologías mexicanas más ricas es la que rodea a sus personajes carismáticos, a su peculiar especie humana(...)"⁸⁴. Por mencionar algunos otros mitos: léperos y catrines; nacos y yupies; el macho, el charro cantor o la prostituta, mito e imagen, entre otras más. Los cuales conforman la materia prima e imagen para las historietas.

que, precisó que concluyera la etapa caudillista e iniciará con base en el Partido Nacional Revolucionario, el mecanismo de la sucesión presidencial.

⁸⁴ Florescano, Enrique: *Mitos*, Op. Cit. p.10.

El cine mexicano en 1921 encontró en la población urbana su público natural; éste medio como el de teatro de revista y el de las carpas transformó en arquetipos a personajes como el “payo” o “charro” “(...)que sintetiza y unifica arbitrariamente la diversidad campesina del país, y el “pelado” o “lépero, pícaro guarachudo pero definitivamente ciudadano que resume la condición del lumpen urbano de todos los tiempos(...)”⁸⁵, son los nuevos medios masivos quienes los difunden y como representaciones de lo mexicano, se simbolizaron en la cultura popular. Aunque en sí, las historietas se destinaban más al público urbano y casi nada al rural. Para fortalecer la ideología imperante, los gobiernos posrevolucionarios realizaron en 1921 la celebración oficial de la *Consumación de Independencia o las Fiestas del Centenario*.

“(...)En la tercera década del siglo, los niños y los adolescentes urbanos ya manejaban con naturalidad el lenguaje del cómic, como se observaba en la revista Pulgarcito, de la SEP, en 1925. Tal fenómeno, orientó a las empresas a utilizar a la historieta como ‘gancho’ para vender más periódicos(...)”. Los *pepines*, los *paquitos*, los *chamacos*, los *monitos* en sí las historietas no hubieran alcanzado demanda si no fuera porque “(...)a principios de los años veinte la red tradicional de expendios y vendedores callejeros de periódicos creció notablemente al calor de la efervescencia sindicalista de la época, se creó (en 1923) la *Unión de Expendedores, voceadores y Repartidores de la Prensa(...)*” (Manuel Corchado, uno de sus iniciadores)⁸⁶.

José Vasconcelos -en 1922- impulsó la primera campaña de alfabetización ¿pero qué leyeron estos millones de neoalfabetas? ¿Qué literatura impediría que los flamantes lectores potenciales deriven al analfabetismo funcional? Preguntas que a su vez responden Aurrecoechea y Bartra. ¿Aprender a leer para entender *Paquín, Paquito y Paquita, Pepín* (así el público conoció y dio “nombre” a la historieta), *Pepín chico, Chamaco y Chamaco Chico?*, éste último por cierto, cooperó con la campaña alfabetizadora.

El “*American Way of Life*” es truncada en el año 1929, por la llamada Gran Depresión del sistema financiero que afectó la economía de la nación americana. Aunque, para las empresas editoriales de periódicos y revistas su producción y circulación aumentaron en la década de los treinta. En su consolidación, el cómic, generó la división del trabajo, del artesanal al de equipo, amplió y diversificó los circuitos de consumo masivo a través de los *comics-books*.

⁸⁵ Aurrecoechea y Bartra, *Puros Cuentos, 1874-1934*, Op. Cit. 186.

⁸⁶ IBID, p. 204.

En México, desde 1929 la gran prensa entró al cauce oficial, aunque hubo algunos que fueron censurados, quedaron marginados o de plano eliminados por no adherirse a tal o cual caudillo. Fernández Christlieb y Karin Bohman observaron que la prensa mexicana dependía de las compañías transnacionales añadieron que esa dependencia se expresa también en la venta de equipos de telecomunicación, servicios de información (agencias que envían textos, cables, gráficas y fotografías) y textos publicitarios (inserción de mensajes) elaborados y administrados por agencias publicitarias transnacionales.

Fernández Christlieb con respecto a la publicación de tiras cómicas, las ubicó como “(...)elaboradas por consorcios norteamericanos. En Estados Unidos existe una especie de agencia de prensa que venden tiras cómicas a países de todos los continentes, y que se les conoce con el nombre de Syndicates”.

“En México, el de mayor penetración es el “*King Features Syndicate*”, agencia que centraliza la mayor producción y comercialización de tiras cómicas. Es propiedad de la corporación Hearst y surte de tiras cómicas a los periódicos: *Novedades*, *El Sol*, *La Prensa*, *El Universal*, *Excélsior*, *El Nacional* (ya desaparecido). Algunos periódicos como *Novedades* reciben a la vez material de otro consorcio: *The United Features Syndicate*, también norteamericana(...)”⁸⁷.

En los años veinte como en los años treinta y cuarenta “(...)los mexicanos se congregaban en torno al cine, la radio, el deporte nacional y los territorios de la ‘vida nocturna’ (teatros de revistas, salones de baile, *cabarets*), y las historietas y otras publicaciones populares con modalidades del esparcimiento, el ocio colectivo de las mayorías(...)”⁸⁸

La prensa popular abrió las revistas para adultos que permitieron el desahogo, se vendían muy discretamente y llegaban a zonas de tolerancia como peluquerías, donde los clientes accedían a la lectura de revistas con temas sexuales, en dos publicaciones *Vida Alegre* de Javier Navarro y *VEA*. Inicia la “marcha” de editoriales que verían a la mujer como objeto sexual, como fetichismo; los hombres, los *vouyeristas*.

Francisco Sayrols fue el creador de *Paquín*, que después será *Paquito*. Este autor publicaba cómics de la empresa *Procter and Gamble* y *Canada Dry*. El Coronel José García Valseca publicó en 1936 *Pepín*, cómic de la *King Features Syndicate*, en tirajes elevados que, por un cuarto de siglo le dio nombre genérico a las revistas de monitos. Manuel Ignacio Chamaco con su

⁸⁷ Fernández Christlieb, Fátima: *Los Medios*, Op. Cit. p.40.

⁸⁸ Aurrecochea, y, Bartra: *Puros Cuentos*, núm.2. Op. Cit. p.25.

revista *Chamaco* (1936) fue “(...)El primer diario de historietas del mundo y la revista mexicana de mayor tiraje en su tiempo. Inaugura las variantes en formato y periodicidad que serán norma general en la década de los cuarenta. A la vez, introduce literatura portátil, en 1937 con *Cuentos y Novelas, Detectives y Bandidos* con el subtítulo ‘*Semanario de Bolsillo*’(...)”⁸⁹.

La historieta *El Charro Negro* mostró a mujeres con carácter de figura despampanante que más tarde, su creador Mariño, recreó en *Yolanda*, la simbolización del corrido de *Adelita*. Posteriormente José G. Cruz retomaría dichas características para su personaje principal de la historieta *Adelita y las Guerrilleras*.

En 1934 surgieron los *comic-books*, con la integración de personajes del ‘*strip*’, por lo que éstos tuvieron ediciones elevadas, además, no contaban con las indicaciones de los *Syndicates*. Los *comic-books* atrajeron también a una gran masa de lectores infantiles, con lo que se gestó la tendencia de los *Entertaining Comics*.

En el siglo XX, el género policíaco penetró en todos los medios de comunicación. Los dibujantes mexicanos recrearon protagonistas con nombres en inglés, “(...)la ciudad de México y sus hampones de barriada entran a la disputa por el territorio, y la historieta policíaca se bifurca: el anglosajón por el suspenso y la intriga, los mexicanos por la criminalidad, la nota roja con melodrama(...)”⁹⁰. Otro tipo de grupo que se dio fue el de la novela rosa, el laberinto sentimental.

2.5. En Busca de Historietas para la Posteridad, Años Cuarenta y Cincuenta:

Los autores, en el desarrollo de la historieta mexicana, marcaron tiempos, como el de los años treinta: los melodramas románticos; en los años cuarenta, los superhéroes (estadounidenses) que entran a la guerra con los aliados, en contra de Hitler, Mussolini e Hiroito. En México el *Escuadrón 201* volvía a la batalla a través de la historieta y en los primeros años de la década de los cincuenta, crean series de humor y caricatura.

Entre 1945-1959 la urgente necesidad de la organización de los sistemas de comunicación internacional, tanto económico como político y cultural, como la penetración de mercados, los *mass media*, contribuyeron a la estabilidad y el dominio internacionales. Está última línea de interés la incrementarían con

⁸⁹ IBID p.15.

⁹⁰ Aurrecoechea, y, Bartra: *Puros Cuentos, La Historia de la Historieta en México 1934-1950*, núm.3, p.274.

la publicidad y las relaciones públicas, que serán dos campos de estudio para la comunicación: psicología industrial, de guerra y de persuasión como en los estudios de la comunicación de masas. En el año de 1945, la televisión alteró el ecosistema comunicacional tanto del cine como el de los cómics.

La afirmación del grafismo antifotográfico se dio en caricaturas como *Mafalda*, *Andy Capp* o con una sofisticación lingüística en *Saga de Xam*, *Guido y Crepax*. Los cómics privilegiaron la permisividad erótica en *Barbarella*, *Historie d'O*, la crueldad en *Diabolik*, *Kriminal* y *Satanik* y temas intelectuales de *ciencia-ficción* *Aghardi* de Suí, *Los mitos de Cthulhu* de Alberto Breccia. La doble evolución formal de contenidos, generó dos cúspides elitistas: la aristocracia cultural, configurada por la *intelligentsia* occidental y los grupos marginales y contestatarios de la cultura de masas, "(...)los cómics Underground o marginales, innovando tanto los contenidos como su expresión gráfica, cumplieron una función de resistencia a la cultura dominante(...)"⁹¹.

En los Estados Unidos, en el año 1954, los cómics sufrieron el primer ataque, la campaña en su contra se inició desde el año 1947; en el año de 1948, la Asociación de Editores de Revistas de Comics anunció que había perfeccionado un código con la aceptación de catorce casas editoras. Años después, Frederic Wertham, psiquiatra, lideró la gestión en contra y publicó *Seduction of the Innocent*, 1954. Fecha, de la cual 24 editores se reunieron y formaron la *Comic Magazine Association of America* y realizaron el *Code of Comics*, lo que se notaba en sí, era el fin de la libertad de expresión de este medio, lo que orilló al inicio o la pauta para responder a posibles censuras, pero sobre todo autocensura al Código⁹².

Estados Unidos, desde los años veinte, lanzó a las *flappers* personaje de mujeres trabajadoras, alivianadas. De los años treinta en adelante surgieron las superheroínas y las villanas *Sheena* (R. Webb, 1937), después apareció *Wonder Woman* (Ch. Moulton y H.G. Peter), *Mary Marvel* (C.C. Beck y J. Binders) y *Miss Fury* (T. Mills). Marcada por la tendencia modernista de mujer independiente, lejos de las tareas domésticas y de la sumisión o abnegación tradicional.

Desde los años treinta, la imagen de la mujer fue usada sólo como decorado o acompañante del personaje principal, masculino, en Norteamérica. Los moneros mexicanos la mimetizaron y le dieron un lugar protagónico: *Adelita*,

⁹¹ Gubern, Roman: *Comunicación y Cultura de Masas*, p.180-181.

⁹² Baron-Carvais, *La Historieta*, p.118-119.

Rosita Alvarez, Guadalupe la Chinaca, la Charra y La Llanera Vengadora, heroínas intrépidas, aguerridas, pero dotadas de rasgos proverbialmente viriles que más que opositoras del machismo fueron servidoras, domésticas sexuales y fieles a sus Juanes.

Los dibujos de heroínas seductoras, inquietantes por el escorzo de posturas dislocadas pero dinámicas, lucían encantos que funcionaban como atractivo visual para los lectores; aunque algunas derivaban en machorras o lesbianas en potencia. Por su parte el cine “(...)despliega una nutrida galería de bragadas hembras campiranas, extraída de la mitología de la guerra de independencia y de la revolución(...)⁹³”.

Adela Negrete heroína de *Adelita* y de *Las Guerrilleras* (1936, Paquito de José G. Cruz), la acompañan *Nancy, la Tigresa* y la *Dama del Antifaz*, una de sus enemigas es *Valentina*, personaje que creó confusión. Su creador, José G. Cruz quien decidió alinearla, permitiéndole embarazarse y tener un hijo. Los numerosos bandidos, gavilleros, caciques y federales de la serie compartían su condición de villanos y la compulsión por acosar sexualmente a *Nancy, Adelita* o *Valentina*; pero con la *Tigresa* ninguno se atrevía.

En los años cincuenta, los cómics, cuyos personajes eran superhéroes, no lograron el interés homogéneo del público lector; en 1955 las juventudes estadounidenses irrumpieron contra las rígidas normas de vida establecidas por la guerra fría y el *macarhtysmo*. Intensificaron el culto al género, engendrado en años anteriores, pero también la creciente marginación ante los que sí se apegaban a los estereotipos o las líneas del *Establishment*. Ante ello, el 26 de octubre de 1955 surgió la prensa *Underground* con John Wilcock y demás personas.

En México, Adolfo Mariño, dio a conocer *Yolanda y Picante* una revista para varones, que fue motivo de una campaña moralista junto a revistas como *VEA, Vodevil, Eva* y *Pigal*. Éstas últimas también de su propiedad fueron las primeras historietas quemadas en el Zócalo. “La campaña antipornográfica que sus promotores llaman “Guerra Santa” de 1955, impide a los lectores saborear la veta cachonda de Mariño con la misma amplitud con la que disfrutaban su obra campirana, pues el dibujante termina en la cárcel acusado de pervertir a la niñez...”⁹⁴.

“En ese proceso se disuelve el mito de que los niños son los principales destinatarios de las historietas. En México el cómic ha tenido siempre un público predominantemente adulto,

⁹³ Aurrecoechea, y, Bartra: *Puros Cuentos* num.3, p.187-188.

⁹⁴ IBID, p.163.

aunque por mucho tiempo los editores lo arrinconaron en las secciones infantiles...”. En cambio su creación el *Charro Negro* pasó sin pena para esos promotores.

Por el lado melodramático, uno de los éxitos lo constituyó *Tango*, de José G. Cruz, donde narró o representó la vida cotidiana de los años cincuenta. Circunscrito a la barriada y a la vecindad, espacios y ambientes urbanos de convivencia popular: Todos conformaban unos microcosmos de dimensiones humanas; una cartografía social con nombres y apellidos, a la medida de la narrativa popular⁹⁵.

El laberinto sentimental se ocupaba de las grandes pasiones: “(...)del amor y del odio, del vicio y la virtud, de la envidia y la generosidad, de la lealtad y la traición. . . sofisticada o tremendista, pero siempre amargo y dulzón(...)”. Los autores afirmaban que “(...)los mexicanos somos de lágrima pronta, y que en los cuarenta el público comiquero adulto está formado en gran medida por los fanáticos del corazón con los sentimientos a flor de piel, por adictos a la catarsis instantánea que proporcionan esta suerte de máquinas de llorar -o chistes al revés- que son los buenos relatos pasionales(...)”⁹⁶.

Aurrecoechea y Bartra aseveraron: “(...)Dibujar historietas románticas mexicanas se vuelve, desde entonces, tarea fácil y rutinaria, precisamente porque la gráfica importa poco. Desde los cuarenta, y hasta hoy [1993 su edición]*, en los monitos del corazón, el dibujo es sólo decorado, y por un tiempo entre los directores priva la idea de que un buen argumento garantiza el éxito, cualquiera que sea su puesta en viñeta(...)”⁹⁷.

Afirmación que para Laura Bolaños⁹⁸, argumentista de la Editorial Novedades, no fue válida, primero realizaron la historieta *Historias Completas*, revista que trató temas fuertes como el adulterio, primera historieta que tocó temas feministas, defender a las mujeres u optar por una posición, con personajes femeninos que salían adelante en historietas en las que igualmente iba siempre un mensaje: salir del cartabón de la mujer abnegada; ellos terminaron con la historieta rosa.

Dos ejemplos ilustran dichas décadas en la vida cotidiana, urbana, realizada por Germán Butze en *Pepe el Inquieto* y *Los Supersabios* y Gabriel Vargas Bernal con *Los Superlocos* y *el Señor Burrón o vida de perro*, en 1948.

⁹⁵ IBID, p.481.

⁹⁶ IBID, p.333.

* Paréntesis propio.

⁹⁷ IBID, p.355.

⁹⁸ Bolaños, Laura, en *Novela Ilustrada*, en la serie: *Calacas y Palomas*, en el programa: *Moneros y Monitos*, TV-UNAM, México, 1996.

Germán Butze narró en *Los Supersabios* la vida cotidiana familiar de los años treinta y cuarenta. En ese entramado cultural simbólico del machismo imperaban los padres erráticos y ausentes; las madres abnegadas o posesivas que canalizaban sus frustraciones personales por su aspiración económica y social al pegarles a sus hijos.

Butze hizo un acercamiento a las vecindades mexicanas donde existían: padres desempleados que explotaban a sus hijos y familiares; además se encontró con los odios, rencillas, rencores familiares; pero también con la solidaridad.

Gabriel Vargas Bernal, autor de: *Señor Burrón o vida de perro* o *La Familia Burrón*, historieta que fue el resultado de una crónica intimista y cotidiana del México arrabalero muy completo que incluía sus hábitos verbales y musicales, como características físicas y psicológicas, así como vestimentas y costumbres urbanísticas. Con más de sesenta años de continuidad en el mercado, coincidió con el ilusorio milagro mexicano (1940) como con la crisis de 1982 y los sismos de 1985; en 1988, *Borola* fue la candidata que buscó la democracia.

“(…)Las convicciones de *Don Regino* tambalean ante la actitud de *Doña Borola* que transita del bandolerismo social al liderazgo comunitario, es el alma del viejerío y conciencia crítica de la vecindad, ‘por la cuestión del hambre’, aunque, entre ello vaya la política familiar y social a discusión. La ‘*american way of life*’ no cabe con los *Burrón*, que no pueden abandonar la vecindad, menos la pobreza decorosa del *Callejón del Cuajo*” (Monsiváis y Bartra)

“(…)La Familia Burrón es el último reducto de la lucha cotidiana contra la adversidad, su tragicomedia social. *Borola Tacuche* ejerce una rebeldía individualista y anarquizante(…)” que contrasta con la de su esposo, prudente, apegado a la norma y el orden. Algunos creen que él es víctima de *Borola*, pero en verdad es “(…)víctima de las circunstancias, de la falta de trabajo, de la pobreza y de un orden social injusto. No es la víctima del matrimonio sino es la víctima de una circunstancia, es una historia de pareja contextualizada socialmente(…)”⁹⁹.

Con Butze y Vargas las mujeres se mostraban en su justa dimensión, más aún, con *Borola*, no sucedía lo mismo que con los personajes femeninos de las historietas de G. Cruz, quien las margina al no presentarlas con objetivos o en sus proyectos personales de vida social. Su misma condición de marginación

⁹⁹ Bartra, Armando y Carlos Monsiváis, en *El Cronista del Callejón del Cuajo*, en la serie: *Calacas y Palomas*, en el programa: *Moneros y Monitos*, TV-UNAM, México, 1996.

social y de mujeres oprimidas ya eran adversas de por sí y no harían que ellas avanzaran mucho.

Persiste la idea de que el padre es el proveedor, sustentador, dictaminador y el regidor de los valores y los principios; la madre la abnegación, el amor y la ternura hacia los hijos; ella se une a ellos en contra de la arbitrariedad del marido, pero también acata, más que el consejo, las ordenes.

El padre, de posesión económica clase media o alta, al notar que el hijo fallaba, lo podía perdonar, pues cualquiera comete un error, además que es de humanos errar; pero si éste atacaba al padre como institución, como autoridad perdiéndole el respeto, moría para siempre en esa casa. Sin embargo, si una hija fracasaba, había que dejarla a su suerte, aún si era de familia con alcurnia o con apellido de abolengo.

En cambio, en el bajo mundo, considerado, como pobreza decente y no tan hiriente como en lo actual, el honor consistía en no dejarse humillar por los parásitos de la sociedad, las ratas o por los ricachones.

La dignificación de la pobreza de esos años y la solidaridad salía a flor de piel; se percibían las rachitas de malos años; pero sabían sortearlas alegremente. Existía el respeto para las mujeres aunque no por ello, reparaban en el elogio con un piropo rimado. Se destrampaban en los salones de baile o los *cabarets* los cuales, tenían sus reglas.

Vivían de manera natural, bajo las frases de la seudofilosofía popular: en el ahí se va, en el que le vamos hacer, así lo quiere Dios. Que reflejaban las historietas. Cada historieta -que antes, fue la tira cómica- reflejó o marcó la vida cotidiana, que era costumbre de su época. Sin embargo, la representación o reflejo de esa vida cotidiana, no es precisamente lo que significa vida cotidiana, que se desarrollará más ampliamente en el Capítulo III.

Es evidente que el sentimiento popular (dolor, sacrificio, pasión, confusión de parentesco e incesto) o el costumbrismo han sido elementos que siguen utilizando los historietistas, para desarrollar personajes y recrear situaciones que por su desarrollo sociohistórico, se consideran cotidianos.

Por otro lado, la ingenuidad de los niños, su inocencia, su ternura, su sinceridad siempre serán imanes que ganen los sentimientos -aunque también serán veta para la explotación. Así lo manifestaron estos años noventa. Más

parece increíble, que en los años ochenta apenas se van aceptando y aquilatando. Y mientras ellos van obteniendo un lugar en la sociedad. Los ancianos, los indígenas y los discapacitados, principalmente los dos últimos, siguen siendo ignorados. Los años noventa iniciaron una lucha por tener presencia e importancia social. Lucha, que en las historietas ni se nombraba, ni se utilizaba, mucho menos se desarrollaba una historia, en donde se les diera un lugar.

De los años treinta a los años cincuenta hay pocas investigaciones; la historieta mexicana experimentaba, ensayaba -quizás, de manera inocente- en donde sus autores realizaban la creación de personajes e historias más nacionales, que aficionados a los modelos extranjeros. El lenguaje de la historieta oscilaba entre lo campirano-rural o la etapa urbana o de progreso. En los años cuarenta y a mediados de los cincuenta, la tendencia era la inclinación más a lo urbano, al progreso o modernismo. Lo que es en sí el sistema capitalista, con todas sus contradicciones, los más visibles fueron:

La predominancia de sectores industriales y de manufacturas sobre los sectores de servicios: educativos y culturales. Predominancia más no-equilibrio entre los servicios de la industria cultural con su cultura de masas sobre la cultura oficial, popular y la tradicional y lo académico. Predominancia del espacio y cultura urbana sobre la rural.

Pero en sí, la cantidad de historietas competía con los comics estadounidenses que no podían expandirse del todo, tanto por producción: *comic-strips* o *comic-books* que los *syndicates* establecieron para el caso de América Latina: primero, como puerta de sus productos y, expandirse en esos mercados así también en el mercado mexicano. La distribución estaba subordinada a dos causas: a la suya propia y la interna de México. El consumo estaba supeditado en las dos vertientes anteriores -según ellos- pero, el consumo dependía del gusto del mexicano, escoger entre el *comic* estadounidense o la historieta mexicana. Desafortunadamente los *syndicates* no consideraron la heterogeneidad que se iba marcando tanto en la sociedad como en toda la República Mexicana.

En los géneros establecidos por los estadounidenses se consolidarían, también los editores mexicanos, que reflexionaron de las costumbres y tradiciones del mexicano. No hay investigaciones que se dediquen a estudiar los grupos que hubo en esos años ¿cuántos sobreviven o cómo los han adoptado a los tiempos actuales, o qué grupos están mezclados?

2.6. Rupturas: Individuales y Sociales, Años Sesenta:

Adriana Malvido y Teresa Martínez apuntan: “(...)En los sesenta se creó una de las editoriales que hoy forman parte del poderoso monopolio: Editorial Ejea, fundada por la familia Flores, a la que ya pertenecía uno de los despachos de la Unión de Voceadores. Estos empresarios vieron a través de la circulación, el éxito mercantil de la historieta y la abordaron de inmediato(...)”¹⁰⁰.

En los Estados Unidos, la inconformidad generada en la década de los años cincuenta continuaría en los sesenta durante la Guerra de Vietnam y el *flower power* de los *hippies*. En la prensa subterránea llega también el *comix*, los *comic-books* marginados, eran en sí contractuales con sus propios sindicatos. “(...)Rechazaban los cánones estéticos al uso en textos, grafismo, montaje, temática, calidad de edición, etc. Disfrutaban traspasando los límites consuetudinarios de expresión erótica, propagando el empleo de las drogas, atacando el racismo y la guerra, defendiendo la liberación de la mujer, humillando a los encuadres en el hábitat burgués...mofándose de las instituciones, abjurando del capitalismo y de sus secuelas industriales y comerciales. Propugnaban un concepto del arte radicalmente distinto, pero ello no obstaba para mostrarse hondamente influenciados por determinadas parcelas de la historia de los comics(...)”¹⁰¹. En la década del setenta sus ediciones se comparaban y compraban como *cómics-books* clásicos. Aunado a esto, “(...)la acelerada descolonización del Tercer Mundo a partir de 1960 dio un golpe de muerte a los cómics en escenarios exóticos y generalmente de carácter acentuadamente racista, a la vez que los viajes pagados a plazos a Africa y a Asia desmistificaban para la burguesía occidental aquellas escenografías aventureras de su infancia(...)”¹⁰².

Umberto Eco con su obra *Apocalípticos e Integrados*, del año 1964, analizó el mito, la simbología, causas, efectos, defectos y aportaciones de la cultura de masas; analizó los *comics* de *Superman* y *Steve Canyon* que, son la representación de esa cultura de masas y lo que ella implica, como a la vez lo que es el *kitsch*.

En México se conformó el Centro Club, Comité, Asociación pro tiras cómicas, tenía como Presidente a Alejandro Jodorowsky y por Secretario General a Carlos Monsiváis, quienes pretendieron hacer toda clase de estudios profundos sobre la influencia de los cómics en la cultura y fundar revistas que dieran a conocer caricaturas de otros países. Ambos fueron defensores, a ultranza, de

¹⁰⁰ Malvido Arriaga, Adriana y Martínez Arana, María Teresa, “La Historieta en México, Ciclo de Producción, Distribución y Consumo en los Años ochenta”, p. 46.

¹⁰¹ Coma, Javier, *Los Comic*. Op. Cit. p.29.

¹⁰² Gubern, Roman, *Comunicación..* Op. Cit. p.180.

los cómics. Observaron el arte del futuro, la labor educativa que podían desempeñar, las características de atracción hacia los niños y adultos Carlos Monsiváis, en la década de los ochenta, pensaba en autores como Hall Foster, quien creía que los cómics eran el arte del futuro: "(...)En Estados Unidos, el 97 % de los niños saben quién es Lyndon Johnson. El 99 % quien es Superman. El cómic es cultura popular, y además puede ser, en su mejor infancia cultura del pueblo(...)"¹⁰³.

El cómic no es cultura popular porque no ha sido creado por el pueblo; entendiéndose como cultura popular¹⁰⁴ las tradiciones o costumbres. Bien se sabe que el cómic fue creado ex profeso en los Estados Unidos y en México se utilizó con los mismos fines. El cómic es cultura creada para el pueblo o para la masa, calificada como: *mass media*.

La discusión de sí el cómic es arte se inició en los años sesenta y hasta nuestros días aún no queda definido ni establecido el criterio. Pareciera que en estos último años, en México, dicha discusión apenas cobró fuerza en 1989, Fernando Curiel, con *Mal de Ojo*, abogó por él. Sin embargo, pareciera una discusión en la cual habrá que elegir, detallar, definir ¿qué criterios: literarios, gráficos, estéticos, contenido por tema, por cuestión social, por antigüedad, por lo actual, por su trascendencia de una sola o de las ya descritas? o bien ¿Es reflejo, idea, pensamiento y sensibilidad de la humanidad? Se reflexiona este arte del *comic* -multinacional- ¿responde o no a intereses de mercado?

Se observa que la calidad artística no está peleada con los intereses de mercado, más bien se vale de ella, para abrir espacios. En sí la calidad artística riñe con los intereses de los lectores; aunque reclaman diciendo que envían sus argumentos para participar en concursos; pero tal calidad artística lleva implícita la ideología de todo un sistema.

Umberto Eco proporcionó algunos enfoques de la obra de arte: estructura, que es sinónimo de formas, da carácter de unidad, a cada uno de sus niveles; el estilo, donde se manifiesta la personalidad del autor, las características del período histórico y el contexto cultural de las escuelas a que pertenece la obra. Los elementos son: estilemas, una obra será, un sistema de sistemas que hace

¹⁰³ Mendoza, María Luisa: "Treinta Millones de Historietas al Año, Bien Valen su Estudio", en el suplemento La Cultura en México, revista *Siempre*, núm.612, 17/Marzo/1965, p. XIII.

¹⁰⁴ Néstor García Canclini en su obra: *Las Culturas Populares en el Capitalismo*, manifiesta acerca del término cultura popular: "Las culturas populares (más que la cultura popular) se configuran por un proceso de apropiación desigual de los bienes económicos y culturales de una nación o etnia por parte de sus sectores subalternos, y por la comprensión, reproducción y transformación, real y simbólica, de las condiciones generales de trabajo y de vida", p.62.

referencia a las relaciones de la obra con los que las disfrutan y las relaciones de la obra con el contexto histórico cultural originario. En sí, los factores fundamentales son: el autor, el receptor, el tema y el código, éste último constituido por la lengua, que establece las relaciones entre significante y un significado o entre un símbolo y su referencia y el conjunto de reglas de combinaciones entre los varios significantes.

En 1965, Roberto Cutberto Navarro y Modesto Vázquez González, después de su serie de radionovela, crearon la historieta *Kalimán, el Hombre Increíble*, que trataba de un héroe nacional con poderes especiales, que compitió con los grandes éxitos del *marketing* los superhéroes estadounidenses y europeos; logrando un tiraje de mil millones de ejemplares.

Modesto Vázquez hijo, comentó en una entrevista: “(...)Sabemos que cada ejemplar es leído semanalmente por cinco personas por lo menos, así que el tiraje del año 2000 implicó de 700 a 800 mil lectores, mayormente del sexo femenino, cuya edad oscila entre 15 y 45 años(...)”¹⁰⁵. En el Capítulo III se menciona el estudio de Hinds Jr, acerca de *Kalimán*. En uno de los apartados se describe la relación de *Kalimán* y *Solín*. Ricardo Jiménez Todd, investigador del cómic mexicano descubrió un logro de los creadores: que *Solín*, el pequeño amigo de *Kalimán*, no es otro que el mismo lector¹⁰⁶.

En la década de los años sesenta, con lo escrito por Alberto Breccia, acerca de Rius: “La aparición de Los Supermachos en 1965 constituye una auténtica revolución en la historia del cómic de nuestro país. Desarrollados en base a una peculiar combinación de historieta satírica de personajes y cómic didáctico, Los Supermachos de Rius demostraron que el lenguaje de los monitos es perfectamente compatible con una crítica política no panfletaria y con la exposición antiolemne de contenidos educativos; pero, sobre todo, revelaron la existencia de un público dispuesto a recibir un tipo de cómic adulto, que en vez de embrutecer al lector, apela a su inteligencia y lo obliga a reaccionar...”¹⁰⁷.

Carlos Monsiváis expuso en entrevista para la serie de TV-UNAM: “Rius es un gran ejercitador de libertades. No en balde en su momento de mayor delirio persecutorio el Presidente Díaz Ordaz lo consideró su enemigo (...) Rius sufre las persecuciones que sufrieron los caricaturistas del porfirismo, además, se conecta con numerosas generaciones de lectores de los años sesenta para acá, a la vez que logra ser gracioso, divertidísimo y peculiar su método de enseñanza de repartición”. Carlos Monsiváis añadió que la

¹⁰⁵ Güemez, Cesar: “*La Creíble y Vera Historia de Kalimán, el Hombre Increíble*”, en *La Jornada*, miércoles 10/I/2001, cultura, pág. 4º.

¹⁰⁶ Güemez, Cesar: “*La Creíble y Vera Historia de Kalimán, el Hombre Increíble*”, en *La Jornada*, martes 9/I/2001, cultura, pág. 3º.

¹⁰⁷ Río [Rius], Eduardo del: *La Vida de Cuadritos*, p.100.

intimidación hacia Rius llegó a su grado máximo cuando lo secuestraron el 29 de enero de 1969 y lo amenazaron de muerte.

Acerca de Eduardo del Río (*Rius*), Rafael Barajas, *El Fisgón* comenta: “A través de Los Supermachos puedes entender muy claramente la sociedad mexicana del siglo XX, de los años sesenta con una sociedad media campirana, medio ya urbanizada, con una cultura caciquil que raya en vicios de partido de Estado, con una población semirural, semiurbanizada que empieza a concientizarse todavía con rezagos, de un catolicismo muy atrasado”. Por su parte, Antonio Helguera afirma: “De hecho muchos de los caricaturistas actuales nos politizamos con los libros, con las revistas de Rius, difícil encontrar uno que te diga que no influyó en su trabajo, en su formación”¹⁰⁸.

En la década de los años sesenta, la historieta *Torbellino* formó parte de la cultura iconoclasta, de la lucha antiimperialista o de los problemas urbanos, resultó en sí, una historieta paradigmática. Como lo observó Guillermo Vigil, quien realizó su libro *El Payo o Como Escribo mi Historieta*, en 1981.

En los Estados Unidos, desde los años veinte, aunque con más auge en la década de los cincuenta, se agudizó la tendencia modernista de la mujer independiente, lejos de las tareas domésticas. En México, similar tendencia se dio en *Adelita y sus Guerrilleras*, entre otras historietas. El ejemplo aún presente de la dignidad de la mujer es *Borola Tacuche*. En este trabajo, queda establecido que la representación que realizó Rius de la mujer mexicana, es ambigua. Es la mujer rural, abnegada, paciente y trabajadora, pero es sólo la imagen. En sí, es una mujer suburbana que respeta sus tradiciones y además tiene conciencia de sí y, conciencia social volcada en su locución verbal. Indudablemente, Vargas y Rius son autores de excepción en el trato de la mujer, de los ancianos, los niños, los indígenas y de los grupos marginados.

Los autores de *Puros Cuentos*, mencionan a R. Araiza con su historieta de *Las Comadres*, en el cual, dibujó cómo las mujeres enfrenta la corrupción, la crisis y el Apocalipsis de las costumbres, ocupándose además del movimiento del '68: “(...)Voluntariamente o por consigna Araiza adopta un esquema maniqueo encarnado en los gemelos(...)”. *Pilo*, joven descarriado, más enrolado en la buena onda, es comunista universitario, pero también un anarquista que abomina lo creado y lo destruye (mas que aun anarquista, es terrorista) y *Milo* es estudioso y constructivo, aunque, afirman Aurrecoechea y Bartra: “(...)la familia, la religión, y la conducta modélica del hermano “bueno”, son valores insostenibles como la “ideología disolvente del descarriado(...)”. Y asentaron: “(...)Esta penosa retahíla de lugares

¹⁰⁸ Monsiváis, Carlos, en: “*La Pedagogía de San Garabato*”, en la serie: *Calacas y Palomas* en el programa: *Moneros y Monitos*, México, TV-UNAM, 1996.

comunes anticomunistas y su consabida moraleja expresan fielmente la deleznable visión araiciana del movimiento de 1968(...)¹⁰⁹.

Araiza, en los años ochenta, realizó dos producciones más: *El Mil Chambas* (1984) y *Máscaras y Bikinis* (1988) produjo trabajos de carácter escatológico con temas como el racismo, la xenofobia, y lo que podemos entender como sexismo a su manera, que influyeron en la historieta escatológica mexicana de las últimas décadas. Lo suyo fue la sátira y el mal puede reivindicar lo que sistemáticamente ha dinamitado. Desde joven y aún de viejo, con más de cincuenta años apoyó a las modas y los movimientos juveniles.

También de los años sesenta, aunque plasmada con otra idea, es la historieta *El Watusi*, Magaña, argumentista y de la Torre, dibujante dieron vida a un joven que vivía en una vecindad de las tantas que existían, y existen en el Distrito Federal. Un muchacho alto, flaco, de pelo largo al que no le preocupa su pobreza; utiliza el lenguaje propio de los jóvenes de su clase. Es despreocupado y desinteresado tanto por obtener su cartilla del Servicio Militar como de encontrar trabajo. Otro personaje de la historieta es don *Diógenes*, autodidacta muy inquisitivo. En los 23 números publicados criticaron los siguientes aspectos del sistema: al dinero, la independencia, la natalidad y su control, la sobrepoblación, la discriminación, las olimpiadas, el psicoanálisis, la vecindad y la Revolución Mexicana, entre otros. Por cierto que *El Watusi* dedicó un número extraordinario a los estudiantes del movimiento de 1968, que estaba decididamente a favor de la juventud¹¹⁰.

En los años sesenta las menciones, críticas y análisis de los cómics, se cuentan con los dedos. En los años setenta aumentó el número de ensayos y estudios, al igual en los años ochenta. Los estudios acerca de las historietas se tornaron académicos por un lado y por otro algunos medios de difusión, prensa y televisión concedieron espacios para nombrarlos. De lo anterior se desprende que: de la adulación se derivó el éxito, el número de tirajes, y hubo una posible proyección internacional de los trabajos de los intelectuales y de los académicos. El público, los receptores y los lectores, apoyaron la primera postura sin saber las consecuencias. Pareciera más fácil realizar una feria del cómic que una consulta popular.

¹⁰⁹ Aurrecoechea y, Bartra: *Puros Cuentos*, núm.2, Op. Cit... p.347-348.

¹¹⁰ Calles, José de Jesús: “ *El Watusi, una Buena Historieta Mexicana*”, en *Revistas de Revistas*, abril 1988.

2.7. Haciendo y Deshaciendo Historietas en los años 70:

Es en esta década se inician la publicación de los comentarios, artículos e investigaciones de esa literatura trivial y barata. Otro ejemplo viene de Europa, lo constituyó *El Lenguaje de los Cómics*, obra multicitada en infinidad de libros y tesis que ha sido uno de los trabajos pioneros que profundizó dicho estudio. En México, la revista *Artes de México* apuntó en dicha década, antecedentes de los historietistas e historietas.

En 1972, surgió a la escena pública *Para Leer al Pato Donald* de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, que constituyó un libro polémico pero verdadero, libro que en lo actual en algunas personas provoca reflexión y en otros sólo un sinsabor, como en su tiempo repudiaban el libro aquellos que vieron en *Disney* seres preocupados por la espontaneidad, la bondad natural, la ausencia del sexo y la violencia, la inocencia y pureza de los personajes al alcance de los niños; con la posibilidad de que los adultos recuperaran su niñez.

Irene Herner estudió el mito de *Tarzán*, mito del miedo, provocado por las clases en el poder para manipular de manera ideológica a las clases media y baja y así dominarla y mantener el *statu quo*. *Tarzán* es hombre blanco que domina a la raza (negra o de otro país) que no sabe cuidar su país (riqueza). Dorfman y Jofré, a su vez, le retuercen el cuello del pato, con otro personaje que lo superará en todo: *Superman y sus Amigos del Alma*. Sí *Tarzán* ayuda al ejército o las tribus, *Superman* ayuda a veces al ejército o la policía que, tienden a veces, a entorpecer su justicia y su orden, él se apega a la justicia aunque no acate el derecho o la ley.

Ludovico Silva en *Teoría y Práctica de la Ideología* lo remarcó, al referirse a los cómics de *Tarzán*, *El Fantasma*, *Mandrake*, *Kirby*, *Ben Bolt*: quienes crearon un sentimiento colonialista. África y Latinoamérica son tierra de nadie. Los personajes representan en suma, características de agentes de la CIA. Defienden la ideología imperialista. Jorge Martínez Fraga se abocó en su tesis a los *Usos Sociales y Medios de Comunicación Colectiva: un Caso la Historieta Cómica La Familia Burrón* (1974). En 1977, Cristina Fernández Diego Sotelo hizo un estudio al que tituló: *El Cómic y su Influencia Decisiva en la Educación del Niño Mexicano*.

Higilio Alvarez Constantino publicó *La Magia de los Cómics Coloniza Nuestra Cultura*, donde mencionó estadísticas de historietas en cuyo contenido hubo una cuantificación de: crímenes, sadismo y delitos contra la conducta antisocial. Oscar Steimberg, *Leyendo Historietas o La Historieta Moderna*, en tanto que Javier Coma con *Arte del Siglo XX o De Katz el Gato, al Gato Felix o El Cómic, Equipo Fénix*, en Argentina y España respectivamente, también dieron importancia al cómic dentro de sus investigaciones.

En 1979, se manifestaron cada vez con más numerosas formas la lucha de clases en el nivel de la superestructura en trabajos como el de Leobardo Cornejo Murga, quien realizó su tesis *De San Garabato Cucuchán a Chayotitlán, Análisis Semiótico de Los Supermachos y Los Agachados*, trabajos que fueron reunidos en el libro *El Cómic Es Algo Serio*. También en ese año, Lilia Esther Vargas Isla, Psicóloga, realizó la tesis: *Una Aplicación del Método Actancial de Greimas en la Psicología Social: Análisis de Contenido de un Cómic Mexicano*,

Daniel Prieto Castillo, con relación a Ludovico Silva, consideró que ridiculiza a los superhéroes desde cualquier ángulo, es una vía válida aunque quede restringida sólo a especialistas. Mientras que Prieto Castillo se preguntó por qué el lector común no puede ridiculizar a los héroes "(...)por qué los toma en serio, a pesar de que se le aparecen como motivo de entretenimiento (...) Porque: a) el lector esta inmerso en la ideología dominante; b) los mensajes forman parte de un sistema completo (objetos, normas, hábitos, educación...). Los personajes de los mensajes retóricos violan, mediante la coartada de la realidad, el principio de realidad...permiten desviar la atención de la atención sobre la realidad real(...)"¹¹¹.

Román Gubern, de España, por su parte, se acercó al *Lenguaje de los cómics*, ve su origen y su semiología. En su libro de *Literatura de la Imagen*, mencionó la estandarización que provoca la industria cultural, llevada a cabo por el cómic para abarcar mayor público, fijando, a la vez, géneros, temas y situaciones, otras dos obras de él son *Mensajes Icónicos en la Cultura de Masas* (1974) y *Comunicación y Cultura de Masas* (1977). Pierre Fresnault-Deruelle elaboró un estudio *El Espacio Interpersonal en los Cómics* en el libro *Semiología de la Representación (Teatro, Televisión, Cómics)*(1978).

En México, se han publicado artículos aislados en revistas como *Yo y Gráfica de México* (1975), *Cambio* (1976); *Artes Visuales* (1977, 1979); *Cuadernos*

¹¹¹ Prieto Castillo, Daniel: *Retórica y Manipulación Masiva*, México, p.155.

Políticos y Revista de la Universidad (1978); *El Economista Mexicano, Artes de México y Su Otro Yo* (1979). En la revista *Comunidad Conacyt* en 1977 y en 1980 se dedicaron algunos artículos exclusivamente a la historieta. También de 1978, el Centro de Estudios de la Comunicación (FCPyS-UNAM) editó cuadernos, uno de ellos *Televisión, Cine, Historietas y Publicidad en México*.

Se puede mencionar el título de algunas tesis muy interesantes como: *Proposiciones de Análisis del Cómic Mexicano (el Caso de Torbellino)* de Julia E. Palacios Franco, en 1978, *Análisis de la Historieta Lágrimas, Risas y Amor* de Carlos Maya Obe. En 1979, Elena Echeverría de la Mora y Bruno F. De Vecchi Espinosa de los Monteros realizaron el trabajo: *Construcción de un Modo Estructural para el Análisis Ideológico de los Cómic*s. También de 1979; El Consejo Nacional de Población (CONAPO) presentó una ponencia *Programa de Análisis de Contenido de los Mensajes sobre Sexualidad en las Fotonovelas e Historietas para Adultos que se Consumen en México*, para el *Seminario sobre Sexualidad y Medios de Difusión Colectiva en México*¹¹². Esperanza Zámamo Gómez y Pilar Pérez Sainz ejecutaron un *Análisis de Contenido de la Conducta Verbal de los Personajes de una Historieta Semanal, en Base a la Teoría del Análisis Estructural*.

María Josefa Erreguerena Albateiro (1977), observó y juzgó la crítica de algunos autores mencionados:

a) "(...)Los críticos caen en la reproducción del modelo que critican porque ellos ocultan también su proceso de producción(...)"¹¹³. Dorfman y Mattelart en *Para Leer al Pato Donald* encontraron contenidos más no todas las variables "(...)ellos están vendiendo otro objeto de consumo, pero esta vez presentado como crítica que el lector asimila(...)". Acerca de *Tarzán*, el hombre mito, indicó que la autora no toma en cuenta las condiciones de producción de las que proviene un mito tan importante, a la vez, no plantea que "(...)la clase dominante en los Estados Unidos necesita transmitir sus valores, para reproducir su ideología(...)"¹¹⁴.

b) Otra crítica es que no siguen un modelo de investigación explícita, a la vez que no pueden ser comprobadas, por no ser aplicables su metodología y a otras investigaciones similares, aunque se esté de acuerdo con ellos, como en el caso de Ariel Dorfman, con *Superman*.

¹¹² Esto en el año de 1979. Dato del libro *La Investigación de la Comunicación en México 1956-1986*, por Raúl Fuentes Navarro. En la CONAPO no se encontró el documento.

¹¹³ Erreguerena Albateiro, María Josefa: *Análisis Semiológico del Comic como Medio de Comunicación Aplicado en México*, p.36.

¹¹⁴ IBID, p.38.

Antonio Delhumeau, en uno de sus artículos, lanza una crítica ambivalente acerca de las historietas cómicas mexicanas y su fantasía contestaría ante la hegemonía de estereotipos del modelo norteamericano. Bertha Eugenia Sotres Mora comprende que el lenguaje onomatopéyico de los cómics ha provocado reflejos condicionados. Cuestión que Guillermina Yankelevich respeta, como se referirá en el Capítulo IV.

Marielaire Acosta efectúa el reportaje de *la Historieta Cómica en México* y expone que, después de la radio, el medio de comunicación masivo más popular en la ciudad de México es la historieta; debido a que alcanza un nivel de circulación que cubre varios niveles socioeconómicos y grupos de edades en que abundan las expresiones populares y el caló. Como por ejemplo *La Familia Burrón* desarrolla la una ideología de la pobreza y así lo acepta el *statu quo* quedan en el sentimentalismo ideológico, en la burla y la ironía, mas no plantean una solución, pero en sí, refleja la realidad nacional. Refiere de historietas cómicas chilenas (de la Editorial Quimantú, subsidiada por el Gobierno de la Unidad Popular, que se mencionará en el apartado de historietas alternativas).

Mientras en los países capitalistas o en vías de desarrollo la historieta mostró ser un negocio altamente rentable, dentro de los *mass cult* (culto de masas), según la extensión de su mercado; aquí en México, Irene Herner escribió acerca del *Museo y la Historieta*¹¹⁵ En 1971 hubo una exhibición, pero su entrada triunfal al Palacio de Bellas Artes fue en 1973, con la exposición llamada: Salón del Humorismo 1973. II Salón de la Historieta Mexicana. También de ese año la revista *Cine Cubano* publicó un artículo. Mientras que Hugo Gutiérrez Vega¹¹⁶ consideró que la base de las teorías sociológicas, que deben estudiarse en los cómics, es la teoría psicológica de las diferencias individuales, la cual supone que la respuesta a los medios depende de la estructura psicológica del receptor; la teoría de las categorías sociales; la de las relaciones sociales y la de las normas culturales.

Mitos y Monitos de Irene Herner y María Eugenia Chellet establecieron el primer libro en el que se investigó: antecedentes, lenguaje y estructura, producción, distribución y consumo de las historietas y fotonovelas en México. Es el primer libro se presenta el análisis de contenido de las imágenes de las mujeres en las historietas: vistas de manera sexista y discriminatoria.

¹¹⁵Herner, Irene: *Museo y la Historieta*, en *Cultura y Comunicación de Masas*, p.60.

¹¹⁶Gutiérrez Vega, Hugo: *Observaciones sobre el Cine, la Radio, la Televisión y las Historietas Cómicas*, p.11.

Las historietas y fotonovelas representan la industria de la cultura que con sus productos diseminan valores morales, intelectuales y religiosos de la burguesía, su creadora, son en sí, instrumentos de control y dominación ideológica.

Los autores mencionados describieron el proceso de la empresa editorial que: designa a un argumentista y a un dibujante; el director artístico que dirige y coordina a un grupo de ayudantes; éstos a los letristas que elaboran letreros, diseñan los fondos, los adornos, el vestuario o los peinados y a los coloristas, que colorean las imágenes. Argumentistas y dibujantes son los que requieren de los ayudantes, aunque, ellos son los que les paguen. Otra fase es la impresión, para la cual se elaboran pantallas para sacar la gama de colores y el tapado de color y su selección, que se realiza en un fotolito o grabado. Editorial Argumentos (EDAR), Novaro y Posada tienen sus talleres, por lo que sus costos de impresión disminuyen y así aumentan las ganancias. Sin embargo, la recompensa es poca a su ardua labor, sus condiciones de trabajo son pésimas debido a los salarios bajos. No tienen prestaciones, no tienen contratos, ni sindicato que los ampare para ejercer su derecho de huelga y seguridad social. Algunas de las editoriales tienen instalaciones pequeñas que parecen más talleres artesanales o bien, como corporaciones monopolizan la producción:

Los costos –porcentajes- de una historieta:

Editora <i>Senda</i> que imprime su material en el “Taller Impresores y Editores”:	Editorial <i>Posada</i> que imprime su en sus propios talleres:
Elaboración, argumentista Y dibujante: \$ 0.30.....10 %	Elaboración, edición e impresión: \$ 1.38 a \$ 1.44.....46 % al 48 %.
Taller de impresión: \$ 1.20.....40 %	La distribución a las compañías distribuidoras y la Unión de Voceadores: \$ 1.20.....40 %.
Las compañías distribuidoras y a la Unión de Expendedores \$ 1.20.....40 %	Ganancias para la empresa: \$ 0.36 a 0.42.....12 \$ al 14 %.
Ganancias para el propietario o empresa: \$ 0.30.....10 % ¹¹⁷ .	

¹¹⁷ Herner, Irene y, Chellet, María Eugenia: *Mitos, y Monitos*, p. 95.

¿Qué ciclo o proceso siguen los cómics? El siguiente estudio, de Adriana Neneka Malvido Arriaga y María Teresa Martínez Arana -de 1992- apuntan que la historieta es un medio de entretenimiento; pero también es opción ante la escasez de satisfactores de esparcimiento y recreación, siendo más económica que un libro.

“(...)Por lo pronto, hay que enfatizar que de los cincuenta a la fecha la historieta es una industria consumada: 500 millones de ejemplares al año, más de la mitad del papel destinado a la industria editorial es absorbido por el cómic y hasta 1984-85 una derrama económica mensual de 1,200 millones de pesos.

A partir de la crisis iniciada en 1982, que obviamente golpeó a la industria editorial, la cifra descendió a 40 millones, cifra que, a pesar de todo sigue siendo considerablemente alta(...)”¹¹⁸.

Explican la distribución en provincia: el editor entrega las publicaciones o la distribuidora, que reparte cierta cantidad a cada uno de los distribuidores o agentes suyos de una ciudad o todas las ciudades o un municipio, poblaciones o rancherías circunvecinas, para asignarles a sus subagentes o voceadores. Veracruz, Jalisco y Nuevo León venden más publicaciones por tener mayor cantidad de ciudades importantes y un número mayor de pobladores que otras entidades de la República.

“(...)El porcentaje que retienen sobre el precio al público va del 40 al 55 %, esto por varios factores: periodicidad y tiraje de la publicación (...) tipo de publicación (...) de circulación rápida (las historietas...) o lenta (libros...), localización del punto de venta (...) el 100 por ciento del precio al público por ejemplar se reparte de la siguiente manera, tomando en cuenta que las compañías distribuidoras absorben, en promedio, el 45 por ciento. En promedio: Editor 55 %. Distribuidora 20 %. Agente 10 o 5 %. Voceador 15 a 20 % (...)”¹¹⁹.

Esto corresponde a la reproducción, distribución y consumo interno, estas etapas quedaron abiertas para las empresas transnacionales de cómics las cuales compiten con historietas mexicanas cuya mayoría no rivaliza en calidad gráfica, ni contenido artístico.

Adriana Malvido y Teresa Martínez proporcionaron una lista de editoriales, sus tirajes promedio mensual y anual, datos declarados en 1976 y principios de 1977, de 31 casas editoras. Aquí sólo se expone el total:

Producción total mensual:

¹¹⁸ Malvido Arriaga y, Martínez Arana: *La Historieta*, Op. Cit. p.15.

¹¹⁹ IBID, p.193-194.

Historietas:	55 880 800	Producción anual total de ambas:	
Fotonovelas:	13 706 000		835 032 000
Total:	69 586 800		

Se asientan los grandes grupos que monopolizan la producción de historietas como: Editorial Argumentos S.A. (EDAR); Editorial Parra, S.A: (EDPA); Publicaciones CITEM, S.A; Editor Manelick de la Parra (MVP), entre otras más.

Reportaron sobre la distribución: Dos grandes grupos operan geográficamente:

- En el Distrito Federal y área metropolitana a cargo de la *Unión de Expendedores y Voceadores de Periódicos y Revistas* (UEVPR), circulan el 45 por ciento de las publicaciones para puestos de periódicos, locales cerrados y la venta de calle;
- Las compañías distribuidoras privadas en el interior y el extranjero, también en locales cerrados de todo el país, venden los 55 por ciento restantes. El 100 por ciento del precio al público se reparte así: Editor 60 %. Despachador 2 %. Expendedor 8 %. Voceador 30 %. Que aumenta si la red de distribución crece. Son las historietas que el 60 y 70 % invaden los puestos.

“(…)Los Flores fundaron la Editorial Ejea, más posterior, otras editoriales Proyección y Editorial Nueva Era, empezaron a distribuir sus propias historietas, con lo cual, gasta menos y la distribución es más eficaz. Fundaron además: la Compañía Distribuidora de Periódicos y Libros y Periódicos (Codiptyrsa), y su propia impresora. Egea, hoy es una de las más poderosas en la industria, al igual los Flores porque algunos crearon otras editoriales.

“En el interior del país, si bien no existe un monopolio como el de la Unión de Voceadores, son unas cuantas las distribuidoras fuertes: Intermex, Sayrols, Cedesa, Citem y Codiptyrsa, principalmente. De éstas, Sayrols es también dueña de la editorial de historietas Ragul, y Citem y Codiptyrsa nacieron de los capitales generados por la historieta (pertenecen a Vid y Ejea, respectivamente). Se dice que Intermex es la distribuidora más fuerte en publicaciones en general y que Citem lo es en historietas(…)”¹²⁰.

Las autoras enfatizan como critican aspectos de la producción y la distribución de historietas, las desconocieron o no los consideraron Dorfman y Mattelart quienes sólo analizaron la ideología implícita de los cómics. Afirmaron que, un estudioso de la historieta debe dedicarse tiempo completo, a leer todos los títulos que se publican semanalmente en los puestos de periódicos y además rescatar títulos que ya no circulan, con el tema que busca.

¹²⁰ IBID, p.192.

Malvido y Martínez afirmaron, con relación a los analistas de historietas, que: se deben de revisar las novedades, compararlas y realizar un análisis sobre el tipo de género para saber si es igual, mejor o peor que otras de su categoría.

En sí, toda investigación sobre la historieta nunca estará completa, excepto por su particular o general objetivo. Surge una pregunta: ¿Quiénes fueron sus lectores de los libros de Eco, de Mattelart, de Ludovico, de Dorfman y de Herner? Esto mismo se preguntó Prieto Castillo y así lo manifestó en su libro de *Retórica*.

Desde los años setenta a esta fecha, con el interés de los académicos y especialistas para realizar investigaciones sobre la historieta, la cuestión sigue igual ¿Por qué? Porque tales investigaciones parece que siguen los mismos pasos que la inmensa mayoría de tesis de las universidades, existen estantes repletos con infinidad de trabajos de investigación. Se carece de una estrategia para la divulgación de éstos en el ámbito escolar a nivel de secundaria, bachillerato y universidades. No hay talleres que muestren los pros y los contras o las variantes de lo que es la historieta. Los medios de difusión no son constantes. Estas publicaciones pudieron o no haber sido rebasadas con método, técnica y aprendizaje, puesto que representan una vía o alternativa para mejorar nuestra vida como seres humanos.

Nota: los análisis de los libros anteriormente citados, demuestra la constante que predomina es: la ideología impregnada en los contenidos, en los argumentos y los mitos superpuestos en los personajes y la simbología implícita, simbología del modernismo, modernismo que es en sí, el avance del sistema capitalista, ahora imperialista y que desde mediados del siglo XX, surge la tendencia neoliberal. Los otros códigos: color, montaje rotulación -no específico de la gramática- o lo que en el presente trabajo se analiza: género, sexismo y menosprecio de ciertos sectores o estratos sociales son poco o nulamente descritos.

Dorfman, Jofré, Mattelart, Silva, Herner y Hinds Jr. realizan en sus ensayos un estudio comparativo de *Superman*, *Batman*, *El Fantasma*, *Mandrake*, *El Hombre Araña*, *Tarzán* y *Kalimán*. Héroe y superhéroe de los cuales implícita y explícitamente introyectan y proyectan la construcción sociocultural del género, y apuntan sus observaciones: Son hombres blancos, de fisonomía griega y fornidos. Son decididos, de carácter dominante, son líderes, actúan, la mayoría de las veces, solos, aunque tengan a alguien que les apoye. Son educados, respetan las leyes, no así a las autoridades policíacas o

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

militares si se interponen a su justicia. Son caballerosos, tratan con respeto a las mujeres, sobre todo a las que aman. Ellos no seducen a las mujeres, ellas los seducen, también aquellas que son sus enemigas. Algunos de los superhéroes mencionados, llevaban cuarenta años sin casarse con su respectiva compañera, novia o amiga. Claro que hubo excepciones el *Fantasma*, a quien le asesinan a su esposa; el *Hombre Araña* al que le desarrollan un noviazgo y lo casan.

Los autores arriba mencionados escribieron acerca de la imagen de la mujer en las historietas y todos coinciden: son personajes secundarios, compañeras del personaje principal; son mujeres sumisas, débiles que por serlo, meten en problemas a los héroes además, ellas son sólo objetos sexuales.

Herner y Chellet analizaron a fondo *Mitos y Monitos*, no sólo la imagen de la mujer sino las características psicológicas y sociales de su representación; observaron la parte del sexismo, de lo que ahora, se considera cuestiones de género. Los demás autores atendieron el uso de la mujer dentro de la ideología capitalista, aunque no profundizaron en cuestiones de género.

2.6. Extensión, Límites y Alternativas de la Historieta en los Años Ochenta:

Bohman revisó la producción, la distribución, el alcance y las ediciones de los diarios. Señaló que éstos proporcionan datos pero hay un hecho destacable: “(...)En un país en donde el 43 % de la población es menor de 15 años este dato constituye una importante medida rectificadora. Mencionaremos como otro relativo que en 1980 el 79 % de los mayores de 15 años eran analfabetas(...)”¹²¹. Mencionó otros factores, como los tirajes de los periódicos, y de éstos y el número de habitantes por estado y la diferencia entre los estados sureños y norteños.

“En comparación con los diarios, los cómics, las fotonovelas y las literaturas folletinescas que leen, sobre todo las clases populares y los niños, tienen un tiraje mensual de más de 70 millones de ejemplares... Para el público poco asiduo a la lectura son accesibles en lo que respecta su nivel lingüístico como visual y llega sin duda alguna a personas entre la población marginada de los diarios(...)”¹²².

“(...)El imperio de los monitos se apodera de la lectura a tal grado que para principios de los años ochenta Kalimán tira dos millones de ejemplares a la semana mientras que Memín (...), Lágrimas y Risas, El Libro Vaquero y El Libro Policiaco le siguen con tirajes que

¹²¹ Bohman, Karin: *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*, p. 127.

¹²² IBID, p. 132.

alcanzan el millón semanal. En ningún lugar del mundo la historieta se había leído tanto. Para 1981, son 100 millones de ejemplares circulando mensualmente(...)¹²³.

Ruth Elena Salgado Sánchez refirió en su tesis *La Historieta como un Reflejo de la Imagen Femenina* (1983). Liliana Bollain Goytia Robles en su tesis *Historieta para la Historia* (1986) se aproximó a la investigación que dos años después cautivaría y haría reflexionar: *Puros Cuentos, Historia de la Historieta* (1988). Ella realizó una tipología de 70 títulos de historieta y, calculó que circulan alrededor de 150 títulos de historietas y fotonovelas. La tipología de las historietas las agrupó en uno de corte infantil, juvenil y familiar y otro, melodramático y de aventura, como lo realizó también Ana María González Ibarra con su tesis: *La Historieta en México* (1984) o María de Lourdes Orellana Carrasco, quien en 1980 realizó un *Estudio Semiológico del Cómic Fantomas* y Modesto Vázquez González, coautor de *Kalimán*, en ese primer año de la década de los años ochenta, lanzó su libro *La Historiética, todo lo Relacionado con el Lenguaje Lexipictográfico*.

Entre los títulos de otras tesis, se encuentran las autoras: Norma Margarita Romeo Ibarrola quien escribió: *Análisis de Contenido de un Episodio Completo de la Historieta Seriada: Kalimán*; por su parte, María de Lourdes Orellana Carrasco hizo un *Estudio Semiológico del Cómic Fantomas* (1980) y María Eugenia Chellet Díaz, la tesis: *La Imagen de la Mujer en las Historietas y Fotonovelas más Populares en México (1934-1954)*, estudio que formó parte del libro *Mitos y Monitos*. Igualmente en ese año, Luis Ignacio Medillina Renaud efectuó *Las Historietas Refuerzan la Enajenación del Pueblo*. En 1982, Claudia Hernández Ramos hizo el *Análisis de Contenido de la Historieta La Familia Burrón*; todavía ese año, María del Rosario Flores Jiménez: *Kalimán, el Hombre Increíble, Análisis Mítico-ideológico de una Historieta*. En 1986, Héctor Tejumin analizó *El Intercambio entre Realidad y Fantasía, dos Historietas Mexicanas: Kalimán y Fantomas*.

En esta década de los años ochenta, las investigaciones, artículos y ensayos acerca de la historieta se multiplicaron, como se puede observar. Las vertientes son variables, no hay constantes aunque se observan algunos puntos: como medios de difusión masiva; como parte de la cultura de masas; el cómic y la ideología; el cómic como arte, recurso educativo; comparaciones entre cómic educativo y cómic comercial; cómics independientes y los efectos de los cómics.

¹²³ Malvido, Adriana: "En la Ruta 100 de la Historieta Mexicana", en el suplemento *Despertar* al 2000, p.XIV. XIV, periódico *La Jornada*, año 11, núm.3610. México, lunes 26 septiembre, 1994.

Los anteriores incisivos, aunque de manera generalizada, tienden a entremezclarse o no profundizan del todo, según, su propio tema. Se vuelven trabajos atomizados porque los autores o líneas de investigación han sido sistematizados en exceso. Otro punto importante, ha sido el del contexto y los públicos que han cambiado con los tiempos. Como no existen políticas de la comunicación, apenas habrá para las historietas.

En revistas, Los espacios para la historieta empiezan a aumentar en revistas y periódicos, así también en revistas especializadas como: *México en el Arte* (1985); *El Día* (1986); *Revista de Educación Superior*, en libros: *Libros de México, Información Científica y Tecnológica (CONACYT)* (1987), *Revista Mexicana de Comunicación* (1989), *Comunicación y Sociedad* -número 6- de la Universidad de Guadalajara y en periódicos como *El Financiero* (1989); *unomásuno* (1986,1989); *La Jornada* (1989). Liliana Santirso, ocupó un número especial de *Revista de Revistas* en el año de 1988.

Rosalba Godina de Valdés y Jorge Pérez Valdés, estudiosos de la historieta mexicana, han tenido más de veinte años pugnando porque haya una escuela de la historieta, donde se prepare a nuevas generaciones que saneen el ambiente; ya que el mercado esta invadido por revistas de mala calidad. Ellos impartieron un taller de historieta en San Carlos y allí han realizado cuatro exposiciones.

El cómic comercial a veces también se “compromete”. La Editorial Novaro en 27 de abril de 1985 (año XVII, No. 719) publicó en su historieta *Fantomas, El Diario del Che*. En su portada, el rostro del “Che” Guevara y al lado *Fantomas* de cuerpo entero encima de un diario. La publicación mostraba en algunas rectángulos frases como: F: “Es el diario de un hombre que dio su vida por un ideal. ¡Y ya no quedan muchos de esos!”. Otro: “Bonitas palabras, aunque poco realistas. Un hombre muerto no sirve sino como bandera. ¡Un millón ciento cincuenta mil!” (Ofrece en la subasta), páginas 18 y 20. En la página 24, la interlocutora dice: “No creí que fuera capaz de vender ese diario”. F: -“¿Por qué no?...su contenido no afectaba a nadie. En realidad sólo narra hechos de campaña. Ahora cualquiera lo podrá adquirir en una farmacia por un dólar. El diario original, en sí, no tiene valor, lo que importa es su contenido.”

La década de los años ochenta “permitió” que los emisores se expresaran; Isabel Galván Chávez apuntó comentarios de argumentistas, que consideraban a la familia como la base social donde hay que dar y recibir amor y amistad con la pareja y con los hijos. Lo cual evita la envidia, que es una baja pasión

que envenena el alma. Afirmaban de sus argumentos, lo cuales fueron extraídos de la vida diaria. El talento del argumentista daba realce a ello, agregándole ambientes y costumbres mexicanas. Dos consideraciones, Díaz Herrera opinó que los argumentistas de historietas que trabajan el argumento político porque hay más perspectivas que en lo cultural. La otra visión, que no se dijo, fue la de no tocar temas tabúes: incesto, aborto, adulterio, etc.

Eduardo del Río, *Rius*, también tomó en cuenta a argumentistas de talla internacional. Sus opiniones fueron muy variables, captó que siguen por seis vías: (1) técnica de trabajo (2) condiciones de trabajo (3) comunicación de la historieta con sus lectores (4) características de la historieta: trascendencia estética, psicológica y social (5) saber a quiénes va a dirigirse la historieta y (6) la deploración y la despersonalización fomentada por la historieta industrial.

Teresa Martínez y Adriana Malvido, en una parte de su trabajo, se acercaron a los editores. Editormex observó que toda la historieta tiene su punto de ascenso, descenso y extinción; claro está que en algunas el descenso fue muy lento como *Lágrimas, Risas y Amor*. Para él hay otros tres clásicos más: “(...)Memín Pingüín, La Familia Burrón y Hermelinda Linda, y lo son, afirma porque las leía todo México, desde un empresario hasta un niño (...) Los argumentos de la historieta mexicana son historietas nacidas básicamente; El pueblo es en realidad quien hace las historietas, porque ¿qué escribe un argumentista?(...)”¹²⁴

Cuando algunos editores se han visto en apuros “(...)y sus ventas no andan bien, la solución es lo atrevido, los desnudos y la pornografía(...)”. En el caso de Editormex no saca cosas que “(...)atenten contra la moral tradicional de un mexicano, que busca divertirse y que generalmente es gente recién alfabetizada(...)”. Ellos como impresores, trabajaron en el proyecto de historieta de la SEP, en 1981. Barriga anota “(...)que el público tiene una inmensa ansiedad de cultura; lo que pasa es que los editores no le hemos podido dar al clavo(...)”¹²⁵.

Estas opiniones conjuntadas difieren tanto en sus trabajos como en los objetivos e intenciones que pretenden. No es igual lo que hace un argumentista del género *western* que el del grupo romántico o éste con la clase costumbrista o escatológica y mucho menos si se les compara con los de otros países.

¹²⁴ Malvido Arriaga y, Martínez Arana: *La Historieta*, Op. Cit. p.108.

¹²⁵ IBIB, p.108-109.

María del Rosario Flores Jiménez, socióloga, volviendo al mito, proporciona otro ejemplo de lo que es mito-historieta, desarrollado en su tesis *Kalimán, el Hombre Increíble. Análisis Mítico-ideológico de una Historieta*, aseveró que existía paralelamente una crisis institucional de la religión en el ámbito general; como muestra, habló de los movimientos esotéricos y del ocultismo. Las corrientes orientales que marcaron al: hipismo, el auge de grupos religiosos como los *krishnas*, los practicantes del yoga, las creencias de los Rosacruces, seguidores del *budismo-zen*, etc. *Kalimán* como semidiós, percibe los valores morales por intuición, no tiene dudas sus principios morales y religiosos son universales, así como los refranes de la sabiduría popular que usa. Motivo que, al establecer modelos de conducta por el éxito del personaje de moda, se vincula con los símbolos e imágenes que los poderosos indican que debe tener.

El cómic como medio, como cultura popular o de masas, ha sido un género pedagógico-educativo como arte. En el año 1982, la Editorial Eufesa con la Coordinación de Paco Ignacio Taibo II, realizaron una encomiable labor, recuperar de periodistas, comunicólogos y especialistas sus análisis, en los *Cuadernos de Comunicación* autores como (Carlos Monsiváis; Orlando Ortiz; Luigi Grecchi; David Alfie; Armand Mattelart, Ariel Dorfman, Zalathiel Vargas; Luis Arrieta Endorzáin, Mark James Estren, Román Gubern, Leobardo Cornejo, Rafael C. Reseéndiz, Marina Escobar, Rebeca Orozco, Marta Watts, Phillipe Bac, Jeffrey H. Loria y Carlo Frabetti fueron tomados en cuenta en el libro *El Cómic es Algo Serio*, libro de cabecera que sirvió de consulta para varias tesis.

Taibo II comentó: Entre 90 y 100 millones de ejemplares de historietas y fotonovelas se producen mensualmente en México. Su circulación se amplía al ser leídas por dos o más miembros de la familia del consumidor, que invierte en esta compra más de 700 millones de pesos. Reconoce un factor importante a favor de las historietas, millones de mexicanos a pesar de su analfabetismo funcional, leen. Pues, si bien la historieta ha dado un extraordinario servicio al pueblo de México, ha sido a costa de la masacre sistemática de la ideología de ese mismo pueblo¹²⁶

La Dirección General de Publicaciones y Bibliotecas de la SEP proyectó producir y distribuir una historieta masiva en 1972. Anteriormente había editado *Cuadernos Mexicanos* fascículos de historia ilustrada, dirigido por Javier Barros Valero. Tiempo después Paco Ignacio Taibo II coordinó el programa de historietas y con posterioridad, reconoció los derechos laborales

¹²⁶ Taibo II, Paco Ignacio: Prólogo en, *El Cómic es Algo Serio*, p.8-9.

y autorales de los artistas, que habían contribuido. Lograron el Primer Encuentro Internacional de Historietistas, de donde surgió la Asociación de Trabajadores Independientes de la Historieta. De aquí nació *Snif*, el mitin del nuevo cómic, atacado por intelectuales y por personajes con otros intereses. Aún así, la SEP publicó *México, Historia de un pueblo* con dos versiones: una quincenal, con formato de libro, la otra, reimpresiones de éste bajo el título *Episodios Mexicanos*, proyecto que terminó con el sexenio. *México: Historia de un Pueblo* creció a 80 millones de ejemplares que se vendían, ante todo en el Distrito Federal, no así en el interior de la República Mexicana que captó la intención pedagógica muy notoria; era demasiado texto en argumento, a veces llegó al 50% de argumento y 50% de dibujo.

Hasta 1984, iniciaron las investigaciones encabezadas por Alfonso Morales: “El fruto de ésta fue una gran exposición en el Museo Nacional de Culturas Populares en 1987: *La Historieta ¿Pieza del Museo?*”. Fue la dignificación de historietistas e historietas que aportaron algo con su arte para la cultura popular y nacional. “De ella, derivó la publicación del primer tomo de *Puros Cuentos. La Historia de la Historieta en México, 1874-1934*, de Armando Bartra y Juan Manuel Aurrecochea, y en 1993, publicaron los dos tomos siguientes¹²⁷.”

Sobre las apreciaciones teóricas de *El cómic es algo serio*, Carlos Monsiváis¹²⁸,

proporcionó algunas observaciones sobre la industria cultural:

- MacLuhan los cómics son una forma altamente participativa de expresión.
- Los adversarios del cómic aseveran que es la absoluta negación de la lectura; redescubrieron al cómic como objeto de pop-art y buscaron situarlo como sujeto de manipulación ideológica. Aunque en él está presente la repetición infinita de temas y situaciones.
- Falta de estímulos creativos; falta de presión avivadora.
- La televisión ve en el cómic un rival, no su complemento.
- La pop-sicología le adjudica motivoslésbicos a algunos personajes.
- Los pos-sociológicos, los cómics y las clases media y baja que provienen de los medios rurales.

Al apreciar la infiltración de códigos de valores que no le correspondían pero que lo integraron al consumo, colonizado por los *mass media*, se ha desmistificado la iconología y el simbolismo dada por los *mass media* con el *establisment* (el hogar indiscutible, el valor referencial de la riqueza, el apego

¹²⁷ Malvido Arriaga y, Martínez Arana: *La Historieta*, Op. Cit., p. 216.

¹²⁸ Monsiváis, Carlos: “Y Todo el Mundo dijo ¡Gulp!” en *El Comic es Algo Serio*, p.14.

medroso a la ley, el destino final de los marginados; además, ha nulificado a la mujer o la ha vuelto una parodia dictatorial (*Ramona*) o un plagio total de lo masculino (*Marvila*); ha robustecido la noción de exótico haciendo que la acepten los propios perjudicados por tales descripciones (latinoamericanos de grandes sombreros y pequeños burritos que viven quietos esperando la emergencia salvadora de lo extranjero y africanos de lanzas y tatuajes que huyen ante el hombre blanco trepándose a los árboles. El cómic ha falsificado, ha vuelto banal hasta lo grotesco, el sentido de trabajo y las relaciones humanas a cualquier nivel; de las tradiciones mexicanas o universales.

Lo que parecía una comparación, queda en análisis de lo nuestro, Monsiváis describe, del *comic-strips*, *Educando a Papá*, que la devoción al sistema imperante; consiste en contar un chiste, según las circunstancias, para uniformar de las situaciones, los personajes son millonarios, una mujer que le gusta ostentar joyas; un hombre de negocios y de farra continua; dichos personajes protagónicos no se preocupan por el ¿qué vamos a comer?. De la historieta *La Familia Burrón* opina que contiene un proceso desenajenante que consiste en la burla hacia el mismo sistema.

Eduardo del Río, Rius, al igual que lo descrito por Taibo II y Monsiváis, al escribir sobre la historieta en lo que corresponde a la cultura de masas, desarrolla un libro, historieta didáctica: *La Vida de Cuadritos*, que trata acerca de la historieta, origen, desarrollo, formato, ventajas y desventajas de los cómics en el ámbito social. De la cual se resaltan puntos fundamentales:

La historieta mexicana -de las décadas de los cincuenta al ochenta- (a excepción de historietistas como Neve, Acosta, Audiffred, Gabriel Vargas, Casillas, Valdiosera, Bolaños, Francisco Flores, Germán Butze, Mora, Bassoco, Tirado, Reyes, Juan Arthenack, Pruneda, Abel Quezada, Ariza, Checo Valdés, Carreño, Guerrero Edwards, Bismarck Mier, Hugo Tilghman) es de mala calidad y peor gusto, es cursi y la peor historieta del mundo.

La Secretaría de Educación Pública, encargada de aprobar y desaprobar toda revista que se edite en México ¿Aprueba ese tipo de revistas? Para contrarrestar la influencia de esos cómics, la misma SEP edita sus propias revistas, como: *DUDA*. Al Estado le interesa mantener al pueblo en la ignorancia porque hay muy fuertes intereses de otra índole. De lo descrito por Rius, se recuerda lo analizado en el Capítulo I, referente de La Historieta y la Legislación.

Bohman apunta que en México, el Estado posee mayor legitimación que en muchos otros países latinoamericanos; sin embargo esto ha ido cambiando por la influencia masiva de la televisión. “(...)El partido (el PRI, se vuelve unipartidista) se presenta como administrador de la Revolución y adquiere por ella, hasta la fecha, su legitimación(...)”¹²⁹.

Las relaciones prensa-poder gubernamental, a veces se extienden o se instauran en relaciones de familia. Establecen una relación de grupos económico- políticos que interactúan como empresas privadas o públicas; son propietarios al mismo tiempo que administradores; operan como sociedad anónima y a veces dejan la cooperativa para los trabajadores de ese medio¹³⁰. Sin embargo, no es necesario ser parte de la familia revolucionaria, bastará con aliarse a alguna fuerza real del poder. El Poder Ejecutivo en algunos periódicos a veces de plano tiene ingerencia en la prensa, ya sea para que surja un nuevo periódico, ya sea para censurarlo o para eliminarlo; en dado caso, salvarlo de la quiebra.

He aquí un ejemplo, referido por Carlos Ramírez: “(...)Montados en el caballo de la Alianza para la producción los empresarios tuvieron cinco años de utilidades altas, salarios bajos y gobierno complaciente y hasta asociado con los objetivos de la iniciativa privada(...)” (I.P.). Ésta, pretendía privatizar la economía, a la misma sociedad mexicana al margen de compromisos sociales, demandas y necesidades populares, a la vez que pedían el repliegue del Gobierno.

A apoyados más por el gobierno, el cual modifica sus reglamentos con tal de subsidiar a empresarios en quiebra, la IP, proseguía con su proyecto nacional “(...)dice un estudio de Cordero Rafael Santin y Ricardo Tirado, que apareció en *Nueva Política*:

- Delimitar la actividad del Estado y su participación en la economía.
- Ejercicio restrictivo del gasto público.
- Política fiscal con estímulo a la inversión y no al consumo.
- Liberación del mercado de bienes y servicios.
- Estimulo al crecimiento de la productividad.
- Preponderancia de los núcleos privados en el sistema educativo.
- Perpetuación del control de los medios de información masiva, para usarlos como arma en la composición del proyecto empresarial(...)¹³¹ *

¹²⁹ Bohman, Karin: *Medios*, Op. Cit. p.241.

¹³⁰ Fernández Christlieb, Op. Cit..p. 42 y 69.

¹³¹ Ramírez, Carlos: “Lo Único que López Portillo no les Entregó Fue el Gobierno, y lo Pelean” (*Tras Cinco Años de Privilegios los Empresarios Rompen el Idilio*), en el seminario *Proceso*, CISA (Comunicación e Información S.A.) año 6, núm. 315, México, 15/Noviembre/1982, p.11-12.

* Subrayado propio.

A lo anterior, se añade un ejemplo más reciente: El 23 de octubre de 1999, el periodista Ricardo Alemán en su columna *Itinerario Político*¹³² comentó los nexos que hay entre gobierno y empresarios, y a veces, más que un nexo, relaciones familiares.

Yolanda Vargas Dulché y Guillermo de la Parra, quienes con sus ventas de historietas de amor, lograron acumular propiedades. Víctor de la Parra, dueño de los hoteles Cristal (quien también llegó a ser contador de Carlos Hank González), aunque el dueño en sí, es Carlos Salinas de Gortari (ex presidente de México).

En la Habana, Cuba se reunieron las esposas de Carlos Salinas de Gortari., y la esposa del pre-candidato del PRI a la presidencia Roberto Madrazo Pintado para proveer de recursos económicos a Madrazo y a la vez, transferir los hoteles. Sin embargo, Julio Hernández López en su columna *Astillero*¹³³ escribió que: "(...)Madrazo presentó una demanda penal contra el columnista que dio por cierta la versión. A la fecha no se han aportado pruebas de que el presunto encuentro se hubiese dado realmente(...)".

Con este hecho se observa la relación entre gobierno y empresarios. Destaca ante todo, cómo a los empresarios les es preferible vender en éste caso, historietas, que no pueden competir en el ámbito internacional ni en contenido ni en calidad pero sí, pueden ingresar a la Bolsa de Valores e incrementar sus propiedades, en demérito del desarrollo personal y social de sus lectores. No sólo es la desaprobación del crecimiento propio de los lectores. Es el de toda la nación, por esta razón:

Empresarios que al estar inmersos en una estructura social determinada cuidan sus intereses ante la eminente "parvada" de inversionistas extranjeros -y entre éstos los capitales "golondrinos".

Las empresas que no pueden competir contra compañías multinacionales optan por aliarse a éstas y, en el peor de los casos, prestan su razón social, su empresa -así la firma transnacional- esta legal y legítimamente constituida,

¹³² Alemán, Ricardo: "Itinerario Político", en el periódico *El Universal*, año LXXXIV, tomo CCCXXXI, núm. 29, 950, sábado 23/X/1999, p. A29.

¹³³ Hernández López, Julio: "Astillero", en el periódico *La Jornada*, año XVI, núm. 5484, jueves 11/XI/1999, p.4.

aunque por ello deterioren a otras empresas mexicanas como las micro, medianas y quizás las grandes: el neoliberalismo así muestra sus efectos¹³⁴.

Dicho aspecto, que corresponde a intereses e ideología, preponderante del Gobierno de México, estuvo analizado, primeramente por Eco y después por Orlando Ortiz de su ensayo *Ideología e Historieta* acerca de las posturas ideológicas de los revolucionarios en contra de los cómics y los idealistas, fueron posiciones que para él, estando viciadas no ofrecen alternativas.

Del cómic como ideología por ejemplo, hay un estudio que refirió tanto las ganancias brutas mensuales: 280 millones de pesos, como al mismo tiempo mostró una lista de publicaciones censuradas entre 1971 y 1975. Ante las dos caras de la misma moneda, surge la pregunta ¿qué criterios utiliza la comisión calificadora de publicaciones y revistas ilustradas? Cuestión que Irene Herner en su estudio puntualizó. En 1985, Miguel Ángel Gallo Tirado con su investigación *Los Comics un Enfoque Sociológico* -visto en el Capítulo I- en una división del libro, de manera concisa menciona de los argumentos de los cómics el uso de la mujer mas como objeto sexual.

Al cómic comercial, industrial, publicitario es posible atacarlo como medio por su ideología, su función de evasión, de enajenación y de más calificativos; a los cómics alternativos también, pueden golpeárseles, así lo estudiaron Luis Ignacio Medillina R. y Gil Tapia Escobar, quienes señalaron que Rius, Quino y Gabriel Vargas también enajenan, muestran su ideología, aunque estas historietas tienen otros objetivos. Rius estuvo atraído por el socialismo sobre todo de Rusia, se apasionó por esa causa; el segundo, Quino, nada más crítica, pero no da propuestas y, el tercero, jamás presenta una alternativa o solución a la pobreza; aunque *Borola* es luchona, lo cual, es valioso. La idea de los autores de lo que debe ser una historieta la describen entre los cuentos tradicionales, ejemplo: *Mujercitas*, y dibujos como los de Hall Foster.

Claro está que, hubo estudiosos de los tres historietistas mencionados que plantearon puntos a favor; así lo demostró Jorge García Castillo con su tesis: *Mafalda: Humorismo para hacer Pensar. Análisis de Contenido de la Tira de Quino* (1990). O un comparativo *Cómics e Ideología: Análisis Semiótico Comparativo de los Comics Mafalda y La Pequeña Lulú*, de María Alejandra Ledezma Lara (1992).

¹³⁴ Esta tendencia político-económica y, lo que atañe de las empresas editoriales de cómic, están reseñadas en el Capítulo I, del apartado La Cultura como Industria.

Los intelectuales mexicanos exclamaron que el imperialismo cultural de los Estados Unidos se extendió por los cómics, de lo concerniente, Hinds Jr., manifestó en su estudio, que no hay tal, los *comics* mexicanos superan en cantidad como en ventas y en popularidad porque reflejan la cultura mexicana y no así, los *comics* extranjeros con sus modelos.

Cuestión que se ha vuelto ambigua; historietas como *Lágrimas, Risas y Amor* en dos de sus series: *Yesenia* y *El Pecado de Oyukí* presentaron otro tipo de cultura. Las sociólogas Ana María del Pilar Amezcuita Sánchez y María Teresa del Rosario Guerrero Flores así lo analizaron en su tesis. Comentan que ambas series contienen la misma trama, con ligeras variantes.

Al respecto, con otro punto de vista, Guillermo Quartucci¹³⁵, analizó *Imagen de Japón en los Cómics de México*, expuso las actividades culturales que realiza la Embajada del Japón: dan a conocer la imagen de una sociedad industrial avanzada. En el ámbito mexicano se utilizan imágenes fosilizadas (de geishas y samurais). Mientras en el país nipón, lo que tiene éxito son las aventuras comandadas por héroes indestructibles, del tipo de *La Batalla de los Planetas*, al igual las alimbaradas aventuras de *Heidi* y *Marco*, producidas en el Japón y profusamente distribuidas en México.

Manuela Mérida Serralde (tesis *El Kitsch en Los Miserables*, de 1991) acerca de la misma revista, comparó *Los Miserables* de Víctor Hugo con la adaptación que realizó la historieta: *Lágrimas, Risas y Amor*, teniendo como punto de referencia al personaje principal: *Jan Valjean*. La obra de Víctor Hugo es representativa de la novela de folletín, se hizo popular como conciencia de la introducción de máquinas que reproducían este producto concebida para un mercado de masas, los destinatarios fueron en su mayoría, personas ávidas de evasiones baratas, de ilusiones de consuelo.

Los estudios en México acerca de la historia iniciaron su despeje su análisis; aunque, desde 1972 en Estados Unidos, Phillis Ann Wiegand Protor, *Mexico's Supermachos: Satire and Social Revolution in Comics by Rius*, realizaron su tesis doctoral investigando las historietas de Eduardo del Río, Rius, que en 1982, la investigadora Paula K. Speack retomó para un artículo y en 1977, Harold E. Hinds escribió: *Kaliman Popularity of Superhero of Mexican Radio*. En años subsecuentes más investigadores de universidades norteamericanas proseguirían otros estudios, como: Charles R. Wicke, quien

¹³⁵ Quartucci, Guillermo: "La Imagen de Japón en los Cómics de México" en *Estudios de Asia y África*, núm. 59, p.100.

profundizó sobre la *Familia Burrón* y efectuó a la vez, una estimación con lo investigado por el sociólogo Oscar Lewis con sus estudios de la cultura de la pobreza. Nancy L. Hunt y David G. Lafrance desplegaron sus averiguaciones acerca del terror político, la violación de los derechos humanos, el caos económico latinoamericano, las dictaduras militares e imperialistas y el clasismo que José Palomo refleja en su creación *El IV Reich*.

Maurice Horn, reconocido investigador en materia de *comics*, *cartoons* y humor, elaboró un artículo acerca de los recientes libros mexicanos: *Mitos y Monitos* de Irene Herner y la *Historiética, todo lo Relativo al Lenguaje Lexipictográfico* de Modesto Vázquez González. La autora explica que no profundizó acerca de la historieta en el lenguaje y arte del cómic y no consideró la perspectiva mexicana de descubrir como fueron los procedimientos; pero apuntó que *Mitos y Monitos* es más concreto en su contenido temático que la *Historiética*, de Vázquez González, está fuera de toda contribución en lo que respecta al el lenguaje del cómic. Así mismo juzgó a Vázquez González, infortunado con los neologismos que utiliza, como historiodrama y otros, términos que ya están perfectamente adecuados. Ambas obras representan la introducción que prevalece acerca de los cómics en México, eso es laudable.

Harold E. Hinds Jr.¹³⁶ escribió -en 1985- la introducción acerca de los cómics en México, mencionó que la variedad y el costo les da popularidad y sobre todo el consumo de personas adultas. La población de México consta de un 40% , aproximadamente de alfabetos funcionales. El promedio de nivel de educación básica es de cuatro años. Esto explica que algunos comics son escritos por autores que tienen sólo la educación secundaria. México es el centro de publicaciones de los cómics en español.

Existe una relativa carencia de censura de cómics que indudablemente ha contribuido a su popularidad. El gobierno es el que censura, pero controla más a los periódicos por ser más caros y exitosos, aunque censuren ha los cómics éstos vuelven a reaparecer con otro título. El código de censura también esta basado en el de los Estados Unidos.

Los cómics mexicanos son comerciales e industriales, son productos capitalistas. Son diferentes de los estadounidenses. Los comics industriales mexicanos son menos oligopolistas y la entrada para nuevas firmas es más

¹³⁶ Hinds Jr. Harold E: "Kaliman, Mexico's most popular superhero" en *Studies in Latin American Popular Culture*, vol.4, p.24.

fácil. La creación de nuevos títulos compite, con otros además de caer bajo el control de la distribución de la Unión de Voceadores que no marca límite a la entrada del mercado porque la Unión no la cubre del todo. El producto mexicano es muy barato en términos de adquisición y en términos de la calidad general del trabajo aunque, el escritor del texto y argumentista es bastante superior. En Estados Unidos los cómics son más comerciales con el fin de utilizar los grandes espacios asignados a anunciantes.

A pesar de las diferencias del cómic mexicano, éste puede ser visto como un derivado de los Estados Unidos en lo industrial, lo comercial y el proceso cultural y aunque surgió en Estados Unidos, es significativamente diferente.

Armando Ponce del semanario *Proceso*, realizó entrevistas a los autores e investigadores como: Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra cuando la presentación del segundo volumen de *La Historia de la Historieta en México, 1934-1950*. Quienes le refirieron: “(...)En sí, cuatro millones de ejemplares a la semana: si cada uno de ellos cuenta con cuatro lectores, son 18 millones de lecturas a la semana. Eso no significa que 18 millones de personas leen un solo fascículo semanal - simplemente no existen tantos alfabetizados-, más realista es suponer que unos dos millones de fanáticos devoran cuando menos una revista de monitos de cada día y otros cuatro millones, menos apasionados, leen sólo una a la semana. La cifra de 6 millones, gruesamente estimada, se aproxima significativamente al número de los mexicanos que saben leer(...)”.

“(...)Juan Manuel Aurrecoechea asegura también que la sociedad ahora es más compleja, por lo que es impensable que un Pepín domine todo el panorama de la historieta. Hay lectores para Ahumada y los hay para Vargas, las condiciones actuales son distintas y probablemente la televisión cumpla el papel de la historieta, como el fenómeno cultural que compartimos todo(...)”. Armando Ponce entrevistó también a Teresa Martínez Arana, quien mencionó: “(...)Han desaparecido muchas historietas por cambios en los satisfactores de entretenimiento y de oferta cultural, el entretenimiento lo da la radio y la televisión(...)”¹³⁷.

Aguilar Monteverde al contextualizar la década de los años ochenta, refirió: “(...)La globalización esta presente en la economía, esto es en el comercio, la banca y las finanzas, en los transportes y los mercados, en la cultura y en las ideas(...)”. Concentradas en inversiones extranjeras directas por la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y Japón con transnacionales que firmaban e interrelacionaban sectores del comercio basados en nuevas tecnologías. La burocracia se volvió ineficiente, aunque se esté ante una nueva civilización y en la revolución de

¹³⁷ Ponce, Armando, segundo volumen de *La Historieta en México: “Los Monitos les Ganaron la Batalla a los Monitos del Muralismo”*, en el semanario *México, Proceso*, año 17, núm.908, 28/Marzo/1994, p.70.

las comunicaciones “(...)contribuye a que las condiciones de trabajo y aún las formas de vida tradicionales cambien con rapidez(...)”.

La crisis económica de México ha sido una larga etapa que arranca de la segunda mitad de 1982, he aquí algunos puntos que apoyan dicha observación:

- “(...)- Un crecimiento muy lento, desigual e inestable, que en general no excede de 2.5% a 3% al año, y que a menudo es inferior al ritmo a que crece la población;
- Un rápido y sustancial descenso de la tasa de inversión bruta, que en los años más difíciles declina del 25% al 16% del PIB. Después se eleva de nuevo hasta 19% - 20%, y cuando se habla de recuperar los niveles de años anteriores, se desploma otra vez y vuelve a ser del todo insuficiente;
 - Un bajo nivel de ahorro y de inversión, sobre todo productivo pues buena parte de ella es inversión financiera e incluso especulativa;
 - Un rezago creciente de la infraestructura básica en múltiples campos que obedece al fuerte descenso de la inversión pública y que afecta el nivel de productividad;
 - Un sensible aumento del desempleo y el subempleo, al que corresponde un crecimiento incontenible y anárquico de la economía “informal”;
 - Una severa inflación, en realidad la más intensa sufrida hasta ahora, que a mediados de los ochenta excede de 100% y aun de 150% (...)”¹³⁸.

¿Y de la vida cotidiana de los años ochenta? No lo hay, la heterogeneidad de la sociedad mexicana es amplia; la dinámica social de los años precedentes proseguía su andar, iniciaba una transición. El modelo de vida cotidiana que trató de recrear el *modus vivendi* y lenguaje de los adolescentes y jóvenes de los años ochenta, quedó plasmado en la historieta *Simón-Simonazo*. Los ñeros de la Ciudad de México, el de la buena onda menciona una entre tantas palabras de su argot “*tatachafu de los ñeros*”, aquellos que viven su drama sin llegar a la tragedia, son pequeños dramas propios de la vida del adolescente: a) faltos de dinero; b) los escarceos amorosos de las parejas juveniles sobre todo eróticos, en buen plan; c) hay reseña de la vida de los estudiantes, su vida escolar en el ámbito de secundaria o *high school*, ambientación de escuelas, aunque nuestros personajes comen “huaraches” o “gachitos” marínela, toman tepache o en dado caso “pachecola”. Antes de esta historieta está el antecedente de *El Watusi* con referencia a un joven de los años sesenta.

2.8.1. Las Historietas Didácticas en México:

En Estados Unidos, los *sundays* iban dirigidos a las personas adultas; en cambio en México, los periódicos al agregar los dominicales llevaban la intención de dirigirse al público infantil, posteriormente, no tuvo que pasar más tiempo para que la lectura llegase también a los adultos.

¹³⁸ Aguilar Monteverde, Alonso: *Nuevas Realidades, Nuevos Desafíos, Nuevos Caminos*, p.184-185.

Luigi Grecchi, nombró a autores: Bremond con su inventario del repertorio gestual; Fresnault-Deruelle analizó la preponderancia de la página como entidad autónoma de fábula; Duchet y Commarmond individualizaban el contenido del cómic y su función social efectiva.

Se considera que el cómic es un fenómeno humanístico; a pesar de su corta existencia es necesario estudiarlo. En el caso de China, Mao-Tse-tung instruyó al pueblo, conociendo sus tradiciones de ilustración, utilizó la palabra popular; así, la pedagogía revolucionaria comprendió que el cómic puede tener funciones notablemente educativas.

Las representaciones de los cómics comerciales estadounidenses, de los superhéroes, supeditan la vida cotidiana a sus intereses a sus acciones. En las historietas mexicanas de los años sesenta y setenta, la representación de la vida cotidiana aunque más cercana que su símil se encontraba limitada. Algunas historietas sólo manejaban uno o dos escenarios: a) La casa, familia, el lugar donde vivían y, b) la escuela o el trabajo. El uso de otros escenarios parecía descontrolar a los historietistas, por ello, al manejar uno o dos escenarios conocidos, su imaginación se podía desbordar inventando aventuras urbanas, hasta galácticas.

En el primer escenario, el hogar, se representaban los líos entre padres e hijos, bajo los siguientes conceptos morales: las obligaciones de un hijo consistían en ser listo para ganar unos centavitos; era desobligado si vagaba con sus amigos, para que entendiera habría que ponerlo en cintura. Allí están los casos del *Panza* en los *Supersabios* y de *Memín Pingüín*, en el caso de éste, menor que *Panza*, es un niño vaguito que apoya y anda mucho con sus amigos, quiere mucho a su *Ma' Linda* cuando ella se enoja con él, lo nalguea o le pega con una tabla que tiene un clavo.

Los valores y los principios se acomodan según intereses personales, sobre todo los derechos y obligaciones del niño. En esos años las consignas decían: deberías ser servicial con tu mamá, no juegues con otros niños que te van a enseñar malos modales y si lo aprendes, te golpearé hasta que te olvides de ellos. Que en sí, era como decir: Tú no saldrás igual de irresponsable que tu padre (o igual de macho). Recuérdese que la mamá de *Panza* era viuda y, la mamá de *Memín* -al parecer abandonadas- ambas no tenían pareja; por ello la ambigüedad de su situación social, ellas eran jefes de familia por ser madres solteras -a pesar de su edad adulta- no sabían como orientar a sus hijos, al

golpearlos para imponer su autoridad, de la misma manera que lo hubieran hecho los padres -erráticos y ausentes-, golpeadores. Las historietas representaban la vida cotidiana de aquellos años. Existía esa violencia intrafamiliar, que vista por los lectores, era consideraban normal, porque era parte de su vida diaria, de su entorno.

La violencia de las acciones realizadas por los héroes nacionales, también era admitida y justificada. Comparada con la de los años noventa en los albores del siglo XXI, resulta ser una violencia precavida. La razón se debe al maniqueísmo de buenos contra malos, los primeros siempre ganaban. Al pensar en los temas de guerras revolucionarias o de justicia, en las golpizas que le propinaban al malo para dominarlo para después, entregarlo a la autoridad, estaba considerado como un proceso lógico de acciones sociales positivas que no se ven así en el presente, cuando las golpizas y las madrizas son para dejarlos lisiados, parcialmente desmembrados, mentalmente desquiciados, aún peor, para causarles la muerte y eliminarlos. La prevención o la justicia queda sólo como una referencia y nada más. ¿En México se han hecho historietas para los niños desde los años treinta y cuarenta o sólo han sido producidas por el país del norte? *Walt Disney* con sus fábulas y aventuras protagonizadas por una fauna humanizada, cuyo código gráfico y argumentos modernizó popularizó a partir de 1928; ha cubierto los sueños y las ilusiones, con productos mercantiles alusivos a sus personajes. En México, *Walt Disney* tiene numerosos seguidores.

Del aspecto de la vida cotidiana de las historietas mexicanas infantiles hubo muy pocos estudios de los años treinta a los setenta. “(...)Las historietas didácticas y las aventuras aparecen primero en 1934 a 1942 dominan el panorama saturando paquines, paquitos y chamacos... Las historietas didácticas aportan a sus lectores, recién alfabetizados, una educación fuera del aula tan bien intencionada como caótica (o bien) como el que anima la serie con la que Chamaco Chico ‘contribuye a la campaña alfabetizadora’ de 1945(...)”¹³⁹. Lo que respecta de la construcción sociocultural género y de poder en los cómics, Dorfman, Mattelart y Ludovico Silva lo ilustraron.

Las historietas mexicanas para los niños han tenido un camino con baches. Aunque hay trabajos rescatables, Leopoldo Zea con *Micho y Orejita*; en la revista *Paquito*, desde 1936, aparece el *Grillito Crí-Crí* de Francisco Gabilondo Soler y dibujo de Gallo Sánchez. La revista *Palomilla* patrocinador por la Secretaria de Educación Pública, con su personaje, el niño *Timoteo*,

¹³⁹ Aurrecoechea y, Bartra: *Puros Cuentos*, núm.3, Op. Cit. p. 26.

hecho por Salvador Pruneda. *Timoteo* es un campesino de humilde condición y rasgos indígenas, imagen agraria de aquellos años, aunque en 1937 las historietas resultaban sosas. También de la SEP existió la revista *Pfocha*, de Guerrero Edwards con trazo eficaz y humor blanco.

Es en los años cuarenta se dio a conocer la historieta *Senda Nueva*, con orientaciones didáctica y pedagógica, pero sobre todo con tendencias socialistas “quería” llegarle al pueblo mexicano hablándole de los derechos sociales, de los derechos individuales y de lo que es en sí la cultura.

Pero hay más, Elvira Dayan Harari y María del Carmen García Aja ejecutaron una *Evaluación de la Revista Infantil mexicana: Juega y Aprende, desde el punto de vista de su contenido*; ubicaron las primeras publicaciones infantiles, encontradas en el siglo XIX: *El Diario de los Niños* (1839-1840) revista semanal de entretenimiento e instrucción, hasta la revista *Colibrí*, de la SEP que circuló en 1984.

En 1972, la Dirección General de Publicaciones y Bibliotecas de la SEP proyectó producir y distribuir una historieta masiva, editó *Cuadernos Mexicanos*, fascículos de historia ilustrada; luego publicó *México, Historia de un Pueblo* con dos versiones: una quincenal, con formato de libro y otra, con reimpresiones de la anterior bajo el título: *Episodios Mexicanos*.

En diferentes épocas tanto en periódicos como en revistas en las historietas se han efectuado obras dirigidas al público infantil ¿Cómo veían a los niños de los años setenta en adelante? Lo creado en México, en materia de historietas ha rayado en un infantilismo acendrado (persistencia anormal de los caracteres de la edad adulta). No se diga de los comics estadounidenses con personajes que ya son, en la actualidad, personas adultas o ancianas.

En México como en Estados Unidos han mantenido la imagen de sus personajes con la misma figura con la que los iniciaron. Consideraron que sus obras salvaguardaban la homogeneidad para todos los públicos de diferentes épocas y dinámicas de la vida. No reflexionaron en que tanto en el niño como la niña, según su edad, tienen desarrollos distintos, a la vez, que su entorno los absorbe. Ellos y ellas viven su actualidad.

De lo anterior, surgió la preocupación de proporcionar historietas con contenidos dignos y acordes a la naturaleza de los menores. No es lo mismo pensar o sentir como niño que comprender, reflexionar la manera de ser de los

niños y niñas, por ello, sorprende que editoriales de historietas para las y los menores de edad, en afán de mantener un público cautivo, un mercado para su producto, conserven cómics con contenidos que no marcan pero sí desvían los valores personales, sociales y universales de sus públicos, tampoco se preocupen en proporcionar composiciones dignas de sus edades, de sus diferencias y preferencias; que no se inquieten, dentro de lo que realizan; que sirvan para cooperar con su granito de arena, arena de conocimientos, de arte, de valores humanos integrados con sus familias, sus comunidades, su nación, y claro está, con en el mundo.

El cómic local -analizado históricamente- desde el punto de vista comercial, industrial, reproducir la ideología y las pautas culturales del sistema prevaleciente, más aún, con la “entrada al mercado” de los cómics extranjeros que en-sí, enfatizan una “colonización” cultural a pesar de las historietas “contestatarías”, independiente o alternativas, sin embargo, los cómics, desde el punto de vista de la enseñanza, son un potencial didáctico, poco o nulamente aprovechado. La historieta es un elemento dentro de los medios de difusión masiva, que dentro del proceso de enseñanza aprendizaje debería ocupar un lugar primordial (si así lo desearan las editoriales e insistiera en ello, la Iniciativa Privada o las sociedades civiles y estatales).

Desde los años treinta en adelante, el Estado Mexicano ha previsto el utilizar la historieta como medio didáctico. Mientras por el lado académico no elaboraba estudios de sus ventajas y desventajas. Es hasta los años setenta que empiezan a considerar a la historieta como objeto de estudio. Ahora, en el 2000, la mayor cantidad de los trabajos que analicen el tema: historietas y educación, corresponderán a los años noventa.

Dorfman y Jofré mencionan el desarrollo de las ventajas y desventajas de la elaboración de historietas, durante el período de la Unidad Popular encabezada por Salvador Allende y los problemas que enfrentaron. También como un paso a la creación de historietas independientes, alternativas.

En 1982, autores como Georgina Guerra señalaron la importancia pedagógica de aumentar la capacidad crítica de los alumnos frente a los medios de información masiva*, particularmente frente a la historieta. Como también, acrecentar la capacidad creativa de los educandos. José Luis Rodríguez Diéguez analizó el tebeo dentro de la enseñanza y Arnulfo Eduardo Velasco

* En sí, medios de difusión masiva.

(*La Historieta. Enfoque Práctico en Relación con la Enseñanza*, 1985). Por cierto: en las tesis consultadas, el tema fue tratado con parquedad; en los estudios mencionados se expusieron las ventajas de las historietas como recurso didáctico y como elementos de iniciación al proceso de enseñanza-aprendizaje.

Algunos estudios han convertido en un lugar común: ventajas y desventajas de la historieta; pros y contras de la enseñanza tradicional y la moderna; de las historietas comerciales y las posibles historietas educacionales. Pocos trabajos han pasado de lo teórico a lo práctico, y lo peor, los que han logrado, no se sabe, si fue afortunado o desfavorable dicha tarea; otra cuestión que queda en el anonimato, lo efectuado sea por cuestión personal o por cuestión de presiones o la indiferencia de las autoridades.

Eduardo Velasco Arnulfo despliega la ponencia de Odette Petit *La Historieta Pedagógica: ¿Mito o Realidad?* (esto relacionado con los idiomas), Velasco en la enseñanza enumera las ventajas, la historieta permite al lector (alumno):

- “(...1) Una ambientación general sugestivo, suscitando su interés e su imaginación.
- 2) Lo breve del discurso es menos fastidioso para el aprendizaje, facilita la comprensión del texto.
- 3) Descifra y examina el “globo”, la imagen y el pictograma en su conjunto.
- 4) La repetición porque, la lectura exige regresar a partes ya leídas; favorece su esfuerzo dándole un mayor interés por el tema que estudia.
- 5) Alumno y profesor intercambian comentarios de las imágenes y del texto que,
- 6) Facilita la expresión libre de ideas.
- 7) En la enseñanza de idiomas, a través de la narración -los diálogos- contenida en los recuadros.
- 8) Ser la antecámara de la lectura, que devolverá el gusto.
- 9) Servirle como punto de partida para multitud de ejercicios dentro del salón de clases un ejemplo: Los diálogos dentro de los “globos” pueden adaptarse a su realidad social (como aconseja Georgina Guerra en *El cómic o la historieta en la enseñanza*), o para crear nuevos sentidos.
- 10) Cultivar y enriquecer su creatividad; tomar conciencia de sus propios gustos, aptitudes y posibilidades de expresión, y si se le ayuda a cultivarlos, podrá dar libre curso a su creatividad e incluso hallar gusto en ello(...)¹⁴⁰.

Eduardo Velasco amplía los ámbitos de aplicación, casi para cualquier materia, como el campo de acción propio de él:

- “(...A)Para el maestro de ciencias sociales hay mucha tela de donde cortar en el análisis de las historietas que sus alumnos leen, tal y como lo expusimos unas páginas atrás.
- B)Para el maestro de literatura puede resultar importante el estudio de dos lenguajes (icónico y verbal) y la forma en que conviven en la historieta.

¹⁴⁰ Velasco Arnulfo, Eduardo: *La Historieta. Enfoque Práctico en Relación con la Enseñanza*, p.59-60.

C) El maestro de idiomas pretende lograr esencialmente que el estudiante llegue a establecer un contacto directo con la lengua que está aprendiendo, con la menor interferencia posible del idioma materno(...) Logrando un verdadero sentido de descubrimiento(...)"¹⁴¹.

Se ejemplifica con un sistema elaborado de historieta, que pueda ser realizada por alumnos de preparatoria "(...)La historieta es un auxiliar, pero no puede pretender sustituir a la educación tal y como actualmente se maneja(...)"¹⁴². La educación es parte importante dentro de la vida cotidiana. ¿Qué tanto ayudan, refuerzan o perjudican las historietas?

En México, en 1977, Cristina Fernández Diego Sotelo elaboró su tesis *El Cómic y su Influencia Decisiva en la Educación del Niño Mexicano*; de 1979, María Enriqueta Cerro Mata se aproximó con su tesis al tema: *La Historieta Como un Medio de Educación*. Más explícito, Kurt Hermann Philip Kiessling, en su tesis *El Cómic y su Influencia Didáctica en la Educación del Niño*, menciona que trabajando con el cómic en pequeños niveles logra mayores resultados. Se detesta la autoridad disciplinaria, burocrática y mediocre de la escuela, que considera al niño como un contribuyente más y no un ser humano. Propone seminarios sobre la historieta, donde se estudie literatura infantil y que la industria editorial, apoye económicamente.

Miguel Ángel Gallo mostró, cómo la historieta no está de pleito o distanciada de la enseñanza, en una de sus obras *Las Dos Revoluciones*; en tres números de revista *La Reforma hasta el Porfiriato en Marxismo en Historietas* (1990) y en *Teoría de la Historia en Historieta*, o bien, *Historia de México en Historietas*, varios tomos. Otro ejemplo de historieta didáctica lo constituye la obra de Luca Novelli: *Viaje al Centro de la Célula (manual de biología en historieta)*.

Otro estudio a estimar lo constituye *Episodios Mexicanos*, realizado por universitarios de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, para difundir la academia a través de la historieta dirigida a sectores populares, en la cual, participaron: Juan Marcial Guerrero R; Estela Jiménez y Alberto Sarmiento. Casi similar aplicación, es lo hecho por Héctor Javier Godina con: *La Columna. "El CIAN informa"*, un periódico de Torreón, Coahuila: un caso de empleo de los cómics para la comunicación popular de información con tecnología agrícola (1983). Por su parte, Consuelo Aurora

¹⁴¹ IBID, p. 60-61.

¹⁴² IBID, p.63.

Erevis Sosa realiza un *Estudio Comparativo de los Cuentos Tradicionales y los Cómics con la Literatura de José Martí. Investigación Documental* (UPN).
María de la Luz Lelo de Larrea Robles hace su tesis: *El Niño y los Cómics*.

En 1986, María Margarita Becerra Flores, (pedagoga) especifica por un tipo de lector, de sus tesis: *Análisis del Discurso Ideológico de la Historieta: "Los Picapiedras" y sus Repercusiones Sociales en el niño de 6 a 12 Años*: "(...)A través del método histórico-dialéctico(...)", concluye, acerca de los niños de 6 a 12 años, expuestos a la caricatura Los Picapiedra: "(...)Los alejan de la realidad; refuerzan las actitudes individualistas y competitivas; reducen su actividad motriz-lúdica, minimizan su interacción social, no promueven las capacidades imaginativas-creativas(...)"¹⁴³. Luis Ernesto Medina Lamadrid efectuó su tesis *Estrategias de comunicación respecto al uso del dibujo humorístico para fines didácticos, perspectiva semiótica*, que pasó a formar parte del libro *Comunicación, humor e imagen, funciones didácticas del dibujo humorístico*.

Aquí cabe la consideración, por la trascendencia de lo elaborado por Becerra Flores, el estudio de Jorge González, quien facilita algunos datos sobre La Familia Mexicana (FAME): los niños ven un promedio de 23 horas a la semana la TV, 1190 horas al año; a los quince años habrán pasado 15 ó 20 mil horas; los niños que no están acostumbrados a jugar, a leer, a conversar, tendrán problemas de interrelación con los demás. Además, mientras para nuestra cultura católica y familiar: el matrimonio, la persona, el amar, la mujer indican una sola cosa, para Hollywood es todo lo contrario. FAME es una asociación que pretende promover y salvaguardar los valores socioculturales, éticos y religiosos de la familia y el matrimonio.

La historieta abre caminos alternativos, ante todo como medio y recurso didáctico, otro ejemplo, en la revista *Información, Científica y Tecnológica*, se dio a conocer un estudio formal de la historieta fuera del ámbito de la ciencia social. La especialista Guillermina Yankelevich, en el artículo: *El Lenguaje de la Historieta* estableció los pormenores de la investigación, en el libro *Creer para Ver*.

Los investigadores del *Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa* (ILCE) inquietos por integrar los elementos, los medios y la tecnología dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje elaboraron estudios que los acercaron a

¹⁴³ Becerra Flores, María Margarita: *Análisis del Discurso Ideológico de la Historieta: "Los Picapiedras" y sus Repercusiones sociales en el niño de 6 a 12 Años*, p.111.

esa integración. Román Padilla González realizó su *Manual para la Elaboración de Historietas*, similar al que Roberto Cuevas Fernández preparó: *Manual para el Diseño de Historietas*. Kenneth Luis Treviño Cassily redactó el *Manual Gráfico para el Diseño de Historietas*. Rosa Marina Olan López elaboró: *La Historieta en la Escuela Primaria en el Área de Ciencias Sociales Investigación Documental*. O bien, *El Niño y el Cómic*, de María de la Luz Lelo de Larrea quien investigó sobre algo específico como *La Historieta en el Hábito de Lectura del Minero Hidalguense*, de Teresa Gabriela Morales.

Sobre ideas, argumentos, diseños, aplicaciones y nuevas tendencias para la historieta o ¿dónde conseguirlas o leerlas? Miriam Martínez Maza, Jorge Tlaltepa Meléndez y David Zamora Díaz escribieron: *Las historietas en las Colecciones de la Biblioteca Pública Mexicana*, su hipótesis: “(...)Si se modifica el contenido de las historietas dándoles un carácter formativo, ellas representan un instrumento para que las Bibliotecas Públicas mexicanas promuevan el incremento del nivel cultural de los usuarios(...)”. Incluyeron las historietas más sobresalientes, aquellas que mencionan de manera predominante en las obras consultadas.

En México, aún no han planteado producir historietas, a menos que se les considere como parte de colecciones dentro de las bibliotecas públicas (En Estados Unidos, algunas bibliotecas cuentan con revistas especializadas o boletines como el ‘*Comic Art Collection*’). “(...)Sin embargo, el potencial didáctico de este medio y la factibilidad de utilizarlo para promover valores reales y propios de las clases populares, a las que pertenecen millones de usuarios, son indiscutibles(...)”¹⁴⁴.

Ingrid Angélica García Solís y Alma Laura Vizcaino¹⁴⁵ consideraron que por medio de la historieta podía impartirse cualquier cantidad de conocimientos. Situaron como herramienta a la historieta para la educación de tipo religioso, expusieron sus propuestas sobre el “Libro del Génesis de la Biblia”, que dirigieron a niños de 7 y 8 años de edad. Por su parte, Roberto Gómez Serrano indicó en su trabajo: *La Historieta como Medio de Comunicación en la Enseñanza*, casi similar a lo elaborado por Horacio Durán Macedo: *La Historieta como Medio Comunicacional Didáctico*. En 1991, J. María Rodríguez González publicó *La Historieta como Instrumento Didáctico*.

Mary Carmen Silva Tamayo observa *La Historieta como Medio de Difusión Cultural*, en su tesis muestra su obra *Kim Balam*; asevera que la mayor parte

¹⁴⁴ Martínez Maza, Miriam; Tlaltepa Meléndez, Jorge; Zamora Díaz, David: *Las Historietas en las Colecciones de la Biblioteca en México*. México, p. introducción y 173.

¹⁴⁵ García Solís, Ingrid Angélica y Vizcaino Pérez, Alma Laura: *La Historieta como Herramienta de Comunicación para la Educación*, p.139.

de editores y agencias eligen aquellas propuestas que dejan regalías y ventas altas. José María Rodríguez González y Dagoberto Rodríguez Camacho, Comunicólogos, elaboraron su historieta *Los Chtulu*. Otro estudio, de Yael Prasnysky Bialostosky: *Historietas Infantiles para Promoción del Sector Pesquero*.

Vianca Rosalba y Sandra Espinosa Román aplicaron el proyecto de una *Historieta como Material de Apoyo para la Clase de Historia de México*, para niños de 9 y 10 años de edad que cursaban el cuarto año de primaria. Supusieron que con la historieta lograrían mayor receptividad del contenido y mejores resultados en el aprendizaje. Porque las caricaturas y los colores atrayentes provocan mayor interés en los niños y niñas pequeños.

Andrés Fernández Lozano muestra otra opción o alternativa para la historieta: *La Historieta Poética, un Diseño Alternativo para el Cómic*, une su idea y esfuerzo por dignificar y salvar la historieta mexicana.

“(...)El hecho de que un diseñador haga historietas no es tan oscuro como pudiera parecer, es sabido que muchos egresados de las licenciaturas de diseño y comunicación gráfica de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de San Carlos y recientes egresados de la ENAP hacen en este momento historietas, como Manuel Ahumada, Ricardo Camacho y Ricardo Peláez(…)”¹⁴⁶.

Las ideas de la propuesta:

Cómic:

- * Mensaje narrativo.
- * Elementos verbales e icónicos.
- * Utilizan códigos y convenciones.
- * Difusión masiva y finalidad distractiva.

Poesía:

- * Mensaje en ocasiones narrativo.
- * Elementos verbales.
- * Utiliza códigos y convenciones.
- * Difusión masiva y finalidad distractiva y filosófica¹⁴⁷.

Su objetivo: “(...)no es enriquecer a la poesía, sino por lo contrario enriquecer al cómic pues la poesía como forma de arte ya es ampliamente reconocida, pero en cambio el cómic se encuentra devaluado, a pesar de que hay múltiples ejemplos de obras de arte en el género(…)”¹⁴⁸.

De otro aspecto que puede cubrir la historieta como apoyo, la prensa sindical, es un instrumento político, militante, de trabajo, de formación ideológica y agitación y sobre todo de clase. “(...)En el FAT (Frente Auténtico del Trabajo) además

¹⁴⁶ Fernández Lozano, Andrés: *La Historieta Poética, un Diseño Alternativo para el Cómic*, p.1.

¹⁴⁷ IBID, p.76.

¹⁴⁸ IBID, 76-77.

de tener el periódico de la Organización -“Resistencia Obrera”- se publican folletos para temas específicos -de coyuntura, de promoción y organización sindical, de formación, de aspectos legales- que buscan mejorar la calidad de la información...En el FAT se ve a la comunicación como un instrumento formador, como información para la acción y actividad para su sistematización, que sirve a la formación(...)¹⁴⁹. (Es una organización independiente de trabajadores, autónoma del Estado, que lucha por la justicia, la libertad y la democracia)*.

Claro está, las asociaciones, sindicatos, consejos y organismos pueden elaborar historietas para sus integrantes acerca de sus objetivos como a la vez, acercándose a la sociedad por el lado de las instituciones. Por ejemplo, a Secretaría de Salubridad y Asistencia para que elabore una historieta para los llamados cinturones de miseria las áreas conurbanas marginadas, en ella, trataría temas como: el cólera, el SIDA, enfermedades venéreas, problemas de desnutrición; haría campañas de planificación familiar; presentaría planes contra la delincuencia o la violencia intra-familiar, etcétera.

Esto es un esfuerzo mayúsculo que depende del Gobierno Federal, aunque puede instrumentarse por etapas y por plazos, con ayuda de instituciones privadas o universidades. Como otro ejemplo lo acontecido con estudiantes de la carrera de Diseño de *la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco* y colonos de la *Comuna de Santo Domingo* que re-valoraron la historieta como medio de expresión, comunicación artística y como medio didáctico.

Tales esfuerzos son poco conocidos y por lo mismo, poco valorados tanto por los compañeros de carrera de la misma universidad como de otras universidades. Son esfuerzos loables pero aislados; ni siquiera la misma universidad o el conjunto de universidades difunden lo que fue una práctica apegada a la realidad, un hecho palpable, quizás un ejemplo de metodología a seguir.

Como comunicólogo se debe demostrar la valía de lo que estudiamos, aportar algo a la sociedad. Es muy desafortunado ver el esfuerzo, de los colegas universitarios, desvanecido por la poca o nula difusión y observar un aspecto negativo de los cómics comerciales: la fijación o transposición o adaptaciones de cultura o historias de novelas, que son descontextualizadas, minimizadas

¹⁴⁹ García Urrutia M. Manuel: *La Comunicación y los Sindicatos. El Concepto de FAT en, Comunicación y Democracia*. Esteinou Madrid, Javier, editor, p.288-289.

* Paréntesis propio.

hasta llegar al grado de desensibilizar el verdadero significado de estas obras, todo en aras de su comercialización, de su consumo como Benjamin, Eco, Morin, Barthes y García Canclini así lo manifiestan.

El comentario de Ariel Rosales que, apunta que producir un cómic sin enajenación o altamente artístico no va a tener penetración entre las masas; porque al crearlas se necesitaría un fuerte apoyo económico. Por lo anterior resulta positivo mencionar los modelos a seguir de Germán Butze y Gabriel Vargas o bien cómics didácticos. Como útil resultaría difundir el entretenimiento con la enseñanza y renovar la técnica de la historieta, como el caso de Rius, con su historieta política. En fin, asentar los grandes grupos que monopolizan la producción de historietas como: Editorial Argumentos S.A. (EDAR); Editorial Parra, (EDPA); Publicaciones CITEM; Editor Manelick de la Parra (MVP), entre otras más es de primordial importancia.

El mencionado artículo de Ariel Rosales que en su experiencia como editor siguió las reglas de los editores muestra que ellos sólo se preocupan de las ganancias. Producir un cómic sin carga de enajenación o altamente artístico no va a tener penetración y mucho menos reditúa a la editorial. Es difícil admitirlo, más si no comprende lo que es ser editor, la competencia el mercado y las fluctuaciones de la bolsa. Es difícil estar en ese lugar, más no por ello, se puede evadir una opinión o hacer una propuesta.

Se ha visto cómo el Gobierno trató de crear sus historietas alternativas. Se mencionó cómo surgen editoras independientes, desaparecen o se renuevan. Pocas en sí, se aliaron. Utópico resultaría crear una editorial que reúna materiales didácticos, artísticos, de ambos o de otras variantes. Para que esa misma editorial produzca a petición de escuelas, instituciones o universidades públicas y privadas, sindicatos, secretarías de estado u organizaciones civiles, historietas, considerando el público al cuál será dirigido, las etapas de desarrollo según edades, etc.

Ariel Rosales anotó aquello que consideró historietas alternativas como las de Germán Butze, Gabriel Vargas y Rius. Pero no sólo de autores mexicanos, también mencionó lo mejor de los cómics extranjeros: *Antes de Cristo*, *Peanuts*, *Mafalda*, *Asterix*, *El Mago medieval*; autores como Luca Novelli o en otro aspecto Luis Arrieta Endorzain que presentó su libro: *Un Concepto de Comunicación Organizacional: la Revista Interna y la Historieta en la Empresa*, otra de las alternativas o aplicaciones que puede tener el cómic.

Como se entrevé, aquí se percibe y se palpa la existencia de una fuente de empleo para pedagogos, diseñadores gráficos, comunicólogos, sociólogos, psicólogos, trabajadores sociales y demás. Propuesta que esta enfatizada por las tesis de los años ochenta y noventa.

Gallito Cómic fue una historieta de corte independiente, alternativo, desfilaron en sus páginas, artistas como Luis Fernando, Edgar Clemente, Erik Proaño "Frik", Ricardo Peláez, Ricky Camacho y Pepe Quintero y el mismo Víctor Real, quien también contactó con autores internacionales como Carlos Trillo (Argentina), Carlos Giménez (España). Anotó la red de la distribución y un Anexo de las tiendas especializadas en cómics.

La historieta propaga junto con los otros medios de difusión, una cultura industrial o mejor dicho, los medios de difusión masiva son parte de una industria cultural, que han opacado a los comics -o comix- que luchan por sobrevivir por normas mercantilistas en el mercado, cómics independientes en el contenido y la calidad de sus trabajos.

La industria cultural al homogeneizar los criterios o gustos de los lectores limita su razón, su criterio, hasta sus sentimientos. Han sido estas historietas independientes que a veces han dado imagen y lenguaje a grupos minoritarios, marginados o de plano ignorados por los cómics comerciales. Grupos de: a) mujeres; b) niños; c) ancianos; ch) indígenas; d) de preferencias sexuales; e) con alguna discapacidad. Los cuales, sus derechos individuales, sociales y humanos pocas o nulamente están reflejados por la industria cultural. Los cómics independientes tienden un lazo para los lectores, es en ello, que se vuelven historietas alternativas por tres causas: contra lo impuesto por la industria cultural; en la gama de lectura para el lector y en lo que provoque, oriente, sensibilice o permita reflexionar al lector.

2.8.2. Historietas Independientes (Alternativas):

Como objeto de estudio es un terreno poco explorado. Inició en Estados Unidos de Norteamérica en 1950, la *United Features Syndicate* publicó *Peanuts (Charly Brown, Snoopy)*, de Charles M. Schulz. *Charly Brown* el antihéroe, el reverso de la medalla de *Tarzán* y *Superman*, y por eso mismo, fue el gran personaje humano, más acá de todos nosotros.

Tiempo después surgió la contracultura de los sesenta, que se inició en los países capitalistas avanzados, movimiento multitudinario y polifacético que

abarcó parte del arte pop, el rock, el cine *Underground* (subterráneo irregular, clandestino y un vago sentido de conspiración), nacido originariamente en los años cincuenta con los comics EC (*Educational Comics*), la literatura, el teatro y naturalmente los cómics gran parte de la prensa clandestina¹⁵⁰. Autores como Gilbert Shelton con *Wonder Warth-Hog* (1961) y *The Fabulous Freak Brothers* (1967); *Fritz the Cat* (1965) y *Mr. Natural* (1967) de Robert Crumb.

En Francia, René Goscinny y Uderzo (1959) con *Asterix Supergalo*. También Goscinny y con dibujos de Tabary *Las Aventuras del Gran Visir Iznogoud*. En Italia con Boncini "Bonvi" con *Struntruppen*, Nick Carter; Guido Crepax con *Valentina*; Hugo Pratt *Las Aventuras de Corto Maltese*.

En España, Felipe Hernández y el dibujante Luis García *Crónicas sin nombre*; Carlos Giménez con *Paracuellos del Jarama*; Danny Futuro y la trilogía: *España Uno, España Grande y España Libre*. De Kim con Martínez (*El Facha*). Otros más, Nieto y el dibujante Ventura con *Gruñidos*.

Carlos Monsiváis señaló: "la historia del cómic latinoamericano se podría designar con las siglas AM y DM: antes y después de Mafalda". En Argentina, Joaquín Lavado "*Quino*" (1964) con *Mafalda* que, vivía y sentía los contrastes del subdesarrollo, la represión militar, la miseria, la precaria economía familiar, los pobres y los ricos, denuncia las lacras sociales. Roberto Fontanarrosa con sus creaciones *Fontanarrosa, Fontanarrosa de Penal y Boggie "El Aceitoso"*, que es lo peor de la sociedad violenta que ha desarrollado el militarismo norteamericano, un excombatiente neurotizado, mercenario, que vive en el mundo de las drogas y el dinero fácil. *Boogie* es el producto social muy concreto y real. Es el engendro de una sociedad podrida y asquerosa como él, un reflejo claro de lo que representa el *American Way of life*.

En Chile, los medios de comunicación se encontraban en manos privadas e imperialistas cuando Salvador Allende asumió el poder por la vía electoral, mediante la formación de la Unidad Popular (unificación de varios partidos políticos en un frente común: para acabar con la dictadura), nacionaliza la Editora Nacional Quimantú. El golpe de Estado, dado por la burguesía chilena y el imperialismo yanqui que impusieron a Augusto Pinochet, eliminó el esfuerzo para que los medios de comunicación, lo fueran en sí.

¹⁵⁰ Gallo Tirado, M.A. *El Comic*, Op. Cit. p.161.

Dorfman, Jofré y Mattelart son elementos que tendrán que mencionarse cuando se hable del desarrollo, de las ventajas y desventajas de la elaboración de historietas de cuestiones sociales. Durante el período de la Unidad Popular en Chile, encabezados por Salvador Allende, surgieron dos historietas: *Jungla* “*El Hombre y la Naturaleza*” y la serie la de “*Mizomba*”, y de “*Manuel Rodríguez*”, figura de la independencia de Chile. Ariel Dorfman, miembro de la División de Publicaciones Infantiles y Educativas y Armand Mattelard, Jefe de la Sección de Investigación y Evaluación en Comunicaciones de Masas en Quimantú, mostraron los trasfondos políticos, las connotaciones ideológicas que había en los cómics. Fue en Chile, donde se impartieron Talleres Populares para la interpretación, pero también para la producción de historietas. Las cuales presentaban la problemática social que tiene solución, y la solidaridad entre los hombres: la colectividad.

En Cuba se ha dado mayor libertad, en relación con otros países socialistas en cuanto a la creación artística, aunque se vigila la función política de la historieta y por tanto los valores ideológicos de todo arte, se otorga una mayor libertad expresiva... En el cómic cubano, se combina el humor con la seriedad, sus temas van desde lo estrictamente histórico hasta lo caricaturesco¹⁵¹.

En México, sabemos de historietistas que lograron, independizarse de las editoriales en las cuales trabajaron: Gabriel Vargas, José G. Cruz, Yolanda Vargas Dulché. En muchas de las revistas mencionadas se encontraron informaciones de algunos nombres; por cuestiones económicas estas historietas independientes no continuaron su desarrollo. Ha sido una lástima no conocer o no considerar la experiencia de quienes lograron publicarlas o circularon para lograr su continuidad, su publicación al llevar a cabo, como lo mencionaron, la microempresa.

Alejandro Escamilla Olivera de manera más específica, estudió: *La Lengua Verde de Simón Simonazo*, creación, guionismo y dibujo de Samuel Marín SAM, apoyado tiempo después por MOR y Robledo en el color, luego continuó una línea de guionistas; Ramiro Solís “*El Pollo*” fue quien delineó la personalidad de personajes como *El Patas*, *El Simón*, *El Enano* y *Ricky*, que reproducían el argot de los jóvenes de la ciudad de México y reflejaban su conducta al utilizar el lenguaje “*ñerito*” que significa unidad, compañerismo; en esta medida, se puede ver que el argot es un *signum* social de un grupo individuos¹⁵².

¹⁵¹ Muñoz Alvarez, Victor Manuel: *El Comic en la Publicidad*, p.502.

¹⁵² Escamilla Olivera, Alejandro: *La Lengua Verde de Simón Simonazo*, p.16.

La tesis a la que se hace referencia es la de una historieta destinada al público adolescente y juvenil de clase media y baja cuyo promedio de edad oscila entre 15 y 25 años, que pudo ser mayoritario, aunque no se consideren las diferencias de: zonas conurbanas, de poblados, de barrios, de zonas marginadas. Con un lenguaje de y para los jóvenes. Dicha historieta tuvo 80 mil lectores. Las historietas de éste país -en 1987- contaban con sólo tres representantes en el mercado: *Archy*, *Torombolo* y *Simón-Simonazo*.

Escamilla Olivera especificó ese tipo de lenguaje: “(...)Copropalia, es un lenguaje obsceno (del griego Kopros, excremento) utilizado por jóvenes y niños en situaciones de conflicto este refleja el estado del alma, su deseo de afirmarse impresionando a personas que lo rodean (...) para llenar toda la esfera del lenguaje y expresar su hostilidad contra un mundo que no los quiere(...)”¹⁵³.

El lenguaje coloquial fue el empleado por los personajes como natural, Escamilla comentó al respecto: “(...)Las metatesis, asimilaciones, disimilaciones, epéntesis, falsos cortes, simplificaciones de grupos consonánticos, etc., en algunos casos no aparecen como signos (complejos de sonidos o letras) sino como signos sustitutivos sensu strictu, en los que se conservan las deformaciones del lenguaje común de /esta bien/ encuentra el dibujo de una cámara fotográfica o una bolsita de papas; de unas escafandras de buzos en lugar de /¡Atentos!/ de unas margaritas sustituyendo a la expresión /¡Muy bueno!/, etc.(...)”¹⁵⁴.

En este tenor hubo historietas, esporádicas, con contenido social, más su contenido se tornó político como el *Watusi*, de Magaña (1968); *La Familia Placachica*, de Vadillo y, *Wafles, Mofles and Co.*, de A.B. que fueron los autores más representativos. El 2 de noviembre, a un mes de lo acontecido en 1968, Rogelio Naranjo publicó en su seminario *La Garrapata: Kronikas de Nanylco Tatatylo*.

Los cómics o historietas independientes en razón de no pertenecer a empresa editorial, sino libres y dueños de su producción y de su obra artística; señalaban alternativas ante la oferta de los comerciales o quizás también artísticos, ambos sucesos dependían de la situación de la casa editorial, de la historieta.

En mayo de 1977 se formó la Comisión Organizadora de la Unión de Colonias Populares, en julio de 1979 se constituyen como asociación civil, contaron con

¹⁵³ IBID, p.130.

¹⁵⁴ IBID, p.144.

un órgano informativo llamado *Lucha Popular* -que publicó con cierta periodicidad- divulgaba la forma de organización y los planteamientos para la solución de los problemas en las colonias proletarias, tiempo después, elaboraron una historieta con el nombre de *AVANZANDO*. En la *lucha popular*. En el periódico *unomásuno*, el periodista Rafael Cardona en su columna *Ciudad y Gobierno* escribió acerca de la historieta los días 15, 16 y 18 de octubre de 1977 (Ilustración 1A, B, C, CH, D).

Otra apreciable labor fue *El Chahuistle*, de Rius, Helguera y el Fisgón que circuló desde principios de 1994 con sus sesenta mil ejemplares, los primeros números fueron considerados como un tiraje excepcional.

Arturo Reyes Fragoso con su tesis *Análisis de la Creación de una Historieta Infantil un Caso Específico: "Los Pequeños Aventureros del Tiempo"*, apuntó cómo se podía lograr una historieta divertida, didáctica y entretenida para los niños. Sin embargo, la obtención de ingresos económicos, los cuales fueron disminuyendo la labor y la periodicidad de la revista y el suplemento. Así, esta historieta propia y original desaparece mostrando a la vez que, la industria del cómic en el ámbito del público infantil está muy mal; Lanz, Disney y Vargas en lo actual no tienen el mismo impacto que en su generación.

José Suárez afirma. “(...)La principal vicisitud de nuestra historieta ha sido esa, ‘que al no generar ingresos’ se constriñó...El menosprecio existente en México hacia la historieta que pretende ir más allá de la propuesta industriales de chafiretes, luchadores, vaqueros (e indias buenérrimas), ha formado un círculo vicioso en torno a cualquier intento alternativo y cuyo coco elaboración/ retribución económica, hace utópica la existencia del oficio de historietista de tiempo completo(...)”¹⁵⁵.

Mauricio Gómez Hernández realizó la tesis: *La Historieta como Vehículo Expresivo Autónomo*, la industria editorial prefirió cancelar publicaciones a elevar su calidad gráfica y materia argumental. Surgieron revistas independientes (*Snif*, *Bronca*, *El Golem* y *Gallito Comics*) que ofrecían otra opción de lectura, abrían espacios a autores con propuestas inteligentes. Era un riesgo y una responsabilidad para ellos. A esta última revista, el *Conaculta* le otorgó una beca, por ser una publicación independiente con una propuesta cultural innovadora. Mantuvieron un tiraje de 5 mil ejemplares con un tiempo de aparición de mes y medio; además, de contar con un suplemento llamado

¹⁵⁵ IBID, p.39.



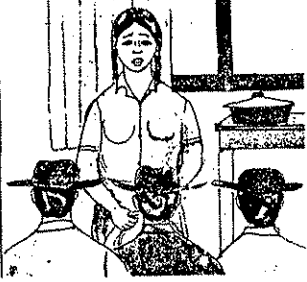
OYE VIEJA NO LA RIEGUES, QUE FORMA DE RECIBIRNOS.

PÁSENLE, PÁSENLE Y DISPENSEN; PERO LAS COSAS NO ANDAN MUY BIEN.



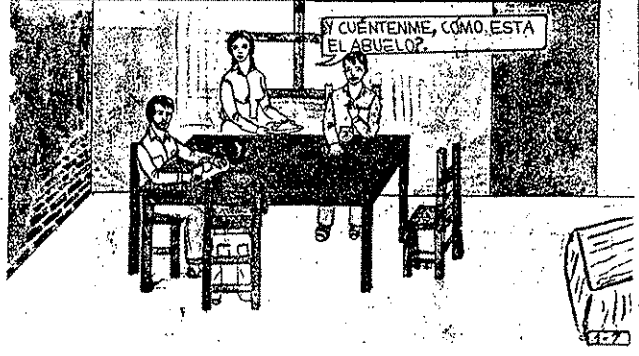
MIREN AHIJADOS, AQUÍ TIENEN SU POBRE CASA.

SU CASA A MEDIAS, POR QUE YA NOS ANDAN CORRIENDO HOY VIÑO, EL DE LA RENTA.



ADENTRO TOMANDO CAFÉ, LUPE SE PREOCUPA POR ATENDERLOS.

¿Y CUÉNTENME, CÓMO ESTÁ EL ABUELO?



Historieta AVANZANDO. En la lucha popular. De la Unión de Colonias Populares, México. Octubre de 1979, núm. 1

I L U S T R A C I Ó N 1 A

¡MAMI MAMI MIRA!



¡BUENOS DIAS RICKY!



¡YUPI! LO QUERO AZUL PARA PASEAR A GINA.

ELIZABETH VIENDO LA OPORTUNIDAD DE CUMPLIR UN CAPRICHÓ, RESPONDE...

PERO TU TAMBIÉN ERES TESTIGO, QUE ME PROMETIÓ COMPRAR UN CONDOMINIO EN CANCÚN.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

EL JOVEN RICARDO AZCÓRRAGA Y SABITO VESTIDO A LA ÚLTIMA MODA, DICE EMOCIONADO...

¿RECUERDAS QUE MI PAPI ME PROMETIÓ UN MUSTANG 79 CUANDO SUBIÓ EL PAN?



POR FIN, PARECE QUE EN ESTE SEXENIO SE VERÁN LOS FRUTOS DE TANTOS AÑOS DE TRABAJO HONESTO.



QUE LEJOS ESTABA ELIZABETH DE IMAGINAR, EL HONESTO TRABAJO DE SU MARIDO.



DE ACUERDO HOY VAMOS A CENAR AL FIESTA PALACE



ILUSTRACIÓN 1B

Historieta *AVANZANDO*. En la lucha popular. De la Unión de Colonias Populares, México. Octubre de 1979, números 2 (arriba) y 3 (abajo).

TESIS CON TALLA DE ORIGEN



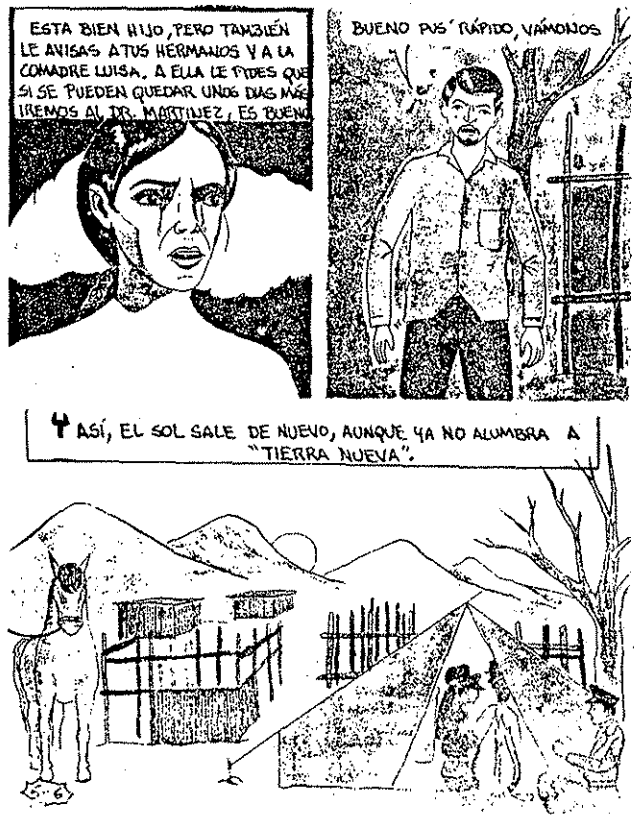
ILUSTRACIÓN 1C



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACION ICH

Historieta AVANZANDO. En la lucha popular. De la Unión de Colonias Populares, México. Octubre de 1979,



Historieta AVANZANDO. En la lucha popular. De la Unión de Colonias Populares, México. Octubre de 1979, núm. 6.



(viene del reverso de la portada)

estas constructoras de fraccionamientos. Este sector de los ricos de la ciudad, en 1979, tiene un crecimiento sostenido de un 13% anual lo que la coloca a la cabeza del sector industrial, pues en relación a otras industrias, este es un porcentaje muy elevado de crecimiento.

SIN embargo, estos "grandes señores" se justifican de no construir vivienda de tipo social porque es "poco rentable" (4% anual) y entonces prefieren construir condominios con un precio promedio de un millón de pesos, inalcanzable para los millones que necesitamos una vivienda digna. No obstante además estas mismas compañías son demandadas constantemente, por sus clientes, debido a la mala construcción (como construir en fallas geológicas conociendo el peligro), o por aumentar en un 60% los precios de las viviendas con cualquier pretexto y habiendo ya contratado con sus clientes.

Tenemos pues que los "grandes amos" de la ciudad, los únicos con libertad y progreso, que verdaderamente determinan el carácter y los alcances de la planeación urbana junto con los dos ejemplos anteriores son: la industria de la construcción (ya expuesta); la industria de materiales; la industria automotriz y conexas (con muchísima influencia); las inversiones turísticas; la propiedad inmobiliaria (ya expuesta); el capital financiero (bancos), etc. y por si fuera poco todas éstas están altamente monopolizadas, o muy por encima del control popular y de los millones de capitalinos como nosotros.

Así pues la ciudad no es de todos, ni es un caos, hay quienes la dirigen pero a su conveniencia.

¿Quién decide realmente sobre las leyes de construcción, de fraccionamientos y proyecto de ley inquilinaria?

¿Quién decidió hacer ejes viales en vez de impulsar más transporte colectivo?

ILUSTRACIÓN 1D

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Slam!, *Historietismo sin colesterol*, que dio oportunidad a autores de distintos lugares de la República Mexicana.

Revistas de cómics independientes, (o bien, alternativos con lo que respecta a los cómics comerciales) circularon brevemente, fueron: *Hemofilia*; *Tripodología Felina*; *Molotov*; *Zórotropo*. En el colectivo *La Caneca*, se publicó la historieta de Carlos Ostos Sabuga: *El Hombre Tlacuache en C.U.* (1996). Los nuevos creadores, desde su trinchera, van afirmándose más, como la nueva generación de historietistas, como Mauricio Gómez quien asevera: “(...)Lo peor que podemos hacer es cruzarnos de brazos y lamentarlos de la situación. Necesitamos seguir haciendo un esfuerzo para que el país tenga lectores(...)”¹⁵⁶.

La libertad de expresión puede encausarse en lo cómico o de humor, dentro de lo que es la historieta independiente, así lo demostró con su historieta *El Valedor*, de Tomás Mojarro y la Editorial Ixtle con su creación el 25 de septiembre de 1989 (año II, No. 25): *¡No se cayó el sistema!*

El Valedor denunció el chanchullo y la transa electoral (efectuado más de un año después del 6 de julio de 1988). *Jerásimo* lo expresó cómo la duda de una honesta computadora (que elaboró el computo de las elecciones de 1994) y a pesar de ello prosiguieron su festejo. *El Valedor* lamentó: Mé-xi-co (En el interior de la portada y la contraportada presentaron un Manual de Protección Civil. En las páginas centrales de la revista *El Valedor* aconsejaba a los motociclistas usar el casco.

El Valedor fue un héroe que no entró en la cotidianidad de los lectores, aunque su contenido, su grafismo, su lenguaje coloquial, los argumentos y temas eran actuales. Se apegaba a circunstancias sociales actuales. *El Valedor* como héroe fue vencido por los superhéroes mexicanos y los extranjeros.

Es notorio cuando el Gobierno Federal, de algún estado y los empresarios reúnen esfuerzos, logran obras dignas de calidad y pundonor que enaltecen el arte y la cultura de México, tanto para lector nacional, como para los lectores de otros países.

En el año de 1995, el Gobierno del Estado de México, a través de la Secretaría de Educación, Cultura y Bienestar Social, y del Instituto Mexiquense de Cultura organizaron un programa conmemorativo a *Tres Siglos de Inmortalidad (1695-1995)*, de la Décima Musa Sor Juana Inés de la Cruz; de

¹⁵⁶ Gómez Hernández, Mauricio, *La Historieta como Vehículo Expresivo Autónomo*, p.113.

concursos, coloquios, festivales de bellas artes: escultura, teatro, radioteatros, cine, video, música virreinal y al mismo tiempo publicaron una historieta especial por el tercer centenario de Sor Juana Inés de la Cruz con guión de Delfina Careaga, dibujos de Antonio Cardoso Gutiérrez y diseño de la portada de Hugo Ortiz López. En 48 páginas reflejaban la biografía de la *Décima Musa* desde su nacimiento hasta su muerte, contextualizan el período de sus obras literarias y el simbolismo sociocultural que significa Juana Inés de Asbaje y Ramírez. La historieta demostró que cuando el gobierno e instituciones culturales se aplican, realizan obras de grande valor: tanto en su contenido (texto) como en imágenes (icónico). Sin embargo, este tipo de acontecimientos, se compara con las circunstancias de la vida cotidiana, hasta que sucede algo relevante, se hace algo, mientras tanto...

El Instituto Nacional de Bellas Artes, antes que finalizara 1996, en colaboración con la Editorial VID SA de CV, editó una obra que conjunta, de nuevo la historieta con el arte se llamó *Siqueiros la Historia*, el guión y los dibujos fueron de Luis Arturo González Zarrascia y la fotografía de Arturo Real. El cómic fue parte de una exhibición llamada *El Retrato de una Década David Alfaro Siqueiros (1930-1940)*. El relato es una anécdota (que pudo haber sido cierta) referente a su arresto domiciliario en la ciudad de Taxco, en el estado de Guerrero, durante los años 1930-1932, que sufrió el pintor. El INBA y la Editorial VID, aprovecharon los recursos del cómic contemporáneo experimental. Se trató de una bella obra plástica, emotiva e ilustradora.

Por lo que respecta a *Las Historietas Didácticas* y *Las Historietas Independientes (Alternativas)* que a pesar de no seguir una línea comercial, o la posible tendencia ideológica de éste sistema, subsisten. Ambas cuestiones pueden descuidar o de manera indirecta utilizar en sus argumentos y sino en sus personajes la construcción sociocultural del el género: lo que es lo masculino o lo que es lo femenino.

Una historieta didáctica puede ilustrar este ejemplo: “Paquito apurado levanta la mano, no era porque supiera la respuesta correcta de la pregunta sino que, quería ser visto por la chica más linda del salón”. Con lo anterior, se dibuja a esa chica, sea humana o algún animal humanizado: coneja, perra, gata, etc. Con ojos azules y grandes, sus pestañas largas, nariz respingada, labios en forma de corazón y con moño puesto, en la cabeza o en el cuello, atrás o adelante.

Eso es una muestra de la construcción simbólica y cultural de las diferencias sexuales. En las historietas didácticas, accidentalmente tienden a usar esos estereotipos, creen que están diferenciados de los comerciales porque el argumento es más elaborado, tiene un sentido y objetivo, según el tema que trate no tiene tendencia ideológica pero, descuidan el estereotipo que utilizan. No observan que en el argumento y el trazo, se distingue a los personajes: Paco o Paquita. Ahora, si esto no es motivo suficiente, habrá que ser más realistas, en el caso de los animales: el gato y la gata, el perro y la perra tienen distinciones físicas, entonces, marcarlas en los dibujos.

Sólo el estereotipo no en sí, la simbología cultural -o de más análisis los tres mensajes: literal, lingüístico y simbólico. Un breve análisis de lo anterior es: a) Niño, si quieres que la niña más linda te vea, sé primero en todo (se pregunta ¿quién “moldeó” o sesgó la sensibilidad, intuición y “gusto” del niño?); b) Se hace más caso a la eficacia que a la eficiencia; c) El estereotipo de la chica ideal o de los dibujos de animales humanizados, tienden a tener un rostro angelical, coqueto, siempre sonriente y personajes femeninos dispuestas a todo.

Los creadores de cómics didácticos y alternativos deberán cuidar sus estereotipos, porque directa o indirectamente también están creando la construcción social del género, la diferencia sexual; ya que tranquilamente, por ser didáctica o alternativa, se le permite que entre a la vida cotidiana, de la sociedad.

2.9. ¿Muerte o Resurgimiento de la Historieta Mexicana? Años Noventa:

En un resumen forzado, escueto y disperso de la década de los años noventa, se ha encontrado que hay investigaciones y análisis no fueron estudiadas en épocas posteriores.

Aniversarios que cabe mencionar: se festejó a *Bugs Bunny* cumplió 50 años de ser libre de pensamiento, de ingenio y rebeldía contra el *american way life* que pregona *Miguelito*). Por otra parte la sociedad se conolió por el fallecimiento de Yolanda Vargas Dulché, sucedido en agosto de 1999 y el 13 de febrero del 2000, el de Charles M. Schulz, creador de *The Peanuts*, personajes con peculiares características psicológicas muy interesantes. Otros cómics resurgieron como *Chanoc* (Edmundo Pérez Medina, Revista *Época* 16/V/1994, entrevista a Ángel Mora Suárez, reconocido como uno de los mejores dibujantes de historietas de acción, del mundo submarino de México

y Latinoamérica. *Chanoc*, en efecto, triunfó por estar siempre al lado de los humildes, como el caso de la problemática de las cooperativas de pescadores), *Raratonga*, *Memín Pingüín*, *Kalimán* (con dos ediciones especiales -aparte de tres de los años ochenta- y a punto de lanzar al mercado un juego por computadora), *Tin-Tin*, *Supergirl* historieta renovada, así como también la reaparición de *Lorenzo y Pepita*, sátira familiar de la vida estadounidense. La reedición de los 200 capítulos más aceptables de *La Familia Burrón* y la series de *Rius*, se distribuyeron en librerías. Otro detalle, de esta época, se dio la interrelación novedosa de cómic a TV, en este caso, de la TV al comic como la serie de *Los Simpson* que dio lugar al cómic. En cambio parece una odisea realizar una película con personas reales-actores, con la imagen de un *bande dessinée*: *Asterix y Obelix contra el Cesar* (aunque en marzo del 2001 aparece un nuevo número, esperando alcanzar el tiraje de 8 millones de ejemplares en toda Europa). La película de dibujos animados de *Tarzán*, es otro ejemplo de la relación comic-cine y *Los X-Men* o *Armagedon* en película. Ahora las historietas obtienen más espacios en los medios públicos y privados, comerciales. Alfredo Liborio Cocolletzi Fonseca aporta su estudio: *El Cómic Adaptado para la Realización de Largometrajes*.

Continúan los trabajos académicos: algunos profundizan otras "áreas" del cómic como: producción, distribución y consumo, editoriales de historietas mexicanas o transnacionales. La tesis de Angélica María López Mani *Evolución Icónica del Hombre Araña, en Tres Décadas*; en 1991, Luis Gasca y Román Gubern elaboraron el libro *El Discurso del Cómic*. En México, *La Representación Social del Concepto de Muerte en Niños, Mediante las Técnicas de Redes Semánticas. Análisis de Contenido del Dibujo, Historia y Cómic*, es tesis de un estudio comparativo, de Laura Guzmán Pérez, psicóloga. En 1996 apareció la tesis de Juan Víctor Estañón Aguirre titulada: *Análisis Jurídico de Las Historietas Infantiles y Juveniles dentro de la Criminología Social*. O bien, de Zoraida Vázquez Muñoz su tesis de Maestría -1993- *Estudio de Recepción de Comics de Contenido Social Entre Estudiantes Universitarios del ITESM, Campus Monterrey*. La que consideró básico que se conozcan otros puntos de vista, objetivos y propuestas de pedagogos, psicólogos, licenciados en diseño y comunicación gráfica, y en este caso, abogados.

Expansión, revista especializada le concede espacio al comic. Carlos Tron y Gustavo Martínez emprendieron un negocio de fantasía, la primera tienda dedicada a los: *Comics S.A.*, además de anotar sus objetivos: a) editar una historieta; b) hacer otro programa de radio; c) continuar cursos y d) encuentros

de historietistas y editorialistas. La afición por la historieta en los años noventa aumentó, destacaron: *El Gallito Inglés* que cambió a *Gallito Comics* con la idea de dignificar el género, con dibujantes como: Ricardo Peláez o Clément entre los más sobresalientes que generan la vanguardia, la experimentación, el erotismo y el rock hecho viñeta, dieron paso también a los producidos en el extranjero. “(...)Termina el siglo XX y nace un nuevo fenómeno: las tiendas de historietas. Eran Comics S.A. y el Comicastle y en menos de un año se abrieron 25 más sólo en el Distrito Federal. Un nuevo Boom del cómic se avecina debido principalmente a un público joven de clase media y amante de los renovados superhéroes de papel, del rock y de la nueva historieta mexicana(...)”¹⁵⁷.

Apareció otra revista: *Origina* que en 1997, en el artículo de Guzmán Wolffer concedió espacio al cómic como un homenaje, en México, a Jean Giraud, Moebius. Del mismo año la *Revista del Consumidor* da espacio al artículo de Miguel G. Prieto: *Historietas ¿Consumo “de a peso”?*. Revistas especiales o de edición limitada fue el que trató la muerte y resurgimiento ¿o resurrección? de *Superman*. Por la euforia del cómic japonés circuló: “*mangamania*”. ¿Se podría considerar el cómic como el noveno arte? La televisión mexicana en sus Canales 22 y 40 exhibieron programas, el primero fue: *Los Maestros del Comic y Comic 9º Arte* y en agosto de 1999 en *Edusat* se presentó un programa de Abel Michel, *Liberatote con sus comics: Cannibale y Frigidaire*; el segundo Canal, repitió de TV-UNAM la serie: *Calacas y Palomas*, presentando la serie: *Moneros y Monitos*, diez programas más al respecto esto en 1996. Adriana Malvido anotó en su reportaje de *La Jornada* “*La Sociedad Mexicana de Historietistas*”, su Presidente Juan Manuel Aurrecochea, anunció que lanzarían su propia revista: *Mono de Papel*, que abrió otro espacio, que convirtió en un desafío para los historietistas por crear algo nuevo (y mientras se fueron abriendo espacios, en la revista *El Chahuistle* se despidieron *El Fisgón*, *Rius*, Helguera, Patricio y José Hernández; en la misma revista. *Rius* pidió disculpas a *Magú* porque lo acusó de corrupto). Germán Butze con *Los Supersabios* trasciende al siguiente siglo, con base al artículo de Fernando Figueroa -en la revista *Milenio*, número 203, 6/VIII/2001- apunta “La obra maestra de Germán Butze esta en espera de que un editor la condense en volúmenes de colección”.

Anteriormente se mencionó que, cuando el gobierno y las instituciones culturales se aplican, realizan obras de gran valor como la historieta de conmemorativa: Sor Juana Inés de la Cruz (1995). Al final del año 2000, el Gobierno del Distrito Federal, por medio de su Comité Editorial publicaron

¹⁵⁷ Malvido, Adriana: “*En la Ruta 100 de la Historieta Mexicana*”. Op. Cit. p. XV.

una breve antología de la narrativa gráfica contemporánea mexicana: *Sensacional de Chilangos*, en la que crearon y recrearon: Patricio Betteo; Humberto Ramos y Juan Vlasco; Erick Proaño “Frik”; José Quintero; Bachan y Vera; Edgar Clément y Rodrigo Ponce y Ricardo Peláez. La Fundación Ayuda para los Niños elaboró *La Calle de los Niños*, libro-historieta sobre los niños adictos a las drogas.

El análisis realizado a otras áreas del cómic, también es importante, como el aspecto religioso que, es parte de la vida cotidiana, en México. La religión católica la asume un 89.13%, de los habitantes, sin embargo, los editores de historietas poco o nulamente han elaborado de lo relacionado. Exceptuando el caso de *Don Proverbio* publicado de 1941 a 1947, el cristianismo de los autores y quizás también, de los editores excursionaron en dicho ámbito, como las publicaciones de la *Buena Prensa*.

José G. Cruz, en 1954, publicó *Apariciones: la revista de la fe* con visiones de la virgen en las soluciones de la trama. De origen cristero fue *Apóstol* en 1957, dedicada a la vida de Monseñor Rafael Guízar y Valencia. Otra historieta *Fray Martín de Porres*. María del Rosario Flores¹⁵⁸ en su tesis marcó la asociación de *Kalimán* con la cuestión religiosa y espiritualista, lo pagano con lo religioso, detalló esta cuestión, desde 1982 como una crisis institucional de la religión.

Margarita Zires, abordó un punto neurálgico que poco han investigado; la historieta dentro de o como elemento de la religión. La historieta como ayuda de la política religiosa. Falta otro estudio: la historieta religiosa como elemento de la vida cotidiana: “(...)En una estrategia de mayor difusión masiva se encuentra la historieta que se puede adquirir en los puestos de periódicos y esta dirigida a los sectores infantiles populares. A través de ella la comercialización del mito de la Virgen Guadalupe rebasa el dominio estrecho de la iglesia(...)”¹⁵⁹.

A través de la historieta el mito de la Virgen de Guadalupe se penetra no sólo al mundo de los monitos (similar imagen que *Heidi* y, *Juan Diego-Remí*), así como historieta entra en otros procesos. El mito de la Virgen es imagen pero también, imagen fragmentada en múltiples versiones (el texto que recuperaría la voz de la Virgen la muestra como una mujer firme). Como fue el caso de otra historieta de línea similar *Nican Mopohua*, Colección Seguidores de

¹⁵⁸ Flores Jiménez, María del Rosario: *Kalimán, el Hombre Increíble Análisis Mítico-ideológico de una Historieta*, p.276.

¹⁵⁹ Zires, Margarita: “Nuevas Estrategias Político-Religiosas. Cuando Heidi, Walt Disney y Marilyn Monroe Hablan por la Virgen” en, *Versión núm.2. Estudios de Comunicación y Política*, p.71.

Cristo, de la Editorial Librería Parroquial de México. “(...)Después de lo antes mencionado, podemos decir que esta historieta esta dirigida a niños familiarizados con el lenguaje de la TV. Para llegar a ellos se trata de convencerlos con palabras y el lenguaje que conocen: el de los dibujos de animales(...)”¹⁶⁰, dada por la sociedad urbana, en el discurso iconográfico contemporáneo. Esto lo enlaza con la época de la evangelización para los aztecas: la diosa Tonantzin igual pero, más milagrosa y bondadosa, que la Virgen María. Quizás, lo que sorprenda es que en el ámbito religioso, tal método de mercadotecnia les apoye de manera icónica para acercar a los personajes histórico-religiosos a los niños.

Existe otro caso muy interesante, en la mayoría de las iglesias católicas mexicanas venden folletos impresos por la Sociedad E.V.C. La sociedad elabora, recopila, adapta tanto ponencias, artículos, ensayos, como investigaciones; por la módica cantidad de tres pesos, cualquiera puede leer temas como: *Lo que ven, oyen y leen nuestros adolescentes*; *El SIDA*; *La pornografía* o el folleto: *La Influencia de la TV en la Familia. La Familia Mexicana (FAME)* “(...)FAME es una asociación que busca promover y salvaguardar los valores socioculturales, éticos y religiosos de la familia y el matrimonio(...)”¹⁶¹.

José Luis Escarcega Pérez en su tesis *Algo en que Creer. La Historia de Norteamérica a Través de sus Historietas* pregunto “¿será que los héroes de historieta ya no tienen nada en que creer?”, cuestión que desde los años cincuenta -del siglo XX- fecha cuando la “galería” de superhéroes aparecen, inician los cambios en la estructura de los *comics*.

Gerardo Meza Rincón de su tesis *El Comic Norteamericano su Influencia y Trascendencia en los Adolescentes Mexicanos* asevera de los superhéroes las campañas que han aportado, por parte de sus editoriales (sobre todo *Marvel* y *DC Comics*) tanto a mediados de los años cuarenta (campaña contra los *japanazis*) y los años ochenta (los problemas del SIDA o la hambruna de África), que intentan ayudar a los adolescentes y los jóvenes.

Del último estudio referido, se atiende los tiempos y coyunturas, surgen preguntas ¿por qué los villanos tuvieron dicha desorientación? ¿Acaso ellos no están integrados a un sistema o formación social? O ¿por qué *Batman* trata a su tutor como mayordomo? No hay seguimiento o tratamiento al respecto. Vencer, competir, utilizar estrategias de acción para sobrevivir o defender, no hay más, los superhéroes como personas comunes en su vida cotidiana no

¹⁶⁰IBID, p. 75.

¹⁶¹ Visto en el apartado de Las Historietas Didácticas del Capítulo II.

cambian, más bien, la defienden de quienes quieren cambiarla. Ellos, entes solitarios, defienden lo que gobernantes o toda una nación “no puede”. No es constante que refieran las problemáticas existentes si se hiciera un análisis de contenido por fechas, períodos -quizás, se contarían esos números- y eso dará pauta para no generalizar.

Los personajes defienden los valores de la sociedad en que nacen; por ello en algunos países los rechazan. Superhéroes que han mantenido vivo al niño de muchos adultos que los han seguido más de sesenta años. Los personajes marcan el camino, “los deseos que todos los hombres llevan dentro sin importar su edad, estos deseos son sueños”.

Claro está que la heterogeneidad de la juventud mexicana es de gran consideración, por lo cual, añade: “(...)Si alguien cree que esto es sólo chatarra para analfabetas funcionales, está en su derecho... como quiera que haya sido, lo cierto es que los comecuentos no son necesariamente, como se creía, una bola de niños tontos y analfabetas ociosos... Por Comics SA deambulan gentes con formación académica que líricos de la vida desertores de la escuela y muchachos que se quemán las pestañas, corredores de bolsa y maestro de primaria, publicista, dibujantes, ingenieros y abogados(...)”¹⁶². Habrá que estimar la formación académica o los simples entusiastas del cómic. Sí, hay que apreciar la formación académica, la educación formal e informal y familiar, su ambiente sociocultural y sobre todo su contexto sociopolítico-económico para no repetir el sistema en el cual esta.

Retoma el hilo de la discusión: cómic-ideología. Cuestión que Ariel Dorfman -coautor de *Para Leer al Pato Donald*, edita otro libro -publicado en 1985, lo reaparecen en 1994- lo que puede ser una reflexión acerca de las circunstancias por las que idearon dicho libro, en referencia al cómic-ideología.

Carl Barks entre 1945 y 1965 creó el comic *Babar. Los Viajes de Babar*, en ella, implícitamente señalaban la relación entre Europa y sus dominios: con violencia, rapiña y esclavitud, cuestión que ya no puede darse ahora por las modificaciones en el progreso, el comercio y la tecnología, esto lo observamos en los sobrinos de *Donald*, que viven el “*american way of life*”, su rol es mostrar como defender el *statu quo*, en el caso de Dorfman, su rol táctico; escribe: “(...)La única respuesta que me cabe frente a tales críticas es que yo soy también un sujeto histórico, un producto de la historia en la misma medida en que lo son Mampato o Babar o el Reader’s. Como lo son los lectores y los no-lectores de estas páginas(...).”¹⁶³. En

¹⁶² Hope, María: Carlos Tron y Gustavo Martínez: “*Vivir del Cuento*” en, revista *Expansión* vol.26, núm.647, p.119.

¹⁶³ Dorfman, Ariel: *Patos, Elefantes y Héroes, la Infancia como Subdesarrollo*, p.203.

el caso de los latinoamericanos -aparte de marginados- se depende de decisiones globales. ¿Qué naciones han desarrollado e impulsan estas tendencias de globalización?. ¿Por qué defender una causa que no permite mi desarrollo como ser humano? ¿Por qué defender una causa que me hace sujeto, objeto, materia prima y número?

Dorfman reconoce sus preconcepciones y las corrige, las cuales son base para su investigación; asume su posición que le es vital: explorar y desenmarañar la realidad. Por un "(...)sentimiento de marginalidad general, de rebeldía contra los valores establecidos, el hecho de que nací en un continente que se encuentra, el mismo, fuera del flujo central de los acontecimientos y las decisiones globales(...)". La postura política que se podría asumir tiene dos vertientes: a) puede alterar la investigación y, b) es un instrumento de alteridad, exhibición de las entrañas de la verdad, la realidad. "(...)Me parece que no hay otra manera de hacer avanzar el conocimiento(...)"¹⁶⁴. En su caso, el analista de este tipo de literatura infantil, tampoco tiene una respuesta al problema, también sus hijos compran esos sueños falsos. "(...)El mero acto de entrar en contacto con esas visiones no los ha convertido, en seres para siempre polutos(...)"¹⁶⁵.

Se pone aquí de manifiesto, que no documentó en el presente trabajo nada sobre los Talleres Populares en Chile y las creaciones de nuevas historietas, no se desarrolló el asunto de sus logros y fracasos. Este tipo de experiencia es un antecedente de lo que hoy se denomina: educación crítica para la recepción de los medios masivos de comunicación. El cual Dorfman no consideró. Ante ello, se crean supuestos, que luego resultan negativos para la investigación.

Quizás la preocupación deba medirse ante la opinión de Héctor León Diez que opina de la historieta independiente que busca su y la alternativa, aunque para "(...)Los historietistas que se mantienen vivos dibujan con seudónimos 'historietas cachondas' que constituyen otro mercado que controla editorial EJE, principalmente, y por cierto, no invitada a la MECYF; y realmente sería bueno que estuviera EJE. Para ver el trazo de nuestros excelentes dibujantes, viejos jóvenes, que se encuentran a merced de la mezquindad y estulticia editorial(...)". (Acerca de la MECIF más adelante la cita).

"(...)Así que dibujante y argumentista mexicano, a dibujar viejas cachondas para EJE (contraparte de años de esfuerzo por historietistas mexicanos que lograron el cariño, la estima y el respeto de sus lectores), pues el cómic nacional ha muerto: el acta de defunción lo ha firmado Raratonga y su edición de lujo para coleccionistas(...)"¹⁶⁶.

¹⁶⁴ IBID, p.204.

¹⁶⁵ IBID, p.215.

¹⁶⁶ León Diez, Héctor: "*Raratonga Levanta el Acta de Defunción de las Historietas Mexicanas*", en el periódico *Crónica*, sección cultural, miércoles 15/VII/1998, p.13B.

Víctor del Real aprecia que esta editorial, entre otras más, tiene menosprecio hacia la historieta pero sobre todo a cualquier intento de historieta alternativa que no cae en su círculo vicioso. Para Víctor Estañón Aguirre dicha editorial es de influencia nociva, permisible para la delincuencia juvenil sobre todo para que aumente el índice de criminalidad.

Ernesto Priego en su columna del periódico *La Jornada*, escribió: *¿La muerte del Cómic en México?* Donde señala que es ninguneada en el mapa de la cultura nacional “(...)recalcitrante tabulación de valores estéticos arbitrarios (...) Para la mayoría de la población de lectores potenciales del cómic mundial, el cómic mexicano está muerto(...)”. Tanto la cultura oficial, como el cómic nacional, no le significa nada. Arguye: “(...)por desgracia nunca ha sido analizado, investigado o estudiado. Los lectores del cómic extranjero desprecian al cómic mexicano porque, en principio, no lo conocen. Ven solo pasquines de ínfima calidad que, no tienen ni más ni menos el mismo nivel artístico, narrativo y gráfico que le proporcionen cierta información y sensación estéticas(...)”.

Los especialistas del cómic mexicano, Aurrecoechea y Bartra hablan de la muerte de la historieta popular y consideran que “(...)la existencia de moneros de vanguardia en publicaciones sofisticadas” es “fermento de una historieta de industria que ellos parecen alabar(...)”, declaraciones preocupantes, por un lado, es muy cierto el descenso considerable de lectores de historietas populares y por otra un error “contraponer a toda postura frente a la dignificación del cómic como arte creer que la única historieta de valor en México deba tener un carácter masivamente popular, dirigida únicamente a sectores de la población cuya única lectura es la historieta”.

Nombra de antaño, autores de historieta de corte popular, de nivel artístico, narrativo y plástico interesantes, sin embargo el cómic de industria en México no evolucionó, está atrasado por cincuenta años. Ejemplifica con los editores como Ejea y Novedades crearon generaciones de dibujantes y guionistas maquiladores sin ninguna aspiración creativa, literaria o estética. Priego dictaminó: “(...)es necesario evitar creer que el cómic de calidad está peleado con el mercado masivo(...)”. Los modelos de *manga* y de la *bande dessinée* francesa son bastante útiles: “(...)En Francia y España el cómic de mala calidad ha desaparecido por completo para ser reemplazado por álbumes de historietas ‘exquisitas’ que representan un porcentaje importante de la producción editorial francesa(...)”. El Cómic en México no ha muerto. Reconoce la labor de la revista *El Gallito Inglés*. “(...)Los nuevos

* Cursiva mía.

creadores están esperando iniciar ese recorrido hacia la dignificación que soñadores de otras latitudes ya terminaron hace tiempo(...)¹⁶⁷.

Más jóvenes que reconocen la labor de los grandes historietistas mexicanos, prosiguen e impulsan obras de historietas mexicanas, Martín Arceo expuso que en el ámbito nacional, destaca a *El Gallito Inglés*, *Hemofilia* y *Tripodología Felina*, estas dos últimas conformó “*Molotov*”, revista de ideas que sin apartarse de lo convencional, dan una visión fresca a la historieta, un medio que todavía busca su merecido lugar en el mundo de la información.

Nacen también *El Chahuistle* (otro grande de la historieta mexicana que sigue en la trinchera es Eduardo del Río, *Rius*, quien expresa acerca de su trabajo: “(...)En esta revista *El Chahuistle* que hicimos el año pasado (en 1995..nos empezamos a meter bastante duro con Salinas de Gortari; hasta los caricaturistas que lo alababan, precio “chayote o sobre”, ahora le están pegando. Lo más significativo y positivo para la profesión y para la libertad de prensa es que los periódicos de provincia, que por lo regular son los más reprimidos, están publicando contra el Presidente actual contra Ernesto Zedillo, y eso en México, era inimaginable que ocurriera(...)¹⁶⁸) y *El Papá del Ahuizote* de Ahumada, Luis Fernando, Magú y Rocha. Humor político que desde José Guadalupe Posada, *La Orquesta* y *La Garrapata*, camina al ritmo de la sociedad como su principal cómplice¹⁶⁹...La historieta tendrá para el futuro el gran mérito de llegar al año 2000 con tres herramientas milenarias: el papel, la tinta y la imaginación(...)¹⁷⁰.

Las potencias del *cómic* o *manga* industrial avanzan a pasos “agigantados”. El 14 de julio de 1998, los periódicos *Novedades* y *Crónica* señalan en sus reportes -de éste último periódico se extrae-: “(...)La industria de la animación japonesa contemporánea lleva a cuestas la errónea idea de que solo produce cómics e historietas violentas, alucinaciones bisexuales y lesbianas, afirmó el director de la revista *Domos*, Valente Espinosa, quien participa en la IV convención(...)”. Hay también historietas sobre protección ecológica, de amor a la vida, de cosas cotidianas en la familia y la escuela, pero “(...)que no se conocen porque simplemente a las grandes compañías transmisoras y distribuidoras (de revistas y las televisoras)* no les interesan como producto comercial(...)” (en dibujos animados como *Dragon Ball Z*, *Power Rangers*, *Caballeros del Zodiaco*, *Sailor Moon* y *Ranma*)*.

¹⁶⁷ ¹⁶⁷Priego, Ernesto: “¿La Muerte del Cómic en México?”, en el periódico *La Jornada*, sección cultural, p.27, domingo 8/V/1994, México.

¹⁶⁸ Del Río, Eduardo *Rius*: “*La Pedagogía de San Garabato*”, en la serie: *Calacas y Palomas*, en el programa: *Moneros y Monitos*, México, TV-UNAM, 1996.

¹⁶⁹ Malvido, Adriana: “*En la Ruta 100*”, Op. Cit. p. XV.

¹⁷⁰ Arceo, Martín: “*Hacia la Historieta de Fin de Siglo, Comic de Vanguardia*” en “*El Boom del Cómic II*”, *Revista de Revistas*, p.34-35.

* Paréntesis propio.

Dice que la familia mexicana evita que sus hijos vean dichas caricaturas por contener escenas de enfrentamiento a muerte, lo importante es que los padres de familia expliquen y enseñen a diferenciar a sus hijos de lo que es la ficción y la realidad y no fomentarles prejuicios porque la prohibición no resuelve ningún problema, compara que "(...)En Estados Unidos hay un bajo nivel de impresión de historietas, y es el país con mayor índice de violaciones y asesinatos...Japón -continúa- tiene una poderosísima industria que imprime una gran cantidad de cómics al año y es considerada como una de las naciones más pacíficas en el mundo. Sus índices de violencia son ínfimos, así como de asaltos y asesinatos(...)". En cualquier puesto de periódicos o televisión, seguirán dichas animaciones, y sobre todo hay programas de televisión que resaltan el "(...)amarillismo de los ilícitos cotidianos como asaltos, violaciones y maltrato infantil y de la mujer, esto realmente afecta la salud mental a pesar de que muestra el deterioro de una sociedad, y una parte de ella, es demandante de sexo y agresión que aprovechan los mercaderes(...)"¹⁷¹.

Especialista del tema, Valente Espinosa, en su revista *Domos*, proporciona otros datos: *Dragon Ball* multiplicó las ventas de *Shonen Jump* durante 10 años y creció más allá del control de (su autor Akira) Toriyama y los *fans* continuaron exigiendo hasta dar el monstruoso resultado que hoy vemos: Más de 500 episodios divididos en 42 volúmenes; más de 18 películas; más de 25 juegos de video para casi todos los sistemas caseros y acorde; cientos de libros de ilustraciones; más de 25 millones de aficionados en todo el mundo¹⁷².

Examina que esta transnacionalización o globalización del cómic en la década de los noventa ha modificado nuestros comportamientos, hábitos y criterios. Ve en la cuestión del género en los cómics estadounidenses y los japoneses, aunque más marcados en estos últimos, prosiguen la construcción sociocultural del género lo que es masculino y lo que es femenino, sólo que de manera más sutil; han abierto espacios a grupos marginados: homosexuales y lesbianas que en sí, son dos grupos poco representados en las historietas. Globalización que poco considera el desarrollo de la mujer, las comunidades indígenas, los problemas de los ancianos y la situación de los discapacitados. Esto es un reflejo de la "globalización", punto y aparte, puede o no haber excepciones en la cuestión de la construcción del género.

A mediados del siglo anterior la relación entre los mismos medios de difusión masiva era esporádica cada uno en sus actividades y funciones. Cada medio

¹⁷¹ NTX, DF. *Dragon Ball Z, Caballeros del Zodiaco, Sailor Moon y Ranma "¿Fantasías que cruzan los límites de la realidad?"* En el periódico *Crónica*, sección cultural martes 14/VII/1998.

¹⁷² *Domo*. La generación de aficionados a la animación japonesa a primer número especial, sin número de paginas. Sin fecha. Lo adquirió en Mecif98.

contaba con características propias, algunos medios influyeron en otros: cine en la TV. después fue la adaptación para la TV, o lo que sucede actualmente, el cómic de animación vía Internet, a menos que, de Internet pase al cómic); casos excepcionales de los años cuarenta que, los cómics los llevasen al cine. A finales de la década pasada, la relación del cómic con los otros medios fue constante: cine, TV, prensa, compañías discográficas, de audiovisuales. ¿Por qué dicha expansión o auge?

Las compañías multinacionales, sobre todo las estadounidenses y las japonesas amplían sus horizontes de mercados, otras pretenden continuar con lo establecido. Por ello, el uso de los otros medios de difusión. El avance, de la mercadotecnia hace posible su expansión: el uso de espacios en la prensa, las revistas, la radio, la TV, el cine; la influencia en políticos, deportistas, músicos, cantantes en México, sin escribir los nombres sólo los títulos de algunas canciones con nombres de historietas: *Spedy González*; *Bye, bye Superman*; *Raratonga*, estás que son más recientes- artistas, pintores y demás. Aunado a lo previo, están otros pasos de la mercadotecnia: Las tarjetas o piezas maestras; las ferias o convenciones y de cómics; la animación por computadora o acceso por Internet.

El espacio dado por la prensa a las historietas, es un espacio de reconocimiento, a pesar de ser una relación de antaño que en lo actual va más por el lado de la mercadotecnia. Como lo muestra que la misma revista que trata el tema de las historietas, disponga de la edición especial, de la muerte de *Superman*. Reportajes en revistas especiales nos introducen, como a la vez nos informan de los cambios que se gestan tanto en los contenidos, en los personajes y en las editoriales: *Marvel*, *DC*, o la *Warp Graphic Firts Comics*, *Pacific* o *Image*. Los grandes creadores del comic estadounidense, más detalles sus tres edades: *Golden Age* (Octubre de 1935) *Silver Age* y *Modern Age* (1985). Francisco Samaniego, en su artículo *¿por qué escribir sobre el comic?* Apunta algo cierto, no hay que descalificar al cómic por malas producciones de empresas mercaderes. Manuel Guillen del semanario *Etcétera* (septiembre, 1997) comentó sobre los *Cómics un Género del Siglo XX*. A mediados de 1998, *Revista de Revistas* de *Excélsior*, pública *Mangamanía, Comics Japonés*. *¿Quién es el nuevo hombre de Acero?*, Calzada Jaureguí describe lo que cada número de revista tratará, en una edición especial. De lo anterior, Ernesto Priego afirmó que no es la resurrección de *Superman* sino en sí un intento de evolución historietística, con el riesgo de comprobar que *Superman* no era el hombre, sino el icono, el semidiós, que saldría el 14 de abril de 1993, en el número 500 del *Adventures*

of *Superman*, su editor Mike Carlin decidió por cuatro (sus autores Roger Stern, *Born Again!*; L. Simonson, *Busting Out!*; Dan Jurgens, *Doomsday or Doomsday!*; Kesel, *Truth and Justice, My Way*). “(...)Superman era un comics bajo en ventas y popularidad. Cuando ‘muere’ sus libros venden más de 5.5 millones de copias(...)”¹⁷³.

Calzada Jaureguí, *El “Boom” del Comic III*, explica en que consisten *Las Piezas Maestras de la Marvel* “(...)son una serie de dibujos (u obras especiales) de los principales personajes”, en una serie de 100 tarjetas o Trading Cars. En los Estados Unidos causó furor, comenta que “antes la caja costaba N\$ 200 con 36 sobres; ahora se cotiza en N\$ 500: La compañía Marvel vendió las originales realizadas por Joe Jusko con un precio superior a los mil dólares(...)”¹⁷⁴. Además, cuatro revistas de colección -juntó con las tarjetas- en la cual, aparecen personajes recientes, y un cartel.

El 14 de Junio de 1993, en su número 4350, *Revista de Revistas*, anuncia por medio de José A. García que la *Forget Marvel* y *DC* junto con la PC, lanzan al mercado estadounidense los primeros cómics de acción (primera edición de nombre *Lance Stone*) por computadora personal, incorpora animación por puntos, efectos sonoros selectivos y líneas de trazo ramificado. *Cómics* basados en el sistema operativo Dos, requieren un adaptador gráfico VGA, su precio oscila entre los 20 ó 25 dólares.

El autor revisó *Internet*, afirma que desde 1993 hasta el nuevo inicio de milenio, los *web* o portales han diversificado las categorías del *cómic*, aquí sólo menciona algunos puntos que han surgido en *Internet* sólo consultó *Altavista*: 1,898.398; *Excite*: 122.486; *Infosel*: 2,041.780; *Yahoo*: 2.385; *Starmedia*: 325.380; *Dejanews*: 13.802 de lo que son los *cómics* o lo relacionado ha ellos. Del índice de *comics*; *cómics* de animación; *comic book*; *comic antique and collectibles*; *sports cards*; *stamps*; *cómic* entretenimiento; *cómic* humor, comediantes; *comic strips*; *stilo, hobbies and recreation*; juegos de diversión; *comic school*; *comic kids*; videojuegos; *cómic* superhéroes; los mejores 100 *cómics*; cadenas de estudio de TV y cine; servicios y/o sección amarilla; productos, regalos, ropa, zapatos, juguetes coleccionables, escultura de personajes del *cómics*; Guía para la compra de *cómics*, compañías de *comics*; *pin up*; boletos para eventos; publicaciones de editoriales de *cómic*; *comic impresos* o electrónicos; zona del *comic*; *comic sex*, lesbianismo, *gays* y bisexuales o *comic cool*; *comic adult* o *free adult*; *cómic* virtual; *comic* a

¹⁷³ Calzada Jaureguí, Ignacio: “¿Quién es el Nuevo Hombre de Acero?”, en *Revista de Revistas* núm. 4345, 10/mayo/1993, p.38-39.

¹⁷⁴ Calzada Jaureguí, Ignacio: “*Las Piezas Maestras de la Marvel*”. En *El Boom del Comic III*, *Revista de Revistas*, 31/Mayo/1993.

todo color con sonido y animación; sociedad y cultura; cultura y grupos; *usenet*; *metacomics*; *cómic* por regiones o países.

En *Internet* los costos varían, sin considerar el web; proporciona este ejemplo: *100 best comics of the century, the funniest cartoons of all time. We only have 300 left. Because of licensing restrictions, there will be no further editions - 30,000 cartoons. Order by mail: send a check or money for \$24.95 plus. \$3.95 shipping & handling. California residents add 8.25% sales tax-outside us add \$10 to ship.*

No bastó el espacio de los kioscos, puesto fijos, semifijos de periódicos y revistas y de las tiendas especializadas de *cómics*, el cine y la TV. Diarios de la capital mexicana reportan la *IV Convención de Cómics, ciencia-ficción y Fantasía MECYF98* (en el año de 1994 inició la convención, esa vez cobraron cincuenta pesos), efectuada en las instalaciones del *World Trade Center*. Del 11 al 15 de julio estuvo la convención, que contó con la participación de 40 de los más grandes del *cómic*. Establecieron 160 *stands*, aunque el año pasado fueron más, hubo: - juegos de pompeya y otros juegos; - exhibidoras de cine y televisión; - *souvenirs*: playeras estampadas, chamarras, *pins*, tazas, tarjetas, estampas, llaveros, álbumes, calcomanías, muñecos de peluche y de plástico al igual juguetes; - modelismos (figuras de resina) de medios de transporte y personajes de los *cómics*. La mayoría de los iconos, símbolos e imágenes representan a los grandes del *cómic* multinacional estadounidenses y japoneses. Personajes de *cómics* “tradicionales o con antigüedad” y los “contemporánea” que, en sus modelos a escala de villanos y superhéroes, sobre todo de estos últimos -dependiendo de su tamaño- el precio variaba de 70 a 300 pesos. Convocaron a concursos de novelas, de *cómics*, de cine, de cortometraje, de ilustración, de modelismo de disfraces, así como un festival de música y el *II Festival Internacional de Cine y Ciencia Ficción* -con 8 filmaciones de exhibición. En uno de los locales estuvo la Sociedad Mexicana de Caricaturista que proporcionó el número 62 de la revista *Lapiztola* con sus *Diccionario Biográfico de la Caricatura Mexicana*, que también informa de la *III Bienal Internacional de Caricatura José Guadalupe Posada*.

Jóvenes y niños son mayoría de la asistencia, el año pasado aproximadamente fue de 87 a 115 mil ahora, esperan más de cien mil que pagaran cincuenta pesos por la entrada. “(...)Al referirnos a los *cómics* o historietas es fácil creer que sólo a adolescentes y de dinero les gustan. Pero la realidad está muy lejos, toda vez que persona de todas las edades y distintas clases sociales asistieron la fiesta de la imaginación y la fantasía(...)”, (periódico *Crónica* 12/VII/1998) “(...)Hoy por hoy, en plena temporada

vacacional, el mundo de los cómics, las historietas y las caricaturas son el deleite de los pequeños(...)”. Héctor León Diez manifiesta acerca del homenaje a *Raratonga*, inquiera que los villanos se agotaron y las editoriales quieren deshabilitar a *Batman* y *Superman*; lo mejor de una década de “paridos”, los *Simpson*, sin embargo, surgen nuevas generaciones que gustan de dichos cómics y por ello, se amplían los mercados. El homenaje a *Raratonga*, historieta que llegó a tirar hasta 500 mil ejemplares es tal vez el último icono popular de la historieta mexicana que tuvo éxito en “calidad y tiraje”: “(...)generaciones de lectores aprendieron a leer con mis historietas”, así lo mencionó Yolanda Vargas Dulché, los jóvenes ahora están interesados por los superhéroes que tienen un tiraje sólo de 20 mil ejemplares(...)”¹⁷⁵.

Siete periódicos y la revista *Tiempo Libre* informaron de la *Séptima Convención de Historietas de la Ciudad de México*, efectuado del 5 al 7 de mayo del año 2000, organizado por Luis Gantús Paradola del Comité Organizador Nacional Quezalcóatl (*CONQUE*), sus objetivos: Promover una cultura de la historieta e impulsar a través de ella la lectura; a la vez, sirva de eslabón de artistas de la historieta, las tiendas especializadas y los aficionados a los cómics; busca proporcionar un espacio para que disipen sus dudas, conozca a sus artistas preferidos y adquieran los artículos de su gusto; puedan asistir a conferencias o charlas con escritores, en cuestión de libros de José Hernández, Antonio Helguera y Rafael Barajas *El Fisgón: El sexenio me da pena*; Eduardo del Río, *Rius* con: *Diccionario de la Estupidez Humana*. En otro orden, las charlas: de José Agustín y José Agustín Ramírez: *Mis recuerdos del comic*; otro de Scott Dubier y Roberto Flores; o, *CIBERSIX*, la animación y el cómic, la fusión perfecta creado por Carlos Meglia; o bien, En busca del superhéroe mexicano por Edgar Clement y Erick Proaño *Frik*; distintos talleres por ejemplo, uno para niños de 6 a 11 años que a partir de juegos y actividades manuales, estimen la importancia de la historieta. Contaron con la presencia de caricaturistas: Joe Quesada; Sergio Aragonés; Humberto Ramos; Ricardo Peláez; José Quintero. En el doblaje -latinoamericano- asistieron: Eduardo Garza; Orlando Noguera; Frank Carreño; Love Santini; Carlos Hugo Hidalgo; Gerardo Vázquez; Gabriel Gama; Xóchitl Ugalde; Diana Pérez; José Antonio Macias. Edgar Delgado, Francisco Ruiz Velazco, Carlos Barbieri, Polo Jasso y Carlos García Campillo. En exclusiva el primer comic de *Superman* realizada por mexicanos con personajes nacionales. Otro evento -de cada año- fue el *VIII Festival del Comics y Entretenimiento: La MOLE 2001*, presentaron conferencias, proyecciones, entregas de reconocimientos a editoriales y a

¹⁷⁵ León Diez, Héctor: “*Raratonga Levanta*”, Op. Cit. p. 14B.

distinguidos actores del doblaje. MOLE apoya al comic mexicano pero, debido al alto costo de materiales e impresión y al poco apoyo hacia los creativos hay contados exponentes, así lo expreso Ignacio Septién, organizador del festival.

Inventan el festival 'medieval-dark' en el *Circo Volador* realizaron 'Imaginero 2000' que reunió a comiqueros, diseñadores de moda alternativa y artistas del cuerpo, a la vez que, jóvenes que han encontrado en el cómic, la moda, los tatuajes, el modelismo, el *performance* y la música, un medio de expresión y comunicación, hubo conferencias y talleres sobre el cómic, presentándose también grupos de rock, dirigido por Carlos Ostos; efectuado en agosto del año 2000.

Reporteros, caricaturistas y diputados de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal presentaron *La caricatura política en México. Debates, mesas redondas, exposiciones y otros rollos*, un paquete de varios folletos de caricaturas ilustrando algunas leyes del Distrito Federal, por ejemplo, Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, efectuada en mayo del 2000, en el Club de Periodistas. Los folletos ilustrados los regalaron en los puestos de periódicos y revistas.

En este año 2000, nueva era -de las comunicaciones, revolución industrial que indican es- de la informática, cibernética o de la computación; en lo que concierne a los cómics y el arte, han realizado una variación. Del periódico *La Jornada* su suplemento especial, Ernesto Priego en su artículo *El Cómic: el arte de un nuevo siglo*, escribe acerca de su proceso de evolución, su conformación, las corrientes artísticas que influyeron o se dejaron influir. El proceso del cómic dentro de su desarrollo en cada país. De lo que nos atañe "(...)el comic mexicano (ese gran desconocido), quizá el más abatido de todos sus parientes, es una prueba de la terquedad de unos cuantos exégetas del arte. Atrasado en su evolución casi medio siglo(...)". Al inicio del artículo, en el segundo párrafo asevera: "(...)tendrá que ser un arte que pueda integrar a las elites intelectuales a la cultura de masas. El arte del nuevo siglo será, sin duda, la historieta(...)".

Más después lo confirma y amplía que el cómic tiende más a acercarse a estructuras narrativas complejas muy similares a la de la literatura "tradicional", se basa, de lo que son las innovaciones tecnológicas, como la tipografía computarizada en conjunto a la caligrafía a mano, "(...)que juega con la focalización del narrador y con la experiencia sinestésica que causan las diversas sensogramas. La separación de color por computadora, la paleta electrónica, el scanner, la fotocopia xerox y a color, la fotografía, el grabado, los papiér colles, el aerógrafo, la

acuarela, etc.; es decir, las técnicas modernas y tradicionales se unen hoy para enriquecer el cómic convirtiéndolo en un medio de una versatilidad narrativa incontrolable(...)". Priego Termina cuestionando: "(...)¿Compraremos algún día nuestro material de lectura en disco compacto o más aún: lo recibiremos en nuestro Internet?(...)"¹⁷⁶.

Sergio Aragonés, caricaturista de renombre internacional, en una entrevista realizada por el noticiario cultural 9:30 del *Canal 22*, del día 14 de julio de 1998, según la ponencia presentada en la IV Convención, de MECYF98, declaró: "(...)El cómic es un producto netamente americano. El europeo ha pasado por unas guerras muy fuertes de todos los siglos, entonces sabe que nadie los va ayudar, ellos mismos deben resolver todos los problemas. Todos los superhéroes no tienen ningún valor, porque ellos saben que no va a pasar. Entonces, los gringos dependen de los superhéroes como un mito, no quieren enfrentarse a la realidad es querer invalidar, es como en México, los va ayudar Jesucristo o sea, cada país tiene un amuleto para enfrentarse a los problemas(...)".

Al final de la entrevista, concluye: "(...)Todo va a cambiar al medio electrónico eventualmente. El cómic va a seguir como una reliquia cultural, la gente siempre le va a gustar el cómic en papel, el olor cuando abres un libro...el futuro esta en los medios(...)".

¹⁷⁶ Priego, Ernesto: "El Cómic: El Arte de un Nuevo Siglo" en, el suplemento *Despertar al 2000*, periódico, *La Jornada*, año 11, núm.3610, lunes 26/IX/1994, p.XVI y XVII.

CAPÍTULO III

LA CONSTRUCCIÓN SOCIOCULTURAL DEL GÉNERO, LA AGRESIÓN Y EL PODER DENTRO DE LAS HISTORIETAS EN LA VIDA COTIDIANA.

Estos conceptos muestran diferentes facetas, al mismo tiempo, están interrelacionados. Por ejemplo, agresión es muestra de poder -pero también de debilidad- o el “poder” demuestra agresividad. Enrolados con la perspectiva de género hay resabios de poder tanto en lo denominado femenino como lo denominado masculino, por imposición o por postura que puede ser agresiva. Los tres conceptos aterrizan en lo que es la vida cotidiana.

El presente Capítulo trata acerca de cada una de las nociones a partir de los criterios y los valores que establecieron los investigadores señalados en este trabajo. Al mismo tiempo se demostrará cómo en las historietas, tales ideas son mencionadas como algo instituido en la vida cotidiana, estableciendo una diferencia entre la vida diaria dentro de los cómics y la vida cotidiana real.

En el Capítulo anterior se menciona que desde el inicio de la prensa moderna tanto en los cromos publicitarios y almanaques la construcción sociocultural del género lo que “debe ser” lo masculino y lo femenino” empiezan a marcarlo. La década de 1910-1920 y la de los años veinte prosigue con dicho “montaje” sociocultural son a la vez, décadas que distinguen la etapa de luchas político-sociales, etapa de agresiones y violencias.

En la década de los años treinta los moldes y estereotipos estaban establecidos. Los siguientes decenios en la mayoría de los comics, de las historietas la representación del género dicotomizado era “proyectada” por los personajes como algo regular, normal, cotidiano.

De los años sesenta en adelante aunque prosigue la tendencia o persistencia del género dicotomizado, es también la etapa de concientización de lo que las historietas son: la impregnación de la ideología capitalista, la parcelación de la realidad -entre otros puntos de análisis- que viven los países latinoamericanos.

De los años noventa del siglo XX, las historietas han diversificado sus grupos literarios: sentimental con humorística, “costumbrista” con policíaca, etcétera.

Crean varios títulos de historietas, los contenidos aumentan, los argumentos “tocan” temas presentes.

La relación de la pareja continua como eje de los argumentos dentro de un contexto actual: los problemas por falta de comunicación intrapersonal e interpersonal; la sexualidad; las enfermedades sexuales; la educación de los hijos. También refieren problemas sociales: alcoholismo, drogadicción, narcotráfico, abuso de menores.

Claro esta que, los argumentos son en-sí, muestra parcial de lo que, como tema es, lo que significa dentro de la vida cotidiana. La falta de profundidad, de análisis de cada tema-acto o hecho dentro del contenido de las historietas queda en buenas intenciones¹⁷⁷.

Uno de esos señalamientos es: la construcción sociocultural del género dicotomizado, lo que debe ser lo masculino y lo femenino. De lo primero, los protagonistas están físicamente dotados, son atléticos, fornidos, con aspecto de adonis; los héroes, los superhéroes, los protagonistas principales son los aventureros, los proveedores, los regidores¹⁷⁸ de los valores y los principios; son educados, respetan y hacen respetar las leyes y la propiedad privada, respetan a sus compañeras al igual a todas las mujeres, entre éstas sus enemigas que tratan de seducirlos.

En cambio, el sexo femenino: son proyectadas con rostro angelical, “dulce”, tierno, con rasgos “inocentes” (el extremo la mujer fatal). Para los estadounidenses la representación de femeninas delgadas era -como sigue siendo- su atractivo; en cambio, en México, la fisonomía debe ser voluptuosa, “sensual”. Lo cierto era que de ambos casos, las mujeres que acompañaban al héroe o superhéroe, eran sólo de decorado. Las mujeres eran representadas abnegadas, sumisas, débiles que por ello les causan problemas a “sus hombres”; ellas representaban el amor y la ternura, sin embargo, éstas como las mujeres fatales, las “vampiresas” son en suma, objetos sexuales, de su pareja protagónica, del lector y del sistema social imperante.

¹⁷⁷ La razón, esta descrita en el Capítulo I, apartado 1.3.1., páginas 30-31, en el cual, se anota los análisis de Mattelart, Dorfman, Jofré, Gallo, Morin entre otros que, apuntalan lo que las historietas resaltan.

¹⁷⁸ Anteriormente se anoto *rigidores de los valores y los principios*. Rigidores por ser poco flexibles.

3.1. La Construcción Sociocultural del Género: lo “Que Debe Ser” lo Masculino y lo “Que Debe Ser” lo Femenino:

El estudio del ahora designado género, inició a mediados de la década de los años sesenta en Estados Unidos de Norteamérica, particularmente impulsado por mujeres académicas -participando además activistas políticas-, mujeres feministas que empiezan a crear e impartir cursos sobre la experiencia y la cuestión femenina que confrontaron el sexismo del que habían sido objeto en movimientos por la liberación de grupos oprimidos, con clara intención política: “terminar con la subordinación de las mujeres en dicha sociedad”.

De la década escrita a la fecha, estos estudios se han incrementado en todo el mundo bajo denominaciones como “*Estudios de la Mujer*”, “*Estudios sobre la Condición Femenina*” y, en lo presente “*Estudios de Género*”. Es así que, la revisión tanto del saber y del poder “(...) han encarado la revisión epistemológica de los paradigmas de la ciencia(..)”¹⁷⁹, como es “(...)la existencia de la equivalencia humano-masculino y su contrapartida masculino-humano como supuesto básico subyacente a todo conocimiento científico occidental(...)”¹⁸⁰. Surge el cuestionamiento de la diferencia biológica, la diferencia sexista discriminaba y determinaba los papeles sexuales de manera biológica, por ello poseía y ejercía “ventajas” sobre los demás. Cuestión que prosigue en lo actual.

Autores y autoras en sus investigaciones han especificado lo que es sexo y lo que es el género, lo primero marca las características biológicas -anatómicas y fisiológicas-, en cambio lo segundo, es la construcción sociocultural -alguno(a)s analistas lo ven además de manera política-, la división del trabajo, de la vida en esferas de *lo que debe ser* lo femenino y *lo que debe ser* lo masculino.

Olga Bustos Romero sintetiza los estudios hasta ahora elaborados de “(...)la categoría de género, de acuerdo con Lamas (1986) y Bleichmar (1985) se articulan tres instancias:

- a) La asignación o rotulación de género, que se realiza en el momento que se nace, a partir de la apariencia de los genitales.
- b) La identidad de género que se establece cuando los niños adquieren el lenguaje (antes de su conocimiento anatómico de los otros) correspondiendo a la experiencia

¹⁷⁹ Bustos Romero, Olga: (ponencia) *Los Estudios sobre la Mujer y la Categoría de Género en la Investigación*, p.4.

¹⁸⁰ IBID, p.7.

de saberse niño o niña, a partir de la cual se estructuran sentimientos, actitudes, comportamientos y juegos.

- c) El rol de género, que es el conjunto de normas o prescripciones que dicta la sociedad y la cultura sobre lo femenino-masculino(...)”¹⁸¹ que, encierra un alto grado de valoración de juicios en sí mismos.

Otro aspecto es: “(...)El sexismo denota un tipo de discriminación particular, o bien una forma injusta y/o inapropiada de tratar a los demás. El sexismo se refiere a la forma mediante la cual un hombre, o una mujer, son discriminados (o bien, en algunos casos, injustamente favorecidos), solamente porque se cree que su sexo biológico les asegura, les autoriza y les predispone significativamente a poseer y a ejercer un determinado número de ventajas sobre los demás(...)”¹⁸².

Se observa los contextos sociohistóricos, socioculturales que fueron construyendo el llamado dominio masculino e imponiendo su poder ideológico en todos los ámbitos, espacios y escenarios de la vida cotidiana.

Marta Lamas, especifica que la identidad sexual se conforma por la reacción individual ante la diferencia sexual. La identidad de género es tanto histórica, como por las instituciones (como la familia, la escuela, la religión, los medios de difusión masivos) que les proporcionan a las persona de manera cultural, simbólica dicha equivalencia. Apuntala: “(...)Como se ve a pesar de los varios usos de la categoría género, el hilo conductor sigue siendo la ‘desnaturalización de lo humano’. Tales concepciones de género en la vida cotidiana aparecen ‘cruelmente anacrónicos’. En este sentido habría que tener presente la acepción castellana de género en el sentido de que mujeres y hombres pertenecemos al género humano(...)”^{183*}.

Más precisa es Oranday Dávila al señalar: “(...)el estudio del ser genérico (Marx, Engels y Ágnes Héller señalaron que, el hombre y la mujer sin distinción, son iguales, ambos trascienden porque en-sí son de un sólo género: el humano) fue realizado dentro de las ciencias sociales desde la perspectiva marxista y la propia teoría y conceptos feministas, bajo la consideración de que género es una dimensión teórica y compleja, que implica romper con lo establecido ideológicamente en lo político, en lo social y cultural y sobre todo una práctica cotidiana diferente(...)”¹⁸⁴.

Una de estos elementos del *statu quo* es el habla. Teresa Cabruja profundizó que, en el lenguaje dentro de la racionalidad científica o ciencia moderna, las

¹⁸¹ IBID, p.12-13 (Subrayado propio).

¹⁸² Pearson, Judy C. Turner, Lynn C. Tood-Mancillas, W. *Comunicación y Género*, p.28.

¹⁸³ Lamas, Marta: *Usos*, Op. Cit. p. 364.

* Subrayado propio.

¹⁸⁴ Oranday Dávila, Stella: “*La Noción de la Mujer en la Ideología y la Filosofía Contemporánea*”(Ensayo). Material proporcionado por la autora. Página 2.

características de “neutralidad” y “objetividad” no son tales. Los valores liberales desde la ilustración tanto en Europa y Norteamérica a partir del siglo XIX, el vocabulario procurado para su identificación y clasificación, tendería hacia el sexo masculino.

La supuesta neutralidad de la ciencia elimina a la otra mitad de la humanidad, describe el caso de la psicología que como ciencia positivista, reproducía el género dicotomizado. “(...)Esta perspectiva de cosificación de las personas, el efecto y condición del ejercicio de poder, ésta ya ineluctable implica a partir del momento en que utiliza el criterio de la libertad para pensar el poder (Poder del conocimiento). Permeo en la disciplina académica, y el entorno cultural, objetivo y subjetivo(...)”. La autora refiere que su intención es la de “(...)plantear las identidades como constituidas en función de las necesidades y valores de una sociedad o sistema social con poder, que determinan en alto grado el tipo de personas que somos(...)”¹⁸⁵.

Un último punto que Teresa Cabruja refiere es que: “(...)Hay un consenso considerable entre Fraser, Young, Benhabib y Markus acerca de que la dicotomía público/privado como principio de organización social, y su atribución social, y su articulación ideológica en diversas concepciones de la razón y de la justicia, van en detrimento de las mujeres(...)”¹⁸⁶. Según Fraser, el resultado de ello es una mistificación de las relaciones hombre/poder, que constituye el subtexto de la economía moderna y del estado; Young ve una represión de la diferencia de las mujeres y su exclusión de lo público; Benhabib critica la trivialización resultante de las aspiraciones y perspectivas morales de las mujeres, mientras que Markus desvela el doble vínculo que existe entre el hogar y el trabajo y que es resultado de esta dicotomía¹⁸⁷.

Al igual que Teresa Cabruja; las autoras Norma Valle, Bertha Hiriart y Ana María Amado observaron el discurso de los medios de comunicación; ellas se acercaron más al periodismo: *El Alba de un Periodismo no Sexista, Espacio para la Igualdad*. Desarrollan lo que por milenios, así como hace unas cuantas décadas ocurría: La eliminación de la mujer en el discurso científico pero también en el discurso periodístico. En los años setenta y ochenta, la presencia de la mujer era estereotipada; en la actualidad es en menor grado. Señalan que se escribe poco acerca de la mujer como protagonista social y política. Abogan porque los comunicadores y las comunicadoras se formen como críticos y transformadores de los medios de comunicación, siendo

¹⁸⁵ Cabruja, Teresa: *Género y Valores: su Conjugación en las Teorías de la Identidad y las Relaciones de Género desde una Perspectiva Desconstruccionista*, p.111.

¹⁸⁶ IBID, p.116.

¹⁸⁷ IBID, p.117.

capaces de mediar entre las lógicas del mercado y las de su cultura, a la vez, su lenguaje no debe minimizar la participación de la mujer.

Al caso, apunta el siguiente ejemplo que circula por Internet, en donde los portales tienen un acceso para chistes sexistas de uno u otro sexo. Por ejemplo: La Asociación Hispanoamericana de Mujeres se queja, ya que según ellas, la gramática castellana es machista. Y AQUÍ ESTÁ LA PRUEBA DE QUE LO ES!!! Lo siguiente obtenido del diccionario: -Zorro: Espadachín justiciero -Zorra: Puta. -Perro: Mejor amigo del hombre. -Perra: Puta. -Caminador: Individuo activo; que camina. -Caminadora: Puta. -Aventurero: Osado; valiente; arriesgado; hombre de mundo. -Aventurera: Puta. -Ambicioso: Visionario; enérgico; con metas. -Ambiciosa: Puta. -Cualquier: Fulanito, Mengano, Zutano. -Cualquiera: Puta. -Regalado: Apellido; participio del verbo regalar. -Regalada: Puta. -Bicho: Insecto. -Bicha: Puta. -Callejero: De la calle; urbano. -Callejera: Puta. -Hombrezuelo: Hombrecillo; pequeñito. -Mujerzuela: Puta. -Hombre público: Personaje prominente. -Mujer pública: Puta

La obra *Poder Femenino y Dominio Masculino*, de Peggy Reeves Sanday muestra de manera objetiva y ante todo científica, lo que el poder/conocimiento/ciencia atribuyó a los denominados géneros. Resume las ideas principales de investigación: “(..)El dominio masculino no es una cualidad inherente a la planificación de la sexualidad. De hecho, el argumento sugiere que el dominio masculino es una respuesta a presiones que muy probablemente se han hecho presentes relativamente tarde en la historia de la humanidad(..)”¹⁸⁸. Que se manifestaban, simbólicamente, por la planificación sexual en un pueblo, especialmente en los símbolos sagrados del poder creador. Estos planes para la división sexual del trabajo, eran para la adaptación y búsqueda de subsistencia, la relación, la manipulación de alimentos vegetales, la cocina y otras tareas domésticas que formaban parte del trabajo femenino, también así consideradas por las diferencias biológicas y reproductoras. El poder y el prestigio los hombres lo adquirirían al cazar e ir a la guerra.

Tales sociedades eran de dos tipos: “(..)En sociedades que muestran una orientación interna, las mujeres controlaban los bienes y participan en decisiones de grupo, haciéndolo como una extensión natural del enfoque social sobre el poder interior. En sociedades con orientación externa, el poder secular femenino depende de circunstancias concretas que den acceso a la mujer a recursos escasos o que la hagan responsable de la dirección del ritual. Donde ambas orientaciones son evidentes, la concepción interna y externa del poder sagrado mantiene esferas sexualmente equilibradas de poder económico y político(..)”¹⁸⁹.

¹⁸⁸ Reeves Sanday, Peggy: *Poder Femenino y Dominio Masculino sobre los Origenes de la Desigualdad Sexual*, p.16.

¹⁸⁹ IBID, p.20.

El dominio secular masculino es definido en términos de: 1) la coacción física de la mujer, como por el apaleamiento de la esposa o la violación, y 2) la exclusión de la mujer de las actividades políticas y económicas. Por qué el hombre domina a la mujer de tal forma, es un asunto complejo que no basta una sola respuesta. Al plantearse esta cuestión es importante distinguir entre el dominio masculino “mítico” y el real. El dominio masculino “mítico”, un término surgido de la obra de Susan Carol Rogers, capta las ambiguas y a menudo antagónicas relaciones entre sexos en sociedades donde las mujeres tienen el poder económico y político, pero los hombres actúan como si fueran ellos el sexo dominante. El dominio masculino real, por otra parte, se aplica sobre aquellas sociedades en que el hombre domina a la mujer tanto en la teoría, como en la práctica¹⁹⁰.

Enfatiza que después de dos mil años, los símbolos divinos como los presentes en la primitiva tradición judeocristiana, las feministas los cuestionan. Resume: “(...)el dominio masculino y el poder femenino son consecuencias de la forma en que los pueblos dan forma a sus entornos históricos y naturales y desarrollan sus distintas identidades(...)”¹⁹¹.

Marta Lamas matiza que la cultura es un resultado, pero también una mediación: a su nacimiento, el yo, busca mecanismos de defensa ante el mundo, y la adquisición del lenguaje fundamental dentro de lo cultural y lo social. De esto último, la relación como la realidad biológica de la sexualidad que se establezca con los otros sexos, o con el conocimiento de los “intersexos”.

Una clasificación rápida y aún insuficiente de estas combinaciones basadas sólo en lo biológico nos obligan a reconocer por lo menos cinco “sexos”:

- ⇔ varones (es decir, personas que tienen dos testículos)
- ⇔ mujeres (personas que tienen dos ovarios)
- ⇔ hermafroditas o *herms* (personas en que aparecen al mismo tiempo un testículo y un ovario)
- ⇔ hermafroditas masculinos o *merms* (personas que tienen testículos, pero que presentan otros caracteres sexuales femeninos)
- ⇔ hermafroditas femeninos o *ferms* (personas con ovarios, pero con caracteres sexuales masculinos).

¹⁹⁰ IBID, p.20-21.

¹⁹¹ IBID, p.23.

Esta clasificación funciona sólo si tomamos “(...)en cuenta los órganos sexuales internos y los caracteres sexuales ‘secundarios’ como una unidad; pero nos ponemos a imaginar la multitud de posibilidades a que pueden dar lugar las combinaciones de las cinco áreas fisiológicas que señalamos arriba, veremos que nuestra dicotomía hombre/mujer es, más que una realidad biológica, una realidad simbólica o cultural. Esta dicotomía se refuerza por el hecho de que casi todas las sociedades hablan y piensan binariamente, y así elaboran sus representaciones(...)”¹⁹².

El que ignoremos o nos hagan ignorar la relación que tengamos con los dos intersexos nombrados es porque: “(...)LA CULTURA marca a los seres humanos con el género y el género marca la percepción de todo lo demás: lo social, lo político, lo religioso, lo cotidiano. La lógica del género es una lógica de poder, de dominación. Esta lógica es, según Bourdieu, la forma paradigmática de violencia simbólica, definida por este sociólogo francés como aquella violencia que se ejerce sobre un agente social con su complicidad o consentimiento(...)”¹⁹³.

En las historietas mexicanas de épocas pasadas la referencia de personas con otro tipo de preferencia sexual era: los cuarenta y uno, los manfloros, los mariquita, los jotos y demás denominaciones. Las historietas de los años noventa de manera más abierta dan espacio-contenido a las diversas preferencias sexuales, eso en sí es meritorio, a pesar de que los argumentos dan mucho que desear.

(Ilustración 2A) El primer ejemplo, es de un travestido (persona que se viste con ropa del sexo contrario), su sexo está definido y desea a las mujeres, su gusto es vestir como mujer, por lo cual, hace su “técnica de trabajo” para extorsionar a los hombres. Sus ojos cafés claros, su cuerpo esbelto, da la imagen de Adonis pero que con los utensilios que se pone se ve “frondoso”. La mujer que él ama, corporalmente está más desarrollada, su pelo negro quebrado, la hace verse como la mujer “ideal”. Argumento que marca, sin proponérselo una tendencia; al mismo tiempo, muestran a personas dedicadas a ello que engañan, sobornan y dañan a los incrédulos.

(Ilustración 2B) Como es el caso de la segunda historieta, al personaje lo proyectan como mujer, siendo en-sí, hombre que se inyectó hormonas, por ello, realiza *table-dance* pero mantiene una relación de pareja con una mujer. Ubicados en el Municipio de Nezahualcóyotl, este personaje vive con un padre drogadicto que, para conseguir dinero para la droga, prostituye a sus dos hijas, hermanas del travestido. La imagen de esta historieta, sobre todo la

¹⁹² IBID, p.339-340.

¹⁹³ IBID, p.344-345.

tercera viñeta, hace creer que se trata de un hermafrodita masculino, no lo es. Hubiera sido el caso, sería inédito en la historieta mexicana porque sería la primera vez, que representan a uno de los intersexos.

La tercera historieta (*El Libro del Amor*, año X, número 513, 7/I/1998; Ilustración 2C) proporciona lo que podría ser un *merms* o hermafrodita masculino, Persona que tiene testículos pero que presenta otras caracteres sexuales femeninos; cuestión no presentada o narrada en la historieta. Al parecer no es así, era hombre que decidió operarse para verse como mujer, en la historieta luce un cuerpo “delicado” y proporcionado, rubia de ojos azules; son de lo que se ha denominado o establecido como mujer las imágenes de principio a fin; es el argumento que a la mitad revela lo que era en el pasado. Al enterarse el esposo por un médico, aquel desmoralizado se vuelve alcohólico. Con el tiempo reflexiona que no puede vivir sin su esposa, el amor por el amor. Un tema actual, interesante argumento de Julio Mayo, excelente dibujo de Domingo.

La historieta siguiente “cae” en los estereotipos, y la humillación -en este caso- de homosexuales, son representados como “maricones” inseguros, indecisos, dependientes -a pesar de su mayoría de edad- de lo que diga su padre severo e intolerante con ellos ante los demás, pero en sí, soporta que sus tres hijos sean “afeminados” (Ilustración 2CH). Esta historieta, contrasta, con la Ilustración 2D, por esta razón: si en la historieta precedente no ocultan su preferencia sexual, en la siguiente historieta, existe la tendencia homosexual oculta y deshonesta porque es un padre que se siente atraído hacia el amigo de su hijo pero lo niega en los hechos (Ilustraciones 2A, B, C, CH, D, E, de las siguientes dos hojas).

El sexto ejemplo (Ilustración 2E) relata la vida de la hija de una “fichera”*, el estereotipo de la madre no hace caso de su hija pero sí sus compañeras de oficio. Quienes después, obligan a la menor a ejercerlo porque la madre esta en presidio. La menor sexualmente se relaciona: por trabajo-oficio con los hombres; por deseo con quien en supuesto es su madrina quien le dice: “sólo nosotras podemos darnos lo que no tenemos con los hombres...amor del bueno”.

Una manera sutil de mostrar la relación de las mujeres lesbianas; mujeres con otro tipo de preferencia sexual. Tema-tabú en otra época de la historia de México. Como aquélla en que, José G. Cruz, con *Adelita y las Guerrilleras*,

* Mujer que colecciona fichas o papeletas que tienen valor convencional que recibe para servirlos y así obtener una cantidad de dinero.



ILUSTRACIÓN 2A

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

MANGO Almas Perversas, año 2, n. 57, 16/I/1998;



ILUSTRACIÓN 2B

EJEA El Libro del Amor, año X, n. 513, 7/VI/1998;



ILUSTRACIÓN 2C



136A

ILUSTRACIÓN 2CH

EJEA: Angeles y Demonios, año II n. 113, 1/XII/1997;

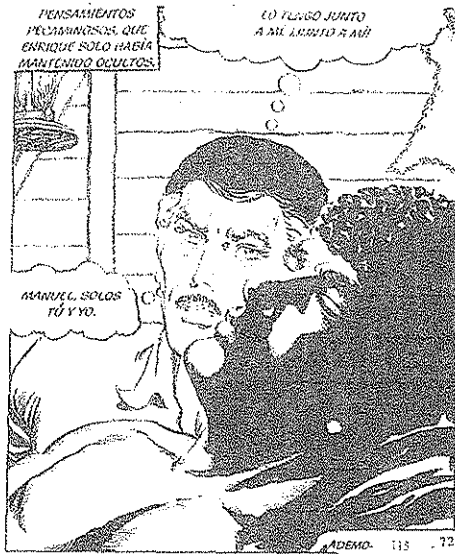


ILUSTRACIÓN 2D

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Editorial MANGO Almas Perversas, año 2, n. 58, 28/I/1998;



ILUSTRACIÓN 2E

al no definir el personaje de la *Valentina*, creó confusión al público, por eso Cruz decide alinearla, permitiéndole embarazarse y tener un hijo. La sociedad de los años cuarenta y los cincuenta no era tolerante, para la sociedad sólo el hombre y la mujer debe existir como sexos.

La ideología y la línea de que existen dos géneros y sólo dos sexos, los cuales deben seguir ciertas conductas, estereotipadas “digeridas” y dirigidas por los medios de difusión masiva. La lógica de la construcción sociocultural del género es el poder de dominación. Con el dominio que se tenga de la persona, del grupo, del pueblo o de una nación, se puede discriminar, puede “hacer” de una persona, grupo o nación, marginados. Al marginar, restan, devalúan todo, su diferente manera de vivir. Ahora, representado o más bien ignorado por los medios de difusión masivos -como es el caso, en la historietta- sencillamente, no existen.

Marta Lamas examinó los intersexos, desde otro aspecto, Díaz-Guerrero recuerda las diferencias entre los mexicanos y expone que de ocho tipos, cuatro son los más frecuentes: “(...)El mexicano afiliativo y obediente, el mexicano activamente autoafirmativo o rebelde, el mexicano con control interno activo o ‘íntegro’ y el mexicano de control externo pasivo o ‘corrupto’(...)”¹⁹⁴. Se anota para que reflexionemos, en primer lugar el desconocimiento que tenemos de los intersexos y, segundo, la diferencia que existe entre nosotros los mexicanos, como la referencia de la idiosincrasia reflejada en los personajes, porque en-sí los seres humanos son polifacéticos.

La investigadora Sonia Montecino con su faena: *Identidades de Género en América Latina: Mestizajes, Sacrificios y Simultaneidades* nos describe los caracteres latinoamericanos, desde el mito de la *Malinche* la conformación del sincretismo del mestizaje y del *Marianismo* (culto a la superioridad espiritual femenina que predica que las mujeres son moralmente superiores y más fuertes que los hombres. El culto a la Virgen María, es su patrón de creencias y prácticas), el modelo de sufrimiento de María, base de legitimación social del género-mujer en América Latina. Escribió mostraría, porque le es fundamental establecer las categorías y características del género dicotomizado: masculino y femenino, construido sociocultural, simbólico, y en cual, la identidad latinoamericana, tiene cabida.

Teresita de Barbieri nota dos razones en el concepto de machismo: “(...)una académica y otra política, esta última expresa la dominación de los varones sobre las

¹⁹⁴ Díaz-Guerrero, Rogelio: *Psicología del Mexicano*, Op. Cit. p.32.

mujeres, la valoración positiva de lo masculino y de elementos componentes tales como agresividad, valentía, bravuconería, desapego y distanciamiento afectivo(...)¹⁹⁵. Esto dentro de un *continuum* sexista con dominación masculina el machismo sería uno de sus extremos. Escribe de prácticas violentas de ciertas sociedades, es patrimonio de determinados grupos sociales o culturales.

“(...)En otras palabras, una ética y una moral judeocristiana, que como se sabe contiene, fuertes componentes platónico-aristotélicos y estoicos (Aubert, 1975; Foucault, 1986 a y b)(...)”¹⁹⁶. Dicha moral judeocristiana ha conformado los valores morales de varones y mujeres en México.

La mujer es calificada de manera moral: la buena, esposa-madre-ama de casa, es obediente, sumisa, abnegada, e insufrible ante la autoridad y el autoritarismo. “(...)La mala mujer es prostituta, pero deriva también en toda aquella que no sigue los canales de obediencia, sumisión, control: bruja, casquivana, solterona, etc.(...)”¹⁹⁷. Ahora, el que ellas estén embarazadas, es signo de control, más que todo para el “macho”. La mujer, el amor y la entrega los transforma en chantajes. Sin embargo, en el caso de las nueras, reciben maltrato, se les niega competencia en sus labores, sirven de chivo expiatorio. “(...)Las suegras, de este modo, actúan como correa de transmisión de prácticas y valores machistas(...)”¹⁹⁸, transmitidos por medio de las instituciones.

Por su parte Andrés A. Cuevas Sosa cita: “(...)La postura implícita que se maneja, familiar y socialmente, es que la mujer es decente si esta deserotizada, si no conserva su eroticidad, se expone a que equivocadamente se le vea como puta(...)”¹⁹⁹. Como también es sabido que la moral católica determina la visión que del sexo tengan. Ser una buena madre es compatible con la deserotividad. No sólo la moral católica, todas las religiones y todas las ideologías. Como es el caso de la fidelidad/infidelidad no existen, también son construcciones sociopolíticas, culturales.

Aunque en dicha ilustración, rompa el molde, el estereotipo, porque la madre -mujer cercana a la edad de los treinta, de complexión delgada, fina- lucha por el amor -de un novio de antaño- frente a su esposo e hijo que la cuestionan, no así su hija que la apoya. Es cierto, rompen el estereotipo de la madre insufrible, abnegada, la madre que debe deserotizarse pero mantienen

¹⁹⁵ Barbieri, Teresita: “Sobre Género, Prácticas y Valores: Notas Acerca de Posibles Erosiones en el Machismo Mexicano”, p.86.

¹⁹⁶ IBID, p.88.

¹⁹⁷ IBID, p.93.

¹⁹⁸ IBID, p.97.

¹⁹⁹ Cuevas Sosa, Andrés A: *Psicoanálisis de la Vida Cotidiana*, p.187.

otro estereotipo, el del esposo que, resulta ser militar, los militares como los hombres de actitud “férrea”, disciplinada, “machista”. Sin embargo, todo es maniqueo, son dobles mensajes, doble moral (Ilustración 3A de la siguiente hoja).

Mientras en el siguiente ejemplo, prevalecen en toda su extensión ambos estereotipos: la joven esposa preocupada -y por ende abnegada- espera a su esposo que regresa después de “andar” con otras mujeres. Ellos viven en el Barrio de Santa Fe -en el D. F., es una zona popular-, el esposo logra desplazarse en el volkswagen, prestado por su amante (Ilustración 3B de la siguiente hoja).

Por el lado de los hombres hay -o había, porque observo en la actualidad- las exigencias y contradicciones sociales: “ser borracho, mujeriego y soñador”; “eres hombre y puedes andar con cuantas viejas se te antoje”, o, “regañado, mandilón ¿a poco te pegan en tu casa?”. Tales circunstancias en la vida diaria reprimen la sexualidad del **género humano***.

“(…)El doble mensaje que el hombre recibe puede hacerlo en apariencia espontáneo y conquistador, pero con un gran temor interno de asumir como natural su sexualidad y, por lo tanto, de manifestarla. La publicidad y los medios masivos de comunicación, sobre todo en los jóvenes, contribuyen a este proceso deserotizador(…)”²⁰⁰.

Prosigue con Barbieri: “(…)La supremacía masculina rige en el mundo público y lo vuelve peligroso y amenazador para las mujeres, principalmente niñas, jóvenes y adultas jóvenes(…)”²⁰¹. Además de ejercer el mando, la autoridad y el dominio, aunque la autoridad la impone por la coerción y la fuerza. Él es productor²⁰² de: bienes, dinero, súbditos e hijos. Al hombre, le es permitido tener contacto sexual permanente o esporádico con otras mujeres. Los jóvenes en contra de estas normas, la sociedad los desestima y desvaloriza su virilidad.

En los procesos macrosociales como las políticas demográficas el discurso estatal desde el punto de vista cualitativo, cuestionó el número de hijos. La reproducción humana es tarea, materia de conocimiento.

Las mujeres en la vida cotidiana amplían los escenarios donde “tradicionalmente” la cultura machista las ubicaba. Tal motivo modificó las

* Negritas propias.

²⁰⁰ IBID, p.189.

²⁰¹ IBID, p.93.

²⁰² Se le exige aunque en muchos casos no lo hace.



139A

ILUSTRACION 3A

Pablo Flores Vázquez coedita con El TROMPO: *Historias de Mujeres*, año I, n. 24, 17/XII/1999



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

EJEA: *Sensacional de Barrios*, año IX, n. 478, 12/I/1998;



ILUSTRACION 3B

relaciones de pareja, de familia, que les crea aun tensiones domésticas y extradomésticas como esposas, madres, hijas de familia, amas de casa. “(...)Los ingresos se reparten entre la satisfacción de necesidades propias(...)”²⁰³, y de la familia pero a la vez, ingresa de manera más amplia al trabajo público.

La exaltación máxima de lo masculino, esta en esta ilustración (*El Libro Sentimental*, año 20, número 1005; Ilustración 4A y 4B siguiente hoja aparte). El personaje principal presenta una edad cercana a los cincuenta; con tres mujeres comparte su vida y los hijos que con cada una procreó. A la vez, una cuarta amante. ¿Cómo logra relacionarse con las cuatro? Como millonario sus recursos, sus movimientos son más “ágiles”. Cuatro estereotipos marcan a las mujeres: 1) su esposa, de la misma edad, la proyectan egoísta, posesiva y ambiciosa, a sus hijos adolescentes les da libertad; 2) la primera amante, veinte años menos que él, la proyectan incondicional, abnegada, tolerante al esperar el divorcio de él, tiene dos hijos menores; 3) la segunda amante, es una joven de 18 años de edad y proyectan a la madre de ella como la que “fue empujando” para que se uniera a José Alberto, ellas pobres, la madre interesada, la hija se conformaba con vivir con él; 4) una mulata “porteña” de Cancún, en sí sólo fue una aventura aunque ella representa la rebeldía, el “no dejarse de nadie”, al prototipo de la reacción natural “visceral”, ella es quien lo asesina al sentirse engañada.

Las cuatro proyectan la ideología filistea y dicotomizada del amor, la confianza a su “pareja”, la inocencia, la pasividad, las tres esperan a su proveedor, materialmente no les falta nada, pero sí el afecto amoroso. Tanto José Alberto como su esposa de clase alta, a ambos los representan y “se ven” como objetos, su posesión; las otras dos amantes con niveles medio y bajo parecen conformistas no así, la mulata que herida en su amor propio, su orgullo prefiere matarlo.

Él es responsable materialmente más no moral de sus hijos, a quienes no les puede faltar el dinero, pero si el afecto paternal. Responde sólo por sus grandes negocios pero interiormente es un cobarde. Dos veces huye ante lo que provocó: es inseguro mas nunca se arrepintió, ni pidió perdón, huyó de todas y de sí mismo.

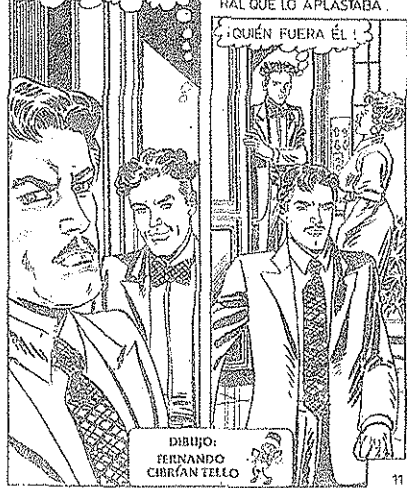
¿Si no lo hubiera matado seguiría igual? Parece una historieta cíclica, con sobresaltos pero que siempre llega al mismo sitio. La otra cuestión es, un

²⁰³ Barbieri, Teresita: *Sobre Género*, Op. Cit. p.97.

POR SU MISMA SITUACIÓN PSICOLÓGICA JOSÉ ALBERTO NO LE CONTESTÓ. EL MUCHACHO NOTÓ SU ROSTRO SOMBRIO.



ADEMÁS, ES UN CUATE TAN APUESTO QUE LE HAN DE SOBRAR LAS CHAVAS.



PENSABA EN JOSÉ ALBERTO CON ENVIDIA, IGNORANDO LA PESADA CARGA MORAL QUE LO APLASTABA.

¿QUÉN FUERA ÉL?

DIBUJO: FERNANDO CHIRIÁN TELLO

I L U S T R A C I Ó N 4 A

¡¡ CONQUISTADOR DE HONRAS !!

LAS TENSIONES LO MINABAN, PERO MÁS LO AGOTABA EL TENER QUE DORMIR CON TRES MUJERES.



¡BÉSAMME MUCHO!

¡QUÉREME CON TODAS TUS FUERZAS, AMOR MÍO!



MAÑANA ES DÍA 25 Y POR SER NAVIDAD LOS JUZGADOS ESTÁN CERRADOS. ¡PERO EL VIERNES 26 TE JURO QUE NOS CASAREMOS!

LE MINTIÓ CON EL SÓLO FIN PROPÓSITO DE TENERLA ESA NOCHE Y PASÓ DOS HORAS CON ELLA DISFRUTANDO EL ROCE DE SUS CUERPOS.



¡TE ADORO, LORENA!

¡MIRA QUE SI NO ME CUMPLES...

PERO AL ENTRAR AL COMEDOR RECIBIÓ LA MÁS TREMENDA SORPRESA DE TODA SU VIDA. ¡AHÍ ESTABAN SUS TRES MUJERES CON SUS HIJOS!



¡CARLOTA, BEATRIZ, IMELDA!

¡JOSÉ ALBERTO, MI AMOR!

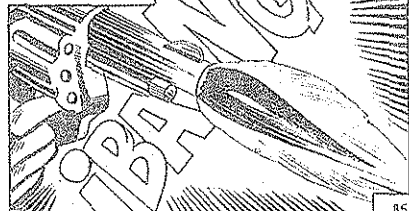
¡PAPA!

¡DEMOSTRARTE QUE NO TODAS SOMOS IGUALES! ¡DE MÍNO WAS A BURLIARTE, CANALLA!



LETRA-OSCAR BARCENA RAMÍREZ.

PERO ELLA ERA UNA COSTERA BRAVA Y JALÓ DEL GATILLO.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

EL LIBRO AÑO No. XIII 08 de Diciembre de 1997

PASIONAL

EL LIBRO AÑO XII

Semana

\$2.50

TE DESCUIDASTE
Y ME QUEDA CON ELLA

¡PARAISO PERDIDO!

ESCRIBE: ABRIL

ILUSTRACION: A.B.

PRINTED IN MEXICO

No. 2234

04 de Diciembre de 1997

\$2.50

Vo. 610

EL LIBRO AÑO XII No. 2229

Semana

PRINTED IN MEXICO

04 de Diciembre de 1997

\$2.50

ESCRIBE: ABRIL

TODOS ME ACOSAN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

absurdo compartir con tres mujeres y sus hijos en tiempo y espacio. Las señales evidentes: a) es un hombre millonario; b) sólo una persona con ese poder adquisitivo podrá ser capaz de eso. Nada más describe estas dos señales entre otras más que saldrían de los mensajes: literal, lingüístico y simbólico.

Anota una observación dicho argumento, en otro nombre de historieta con otro título o alterando los personajes, los sexos, lo vuelven a repetir, variará el grupo de historieta (como las portadas de historietas de la ilustración 4 hoja anterior).

Jorge Corsí cuestionó el modelo masculino tradicional transmitido de generación en generación. En la infancia aprenden lo que es un “verdadero hombre”; fuerte, seguro de sí, competitivo, ganador (u omnipotente), tales motivos incluyen: “(...)prohibiciones: no llorar, no mostrarse débil, temeroso o inseguro, no fracasar(...)”²⁰⁴. La inseguridad del hombre no tiene importancia: ¡aguántese como los machos; que no lo vean llorar sino dirán que usted es un mariquita!. Aguántese emociones, sentimientos, necesidades.

“(...)La identidad masculina tradicional se construye sobre la base de dos procesos psicológicos simultáneos y complementarios: un hiperdesarrollo del Yo exterior (hacer, lograr, actuar) y una represión de la esfera emocional. Porque esta parte ‘corresponde a la mujer’(...)”²⁰⁵, es el miedo a la femineidad. Lo que es considerado como un “cuarenta y uno”, un amanerado.

Corsí presenta una lista de atributos construidos socio-políticos, culturales para el género masculino:

“(...)Obsesión por los logros y el éxito: la socialización masculina se apoya en el mito del ganador(...)”²⁰⁶. A partir de ese eje, podríamos ir rastreando una docena de mitos y creencias que dan sustento a la socialización masculina alienada:

- “(...)1. La masculinidad en la forma más valorada de la identidad genérica.
2. El poder, la dominación, la competencia y el control son esenciales como prueba de masculinidad.
 3. La vulnerabilidad, los sentimientos y emociones en el hombre son signos de femineidad, y deben ser evitados.
 4. El autocontrol, el control sobre los otros y sobre su entorno, son esencial para que el hombre se sienta seguro.
 5. Un hombre que pide ayuda o trata de apoyarse en otros muestra signos de debilidad, vulnerabilidad e incompetencia.

²⁰⁴ Corsí, Jorge: *El Modelo Masculino Tradicional*, p.3.

²⁰⁵ IBID, p.2.

²⁰⁶ IBID, p.2.

6. El pensamiento racional y lógico del hombre es la forma superior de inteligencia para enfocar cualquier problema.
7. Las relaciones interpersonales que se basen en emociones, sentimientos, intuiciones y contacto físico, son consideradas femeninas, y deben ser evitadas.
8. El éxito masculino en las relaciones con las mujeres es asociado con subordinación de la mujer a través del uso del poder y el control de la relación.
9. La sexualidad es el principal medio para probar la masculinidad; la sensualidad y la ternura son consideradas femeninas y deben ser evitadas.
10. La intimidad con otros hombres debe ser evitada, porque:
Lo vuelve a uno vulnerable y lo pone en desventaja en la competencia por las mujeres.
Puede implicar afeminamiento y homosexualidad.
11. El éxito masculino en el trabajo y la profesión son indicadores de su masculinidad.
12. La autoestima se apoya primariamente en los logros y éxitos obtenidos en la vida laboral y económica(...)²⁰⁷.

Jorge Corsí afirma que: la restricción emocional, reprime sus sentimientos ante otros hombres. El modelo masculino tradicional es peligroso para la salud. La agresividad y la competitividad llevan a los varones a meterse en situaciones potencialmente peligrosas; la inexpressión emocional contribuye a generar trastornos psicosomáticos y otros problemas de salud. Asumir los roles tradicionales sólo de “protector” y “jefe del hogar” genera un grado de exigencia muchas veces difícil de cumplir, lo que deriva en grados variables de estrés psicológico, que constituye uno de los principales factores de riesgo de una serie de enfermedades como paros cardíacos.

El rol masculino tradicional promueve determinadas conductas nocivas para la salud, especialmente alentadas por el grupo de pares (por ejemplo, beber y fumar en exceso). Las características del rol masculino tradicional hacen que a los hombres les resulte difícil solicitar ayuda médica y cuidar su salud. La dificultad para pedir ayuda se incrementa cuando se asiste de un tratamiento psicológico²⁰⁸. El autor enfatiza que gran cantidad de hombres que “no cumplen las expectativas sociales”, se sienten acorralados.

Luis Bonino Méndez aportó más elementos: comenta -lo que Teresa Cabruja, observó del lenguaje “científico”- que al hablar de varón igual humanidad, olvidaron a las mujeres. El ser varón no es un resultado testosterónico o la manifestación de una esencia es el producto de una construcción histórico-social, que los ajustan a roles, a valores, intereses y atributos que la normativa genérica adjudica: poder, agresividad, logicidad, autoconfianza, sexualismo y superioridad sobre la mujer. Este tipo de normatividad, el pacto de silencio

²⁰⁷ IBID, p.3-4.

²⁰⁸ IBID, p.4-5.

entre varones y la culpabilización de la mujer, todo por que niegan a observar sus “comportamientos dependientes, sumisos, y su constante esfuerzo en proteger el ‘orgullo’ varonil”.

Al igual que Corsí, observa que los varones actuales “(...)sienten resquebrajada su identidad. Oscilando entre la hiperactividad defensiva y la perplejidad paralizante(...)”²⁰⁹. Por el lado de la salud, Bonino Méndez apunta: “(...)Entre las más estudiadas se encuentran las patológicas sexuales, las cardiacas, las diversas violencias(...)”. Otras recientes: “(...)Los accidentes de tráfico, la neurosis obsesiva, la desimplicación paterna, el aislamiento social, las adicciones y los que podemos llamar síndromes: del vacío laboral, el de pérdida del norte y el del cuerpo acorazado(...)”²¹⁰.

En el Capítulo I, se describió del mito su función, características, usos y costumbres. Ve algunos ejemplos de mitos mexicanos que iniciaron por los años treinta y que en la actualidad continúan, como el estereotipo *de lo que debe ser* lo masculino en las historietas mexicanas.

Enrique Florescano expresó de las identidades colectivas como la patria, nación, héroes, símbolos nacionales, son en sí creencias colectivas que expresan la pseudoconciencia histórica de un pueblo. “(...)Asimismo, una de las mitologías mexicanas más ricas es la que rodea a sus personajes carismáticos, a su peculiar especie humana(...)”²¹¹. Por nombrar algunos mitos: léperos y catrines; nacos y yupies; ¿la madrecita santa?; el macho y el machismo; el charro cantor; la prostituta, mito e imagen, entre otros más. Los cuales son base e imagen para las historietas.

Edgar Mason en su composición, *México y sus Mexicanos*, describe el carácter del mexicano: menosprecio a la vida, desprecio lo que no es grato, la vida misma por la pobreza, injusticias, abusos, etc. Al emborracharse menosprecia su vida. El Despilfarrador no ahorra; razón, la incertidumbre en la propiedad es un grave problema en el país, provoca inseguridad. El Canibalismo es una característica propia de los mexicanos; en diversos grupos sociales en los que menos solidaridad y apoyo existen; el abuso y el engaño son práctica cotidiana.

El xenofóbico con menosprecio a lo indígena; el malinchismo en contra de lo que no sea cosmopolita; durante siglos, el macho mexicano ha vivido la

²⁰⁹ Bonino Mendez, Luis: *Los Estudios del Varón. La Condición Masculina a Debate*, p.4.

²¹⁰ IBID, p.4.

²¹¹ Florescano, Enrique: *Mitos Mexicanos*, Op. Cit. p.18.

contradicción de menospreciar, sojuzgar y aún golpear a la esposa y a la hija o vociferar que no puede vivir sin ellas (en algunas épocas había más mujeres que hombres); el hombre se etiqueta cada vez menos como el fuerte, brusco, dominante, de decisiones, el macho. El mexicano vive de los demás con mentiras, pretextos, corrupción por tres motivos: a) el exceso de poder; b) el manejo del dinero de los demás; c) la existencia de un número excesivo de leyes. Menciona los estereotipos del mexicano extendidos por varios años: el charro mexicano, el dormilón perezoso y el apático.

Carlos Monsiváis evoca algunos estereotipos. El primero, el catrín de los años treinta a los cincuenta, símbolo que realza la cursilería; alguien que cree merecerlo todo porque su padre se benefició de las compañías deslindadoras o se encargó de las compras de una Secretaría de Estado. El estereotipo de catrín por las características que menciona Monsiváis, lo semeja con el de los “juniors” o los “in” o la gente “bien” o la gente “de catego”. Los dos primeros calificativos son de los años sesenta en adelante; son de uso y costumbre común.

Recuerda también, de los años treinta, la figura estereotipo: el peladito²¹² que después Mario Moreno “Cantinflas” retomaría para el cine. La manera como los presentaban en ese tiempo era negativa: ratero y mendigo; una amenaza anónima, la demostración de lo que nos falta para ser civilizado; o bien, lo pintoresco de la ciudad. Una vaga referencia capitalina, por tal motivo es la diversión de los otros.

Actualmente, el peladito es la diversión; los “herederos de la raza de bronce”. Los “nacos” (aféresis de totonaco) son igual que la anterior, figuras que sirven de “tiro al blanco”, por su “(...)referencia a lo que el mestizaje no disipa: los rasgos de origen indígena(...)”²¹³, de sentimientos fatalistas y en la vulgaridad que lo alimenta contemplan sus orígenes y su destino.

“El yupi (ese transplante de los *Young Urban Professional* de Norteamérica) tenía gran ventaja: los títulos universitarios, el desenfado la apariencia de quien ya remodeló su apariencia”²¹⁴. “Gringo a la mexicana” gozaba de su ventaja en ambos lugares más en México “impunidad en la tierra del desamparo”. Mas Monsiváis cita

²¹² El peladito, el que no tiene dinero, ropa, vivienda, esta pelado. Pelado que viene de plebe, plebe de pueblo, y público de pueblo.

²¹³ Monsiváis, Carlos: “Léperos y Catrines, Nacos y Yuppies”, en *Mitos Mexicanos*, Op. Cit. p.170.

²¹⁴ IBID, p.171.

que nacos y yupies “comparten la incertidumbre”, en el caso del “peladito”, ni lo “pelan”.

Manuel Fernández Perera juzga que el mito del macho es una creación moderna pero que tiene algunas proyecciones hacia atrás como fue el poder femenino y el dominio masculino. Recordemos lo expuesto por Laura Ibarra García con lo que respecta a la etapa prehispánica o lo que mencione de los neoespañoles, o más después, de la Revolución hasta nuestros días “(...)es un legado y un eje de transmisión que no puede ser desconocido, sobre todo porque continúa imperando en el nervio social mayoritario(...)”²¹⁵. Juzga que desde los años setenta dicho mito del “macho”, empezó a desprestigiarse.

Indica del mito del charro, los mariachis, la película *Allá en el Rancho Grande* que en los años treinta representó el prototipo, confirmado en el *Charro Cantor*, Jorge Negrete (después Pedro Infante, Javier Solís y otros charros que también o no cantaban) que enarbó los defectos ancestrales del mexicano: machismo, fanfarronería, alcoholismo y desprecio a la vida. Sin embargo, en aquellos años, unió dos clases separadas por la Revolución, que requería del sentimiento nacionalista el sentir algo “nuestro” pero, con el equívoco de que el indio aceptase tal proyección. Hoy, dicho mito pierde vigencia, “son muy pocos los mexicanos que se reconocen en ella”.



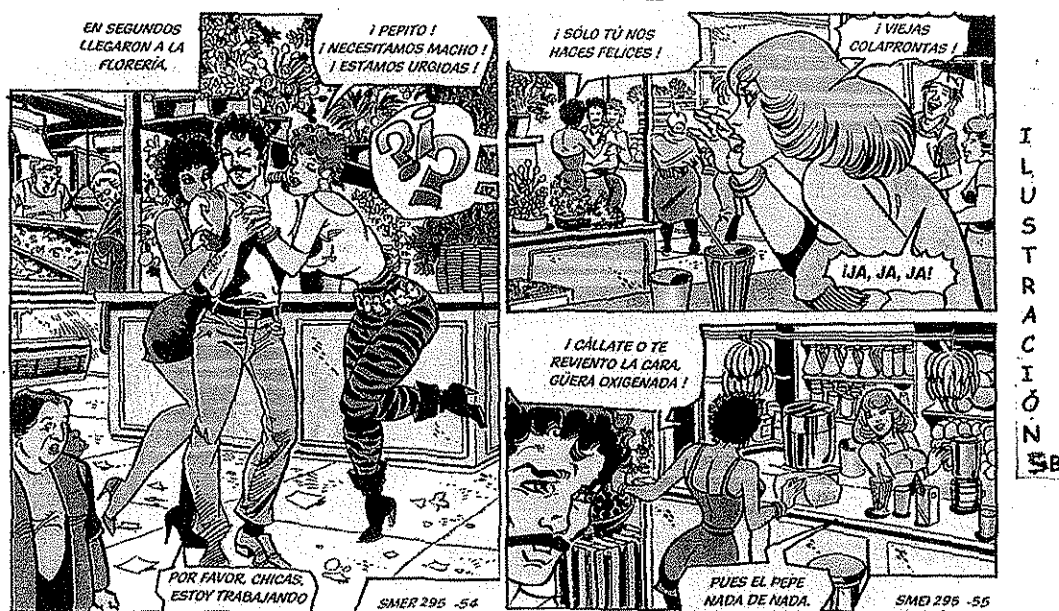
²¹⁵ Fernández Perera, Manuel: “El Macho y el Machismo en México”, en *Mitos Mexicanos*, Op. Cit. p.182.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

(Ilustración 5A) La afirmación de las dos últimas líneas escritas puede ser evidente sin embargo, amerita una investigación más detallada. Las características, los comportamientos de “aquellos machos” de antes no son, ni serán los mismos en la época actual. De lo que corresponde de las mujeres en sus peculiaridades y los comportamientos tampoco lo serán.

El icono del macho, hombre alto, fornido, rubio de ojo azul, de posición económica estable, con los estereotipos actuales rompe ese “molde”. Así lo ilustran las dos historietas de *Sensacional de Mercados* (números 293 y 295). Los dos personajes sin las características mencionadas, aunque la anatomía de su cuerpo es proporcionada, son galanes, “garañones” y “machos”. Lo mismo el carnicero, que el locatario de las flores que proyecta la imagen de un cantante de ranchero. Ambos personajes son de clase baja. Las mujeres con quienes las relaciona son jóvenes o “treintañeras” de cuerpos “voluptuosos”. La imagen ideal de las mujeres es: lo mismo la novia “santa” que las “colaprontas” se dejan seducir, se “ofrecen” (Ilustración 5B).

EJEA *Sensacional de Mercados*, año V n. 295, 2/II/1998; 998.



Del primero, es y sigue siendo una simbología cultural de que son “fuertes”, “resistentes” y casi “sementales”, o el fragmento de este chiste: “Llega el esposo y, gritándole a su mujer le dice: -Sé que me estás engañando con el carnicero. -¿Por qué lo dices? -Porque me vendió medio kilo de longaniza que dice me hace falta”.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Otro personaje simbólico parecido a los anteriores, sin las peculiaridades de aquellos -es la ilustración de *Sexacional de Vacaciones*, año VII, número 394- resultó ser un “semental”. Es el extremo de lo cómico, rompe reglas con sus trazos, la idea y el argumento pero no para trascender sino, por lo menos, la hilaridad y ya (Ilustración 5C).



El autor repunta algo importante, en sí murió la idea de la mexicanidad (*Charro Cantor*) como fue el indigenismo de Diego Rivera, ambos como símbolos de una época. Cita en lo actual el nuevo “prototipo nacional” es el del “(...)norteño con sombrero texano, guitarra eléctrica y vistosa indumentaria de nuevo rico(...)”²¹⁶. Sin embargo, este prototipo como los que vendrán, tendrán un carácter efímero.

Entre otros mitos está, el de la prostituta (como *Malinche* y como *Santa* son las chingadas, de acuerdo con Octavio Paz) que se mueve en “(...)una sociedad de incipientes valores modernos en la que el hombre es rey y quiere serlo siempre(...)”²¹⁷. Por ello “(...)al menos desde mediados del siglo pasado, los poetas y los periodistas, los moralizadores y los intelectuales, se han ocupado en nuestro país de aquella mujer que es como nuestras madres, como nuestras esposas, como nuestras hermanas, como nuestras hijas, pero a la vez es muy distinta a ellas(...)”²¹⁸. Sin embargo, están en nuestra vida

²¹⁶ IBID, p.193.

²¹⁷ González Rodríguez, Sergio: “*La Prostituta: Mito e Imagen*”, en *Mitos Mexicanos*, Op. Cit. p.274.

²¹⁸ IBID, p.197.

pública y privada como imagen negativa e inaceptable o como invitación al deseo carnal, es desear relacionarse con todas sin comprometerse con nadie.

Empero, los mitos referidos también muestran una parte de lo que Edgar Mason refiere los “distintos México”: “(...)las características del Norte el productivo, trabajador, prooccidental, con dos razas, dos pueblos, dos mentalidades; el Sur, una gran riqueza natural, una gran variedad de folklore, en magia, un gran abandono, una profunda melancólica pobreza(...)”²¹⁹.

3.1.1. El Género en las Historietas:

Historietas y revistas son el reflejo -y la condición- y forman parte de los estereotipos que difunde el sistema en el que estamos inmersos. Uno de los primeros estudios acerca de las revistas lo constituyó el trabajo de Carola Isabel E. García Calderón señala que el estudio de las revistas femeninas debe considerar la condición de la mujer latinoamericana; su inserción en el proceso económico porque la misma sociedad les niega la participación fuera del hogar.

Es a través de las revistas femeninas y en la publicidad como crean estereotipos de la figura femenina, es objeto de consumo, como a la vez, consume su propio objeto. Objetos creados a las necesidades del mercado para su consumo, en diferentes públicos, sectores y edades.

Laura Márquez Elenes manifiesta que al cien por ciento utilizan a la mujer como objeto sexual, y esto como reflejo del contexto sociohistórico de la mujer. La vuelven mercancía, su imagen es plusvalía, pues incrementará las ventas. La publicidad comercial acapara todos los medios de difusión masiva, y éstos, con constancia, condicionan a las personas para el consumo a la vez que, establecen formas de comportamiento o roles ante la sociedad. Ruth Elena Salgado Sánchez lo subraya “(...)desde el nacimiento de la historieta (...) hasta nuestros días, esta ha reflejado a la mujer como objeto sexual y de consumo, sin intereses propios ni aspiraciones, sólo como un producto perteneciente al hombre(..)”²²⁰ (Ilustraciones 6A, B, C siguiente hoja aparte).

Al igual que Maya Obe, Claudia Benassini Felix al considerar a los medios de difusión masivos, apunta de estos: 1) lanza un producto que acepta el público para que cotice en el mercado publicitario; 2) las empresas productoras, por

²¹⁹ Mason, Edgar: *México y sus Mexicanos*, p.36.

²²⁰ Salgado Sánchez, Ruth Elena: *La Historieta como un Reflejo de la Imagen Femenina*, p.59.



148A

ILUSTRACIÓN 6A



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACIÓN 6B



ILUSTRACIÓN 6C

ello, escogerán los medios de mayor difusión que tengan un mercado potencial; 3) los dueños de los medios impresos tanto venden publicidad y venden su producto, lo que es en sí, su subsistencia. Vivian Goristein Kushner y Sara Shamai Ezban -*Análisis de las Revistas Femeninas*, 1988- también anotan las consideraciones anteriores, las revistas femeninas refuerzan y mantienen los roles tradicionales, que giran en torno a formar un matrimonio y una familia: destacan más el rol estético por encima del intelecto, por ello, la belleza es base para el éxito en la vida.

Consideraciones que refirió en su tesis, Fernanda Tamariz Murillo: *La Mujer en la Publicidad de las Revistas Femeninas*. De María de Lourdes Sierra García *La Mujer de las Revistas, Análisis de la Imagen de la Mujer en las Revistas Ilustradas*, o más de fondo lo hecho por Hernández Gómez y Rueda Castillo: *Análisis Estructural de las Revistas Femeninas, Estudio de las Publicaciones Editadas en México*. Otro análisis, de Carmen A. Espinosa: *Análisis de Contenido de los Artículos que Aparecen en la Revista Vanidades*.

Lo anterior es por el lado de las revistas femeninas, por el lado de las revistas masculinas, Consolación Salas apunta que desde el siglo XIX surgieron, su tema era el ambiente frívolo del teatro en México, después de los años treinta a los cincuenta. Pero en los años setenta que proliferaron revistas “para hombres” o de “adultos”, que han “(...)funcionado para muchachos mexicanos como fuente de deseos, satisfacción visual de sueños y fantasías, guías sociales, folletines prácticos de aprendizaje sexual y manuales de comportamiento sexual(...)”²²¹. Además en las revistas incluyen: moda y arreglo masculino, política y sociedad internacional, en menor medida nacional, turismo, gastronomía, humor, arte, espectáculos, literatura y deportes. Por el lado de las revistas femeninas sus contenidos son: novelas románticas, revistas de labores, cocina, cuidado de niños, moda, belleza, y decoración del hogar.

“(...)El éxito representa uno de los principales valores alrededor del cual gira la mayoría de las revistas varoniles(...)”²²². Pero por la estructura genérica de tipo patriarcal: “(...)dominio del hombre sobre otros hombres, pero básicamente sobre las mujeres(...)”²²³. La razón, por muchos años ha estudiado a la mujer “(...)en sus aspectos físicos y psicológicos, en función de un mayor y mejor control por parte del género masculino(...)”²²⁴.

²²¹ Salas, Consolación. “ Síntesis de la Historia de las Revistas Masculinas Mexicanas” en *Vanidades Masculinas. Historia de las revistas masculinas mexicanas, 1900 al final del milenio*, p.12.

²²² IBID, p.18.

²²³ IBID, p.15.

²²⁴ IBID, p.35.

Una condición que se plantea al varón para llegar al éxito es la de ser “jefe”²²⁵. Los describe, aquí sólo se enumeran: 1) El millonario; 2) El filántropo; 3) El aristócrata; 4) El empresario; 5) El hombre de mundo; 6) El amante; 7) El líder de opinión, 8) El artista; 9) El profesionista; 10) El intelectual; 11) El deportista; “(...)Por cierto que el esposo, el padre de familia o el maestro (ni el obrero, campesino o pescador) no aparecen en semblanzas o entrevistas(...)”²²⁶.

Aunque no lo indica la autora, en la mayoría de estos casos, para realce de su prestigio, son el consumo de bebidas alcohólicas: para mantener ese prestigio, las bebidas entran en su haber, a su vez que: “(...)Socialmente el alcohol conlleva rasgos masculinos, estimula, da seguridad, permite la desinhibición, facilita las conquistas amorosas y, a juicio de la publicidad, es un factor de prestigio social(...)”²²⁷.

Se ensalza al conquistador como protagonista de hazañas sexuales, se escribe y se exhibe a las mujeres con poco a nada de ropa, modelos desnudas o semidesnudas, son imágenes que resaltan sólo a la mujer como objeto sexual, para el deseo del hombre aumentando la autoestima de éste. El que los hombres las observen, es una manera voyeurista, es una transgresión cómoda y permisible por la sociedad, pero que en sí, “(...)conjunta una visión de mistificación, de cosificación y de denominación de un género hacia el otro(...)”²²⁸, aunque, por el lado de las mujeres este tipo de publicaciones esta restringida.

Con lo que respecta a la historieta mexicana, Irene Herner y María Eugenia Chellet, desplegaron rasgos de los personajes masculinos, o más bien, los estereotipos del género masculino. El cual correspondió ha imitaciones o evocaciones de los personajes extranjeros. Personajes que compendian determinadas aspiraciones colectivas en los ideales de los hombres, con posibilidades de acción para unos cuantos y sueños irrealizables para las grandes masas.

Recordemos que el cine, la TV y las historietas utilizan los estereotipos masculinos y femeninos “generalmente de facciones firmes y finas, hacia el modelo griego”²²⁹; aunque de aspecto femenino, es un hombre que no debe llorar. Dictaminan que la mujer aparece en las historietas como frágil y torpe, refuerza el poder de la figura masculina, al cual, ella puede domar y penetrar los secretos del corazón del “macho”, con su dulzura, la que muestran al jugar

²²⁵ IBID, p.19.

²²⁶ IBID, p.23.

²²⁷ IBID, p.24.

²²⁸ IBID, p.31.

²²⁹ Herner, Irene y, Chellet, María Eugenia: *Mitos, y Monitos*. p.171.

con las muñecas, lo cual, se vuelve relativo o inexistente con las superheroínas, ellas también realizan valientes hazañas pero, no realizan labores del hogar. “(...)Con tal de conseguir el apoyo de sus machos, ellas, parecen capaces de cualquier cosa(...)”²³⁰. Una excepción, lo es, *Borola Tacuche*, representa la “hidalgúa”, es la mujer caudillo, “(...)pero que, sin embargo, no fue más allá de la descripción superficial de la vida y costumbres de las vecindades de México(...)”²³¹.

“(...)A través del análisis de las imágenes femeninas de la historieta encontramos la expresión clara de este esquema social(...)”²³². El hombre es la autoridad familiar (o patriarcal), y es a través de él que, la mujer obtiene su lugar en la sociedad. Con doble ambigüedad: “(...)La ‘buena’ para el consumo de la decencia y la procreación; la ‘mala’ para el placer y la realización de la pornografía(...)”²³³.

En otra opinión -en los años cincuenta- *Louise Lane*, compañera de *Superman* cambio considerablemente, razón, el rol de la mujer en la sociedad estadounidense había cambiado, *Louise* era un reflejo de ésta. También en esos años en México, José G. Cruz quiso “imponer” un rol a la mujer, un rol que comprendiera la sociedad de su tiempo; en la historieta *Adelita y sus Guerrilleras*, la heroína cumplía el rol de la masculinidad sólo que su figura “despampanante” y sus sentimientos de afecto eran femeninos. Otras figuras femeninas como personajes principales, *Raratonga*, aunque ella era la *femme fatal*, pero a la vez, independiente y poderosa económicamente. O por el lado contrario, *María Isabel* (sirvienta) –“hay miles de cocineras haciéndose viejas frente a las estufas de su patrón”- por cada *Mari Toña* hay miles de sexo-servidoras que no encuentran otra alternativa ha ganar cada vez menos pesos, “(...)y que es precisamente el trabajo mal pagado de miles de obreras el que hace posible una Raratonga(...)”²³⁴. Tres personajes de la historieta *Lágrimas, Risas y Amor*.

Ana María González Ibarra con su tesis: *La Historieta en México* anota que las historietas de tipo melodramático, del género romántico (ejemplo *Lágrimas, Risas y Amor*, etc.) explotan comercialmente los sentimientos de la gente, con tramas como: padres que abandonan su familia, y regresan después, trama que es una constante; amores imposibles o pérdida del amor, ambiciones; la glorificación del machismo; la imagen de la mujer como buena o mala, aunque se preocupan por no difundir sexo abierto: la imagen de la

²³⁰ IBID, p.220.

²³¹ IBID, p.226.

²³² IBID, p.241.

²³³ IBID, p.243.

²³⁴ IBID, p.233.

mujer es erótica, sugestiva, sexo y sensacionalismo son casi sinónimos presentadas en la historieta.

A diferencia de los mitos estadounidenses, *El Santo Enmascarado de Plata*, legendario héroe nacional, era de carne y hueso, era de a deberás. El *Santo* pactó con el bien, las buenas costumbres y los valores patrios. El mexicano idolatra a los que no se acobardan, a los que no se abren. “(...)La exageración de la hombría por “rompejetas”, parrandero y conquistador agrupa la trinidad pagana del pueblo. El *Santo* agradaba las emociones fuertes del folklore. El atuendo plateado es la asociación de la pureza con el brillo (...) Moderno guerrero entrenado en los costalazos. Un híbrido de dos culturas, la española y la indígena mágica(...)”.

“(...)Los superhéroes promulgan una masculinidad totalizante; es o no es, y a resultas, las mujeres, estereotipadas en las medidas de abultadas carnes y disponibilidad instantánea, de hinojos gimotean por su piropo(...)”²³⁵.

“(...)Los conceptos que conforman un sistema de colonización intelectual completo envueltos en la seducción de la emoción fácil, son el peligro mayor que encierran las historietas más difundidas al crear adicciones en dos niveles: adictos al consumo, y a través de él, dependencia cultural(...)”²³⁶, es la nota de Liliana Santirso, en un especial de la *Revista de Revista* en 1988.

Alma Carmona Fernández y Martha Isabel Herrera Moreno, Psicólogas amplían otras características de los argumentos más frecuentes fueron el deseo de afecto amoroso y el deseo de establecer lazos conyugales, personajes sólo preocupados por problemas sentimentales, pseudoamorosos y pasionales.

Los personajes femeninos son sumisos, los personajes masculinos son autosuficientes, machistas y agresivos. La satisfacción de sus necesidades se realiza por su atractivo, más por el dinero y por el deseo sexual. “(...)De las características físicas: “presentan personajes jóvenes (masculinos y femeninas), de estatura alta, complexión delgada, tez blanca y pelo ondulado”, que no corresponden en cierto grado al estereotipo mexicano porque la mujer mexicana es de estatura baja, morena, de pelo negro y de complexión regular; el hombre de estatura baja, moreno y de complexión robusta(...)”²³⁷. Además, niños, indígenas, adolescentes y ancianos no son presentados.

²³⁵ Gómez Miguel, Raúl: México: *Superhéroes y Cultura de Masas*, en *Revista de Revistas*, núm. 4080, 8/IV/1988, p.34.

²³⁶ Santirso, Liliana: “*El Comix Esa Super Droga de Venta Libre*” en *Revista de Revistas*, núm. 4080, 8/IV/1988, p.38-39.

²³⁷ Carmona Fernández, Alma y, Herrera Moreno, Martha Isabel: *Principales Características de las Historietas y Fotonovelas en México*, p. 97.

Los estereotipos de las mujeres y los hombres de grande belleza, los sitúan con empresarios y/o emprendedores vestidos elegantemente. Dichos modelos influyen en el lector en su consumismo. Además, dichos personajes están en un nivel socioeconómico medio, lo cual, no refleja la situación real mexicana con sus enormes diferencias socioeconómicas de la población.

El rol, el *status* de la mujer dentro de las historietas las centran en “(...)actividades poco significativas para la economía, está se relega a las peores condiciones de trabajo, carente de innovaciones en donde jamás aprenderán algo sino por el contrario son labores rutinarias y fatigosas como los mismos trabajos domésticos(...)”²³⁸, que va al sentido de la marginación. El rol, el *status* del hombre en cambio, es dentro de los sectores productivos y mejor remunerado. La escolaridad de los personajes corresponde el nivel medio; en realidad, esto para ellas no es real, “(...)ya que el cuarto grado de primaria es el nivel escolar promedio de la población mexicana(...)”²³⁹. Carmona y Herrera indican sus limitantes: no analizaron los personajes secundarios que interactúan con los principales, tampoco el espacio-tiempo y la ambientación y los diálogos de los personajes.

Los investigadores Hinds Jr., y Charles Tatum realizaron en 1984, una interesante investigación *Las Imágenes de las Mujeres en las Historietas Mexicanas*. Mencionan el ensayo de Juana Armanda Alegría y lo empatan con las relaciones que las mujeres tienen con los varones dentro de la familia, la esposa e hija.

La mujer mexicana ha nacido dentro de un estado de humillación, del culto al “macho”, que denigra su posición. Esto es manifestado en caminos específicos: a) El masoquismo de la mujer ante todo por la autonegación, implica la idea de renuncia a sus deseos; b) Seres serviciales o serviles es su característica principal. El acto de servir al “macho” es para la mujer mexicana más una estancia filosófica que una actitud. c) La dependencia y sumisión al “macho” afirman que ello se debe a que cree que esta pagando el pecado de existir, por lo cual, madres, esposas e hijas lo piensan así.

La imagen de la esposa-concubina que satisface sexualmente al varón. Ella es una prostituta o una querida quien acaba definitivamente el rol en la sociedad mexicana, porque dicta que la mujer casada o es para quedarse casta, disfrutar de las gratificaciones sexuales siempre dentro del matrimonio; la sociedad

²³⁸ IBID, p.99.

²³⁹IBID, p.99.

tolera el concubinato como un mal necesario. Esa mujer es definitivamente un lanzamiento como estereotipo negativo.

De otra historieta, observan de *Kalimán*, en la cual, las mujeres tienen un rol secundario, representan el objeto-sexual vulnerable, una villana o una bruja, las mujeres-madre están ausentes. Aún así, las mujeres representadas combinan los elementos del estereotipo de la mexicana: a) buena mujer o casta; b) mujer honorable; c) la “mala” mujer o sexualmente activa.

De la historieta *Lágrimas, Risas y Amor* nombran su estructura básica, formula A: 1. El héroe/heroína cuida el amor del amado.

2. El amar no es recíproco, usualmente porque él/ella no reconoce las cualidades buenas del otro.

3. El amado está casado con otra persona.

4. Cualquiera héroe/heroína carga con la vida y espera pacientemente la noticia de él/ella o, además, el héroe/heroína reparten esperanzas de unirse algún día con el ser amado.

5. El querido de la esposa o amante muere o estuvo dispuesto para buscar otro camino.

6. El héroe/heroína y el amado descubren a otro y viven felices después o para siempre. La formula B: 1. El héroe/heroína y la querida caen en el amor desde el comienzo. 2. Unos insuperables obstáculos hay entre ellos. 3. La aventura termina trágicamente.

Características -que los escritores de historieta- reflejan muchas veces las actitudes tradicionales y conductas sumadas tempranamente, que no significan alternativas de los estereotipos ya discutidos. Por otra parte, *El Payo* y *La Familia Burrón* ofrecen otra imagen de la mujer buena es menos sugestiva, para que millones de mexicanos puedan ser receptivos para cambiar dentro de los valores tradicionales²⁴⁰.

Harold E. Hinds Jr. escribió una interesante disertación acerca del trato de *Kalimán* y *Solín*. La relación con *Solín* esta en los caminos mexicanos de la idealización de la relación padre-hijo. Aunque, *Kalimán* a menudo trata a *Solín* como un inferior y no como un miembro del equipo, es un aprendiz, por eso *Kalimán* le dice “mi pequeño *Solín*”. *Kalimán* es benevolente como figura paterna que repentinamente se sacrifica para salvar a su hijo adoptivo. La relación es afectuosa y cercana, no severa y distante, aunque mantienen los

²⁴⁰ Hinds Jr, Harold y, Tatum, Charles: “*Images of Woman*” en *Journal Popular Culture*, p.183.

roles jerárquicos pero, en esta ausencia de una madre, *Kalimán* tiene combinado el cercano rol de crianza de la madre ideal mexicana con la relación de status implicado dentro de la jerarquía del macho.

Indica en éste, sobre el sistema legal mexicano, donde las leyes están casadas con los villanos a la vez, que la policía asume las leyes a su manera. La sociedad mexicana es reflejada en otras vías, *Kalimán* y *Solín*, que tratan de reflejar la unidad familiar, siendo ellos una familia atípica. No hay relaciones circulares, como por ejemplo de los compadres que extienden la familia mexicana. Es extraño la ausencia de la madre de *Kalimán*.

En México, el símbolo de la familia es la madre con su hijo: de vez en cuando representado de ambos, madre, padre e hijos niño o niña, nunca un padre e hijo y fuera la madre. Ya que el ideal mexicano de la madre es la mujer, el hogar y la familia, raramente aparece un *Kalimán*. Justo aquí no es suficiente atractivo, lo más querido es la madre anciana.

Muchas de las mujeres que salen con *Kalimán* parecen permitir que el lector macho sea suyo y que tomen también un camino que no le gusta a la sociedad mexicana. *Kalimán* en esos casos los orienta con la ayuda de sus poderes. Acerca de los “favores” de ellas, él ni siquiera aprovecharía esos momentos²⁴¹.

Ana María del Pilar Amezcuita Sánchez y María Teresa del Rosario Guerrero Flores, Sociólogas refieren en su tesis, acerca de la historieta “*El Pecado de Oyuki*” repite la historia de *Yesenía* -ambas “rebeldes” conforman un estereotipo-, misma trama con ligeras variantes cuestiones reiterativas, igual los estereotipos, preguntan ¿cómo se presenta el papel del transgresor de las normas y los valores establecidos en la sociedad. Como en el caso de *Oyuki*, que como mujer debe resignarse ante la dominación de lo social y de la masculinidad, valor de carácter universal, la presión que ejercen para que siga en la sumisión, que ella, rompe las reglas a pesar de grandes sacrificios. Advierten por lo menos subliminalmente al público lector, que debe mantenerse dentro de ciertas normas establecidas por el sistema²⁴², pero dentro de la doble moral. Convicciones morales de carácter universal: honrado, religioso con respeto de las leyes, por otro lado, los prejuicios al respecto, son algo irreversibles y naturales, aunque vistos muy superficial y generales, por

²⁴¹ Hinds Jr, Harold E: “*Kaliman most Popular Superhero*” en *Studies in LatinAmerican Popular Culture*, p.35-36.

²⁴² Amezcuita Sánchez, Ana María del Pilar y, Guerrero Flores, María Teresa del Rosario: *La Historieta: sus Personajes como Reforzadores del Sistema Social. Análisis de Contenido de Lágrimas, Risas y Amor en su serie “El Pecado de Oyuki”*, p.133.

lo que el lector no observa situaciones concretas que reflejen el conjunto de antagonismos.

Aurrecoechea y Bartra prosiguen con sus puntos de vista: “(...)No fue fácil pasar de las revistas de monitos, pero una vez asumido que la mayor parte del público era adulto, las heroínas empezaron a sexualizarse(...)”²⁴³. Así, con el tiempo, la modosa Adela Negrete, creada por José G. Cruz, se transforma en la frondosa super mujer de *Adelita y las Guerrilleras*. Otro exponente de la historieta cachonda de corte sadomasoquista, lo fue Adolfo Mariño.

Claro está que a “(...)mediados de los años treinta se publican: la explícita SEXO, el semanario, Vida Alegre, de Xavier Navarro, y en 1934 aparece el primer número de la revista VEA, que con sus dos épocas alimentará durante un cuarto de siglo la libido nacional. Pero también los semanarios de nota roja, como Alarma aplican la formula de darle a los lectores sexo y violencia y publican abundantes desnudos femeninos(...)”²⁴⁴.

Irene Herner y María Eugenia Chellet en el apartado de La Censura, muestran buena parte de las historietas de la década de los años sesenta y setenta, el uso del género, el uso de la pornografía y su connotación acerca del sexo y enfatizan: “(...)El sexo como evasión y olvido momentáneo de los problemas de la vida cotidiana es muy socorrido porque distrae, funge como forma sustituta del amor(...)”. La pornografía como sustituto del sexo. La sexualidad desligada del afecto y el compromiso amoroso, “(...)es a su vez, la expresión de una sociedad reprimida, y por lo mismo está fuertemente vinculada con la violencia(...)”²⁴⁵.

La drogadicción al igual que la prostitución es un “(...)negocio capitalizado por organizaciones poderosas que las promueven y controlan(...)”²⁴⁶. En el caso de las sexo-servidoras, sus alternativas de buscar otra forma de sustento le son impedidas por este sistema capitalista.

Este tipo de historietas distrae a sus lectores de los problemas reales, pero también los aleja de la problemática social; este medio como a la vez, cine, radio, televisión, prensa, la violencia que utilizan no “(...)presenta objetivamente ni explica las causas de la violencia social(...)”²⁴⁷, pero muestran la cultura de masas alienada. Muestra de “(...)la realidad violenta de la estructura social: su núcleo la lucha

²⁴³ Aurrecoechea y Bartra: Puros Cuentos III, Op.Cit. p.33.

²⁴⁴ IBID, p.37.

²⁴⁵ Herner, Irene y, Chellet, María Eugenia, Op. Cit. p.266-267.

²⁴⁶ IBID, p. 273.

²⁴⁷ IBID, p.269.

de clases(...)²⁴⁸ -la explotación; su resultado el trabajo enajenado y sus consecuencias en todos los niveles.

Un ejemplo -que detalla Ortiz Leroux- las nuevas mercancías sexuales, el destape del comercio sexual enuncia algunas: 1) La pornografía: a) *soft* (relaciones sexuales sin que aparezcan genitales); b) *hard* 3x relaciones sexuales entre adultos heterosexuales u homosexuales con aparición de genitales, de una gama que llega hasta la 7x. 2) Los *home-video* en los Estados Unidos su circulación es informal. 3) En México, la vida nocturna abrió más espacios: cantinas, centros nocturnos, *table dance*, *chippendale* hasta el sexo en vivo. (Ilustración 7A, B).

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACIÓN 7A

Ejea. *Sexacional de Cariñosas* año I n. 13, 15/XII/1997.



EJEA: *Sensacional de Barrios*, año IX, n. 477, 5/I/1998;

ILUSTRACIÓN 7B



²⁴⁸ IBID, p.274.

Anteriormente, Michelle Mattelart lo investigó sólo que de manera más general, en la cultura: “(...)La liberación del eros se inscribe, asimismo, en la autodefinition emancipadora de la propuesta moderna. La cultura del consumo alimenta sin dudas de esta fuente de deseo, de disturbios, de prohibiciones y de frustración, que sigue significando el sexo. Pero surge la pregunta clave: ¿Eros desencadenado o encadenado?. Respuesta: Eros desencadenado encadenado. La estructura de motivaciones en la cual influye el consumo mezcla confusamente el sexo con los elementos de éxito social y del acceso a la esfera del dinero y del bienestar social (...) La moda, por ejemplo, constituye muy bien la coartada de la sexualidad, una coartada provocativa e insolente, es cierta, pero jamás la expresión de la liberación del eros: es la señal de la sumisión demasiado exigente en cuanto a los imperativos del código social, que disuelve el goce de una satisfacción narcisista y un placer mundano, y lo sublima de la conformidad con las convenciones de un medio(...)”²⁴⁹.

“(...)¿Qué efectos tiene la presentación de actos sexuales o la referencia a actos sexuales, respecto a los valores de los espectadores en relación con este tipo de conducta” ¿Tiene efecto en la conducta del individuo la exposición a temas de carácter sexual?(...)”.

Carlos Fernández Collado increpa: “(...)Un punto que debe considerarse en términos de predecir la rapidez con que se difundirá una noticia y el número de personas a que llegará consiste en la decisión que toman muchos medios de destacar o acentuar diferentes sucesos(...)”²⁵⁰. Por lo que más adelante asienta: “(...)El estereotipo sexual, como se ha llamado el fenómeno, se refiere por igual obviamente a la manera en que los hombres son descritos, así como las mujeres(...)”²⁵¹. (Aquí remitámonos al Capítulo IV, lo escrito por Estañon Aguirre -aspecto legal- y Eynseck -aspecto psicológico-).

Veamos en lo actual -año 2001- de las historietas mexicanas posibles tendencias o intenciones para el comportamiento de sus lectores. No realizo un análisis semiológico y del discurso profundo de las historietas que ayudarían a examinar sus ventajas, desventajas o su *impasse* al leerlas. Indico, análisis profundo con estas categorías: 1. Macrounidades significativas: a) subcódigo técnico manual; subcódigo técnico electrónico; c) subcódigo gráfico. 2. Unidades significativas: a) Pictogramas o viñetas: a.1) continente; a.2) contenido; a.3) unidad de montaje. 3. Microunidades significativas: a) planos; b) cámara subjetiva; c) profundidad; ch) perspectiva óptica; d) encuadre; e) adjetivaciones; f) líneas cinéticas; g) montaje de viñetas; h) personajes; i) tipología; j) globo.

²⁴⁹ Mattelart, Michelle: *La Cultura de la Opresión Femenina*, p.65.

²⁵⁰ Fernández Collado, Carlos y, Dhanke, Gordon L: *La Comunicación Humana*, p.158.

²⁵¹ IBID, p.163.

Personajes: 1. Edad; sexo; status. 2. Atributos: físicos; de época, de lugar; de costumbre; utensilios. 3. Vestuario: funcional; expresivo; contexto interior. Tipología del personaje: gestuario (kinésico): cejas, ojos, boca, rostro, brazos, manos, piernas, pies, columna vertebral; actitud, mímica, guiño al lector. La proxémica: cerca, lejos, intermedia. La cronémica: pasado, presente, futuro, mixto. Esto realizado por autores que mencionaré en el análisis semiológico de la historieta en el Capítulo IV. En 1996, Mauro Vázquez de Jesús realizó su tesis *La Significación Social de las Revistas de Historietas de Consumo Popular*, en la cual, efectúa un acercamiento semiológico del cómic más detallado.

Todo ello podrá analizarse en un Cuadro de Análisis Semiológico y del Discurso, los elementos de análisis semiológico son: 1. Personajes. 2. Acción: a) diálogos; a.1) producción de sentido, palabras base; sentido de base; sentido de contexto; valor expositivo; valor sociocontextual; los Movimientos son los códigos: paralingüístico; prosódico; kinésico; proxémico; práctico; cultural; social. Con relaciones: intrapersonal; interpersonal; grupal; social; a.2) Funciones: referencial; emotiva; conativa; poética; fáctica; metalingüística y reconocimiento de sentido. Ambos elementos los uno para realizar un análisis del discurso: 1) Mensaje: a) literal; b) lingüístico; c) simbólico; y del Discurso: de género; de poder e ideológico. Cuadro de Análisis Semiológico y del Discurso que presento al final de la tesis -en éste ejercicio referiré algo al respecto-. Además de indicar el Modelo de Medina Pichardo: (Metas-Obstáculos-Medios-Consecuencias) *Los Efectos del Films en sus Audiencias* que, Alma Carmona Fernández y Martha Isabel Herrera Moreno lo “retomaron” y aplicaron para su análisis de contenido para las historietas²⁵².

A partir de lo anterior, señala lo que observa en las historietas actualmente. La Editorial Ejea presenta estas historietas:

1. *Ángeles y Demonios*; 2. *Sexacional de Cariñosas*; 3. *Páginas Íntimas*; 4. *Sensacional de Mercados*; 5. *Sexacional de Colegialas y Estudiantes*; 6. *Sensacional de Barrios*; 7. *Sexacional de Vacaciones, Reventones y Cotorreos*; 8. *Tierra Brava*; 9. *El Libro del Amor*; 10. *Sensacional de Artes Marciales*; 11. *¡Así Soy...! ¿Y Qué?*; 12. *Sangre Costeña*; 13. *Sensacional de Trailereros*; 14. *Una historia una vida*; 15. *Praderas sin Ley*; 16. *Prisioneras del Delito*; 17. *La Ley de la Calle*; 18. *Zona Caliente. Aventuras Fronterizas*. 19. *Sensacional de Maestros y Chalanas*.

²⁵² Carmona Fernández y, Herrera Moreno, Op. Cit. p. 57 a 60.

De la primera historieta los personajes principales están acordes con su edad, están ubicados en la clase alta, media y baja, aunque la última la resaltan más; las relaciones sexuales son generalmente heterosexuales; las características físicas son latinas; el vestuario, es más funcional que expresivo; los gestos son relativos; la proxémica es intermedia y cerca; la cronémica marca más el presente y el pasado; argumentos se refieren poco a cuestiones socioculturales. Los mensajes van más por lo literal y simbólico. El discurso, tiende a ser ideológico. Hay ocasiones que el argumento tiene un sentido de contexto y un valor sociocontextual: un padre homosexual, o bien, el abuso sexual o violencia contra menores. Ésta historieta permite que los argumentos sean variables, son aspectos de la “vida diaria” urbana aunque no analizan las causas y los temas. No ahondan ¿qué tan imbricados está la manera del ser del mexicano y de ellos, quiénes son los más propensos? Conservan el color sepia; en algunos números presentan la sección Sexo, Salud y algo más.

La segunda historieta, las peculiaridades de las personajes principales están demasiado estereotipadas, las edades para ser *cariñosas* van de los 14 años de edad y máximo los 45. Que les guste ante todo el sexo opuesto. El estrato social sobresalen el medio y el bajo. Los atributos son: de físico voluptuoso, frondoso, singularidades “aterrizándolas” con las mujeres mexicanas, a pesar de ser sensuales, no muestran violencia o violaciones en contra de ellas, al fin y al cabo, “ellas son las ‘lujuriosas’, las que llevan la iniciativa”. Costumbres -a veces indican que vienen de “provincia”- indefinidas. Captan a veces los estereotipos de cuentos, la *Cenicienta* (convertida en *Sexi-cenicienta*). Vestuario y gestuario funcional y en ocasiones exagerado -trazos de dibujos disyuntores. Proxémica: demasiado cerca, en éste presente. Metas que sobresalen: infidelidad; deseo de matrimonio; deseo de afecto amoroso, y más que eso, relación sexual. Colores de más uso: azul, lila, verde, rojo, amarillo, morado y anaranjado.

La actitud y la psicología femenina que se destaca es que son pasivas e inocentes, sociables, entreguistas, activas sexualmente, aunque le den rasgos altruistas o interesadas sin principios, ni valores, ni moral más se adaptan a todo. Rubia, morena o negra su fisonomía es igual, frondosas. Socialmente son de clase media o baja o se mantienen igual o “suben” por sus atributos físicos o por dar afecto. Diálogos con palabras de base. Códigos: paralingüístico, prosódico, práctico y cultural. En relaciones interpersonales y grupales. Funciones conativa y metalingüística. Utilizan los tres mensajes:

literal, lingüístico y simbólico. El discurso es abiertamente de género (Ilustración 8).



Del mensaje lingüístico, el término *nahualona*, puede ser un derivado de *nagualona* o *nagualcar* -que significa- intr.. Hurtar, robar. Muy vulgar. O bien: *Nahua*, común *Nahoa*. *Nahuá* (Voz huichola)²⁵³. Se observa como el personaje al mirar y mencionar las palabras: *cachetona*, *pomposa*, *petacona*, y después *na...hualona*. literalmente quisieron escribir: *nalgona*.

La interpretación queda de esta manera: a) Es una mujer con rasgos indígenas “tonta pero buenota”; b) Es una mujer con rasgos indígenas, “buenota” que hurta, que roba y es muy vulgar; c) aunque a últimas fechas, algunos jóvenes refieren la palabra *nagual* para juzgar a quien comete un error, que es un tonto: ¡Eres un *nagual*!. O bien, de manera despectiva y de menosprecio a personas con rasgos indígenas: ¡Pareces un *nagual*!. ¿Cuál es el real significado que quisieron darle?

Falta el análisis de las narraciones: del primero, en el cual escriben “las fantasías hogareñas del cliente” ¿cuáles son esas fantasías hogareñas del cliente?. Del segundo: “El cliente estaba más caliente que un carrito de

²⁵³ Santamaría, Francisco J: *Diccionario de Mejicanismos*, p.750.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

camotes” ¡Más caliente que un carrito camotero?, esto amerita varias interpretaciones y análisis que superan éste estudio.

Lo que sí cabe señalar, que en el contenido de esta historieta utilizan los tres mensajes: el literal, el simbólico y el lingüístico, muestran a la vez, la construcción sociocultural de *lo que debe ser lo masculino* y *lo que debe ser lo femenino*.

EIEA Sensacional de Mercados, año V n. 291, 5/I/1998;

I
L
U
S
T
R
A
C
I
O
N
9A



(Ilustración 9A) En ocasiones, al representar a indios o extranjeros, los diferencian con la idea de la manera de hablar: Jerónimo, es apache -indio piel roja de la raza de los atabascos-, de una reservación: los patrulleros mexicanos de la zona fronteriza lo confundieron con un ilegal, por ello lo “regresaron”; al indio no le gusta México porque hay muchos indígenas; en la historieta es el “segregato” del dueño del local que, por salvar su negocio de frutas, “ofreció” a su esposa.

Es el apache que “siendo todo un hombre” impuso su fuerza, su virilidad y logró quedarse con la mujer y el negocio, aunque la dueña era ella, quedó relegada como propietaria pero, en primer lugar como amante del indio. Hay una transformación de los personajes y de sus sentimientos. Del libanés, está la connotación y la denotación simbólica, cultural: es libanés o judío, es un microempresario, ambos la imagen de usurero, en éste caso, su esposa pasa a ser -por infiel- objeto para la usura.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

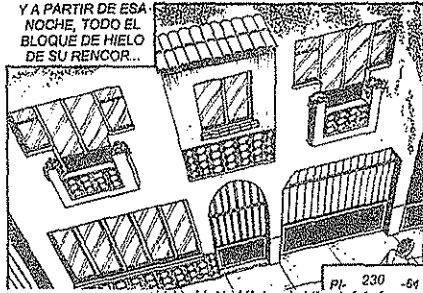
La tercera historieta *Páginas Íntimas* presenta propiedades similares a la anterior aunque la edad promedio la señalan más a favor de los jóvenes, en ésta historieta desarrollan más los argumentos y las peculiaridades y psicología de los personajes principales, los códigos se vuelven más prácticos y socioculturales. Las funciones son referencial, emotiva, conativa y metalingüística. Los mensajes son iguales. El discurso, a pesar que la-os protagonista-os están ubicados en lo presente, en el cual no está señalado subsiste la perspectiva de género.

En la mitad de la historieta sacan un suplemento de treinta y dos páginas en los cuales escriben acerca de: salud; una historia que contar; familia; recetas; pareja; de la mujer; temas de actualidad; sexualidad; horóscopos. Considerando lo loable de tocar ciertos temas en los cuales, informar y orientar al público es primordial. Sólo surge la duda de lo analítico que sean o no especialistas que conocen del tema los que colaboran. (Ilustración 10A, B siguiente hoja).

La cuarta historieta, *Sensacional de Mercados*, los personajes, las mayoría de las veces son jóvenes en relaciones heterosexuales, de estratos sociales medio y bajo, aunque indican costumbres no las definen de barrio o de pueblo. Mujeres idénticas que las *Cariñosas*. Hombres latinos parecidos a galanes de cine y TV mexicana. Su vestuario funcional en lo informal. Proxémica cerca en lo actual. Metas: obtener dinero; deseo de afecto amoroso, aunque va más a lo sexual. Su psicología en parte la mantienen sin cambios, por buscar dinero y sexo es manipulador-a; muestran momentos de altruismo o socialidad. Físicamente hombre y mujeres son activos o “potentes” sexualmente; saca provecho de sus relaciones sociales. Diálogos con palabras de base, con valor expositivo y a veces con valor sociocontextual, en tres ámbitos: interpersonal, grupal y social. Con funciones metalingüística y conativa. Tres tipos de mensajes usan: literal, lingüístico y simbólico de doble sentido. Discurso encontrado de la construcción sociocultural de género.

(Ilustración 11, siguiente hoja) Dos mujeres jóvenes golpean a un joven, en la historieta, ellas son las “busconas” u “ofrecidas” con el -que no es varonil o muestre tener dinero- es una simple persona. Cada una “buscó” la manera de relacionarse afectivamente -aunque el dibujo sugiere, el acercamiento sexual. Ambas se agreden verbal y física, son violentas consigo y por quien riñen que por ello, causan la desgracia de los tres; la simbología de las manos que “chocan” para hacer las pases resulta de paso porque vuelven a pelear por otro

ILUSTRACION 10A



ILUSTRACION 11



EJEA: Páginas Íntimas, año IV, n. 230, 6/X/1997;

164A

ILUSTRACION 10B



EJEA: Páginas Íntimas, año IV, n. 238, 1/XII/1997;

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

EJEA Sensacional de Mercados, año V n. 290, 29/XII/1997.

hombre, locatario nuevo; continúan “derritiéndose” por el sexo opuesto, objeto de conquista, de poder. Aunque el “hombre” queda como dominador de ambas. Agresión, poder y género entremezclados en un lugar cotidiano, el mercado.

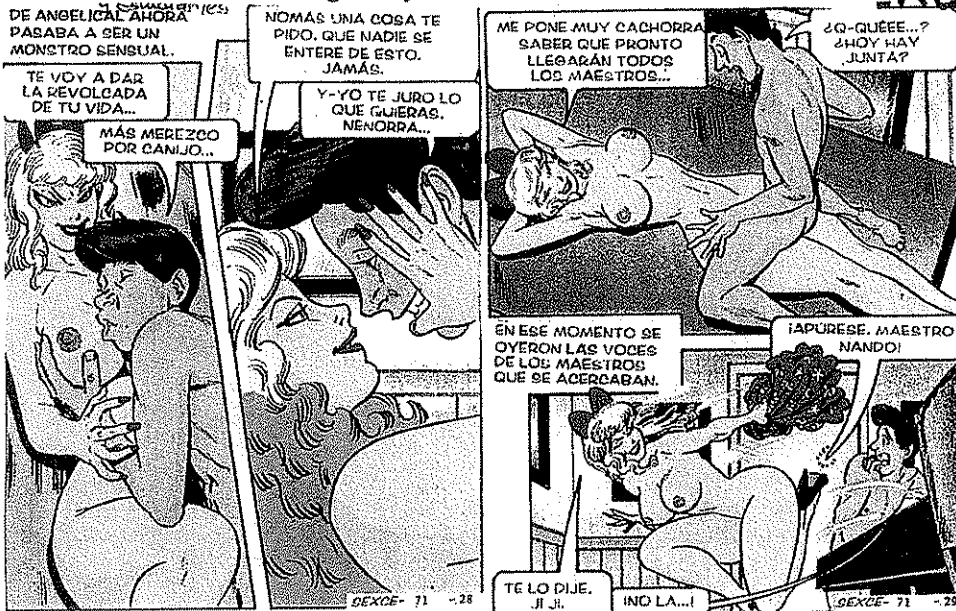
El argumento-contenido de la historieta queda en la vida cotidiana como algo “normal” aunque “muestra” una parte de la idiosincrasia negativa de las mexicanas: además no aparecen familiares o amistades, sólo la autoridad del mercado; su única meta: la obtención de placer, de conquista del sexo contrario, no vale en sí el esfuerzo del negocio, que es propio. Son unipersonales, extraño donde lo interesante es la atmósfera de compañerismo, de buen humor y respeto -de altruismo, en algunos casos- que priva en los mercados.

En cambio en otra historieta del mismo título representan a los masculinos que “pelean” por la femenina -que en el argumento buscó afecto, se relacionó con un tercero, por ello trató de sonsacar a alguno de los dos amigos- su objeto de conquista. Observación: Los *pros* y *contras*, ambientes de los distintos mercados de la ciudad capital no está reflejada, por tal motivo, también olvidan los mercados de otros estados de la República Mexicana. Un ejemplo, el caso de personas sin local, pero cercana al mercado, en Oaxaca, una señora que hace quesadillas con tortilla “negra”. A los argumentistas les faltó efectuar *la Sensacional de Tianguistas*, no valdría la pena, por los límites que hay en la de *Mercados*.

De la cuarta y la quinta historieta, menciono que los argumentos destacan las cualidades de un macho y las “calenturientas” e infieles mujeres, no en sí, en éste caso, la problemática de los mercados; de la otra historieta las extraordinarias, las lindas “re-probadas” por andar siempre en el rico recreo “ombli-gatorio” ellas hacen del “cachondeo” deporte nacional. (Ilustración 12A, B C, CH, de la hoja aparte).

La primera historieta (Ilustración 12A) muestra de manera total el uso de la mujer como objeto sexual, tanto en lo corpóreo como en sus lenguajes: oral y mímico. Dos chicas con edad promedio de 18 a 23 años, en el nivel de básico medio, sin embargo, rompe con lo real: a) Ellas parecen jóvenes y no adolescentes como los varones: a) Ellas al igual que los chicos usan uniforme que, a nivel de educación básica -secundaria- su uso es obligatorio, no así en el nivel bachilletaro.

EJEA Sexacional de Colegialas y Estudiantes, año I n. 71, 31/VIII/1998 **ERO**



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
12C

EJEA Sexacional de Colegialas y Estudiantes, año I n. 26, 26/XI/1997.?



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
12CH

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Dos mensajes simbólicos se perciben de la historietas: a) los estudiantes que llevan la materia de anatomía -¿O educación sexual?- y el deseo explícito, como lo muestran las viñetas, de pasar de la teoría a la práctica; cuestión latente que, los medios de difusión masiva sobre todo la TV, el cine e historietas resaltan; b) el mensaje simbólico resulta en hechos. En escuelas secundarias, de zonas populares, has casos de niñas embarazadas, tanto por los “juegos de coqueteo” que luego pasa al de la relación sexual, o en caso extremo los adolescentes seducen o violan a las chicas. Para no continuar el desarrollo de lo anterior, se pregunta y se sugiere ¿habrá alguna estadística de madres solteras, de la cual, indique qué tantas fueron por relación: a) familiar; b) laboral; escolar; ch) abuso violento? Existiendo algo así, habrá entonces que fortalecer una cultura-educación de los derechos humanos.

La segunda historieta (Ilustración 12B), del mismo título y editorial, también construye el género, en éste caso, masculino. Un padre -director de una preparatoria- que se alegra de saber que su hijo resultó un “macho” que “despanzurro” a cuatro chicas (gramaticalmente, romper la panza, la barriga, despachurrar, reventar. Literal, simbólica y lingüísticamente inexistente en la realidad humana). Observa tres temas -entre otras más-: a) Un padre que creyó que su hijo era homosexual, lo que en sí sería, no aceptarlo como es, o aceptarlo más por obligación que por amor; b) Vanagloriarse de que su hijo, al igual que él también es un “macho”, vale más saber que su hijo es un “garañon” (que simbólicamente representa a un hombre que es un semental pero que gramaticalmente, es un asno que sirve para la reproducción) que los sentimientos de los padre y, de plano y en pleno, de las niñas que sedujo; c) del director de la preparatoria el comportamiento que le representan: -no tiene valores, ni principios; -no tiene ni instrucción, ni educación, ni preparación; -no tiene ética; -no es honesto, ni responsable tanto en lo suyo, de su hijo y de toda la preparatoria.

Sensacional de Barrios, sexta historieta prevalecen los personajes con edades de 18 a 40 años, los personajes secundarios varían como es el caso de los progenitores. Con fisonomía muy de lo “nuestro” sea de personajes de la farándula, deportistas o bien, de una persona común y corriente. Las relaciones son heterosexuales. El estrato social es medio sobresaliendo el bajo -poco refieren de los marginados. Atribuciones lo que corresponde al lugar más no los precisan. El vestuario es funcional, informal para lo cotidiano y lo formal para reventones fiestas o centros nocturnos. Gestuario normales pero a veces con trazos disyuntores. Proxémica: cerca e intermedia. Cronémica en lo presente o con algo del pasado. Metas variables: deseo de matrimonio;

infidelidad; obtención de dinero; deseo de afecto amoroso; deseo de casar al hijo o hija con mujer u hombre rico-a. Colores: azul, morado, lila, verde, amarillo, rojo. La actitud y psicología de los personajes depende de su meta, en sí en lo físico y en lo social no varían.

La primera historieta, muestra a dos hermanas contrastantes: De comportamientos diferentes una niña, quinceañera, una “santa” y la otra, hermana mayor, “calenturienta”, ambas responsables pero más la niña porque su objetivo es su fiesta de primera comunión. Los personajes son estereotipos recurrentes proporcionados por el cine (Ilustración 13A, siguiente hoja)

En un barrio es indudable que la mayoría de las personas se conozcan, se saluden, se solidaricen ante alguna causa en común; otro estereotipo es que los pobres son muy “chambeadores” para todo, asunto real pero que no muestra por qué es así. “Chambeadores” que por necesidad económica se subemplean, sin contar con sus derechos laborales, patentizan sin considerar la falta de empleo, el hacinamiento urbano y el poco crecimiento económico, esto no está representado, esto es parte de la vida cotidiana; los contrastes referidos, la diferenciación socioeconómica los pobres y los ricos.

De la segunda historieta tipifica lo que es la solidaridad de grupo en los barrios empero, en una historieta presentan la unión entre ficheras y mecánicos: algo más, la diversión para los personajes el *strip teasse* masculino; pareciera que en cada barrio hay un centro nocturno.

La representación de la “justicia por mano propia” pareciera “normal” aceptable para el lector ante los personajes “malos” que van “directo a causar daño”, sin embargo, tal imposición no ayuda en nada, tanto a la justicia como a las leyes que se hacen al respecto; a la vez, como pueden ambas palabras -instituciones- realizar actividades si ¿los mismos ciudadanos no exigen, no reclaman, no los llaman, no los presionan? La Cámara de Diputados y la Suprema Corte de Justicia son dos instituciones, dos poderes que están al servicio de sus representados, quienes, los eligieron y a la vez, a través de impuestos que pagan, logran que continúen en sus funciones. Ahora, el argumento de la historieta es simple aunque, de una u otra manera “simboliza” lo que desde hace años existe, la movilización en barrios, pueblos o colonias ante la injusticia, un abuso: pobladores que linchan a quien violó o atropello o a quien abusa de su autoridad como funcionario público (Ilustración 13B, siguiente hoja)

EJEA: Sensacional de Barrios, año IX, n. 472, 1/XII/1997.



167A

ILUSTRACIÓN 13A

EJEA: Sensacional de Barrios, año IX, n. 481, 2/II/1998.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACIÓN 13B

EJEA: Sensacional de Barrios, año IX, n. 479, 19/I/1998.



ILUSTRACIÓN 13C

Se marca que el argumento de la historieta es simple, ahora aunque narré basándose de un hecho verídico, quedará suelto y olvidado: la justicia y la ley. La historieta “entra” a la misma situación que la TV, ambos como medios de difusión masiva recrean, establecen una atmósfera de sensacionalismo. Al darle prioridad al personaje principal, olvidan a los terceros, los vecinos. En los Barrios hay suficiente material para los argumentos como el que quisieron representar los que trafican con niños asunto “bastante rico para estudiar” pero que aquí fue de manera superficial. Los diálogos con palabras de base, sentido de contexto y valor sociocontextual. Los códigos son práctico y conativo, en tres relaciones interpersonal, grupal y social. Los mensajes literal, lingüístico y simbólico. El discurso, pareciera mostrar a las mujeres contemporáneas -en el caso de la madre y la esposa del personaje principal- aún apegadas a la construcción social de género, sin embargo, los argumentistas marcan la diferencia esposa-pasiva, prostituta-activa, en sí, esposa deserotizada; implícitamente está presente la ideología, vista en el Capítulo I.

La tercera historieta, número 479, el autor no detalla porque considera básico anotar su idea principal: la imagen, lo cual también tendería a verse como “habitual” el personaje que toma y, del hijo que sé preocupa no porque tome -lo cual, es indicio de que es lo de menos- sino de que necesita una pareja, de la compañía de una mujer -que en éste argumento es una fichera con quien procreó un hijo, medio hermano del que está con él- ¿Es “normal” el símbolo del alcohólico? Sí, lo mismo para el adulto que parezca todo menor que “conviva” con ellos. (Ilustración 13C, hoja anterior)

Esta imagen entre otras precedidas y las que continúan representan, reflejan un hecho cierto: el alcohol, el licor y las personas, de manera simbólica esta “entronizado” en la sociedad mexicana; el alcohol, el licor como “prestigio social” -lo que describió Consolación Salas. Habrá entonces que distinguir de las estratificaciones sociales ¿qué o cómo interpretan ese “prestigio social”? Un ejemplo burdo pero que puede darse en todos los estratos y las diferentes edades: ¡Yo se tomar, yo sé de diferentes bebidas. Yo aguanto más que otros! En suma, el licor como punto de referencia, punto de convivencia icono, símbolo y mito que los medios de difusión masiva “idealizan”, propagan, aquí, reúnen ambas industrias: la “cultural” y la vitivinicultura.

Ésta historieta tiende al melodrama, algunos estructuran su argumento con un principio, desarrollo, clímax los finales tienden a ser “felices”, aunque en-sí no ahonden en el problema, en sí, es un remedo de lo que se vio en cine: *Nosotros*

los Pobres, Ustedes los Ricos. Otro detalle pudo analizar la vida cotidiana de cada barrio de la ciudad de México o de ciudades en la República Mexicana, sólo al final presentan una semblanza de barrios de delegaciones.

En la séptima historieta, los personajes principales son jóvenes, con relación heterosexual con *status* medio y bajo; atributos físicos de los varones son diversos, el de las mujeres frondosas, las Cariñosas se fueron de Vacaciones; vestuario funcional. Aquí los trazos son dislocados. Proxémica cerca. Cronémica presente. Metas: abandonar el/la cónyuge por otra-o; infidelidad; deseo de afecto amoroso, paso para que ellas se entreguen sexualmente. La psicología es consecuencia de su meta, física y socialmente siguen idénticos. Diálogos con palabras de base; códigos práctico, cultural y social. Corresponde las relaciones intra, interpersonal, grupal y social. Funciones conativa y metalingüística. Con los tres mensajes literal, lingüístico y simbólico. El discurso, abiertamente de la construcción social del género. La observación: la diversión no solamente esta en las playas. México es "rico" en lugares: ruinas arqueológicas, de la época colonial, lugares de ecoturismo de la iniciativa privada o de comunidades campesinas, lugares para el paracaidismo, el bucear, el surflear, el canotear y otras más. La mayoría de las mujeres son presentada con deseos de tener sexo; en dos o tres números parecen tener principios, que después olvidan. En esta historieta, el sexo se da sin cortapisas aunque a veces al final, envían un mensaje no tan directo. El *status* de los personajes es de media y alta. El humor es espasmódico. Su leyenda: "Las chavas más buenas, jaladoras y divertidas se van contigo. Divertida y candente sexiaventura" (Ilustración 14A).



ILLUSTRACION 14A
 TESIS CON FALTA DE ORIGEN

Se trata de evitar repeticiones de las apreciaciones que analiza, por ello, no describe la primera y tercera historieta de la ilustración. De la segunda historieta apunta la simbología creada socioculturalmente acerca de la relación. Pareciera “admisible” la relación de la tía y el sobrino porque el lazo filial no es estrecho es indirecto pero, en si es, sino es la madre es la tía. Aunque para evitar “problemas de censura” añaden tía y sobrino políticos (parentesco por afinidad). Como más adelante afirmará, la educación judeocristiana existente casi en el noventa por ciento de la población mexicana marca el comportamiento de las personas. La simbología de los personajes y de éstos el estereotipo: a) sobrino joven, “desmadrozo”, reventado su único objetivo es el sexo; b) la tía, viuda de treinta y tantos años, de cuerpo voluptuoso; ella es líderesa de la “Brigada Anti-diablo” -clara alusión de la “Liga de la Decencia”- en su pueblo, regañan y señalan a los pecadores; ellas y dos mujeres mayores, católicas que “controlan” las desviaciones. La tía “cae” en las redes de seducción de su “sobrino”(Ilustración 14B).



En la historieta *Tierra Brava*, las edades de los personajes fluctúan entre los 20 a 37 años, físico regular robusto como los del norte de la República Mexicana. Güeras y güeros, resaltan las morenas con bigote; manejan más el sexo heterosexual, *status*: medio y “alto”. Vestuario: sombreros, botas, chamarras, chalecos, camisas de cuadros. La proxémica es intermedia y cerca. En la cronémica es más en lo presente, a veces refieren el pasado. La

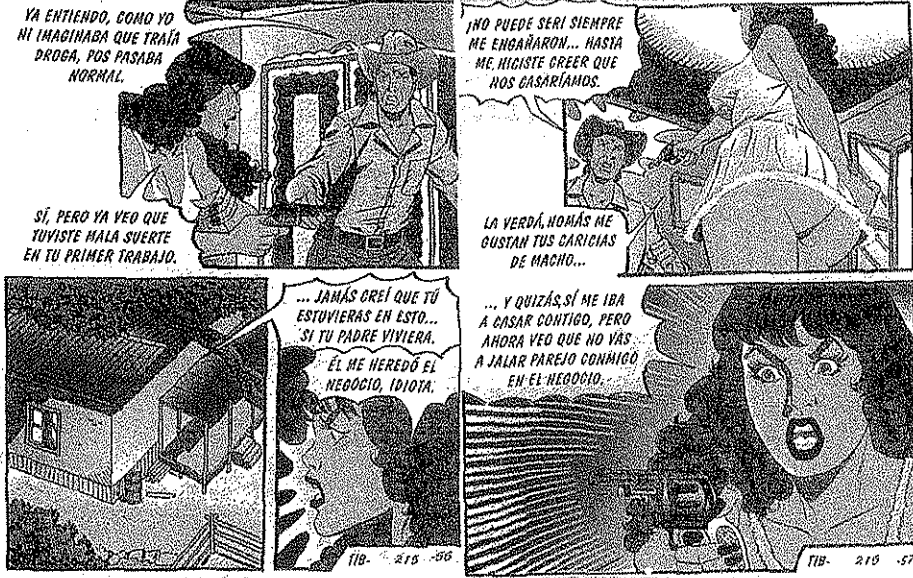
social a algunos temen la crítica social. Las funciones son de reconocimiento de sentido, metalingüística y sobre todo conativa. Los mensajes son literal y simbólico. El discurso muestra la construcción del género (Ilustración 15A, siguiente hoja).

En un argumento de esta historieta presentan a un “mujeriego” que es “padrote” y tratante de blancas en esa parte de la República Mexicana; o bien, refieren acerca del narcotráfico, cuestión que últimamente surge en los argumentos de las historietas que no precisan del género policiaco. Al último una sección *México Insólito* descripción de algún lugar, arquitectura, arqueología de la República Mexicana. Esta historieta nos proyecta más que costumbres de poblados, los instintos sexuales que hay en la gente; sin embargo, la educación judeocristiana que impera tanto en el norte como en el sur de la República Mexicana, sobresale por encima de los instintos. Otra cuestión, estos números analizados representan el centro y norte de la República, aunque en algunas ocasiones la imagen parece más cercana a la del *cowboy*.

Captan acerca de las aventuras de los narcotraficantes y sus enfrentamientos con las autoridades, más no en sí, lo ilegal de la acción intención de estos, el de la “idea” de un de la sociedad. Inaceptable como es la segunda historieta -número 213: a) las dos mujeres -amantes del jefe narcotraficante- pelean “hasta matarse” por su hombre, para el lector “también puede ser costumbre”; b) Ambas “zorras” -dicho por el presidente Municipal, el “traidor”- se unen, “luchan” contra quienes mataron a su hombre para después, ellas ser narcotraficantes. Sin describir más, ésta historieta transgrede uno -o quizás varios- de los preceptos del Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas (Ilustración 15B, siguiente hoja).

De la primera historieta muestra el lado contrario, la mujer -narcotraficante- que manipula al hombre como objeto sexual por ser “un buen macho”, y para sus intereses ilícitos; en la cuarta viñeta, no obstante que antes como después la “pareja “hace el sexo”, la mujer -el dibujante hace que en contrapicada, de abajo hacia arriba, en composición dispar, observemos- sus gluteos que la hacen ver “buena o “buenota” pero que, apunta y quiere matar al hombre. Es la muestra de la construcción del género más no en sí de una problemática social, ella es narcotraficante de drogas (Ilustración 15C, siguiente hoja)

En la novena historieta, *El Libro del Amor*, los personajes son en su mayoría juveniles y heterosexuales de *status* medio; características físicas latinas,



YA ENTIENDO, COMO YO NI IMAGINABA QUE TRAÍA DROGA, PDS PASABA NORMAL.

SI, PERO YA VEO QUE TUVISTE MALA SUERTE EN TU PRIMER TRABAJO.

¡NO PUEDE SER SIEMPRE ME ENGAÑARON... HASTA ME NIGISTE CREEER QUE NOS CASARÍAMOS.

LA VERDÁ, NOMBÁS ME GUSTAN TUS CARICIAS DE MACHO...

... JAMÁS OREÍ QUE TÚ ESTUVIERAS EN ESTO... SI TU PADRE VIVIERA. ÉL ME HEREDÓ EL NEGOCIO, IDIOTA.

... Y QUIZÁS, SI ME IRA A CASAR CONTIGO, PERO AHORA VEO QUE NO VAS A JALAR PAREJO CONMIGO EN EL NEGOCIO.

171A

I L U S T R A C I O N 15A



¿ SABES QUÉ "MUGRE", A MI YA ME GUSTÓ EL DORLOTE. ¿ QUE TAL SI ORA AGARRAMOS EL "NEGOCIO" PA' NOSOTRAS? NOMBÁS ES COSA DE CONTACTARNOS CON LOS DE ARRIBA.

POS NO SERÍA MALA IDEA... SEGURO RAFAEL HASTA BAILARÁ DE GUSTO EN EL INFIERNO.

ENTONCES, SALUD POR EL "NEGOCIO", APESTOSA.

¡ SALUD, BASURA! ¡ JI, JI!

"LAS HOVIAS DEL TRAFICANTE, SON MUY MALAS EN VERDAD... EL QUE SE METE CON ELLAS, HASTA LE PUEDE PESAR"...

¡ ESAS SON LAS PATRONAS!

I L U S T R A C I O N 15B



¡ PERO NUNCA DEJAREMOS QUE NANCHES LA MEMORIA DE NUESTRO PADRE!

¡ ERES PEOR QUE UNA PERRA EN BRAMA!

LOS AGÓNICOS LAMENTOS DE SUS HIJOS EXCITARON MÁS LOS SENTIDOS DE LA MUJER.

¡ P-PENÉTRAME! ¡ HAZME TUYA TODAS LAS VECES QUE QUIERAS!

¡ POR ESO QUERÍAS ENCABOARTARTE DEL MAISTRO!

¡ CALLENSE, DESDICHADOS!

¡ A-AMAME!

ESTÁS LOCA.

CARNELA RESPONDIÓ COMO NIQUINO DE LOS TRES LO ESPERABA.

¡ LES DI MUJERES PA' QUE SE DIVIRTIERAN!

¡ AAAAAH!

I L U S T R A C I O N 15C

resaltan más a las rubias. Las costumbres lo que ocurre en la actualidad; vestuario funcional, ropas entre lo formal e informal. El gestuario es relativo no muy mercado. Proxémica cerca e intermedio. Cronémica: presente a veces con referencia al pasado. Los colores son elementales. Metas apegadas más al afecto amoroso. La psicología de los personajes varía un poco, en el ámbito social también. Diálogos manejados en tres vertientes: palabras de base, valor expositivo y valor sociocontextual, con aspectos grupales y sociales. Los mensajes también son literal y simbólico. El discurso del género lo manejan de manera sutil.

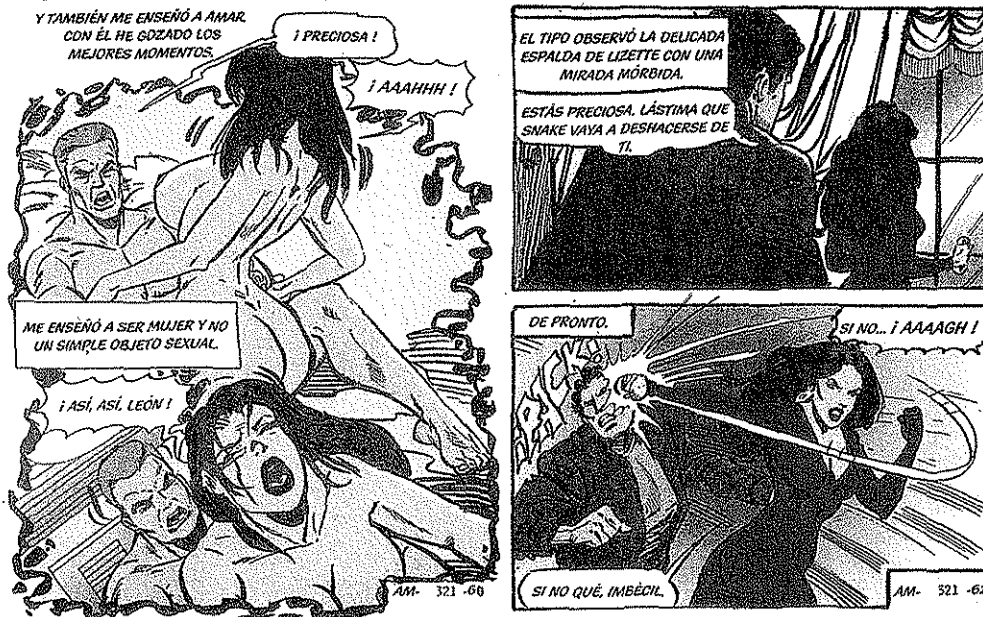
Hubo el caso específico de una historia (número 513, del 7 de enero de 1995; Ilustración 2C)) cuyo argumento: trata del hombre que se operó para convertirse en mujer, y después se casó. En sí, lo que es uno de los “intersexos” biológicos: *merms* o hermafrodita masculino, persona que tiene testículos pero que presenta, otros caracteres sexuales femeninos; cuestión no manejada en la historieta que en sí, presentó una mujer con deseo de afecto amoroso (historieta que sirvió de ilustración, en el caso de los intersexos). Ésta historieta tiene menos desarrollo que la de *Páginas Íntimas*. Es una historieta lineal sólo los esbozos climáticos “aderezan” la historia, la cual, la mayoría de las veces tiene final feliz. El amor triunfa.

De la décima, comento que algunos mexicanos sobre todo de la clase baja aprecian las Artes Marciales, con ese dato, realizan dicha obra. Inventan historias que rayan lo absurdo porque si comparamos que mientras en las películas del mismo tema, el sexo, pocas veces forma parte del *film*, en la historieta es el “gancho”, además, si la violencia caracteriza a dichos filmes en la historieta se pierde. En sí, en ambas el poder puede reflejarse.

Los modelos tanto el masculino como el femenino son expertos en artes marciales, ambos comprometidos con la justicia, aunque observa que, es más personal que de servicio a alguna institución; expertos que de manera unipersonal o “sin querer” quedan involucrados contra los personajes delincuentes, los cuales no son comunes, pertenecen a organizaciones o mafias de narcotraficantes. Ambas situaciones, personaje principal y argumentos que narran acerca de mafias son clichés. Se ironiza esta cuestión de sus personajes principales les será difícil estereotiparlos cómo enfrentarlos contra terroristas o contra mercenarios (Ilustración 16A y B).



I L U S T R A C I Ó N 16A



I L U S T R A C I Ó N 16B

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La undécima historieta, *Así Soy...¿Y Qué?*, no es cómica o de humor, es algo más formal. Personajes jóvenes y adultos la mayoría con tendencia heterosexual; *status* representados medio y bajo, ocasionalmente alto. Atributos según su ubicación de contexto, o de costumbres aunque para mí, es relativo eso. Vestuario funcional pero expresivo; el gestuario de acuerdo con la situación. La actitud muestra la intransigencia, intolerancia, instintos de personas que las personas reflejan. Personajes ubicados en México. Muestra según, la idiosincrasia del mexicano, cuestión que vuelvo a comentar es relativa, el mosaico cultural es heterogéneo, la mayoría de las personas se identifican en la sociedad que se encuentra. El estereotipo de estos personajes

muestra más a una-o inadaptada-o, el lado más negativo. La proxémica es cerca e intermedia; la cronémica es más del presente. Colores elementales.

Metas enfocadas a la infidelidad; obtención de dinero; abandonar al cónyuge. La psicología del personaje la mantienen igual; físicamente puede variar por cuestiones violentas. En lo social siempre varía por su manera de ser o interviene contra él/ella la justicia o una situación adversa o fallece o lo matan. No hay en él/ella arrepentimiento, reflexión o cambio de conducta. Los diálogos son más de sentido de base y de valor expositivo. Los códigos resaltan más lo práctico y lo sociocultural. Los mensajes son más literal y simbólico, pocas veces lingüístico. El discurso al manejar la idiosincrasia de las/los mexicanos, resalta ambos géneros, creando una tendencia más ideológica que de trascendencia humana.



(Ilustración 17A) Acerca de la primera historieta, en sus cuatro viñetas hay material de análisis: 1) la TV, más que un elemento de los mdm es un icono, símbolo y mito de la vida cotidiana; por otro lado, no se induce si es realce, exhibición, prejuicio o perjuicio en contra de dicho programa que dibujan: 2) de las mujeres, los espacios que en la actualidad ocasionalmente asisten los *chippendale* o *stress-tease* masculinos, ahora, que lo frecuente un personaje público tiene sus pros y sus contras; su vida pública debe ajustarse al ámbito de su actividad, su vida privada debe respetársele no es así cuando por decisión propia o por "presión" de los mdm, hacen de su vida privada un asunto público; aspecto que supera al autor y sobre todo a los historietistas porque en sí, la viñeta parece más una denuncia, un *tips* sensacionalista. Los

aspectos legal y jurídica (Ley de Radio, TV y Cine, el Reglamento de Revistas, y el derecho de replica) son inexistentes. La tercera viñeta esta representada por cinco personajes y la TV: una pareja, al parecer “treintañeros”, tres menores que sólo se ven sus cabezas -despeinadas por cierto- una adolescente o joven que “usa” un lenguaje vulgar: “Mugre vieja pornográfica” (gramaticalmente, mugre como sucia, pecaminosa; vieja, que ya esta anciana, no “debería andar en eso”; pornográfico relacionándolo con el sexo, interpretación: Sucia anciana apegada al sexo. Interpretación real: Mujer sin valor, anciana que se aproxima o trata, acerca de la prostitución). Supuestamente son de clase media, por el peinado de la señora, la vestimenta de la adolescente, la lámpara, el cuadro, además él y ella leen una revista o periódico. La cuarta viñeta, es para enfatizar el lugar donde trabaja la artista: la primera y la segunda viñeta pueden ser la postura del historietista o de la misma editorial (?) respecto a la “guerra de la televisoras (1997), lo que es indicio de contexto o de “cultura”.

EJEA, *Así Soy...! ¿Y Qué?*, año X, n. 548, 1/I/1998.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACIÓN
17B

(Ilustración 17B) La segunda historieta modelo, exhibe dos estereotipos: a) “la forma de ser del mexicano” su idiosincrasia, su propio temperamento pero, el negativo; b) los de la clase baja son siempre los que causan los problemas. Cuatro viñetas que “especifican” -y redundan- la violencia del conductor: 1) el horror del ciclero que lleva el pan, del conductor su gesto “indiferente y de fuerza” del atropelló; del pasajero su gesto de horror al sentir que se “va” contra el parabrisas; 2) el ciclero va cayendo por el dolor; la sombra del pasajero que exclama dentro del microbús; 3) del conductor su violencia contra el pasajero y la agresividad de los demás pasajeros; 4) del conductor la

indiferencia al ver por el retrovisor al ciclista tirado en el asfalto y, la agresividad verbal.

En sí la historieta quiere “marcar” o representar ese temperamento deniega -por eso el título de la historieta- de los conductores de microbús: a) prepotentes con los pasajeros, indiferentes a los reclamos; b) agresivos por no reconocer sus fallas al conducir, que por ello, “llegan” a la violencia contra los pasajeros o con otros conductores. Reproducen del conductor su sarcasmo del lugar donde llegará con el vehículo, el ambiente obligado de la música que sintoniza, música “grupera”, Grupo límite o Selena.

Historieta “cargada” de simbolismo sociocultural. Edgar Mason apunta éste tipo de carácter: a) El valentón que se emborracha y menosprecia la vida; b) el abuso y el engaño o el “chingar a los demás”; c) el manejar dinero de los demás de manera corrupta; ch) El “valemadrismo” de su vida y la de los demás. De otros aspectos: la irresponsabilidad sobre todo de quien es dueño de un vehículo, a la vez, tal persona huya ante un accidente por mínimo que sea; lo grave, la indiferencia, la irresponsabilidad, la insensibilidad por la muerte de un prójimo.

Pareciera una constante en casi toda la República Mexicana permiten que conduzcan adolescente -que aún no tiene la edad para conducir- y jóvenes; no hay nada contra ellos, más bien depende del dueño del vehículo que quiere, evitar pagar más dinero, los padres que admiten que manejen y de las autoridades no son estrictas, conceden permisos y licencias pero no aplican los exámenes respectivos y exhaustivos; de esto último, “reflejan” la burocracia que aplica la ley -debe extenderse a toda la República para su localización-, contra el dueño más no persigue al causante, o bien, la corrupción imperante.

De las peculiaridades apuntadas, redundan en tres aspectos:

- a) Socioculturalmente la mayoría de los mexicanos padecemos por dichos comportamientos;
- b) El texto y la imagen;
- c) La argumentación en momentos es ambivalente “calificativa”, sin sentido, notándose una sintaxis irregular, motiva que...
- d) de manera general, la repetición de esa “personalidad” mexicana sólo provoque un vacío en el lector. ¿Qué debemos hacer? ¿Irritarse, actuar? Quizás, es preferible realizarlas contrastándola con los derechos humanos, la aplicación de la justicia y de las leyes que en ésta historieta “vagamente” muestra. Un elemento positivo de la “forma de

ser del mexicano”: la solidaridad (la contraparte, vista en la ilustración 22, la “solidaridad para linchar al delincuente).

Al final, en ocasiones presentan artículos o colaboraciones de casos “reales” o imaginados. Trata diversos temas, igual de los siete pecados capitales aunque de manera superficial ¿qué tanto es por naturaleza, desarrollo o interacción con los demás? De los números observados, los personajes están en la edad de 20 a 30 años; de nivel medio y bajo de ingresos y educación. Los personajes masculinos mantienen el estereotipo de machos; las mujeres de pasivas a activas sexuales.

La duodécima historieta, *Sangre Costeña*, los personajes presentados son de diversa edad, presentan más la tendencia heterosexual; con status medio y baja. A pesar de estar cerca de la costa, las imágenes como los atributos de los personajes poco lo reflejan aunque el físico lo apegan a lo latino. Proxémica cerca e intermedia; crónemica del presente. Metas de deseo de afecto amoroso; de matrimonio y algo de infidelidad u obtención de dinero. Si hay manejo inicial y final de la psicología del personaje, socialmente casi no varían. Diálogos con palabras base y valor expositivo. El código es práctico. Más de relaciones intra, interpersonales y social. Funciones emotiva y conativa. Los mensajes literal y simbólico. El discurso tenuemente marca ambos géneros, y también sutilmente una ideología. En un número expusieron algo de personas -por cierto, extranjeros con fisonomía de “gringos”- que “usan” a los menores para pornografía infantil en videocasete (historieta que ilustra el abuso de menores). Al último presentan tres secciones: *Con Sabor a Mar*; *Leyendas del Mar* y *Los Barcos de Guerra*.

(Ilustración 18A, siguiente hoja) El primer ejemplo (año II, número 99) de manera inconmensurable dibuja tres momentos tristes y violentos: 1) la cabeza de una persona arrastrada por el huracán y su caudal que, destruye las casas; 2) las manos crispadas, los pies que sobresalen en el “montón” de objetos, lodo y agua; 3) humanos, animales y objetos devastados. Una sola viñeta con una creativa composición bastaba para ilustrar la “violencia” de la naturaleza. Sin embargo, algo importante se desprende de lo anterior, la representación dentro de las historietas de las “desgracias” efectuadas por la naturaleza es “bueno”, mejor si la publicación es de manera esporádica y constante. Excelente será que los editorialistas y el Gobierno Federal realicen historietas con información y de orientación de protección civil (doméstica, laboral, industrial, civil y nacional): de sismos, de incendios, de amenazas de bomba, de robo o de asalto, de prevención contra huracanes, de torbellinos o lo que “vivimos” el alerta de la erupción del volcán Popocatépetl.

INEVITABLEMENTE Y DE MANERA
VIOLENTA, LA NATURALEZA
RECUBRABA SUS ESPACIOS.



NO ESTAMOS PREPARADOS
MUCHAS MUERTES PUDIERON
EVITARSE. AQUEL PANORAMA ERA
PATÉTICO. LOS CUERPOS HUMANOS
SE MEZCLABAN ENTRE LAS AGUAS.



FUERON SOLO UNAS HORAS EN
QUE EL HURACÁN PAULINA SE
CERNIÓ SOBRE AQUELLAS COSTAS.



PERO BASTARON PARA DEVASTAR
A LAS ZONAS MÁS MARGINADAS.



MUERTOS, FLOTABAN ARRASTRADOS
POR LAS INCONTENIBLES
CORRIENTES. ANIMALES DOMÉSTICOS
Y OBJETOS SE ACOMPAÑABAN EN SU
ÚLTIMO VIAJE.

SCOT- 99 -36

177A

I L U S T R A C I Ó N
18A

NUNQUA ADVIRTÍO LA
PALECEA DE JAIRÓ, SOBRIÑO
Y GUARDIAESPALMAS DE
ESTEBAN. QUIEN SE OPIÓ
EN LAS SOMBRAS.



¡QUEVA, ZORRAI! VENGO A
PRESENTARTE A TU NUEVO
DUEÑO.

¿POR QUÉ ME HACES
ESTO? ¡MALDITO!

¡JE, JE!

DOS HOMBRES ATARON A LA
AYERECADA CHIDA, MIENTRAS
EL TRATANTE DE BLANCO
RECIBÍA SU PAGA.



¡MAGHI!

ES LISTO
GENEROSO.

LEANDRO ERA CAPITÁN DE LA
NAVE Y SU INVITADO ERA
ESTEBAN ARCE, DUEÑO DE
CASI MEDIO PUEBLO.



QUEDARÁ LISTO CONTENTO
CON LO QUE LE TRAIGO.

LA LUZ DE LA LÁMPARA
HIRIÓ LAS PUPILAS DE TRES
JOVENITAS QUE LUCIÁN
ATERRADAS.



ES RUBIA Y HUÉRFANA, COMO
A USTED LE GUSTA. ¡JE, JE!

¡OOH!

¡NO PUEDE SER!

I L U S T R A C I Ó N
18B

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

...NO ME PONDRÉ LA
YANGA QUE ME DIERON.



ESO DÉJANOS NOSOTRAS
TAMBIÉN CUANDO EL
HAYECANTE NOS VENIDIO.

PERO NOS COSTÓ UNOS
DIENTES MENOS Y VARIAS
COSTILLAS ROTAS.

¡QUE?



EH ESO, UNA VOZ RETORNO
EN LA CABEZA DE LA JOVEN.

¡AQUÍ NO ESTÁS EN TU PAÍS,
NI ENTRE TU GENTE, PERRA!



¡DOS PESCADORES QUIEREN
VER TU CUERPO!

¡AYY!

I L U S T R A C I Ó N
18C

(Ilustración 18B y C, hoja anterior) El segundo ejemplo lo explica pero, considera importante la mención acerca de la historieta *Sangre Costeña*, número 93, el argumento gira en torno al “tráfico de seres humanos”, los “tratantes de blancas”, tema novedoso dentro de la historieta, sin embargo, poco o nulamente analizado como publicado en historietas. La imagen de la vida cotidiana de esa parte de la República Mexicana no es una representación verídica.

La décima tercera historieta, en algunos números, a pesar de ser de trailers orientan acerca de natalidad, sexualidad. En algunos números la mujer, a pesar de que es protagonista sea o no por la historia es, objeto sexual; de estratos sociales media y baja; en la mayoría de los números necesaria o innecesariamente aparece el sexo aunque su venta sea a todo el público.

La décima cuarta, *Una historia una vida*, personajes con diversidad de edades sellan la tendencia en lo heterosexual. Con los tres estratos conocidos alto, medio y bajo, los dos últimos los representan más. Los atributos como costumbres según el lugar donde resida norte, centro, o sur. Vestuario con diferente matiz: funcional, expresivo o de contexto exterior. El gestuario de acuerdo a las circunstancias; proxémica cerca e intermedia; cronémica, presente con relaciones del pasado. Metas señaladas: deseo de afecto amoroso; deseo de matrimonio y, obtención de dinero. La psicología de los personajes principales, si la cambian, la fisonomía prosigue y en lo social la modifican. Diálogos: con palabras de base y valor expositivo, pocas veces sociocontextual. Códigos el práctico. Más estimado a las relaciones interpersonales y a veces sociales. Funciones más conativa que referencial. Colores sobresalen más lila, rojo, blanco y verde. A veces al final presentan una sección con artículos o colaboraciones.

Ésta historieta también maneja los cuatro vértices para crear interés en el lector: violencia, intriga, poder, sexo. Las pasiones inconscientes e irracionales que hacen que algunos humanos para afectar a otros, son historias que refieren al presente, la acción del personaje principal, son a la vez decir que, en ese momento todo y sólo le ocurrió a él o ella, no hay (o hay poco) antecedentes de su infancia, adolescencia que “marco” su presente.

Un ejemplo ilustra éste título, aquí narra sólo el simbolismo representado en el contenido: 1) el enojo de la madre ante la acusación de la amiga de su hija que le dice, del tío -hermano de la señora- que es sacerdote, ha abusado

sexualmente de varias niñas.. en sí, es el tipo de incomunicación de la madre y de la hija; además, la madre por su tradición católica, por su “ignorancia”, por su cultura simbólica -al igual que las autoridades- creó más en su hermano-cura que a su hija, que llora de impotencia ante la “cerrazón de su madre; 2) la imagen referente, sociocultural y simbólica del sacerdote “auto-punitivo” de su pecado cometido; en la viñeta, compuesta de un plano general, en picada, vemos al cura postrado ante la figura del Apóstol San Judas Tadeo, en sí, lo que debe captarse no tanto el autoflagelación sino el desconocimiento que existe acerca de las penas que infringe el Episcopado Mexicano hacia el sacerdote que abusando de una menor, contraviene a las “leyes divinas”, las leyes de la Iglesia, las leyes civiles. En sí, el tema de la religión -en todas sus vertientes- causa polémica. Ante lo ignorado, mejor buscar información; realizar argumentos como el de arriba relatados, es “caer” en un círculo vicioso, es realizar clichés, es continuar estereotipos tipificados (Ilustración 19).

EJEA *Una Historia una Vida*, año IX, n. 486, 16/11998.



I L U S T R A C I Ó N 19

La décima quinta historieta *Praderas sin Ley*, se ubica en el oeste, los cowboys, el icono y simbolismos de la violencia, el poder, donde no existen ni normas, ni comportamientos definidos, éste tema del oeste sin ley permite que se escriban historietas de lo más raro; es a la vez, la efervescencia del machismo ¿el machismo de los norteamericanos?. En otro orden, de las historietas sobre el oeste, ésta utiliza el sexo de manera más abierta. (Ilustración 20).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

EJEA Praderas sin Ley, año I, N. 9, 31/X/1997

I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
20

La décima sexta, *Prisioneras del Delito* (Ilustración 59C, hojas precedentes), surge a la “luz pública”, a finales del mes de noviembre de 1997. el título de la historieta está enfocado al grupo de cárceles, presidio, penitenciarías u otros rótulos. Tipo derivado de las aventuras de detectives, policíacas contra ladrones estableciéndose en el policiaco. En éste asunto, la editorial Novedades mantiene el gusto de los lectores por éste grupo, desarrollando y especificando su línea editorial. Por su parte la editorial Ejea con *Prisioneras del Delito*, pretende aplicarla de otra manera, el argumento -en el caso de la ésta historia del año I, número 6, del 6/I/1998, que por cierto, las imágenes de la historieta ilustran la agresión física- lo basan de un hecho “real”, así escrito en la sección *Caso Juzgado*. Al final de la historia están tres secciones: a) *Caso Juzgado*, narran el caso del delincuente, cabe mencionar que además apuntan el teléfono de la Procuraduría General de Justicia del D.F; la dirección de una institución denominado centro de Atención a la Violencia Intrafamiliar; b) la sección *Lo que debe saber de... ¿Qué es el derecho familiar?*; c) la tercera sección, *Buzón legal*, los tres apartados los escribe una abogada. Continúan los estereotipos, el personaje femenino es de facciones y porte “fino”, de buen cuerpo; ella es de clase media. Los historietistas acerca de los presidios representan más lo negativo poca o nulamente los avances, las limitaciones, los retrocesos y sobre todo los derechos humanos ¿cómo puede un interno-a denunciar, demandar a sus guardianes? En lo presente es a través de la CNDH aunque, la recomendación que emita las autoridades carcelarias no la respeten, las transgredan.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La décima séptima historieta, maneja personajes, la mayoría juveniles y heterosexuales de estrato social medio y sobre todo bajo; el vestuario es funcional al igual los gestos. La proxémica es cercana, en tiempo presente. Con metas, sólo una, obtención de dinero. Los/las personajes principales, no varían mucho o nada su psicología inicial y final, al igual su fisonomía, socialmente varían, pero después, les cae el peso de la justicia o mueren violentamente. Diálogos de palabras de base, sentido de contexto y valor expositivo. Los códigos son paralingüístico, práctico y social en relaciones que van de lo intra, interpersonal, grupal y social. Los mensajes son tres literal, lingüística y simbólica. Representan delicadamente ambos géneros; sin embargo, se percibe la ideología: el maniqueísmo los buenos y los malos.

EJEA: *Ley de la Calle*, año I, n. 83, 24/XII/1999.



I L U S T R A C I Ó N 21

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

(Ilustración 21) Reflejo, representación u “orientación” de la manera de vivir de los delincuentes en la vida cotidiana de las ciudades, “esclarece” o sea “punto de referencia” a los lectores “ávidos” de aventuras, sobre todo nocturnas o bien, lectores “inocentes” que desconocen el “otro ambiente”, el de los noctámbulos de una ciudad “despierta”. Existe bastante material, basta con revisar de los periódicos las notas rojas, sin embargo argumentos que lleven esa “tónica” o el sensacionalismo seguirá el ciclo y romperá una idea o una línea de acción: el conocimiento de la “ley de la calle”. No tanto por el lado simbólico sino lo que es en sí, un proceso de la vida cotidiana ¿cómo sobreviven las personas carentes de recursos económicos, de instrucción, de valores y principios?.

EJEA: Zona Caliente Aventuras Ardientes, año I, n. 80, 16/XII/1999.

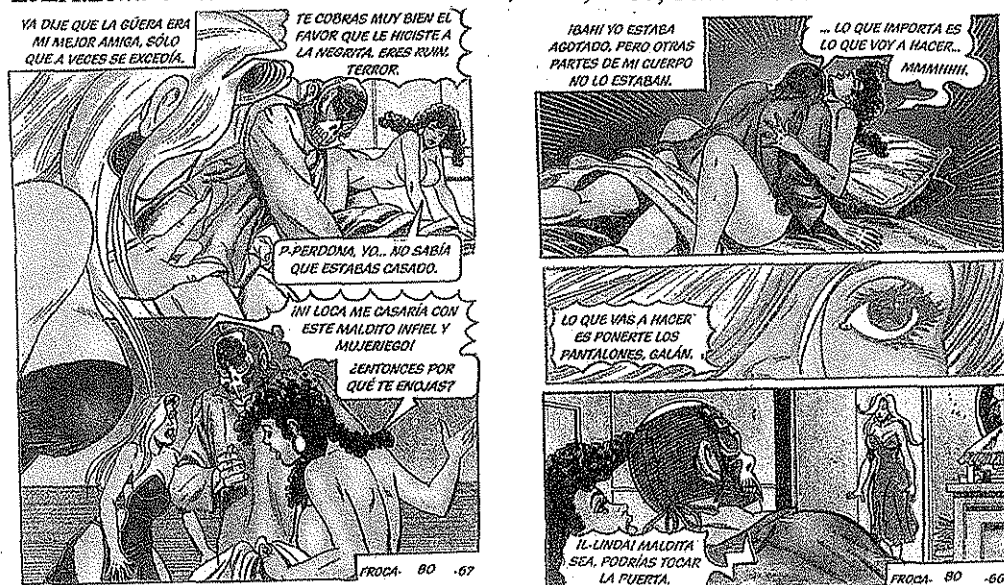


ILUSTRACIÓN 22

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

(Ilustración 22) En la décima octava historieta *Zona Caliente. Aventuras Fronterizas*, las características de los/las personajes principales tienden a ser similares; el vestuario a veces es expresivo; el gestuario tiende a veces a exagerar, proxémica cerca; cronémica de presente y algo del pasado. Metas no definidas aunque podrá ser deseo de afecto amoroso o sexual. La psicología, fisonomía y su conducta social varía en parte; diálogos con palabras de base. Códigos el práctico y en ocasiones paralingüístico en relaciones más interpersonales y grupales. Las funciones son en sí: conativa y metalingüística. También usa los tres mensajes literal, lingüístico y simbólico. El discurso de la construcción del género.

Paso a la décima novena historieta, *Sensacional de Maestros y Chalanas*, las peculiaridades de los personajes principales en cuestión de edad es variable, aunque la juventud se impone. Similar es la relación heterosexual. Cabe el *status* más el medio y el bajo. Fisonomía latina aunque en esta historieta “cómica” como otras de la misma clase, en ocasiones hombres y mujeres moreno-as o negro-as suelen tener ojos verdes o azules. El vestuario es funcional; el gestuario tiende a la disyunción; proxémica cerca e intermedia; cronémica: presente. Metas, distinguen la infidelidad, obtención de dinero y deseo de afecto amoroso pero marcado por el sexo. Resaltan los colores morado, verde, lila. La psicología de los/las personajes principales poco varía, asimismo en lo físico y lo social. Diálogos palabras de base. Códigos: prosódico y práctico con relaciones interpersonales. Funciones: referencial y conativa. Mensajes: literal, lingüístico y simbólico. Discurso de la construcción sociocultural del género.

(Ilustración 23A, n.439, siguiente hoja aparte) Del primer tipo señala el icono, símbolo y mito creado por el cine mexicano, Pedro Infante en una escena de *Nosotros los Pobres y Ustedes los Ricos* que, al igual que la TV esta presente en la vida diaria. Las personas inclinadas a imitarlo, pocas son las que distancian el personaje de las películas y él como ser humano, contrastando con otras películas del actor de los cuales sobresalía el temperamento “machista”, que se volvió el estereotipo para la industria cinematográfica mexicana. Del filme mencionado, destaca la exaltación de la pobreza como “lugar común” de lucha diaria, tenaz, honrada y honesta, abiertos y firmes. Las virtudes escritas respecto de la pobreza no son deleznable, lo es al mantener, continuar la simbología que implica y, el prototipo del personaje. La pobreza no son sólo éstas u otras imágenes proyectadas o representadas por los medios de difusión masiva; la pobreza es un proceso, pero en dicha sucesión deben destacarse las opciones, las alternativas de vida que las personas en su vida cotidiana generan; ellos son los partícipes de su desarrollo.

Del número 455, siguiente hoja aparte; recrean cuestiones: a) los esposos ambiciosos, holgazanes que manipulan a sus esposas, para que ellos obtengan lo que les interesa, diversión y placer; b) de esposas sumisas, abnegadas a mujeres infieles y activas sexualmente; c) la manipulación del padre con sus hijos sólo para “gozar” de sus tres nueras, las cuales, se “deshacen” por él, dan tres interpretaciones: 1) un padre hedonista que por ello, manipula; 2) tres mujeres hedonistas sin principios, ni valores para-sí y con sus esposos; 3) un anciano que aún desea sentirse joven (al igual es en el número 451-ilustración 23CH- sólo que en éste número, el anciano es impotente) y mostrarse como “semental”.

El ejemplo tres de *Sensacional de Maestros y Chalanas*, es una de las fantasías -entre otras más- sexuales como el de ser visita-huesped y, que lo “cobije entrepiernado” la “buenota” de la mujer ajena, la anfitriona. De ésta simbología luce el estereotipo otorgado a los mecánicos de automóviles: el de “machos”, con las mujeres son galantes tiernos, acomedidos con las que le atraen, así como aquellas que se sienten atraídas, aunque estén casados son “caballerosamente infieles”. Sería interesante recordar los oficios olvidados, los que prosiguen y, conocer los contemporáneos. Ésta historieta al igual que la segunda, cuarta, quinta, sexta, séptima y la décima octava, parecen una exaltación al machismo mexicano, todas las mujeres de distintas edades y

15/IX/1997

183A

ILUSTRACIÓN 23A



1/XII/1997

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACIÓN 23B



TEXTOS: JESÚS OLIVOS SM 455-78

24/XII/1997

ILUSTRACIÓN 23C



SM 454-8

EJEA Los Sensacionales Maestros y las Chalanas y demás Chambitas, año VIII n.451, 3/XII/1997.



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
23CH

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

estratos sociales, aunque sea su propia esposa, son sus objetos sexuales. *Maestros y Chalanas* son de clase baja. (Ilustración 23C, hoja anterior).

En las historietas mencionadas sobre todo las “cómicas” hay errores de continuidad: en los colores de los ojos o de la ropa de los personajes varían en una o más viñetas; en el dibujo de las mujeres, las dibujan totalmente desnudas y en otra viñeta tiene brasier o pantaleta, o el descuido máximo, realizan el sexo ella o él con sus prendas íntimas puestas mientras el argumento y las onomatopeyas indican su realización.

A veces redundan el texto o el dibujo para evitar esto, lo solucionan utilizando el metalenguaje o hasta el paralingüístico por ejemplo:

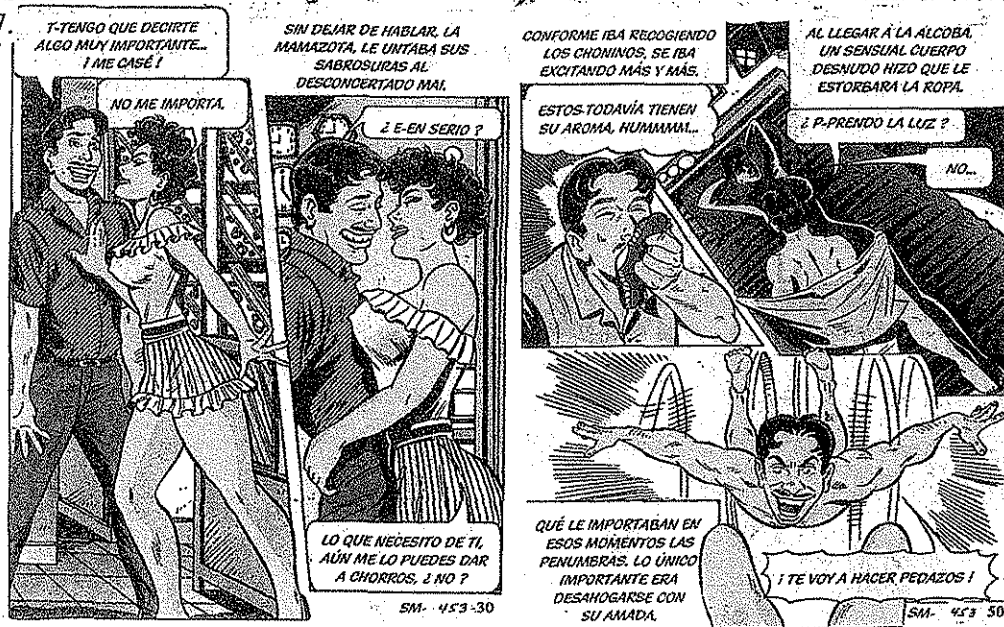
Mujer: -Me desvisto para que me calces / Otro ejemplo: - Lo que necesito de ti, aún me lo puedes dar a chorros.

Varón: - Estás paco...gerte harto cariño/ Otro ejemplo: - ¡Qué co..sotas!

De la narración un ejemplo: La chalana, comenzó a usar todas sus armas candentes. Otro ejemplo: Conforme iba recogiendo los choninos se iba excitando más y más. (Ilustración 24).

EJEA *Los Sensacionales Maestros y las Chalanas y demás Chambitas*, año VIII n 453...
17/XII/1997.

I L U S T R A C I O N
24.

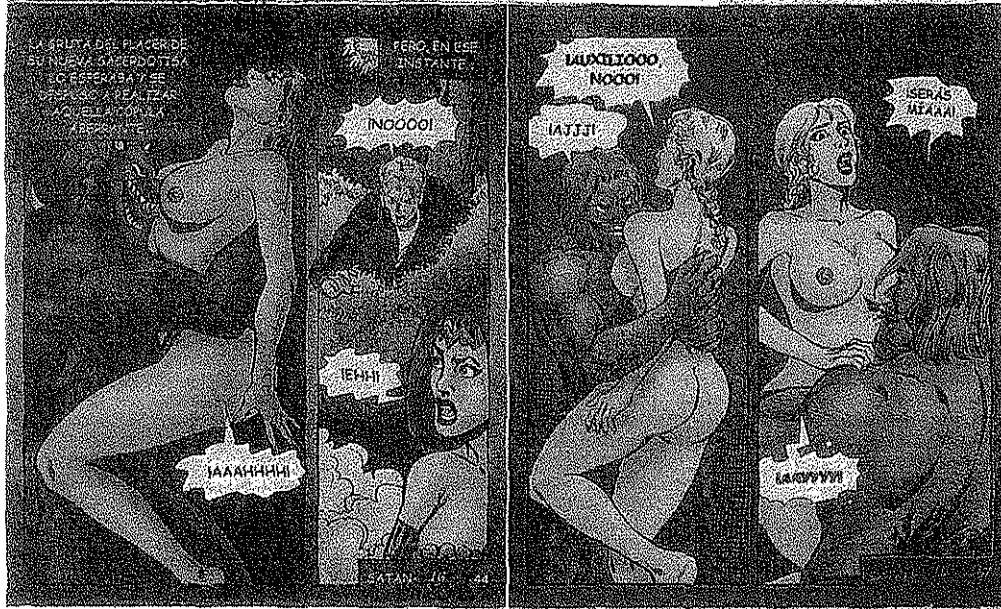


En los mensajes, recorren los tres, el lingüístico conformado en el texto como el habla del personaje; el literal: su “pepa”, con referencia a la pepita, ésta connota el lenguaje simbólico de la vagina. Los mensajes mencionados los reafirman, ahora en las imágenes.

FALTA DE ORIGEN
TESIS CON



FESIS CON
FALLA DE ORIGEN



EJEA Encuentros Prohibidos, año 1, n. 42, 22/X/1999.



I L U S T R A C I Ó N 28

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Historietas las cuales a mediados del año 1999 (e inicio del 2000) aumentaron con otros títulos de historietas:

20. *Cachondas de Lavaderos y Chismosas* (Ilustración 25). 21. *Sábanas Mojadas*; 22. *Eróticos Anónimos*; 23. *Satánica Relatos de Terror* (Ilustración 26).; 24. *Querubines y Diablillas* (Ilustración 27); 25. *Damas de Noche. Historia de Prostitutas*; 26. *La Loca Historia del Sexo*; 27. *Lujuria Mortal*; 28. *Negras Tentaciones*; 29. *La Vida Excitante y Brutal*; 30. *Las Maestras del Colchón* (antes era la *Sexacional de Colegialas y Estudiantes*); 31. *Encuentros Prohibidos* (por cierto el 22 de octubre de 1999, en el año 01, número 42. Muy a su manera publican la historia de Sergio Andrade y Gloria Trevi: La Famosa cantante y su manager eran “TRATANTES DE BLANCAS”. ¡ENFERMOS DE LUJURIA! EXIGIAN SEXO. “Para fabricar estrellas”. Reza la leyenda). (Ilustración 28, al igual que las anteriores están en la hoja anterior).

De la historieta vigésima, son jóvenes con relación heterosexual, con *status* medio y bajo; el vestuario es funcional y gestuario con disyunciones; proxémica cerca e intermedia; cronémica del presente. Metas, tres descollan: obtención de dinero; deseo de matrimonio y deseo de afecto amoroso, empujado más a la relación sexual. La psicología de ellas tiende a ser directa entre la sinceridad y la promiscuidad; no hay pasividad o abnegación, son activas sexuales; físicamente no cambian, en lo social pueden cambiar de estrato. Diálogos con producción de sentido; códigos paralingüístico, prosódico y práctico. En relaciones interpersonal y grupal. Funciones: conativa y metalingüística. Mensajes literal, lingüístico y simbólico. El discurso es la construcción social del género.

Observación el lema “La calidad de la historieta es responsabilidad de EJEJA. El que sus niños la lean es responsabilidad de usted” -algo cercano a la leyenda de una bebida alcohólica-, anteriormente de las historietas mucho antes mencionadas sólo indicaban “Para su venta a mayores de 18 años”, o bien, este simple lema: “Solo adultos”, ahora lo remarcan en una hojita suelta dentro de la historieta: “Esta edición es estrictamente para adultos”.

De la vigésima primera historieta, no hay límite de edad, más apegados a las relaciones heterosexuales, con *status* diverso; el vestuario funcional y gestuario “normal”; proxémica cerca y cronémica, presente. Metas como infidelidad, obtención de dinero, abandonar a el/la cónyuge por otra-o y deseo de afecto amoroso, aunque sea insistente para relacionarse sexualmente. Sus psicologías según sus metas pueden varias, en lo físico y lo social poco varían. Diálogos: palabras de base y sociocontextual, códigos: paralingüístico,

prosódico y práctico. En relaciones interpersonales, de grupo y algo sociales. Mensajes: literal, lingüístico y simbólico. Discurso: de ambos géneros. Al último de la historieta presentan la sección: Platiquemos de Sexo.

En el caso de una historieta en la que presentan a una seductora profesional, obtiene dinero por su seducción, “ayuda” a su interlocutor a tener “destreza” sexual, ahí muestra interés por la persona y por el dinero más no se compromete con lo primero; después es contratada por un padre, la involucra con su hijo que es un chico tímido. Observación: el simple título da para muchos argumentos. Sabemos que en cuestión de educación sexual aún la mayoría de los mexicano-as, no se “asienta”.

Se revisan las historietas *Sábadas Mojadas*, *Historias de Cama* (Ilustración 29A), *Eróticos Anónimos* (Ilustración 29B), *Consejera Sexual...y de Otras Intimidades* (Ilustración 29C), *Delmónicos Erótica* (Ilustración 29CH) -entre las más reconocidas de otros comics- atiende una línea o tendencia tenue en los argumentos: tratan, refieren o se acercan al tema de la sexualidad contemporánea, sin embargo, no es así. La sexualidad ha existido desde tiempos inmemoriales en distintas épocas, generaciones, culturas. Aquí en México poco conocemos de nuestros antepasados al respecto que por ello, se considera que tendremos un retraso de su conocimiento, comparándolo con China o la India (Ilustración 29A, B, C, CH siguiente hoja aparte).

El estudio de la sexualidad es también una especialidad, por lo cual, éste autor no puede ahondar más, por ello, indica tres cuestiones: a) los países o las culturas que tienen milenios de saber acerca de la sexualidad, que tiene tratados surgen dos preguntas: ¿qué tipo de sexualidad ejercieron? ¿va más enfocado al placer o también refiere a la prevención e higiene contra enfermedades?; b) la última pregunta la anexa a la palabra sexualidad contemporánea, tiene más guías, no sólo es el placer sino también, la prevención; c) las historietas mexicanas han dado un paso importante al representar, reflejar los problemas actuales de las parejas con lo que respecta a la sexualidad, sin embargo, visto los incisos a y b, estamos retrasados; mientras otros países conocen, platican de la sexualidad, que quizás es común en ellos, aquí en México aún nos espantamos al hablar de algo tan íntimo. Luego entonces, en las historietas representan los problemas por la sexualidad, es bueno pero, dichas figuraciones hay que aunarles el conocimiento de la sexualidad contemporánea.

EJEA: *Sábanas Mojadas. Historias de Camas*, año I, n. 12, 24/XI/1999



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
29A

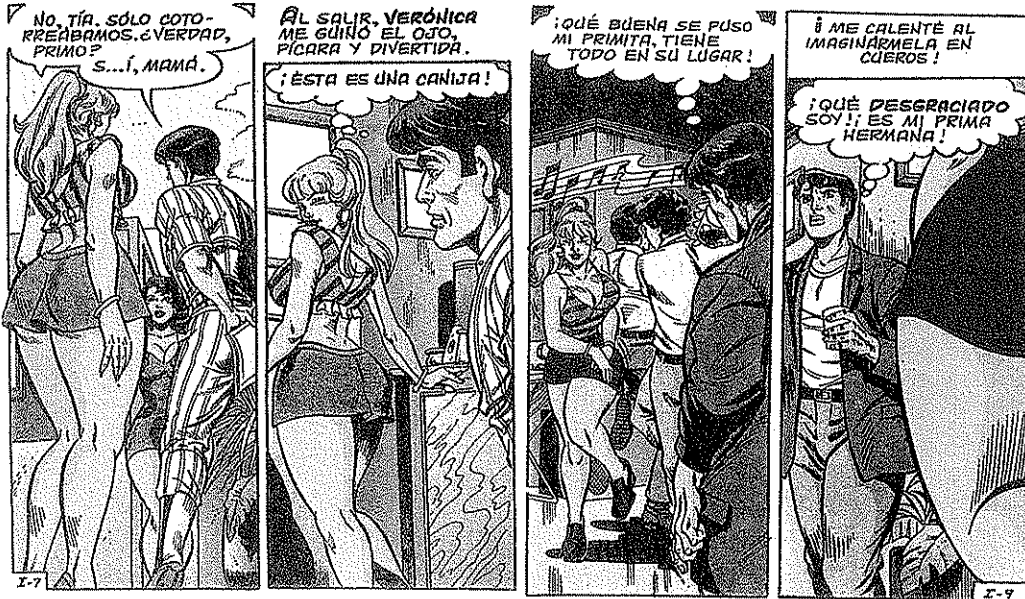
EJEA: *Eróticos Anónimos*, año 1, n. 22, 6/XI/1999.



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
29B

TESIS CON
LA DE ORIGEN

Mango. Consejera Sexual y de otras intimidades, año I n. 12 23/XII/1999.



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
29C

Editorial TOUKÁN Delmónicos Erótica, año 2, n. 72, 10/II/2000.



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
29CH

TESIS CON
ALLA DE ORIGEN

Las historietas no deben usar de pretexto las imágenes con referencia al sexo, justificando que muestran y narran lo que “deben y pueden hacer” los lectores con su sexualidad. En la imagen sólo trazan el sexo, no indican, ni orientan el procedimiento, las sensaciones, los impulsos y las necesidades que corresponden de la sexualidad. Todo conocimiento a medias, no completo, distorsiona, modifica o cambia el sentido real (Ilustraciones 29, hoja anterior)

La vigésima segunda, casi particularidades similares de los/las personajes principales; sin embargo, la juventud está en éxtasis. *Status* todos; vestuario funcional; gestuario de acuerdo a la situación; proxémica cerca y en lo actual. Metas: deseo de afecto amoroso; abandonar el/ella cónyuge por otra-o; infidelidad y, muy poco, deseo de matrimonio; lo primero siempre dará la pauta para la relación sexual, es esta última, la que más utilizan no en vano el título de la historieta. Colores: lila, verde, rojo, anaranjado, morado. La psicología de las/los personajes principales es variable; sin embargo, se puede ver el paso de la mujer pasiva a la activa sexualmente; en lo físico, siguen igual, no así en lo social, lo modifican. Diálogos con producción de sentido. Los códigos: práctico y social. Con relaciones intra, interpersonal y social. Mensajes literal y simbólico. Empero, argumentan situaciones contemporáneas, el discurso es de ambos sexos: masculino y femenino.

Hay otras editoriales que siguen los mismos pasos que la editorial Ejea. La editorial Mango lanza al mercado ocho historietas: a) *Amores y Amantes* (Ilustración 30); b) *La Ley del Revólver* (Ilustración 31); c) *Las Chambeadoras pa' Servirle a Usté* (Ilustración 32A y B); d) *Almas Perversas* (Ilustración 33); e) *Sabrososas y Bien Entronas*; f) *Fuego de Juventud*, novela “rosa” o sentimental; g) *Consejera Sexual...y de otras intimidaciones*, ofrece solución a problemas reales (por tal motivo tienen su Buzón íntimo, y del cual, es posible que realicen los argumentos). A la vez, ellos distribuyen cómics japoneses: *Sailor Moon*; *Sailor Moon Super*; *Dragon BallZ*; *Ranma ½*; *Arale Dr. Slump* (*Amores*, Ilustración 30; *La Ley*, Ilustración 31, *Chambeadoras*, Ilustración 32 y, *Almas Perversas*, Ilustración 33 están en las dos siguientes hojas aparte).

La historieta del inciso c, pareciera la conjunción de *Las Cariñosas* y *Los Maestros y Chalanas*, las pp., en edad, sexo y *status*, proxémica, cronémica, metas; Características psicológicas, físicas y sociales son análogas, un poco diferente los argumentos, el gestuario y el vestuario, a veces son expresivos. Los mensajes y el discurso no cambian.

Editorial MANGO Amores y Amantes, año 3, n. 160, 31/XII/1997



187A

ILUSTRACIÓN 30

Editorial MANGO La Ley del Revólver, año 3, n. 168, 21/I/1998;



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACIÓN 31

Editorial MANGO Las Chambeadoras pa' Servirle a Usted, año 2, n. 106, 29/X/1997;



ILUSTRACIÓN 32A



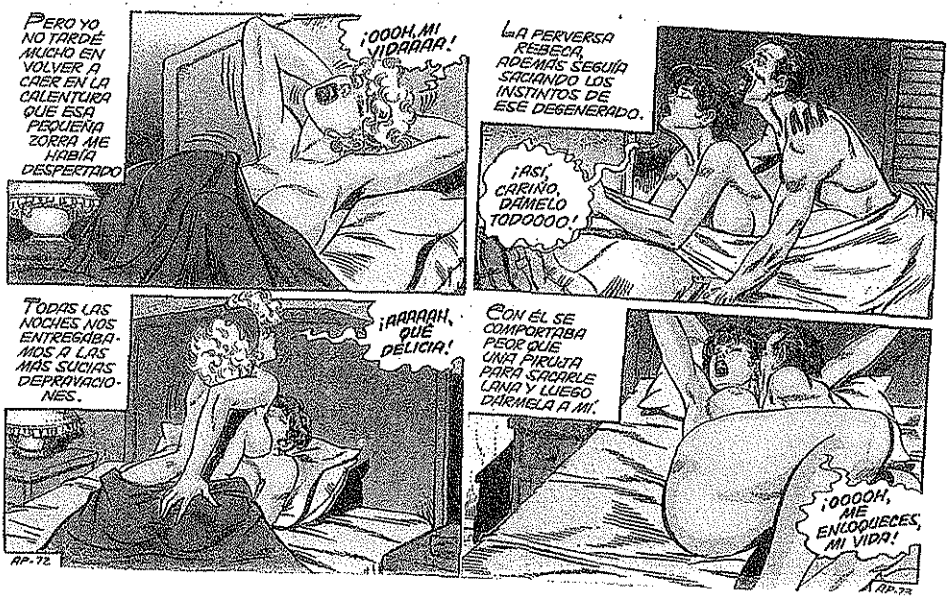
187B

I L U S T R A C I Ó N 32B



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

I L U S T R A C I Ó N 33



La cuarta historieta *Almas Perversas* (año 2, número 64, Ilustración 33) basta el título para explayarse en su argumento. Ésta historieta, al igual que *Ángeles y Demonios* realizan argumentos diversos de situaciones de la vida cotidiana (v.c.). pero no la v.c., que señala un problema de la vida de una persona o de la existencia; un lío del cual observen todas las “aristas” que comprenda, mucho menos visualizan las alternativas, representa la v.c., fragmentada. Más adelante se examina ¿qué es la vida cotidiana?

Se observan dos cuestiones: por un lado, al público le dan a conocer aspectos de la vida que no conocen o saben; pero por otro, prosiguen con la tendencia de no profundizar. Cabe preguntar las *Almas Perversas* ¿son así?, o el sistema social imperante provoca que buena parte de la sociedad tenga conflictos y/o problemas por tal motivo. Ante ello, más que dar a conocer otra situación es el manejo ideológico, el maniqueísmo. Notándose además: a) un argumentista que de antemano califica a sus personajes, b) polarizan las situaciones, desvirtuándolas: mujer casada con hombre, ella es lesbiana; personaje que no es el principal y resulta que “se llevó el crédito” por ser bisexual; c) el personaje principal un “Patrón mañoso las contrataba si se dejaban meter tijera”, dueño de fábrica que elabora ropa, contrata costureras “buenérrimas”.

Ésta historieta -año 2, núm. 64- al igual que otras más que han recurrido al tema de las costureras, observándolas, unos como objeto sexual, otros del lado “sentimentalista” por el abuso laboral en contra de ellas. Pocos son los que detallan su situación laboral, psicológica, legal y social.

Del inciso f, las peculiaridades de los/las personajes principales con edades diversas aunque la relación de sexo es más por lo heterosexual. Estratos apegados al nivel medio y bajo; vestuario funcional; gestuario normal, de acuerdo a la situación; proxémica cerca; cronémica presente y pasado. Metas casi todas las anteriores descritas; colores los elementales. La psicología y sociología de los/las personajes principales depende de lo que después otras situaciones que posteriormente serán estudiadas; la fisonomía es idea de los dibujantes. Diálogos: palabras de base, valor expositivo y sentido de contexto. De relaciones intra, interpersonal y el ámbito social. Funciones: emotiva, conativa, fática y reconocimiento de sentido. Mensajes lingüístico y simbólico. En el discurso noto algo, la historieta que refleja la construcción social del género no así el uso del género por la historieta como *Las Chambeadoras* de ésta misma editorial. En sí, ésta historieta refleja el contexto sociocultural, simbólico que existe en México, lo cual, la diferencia

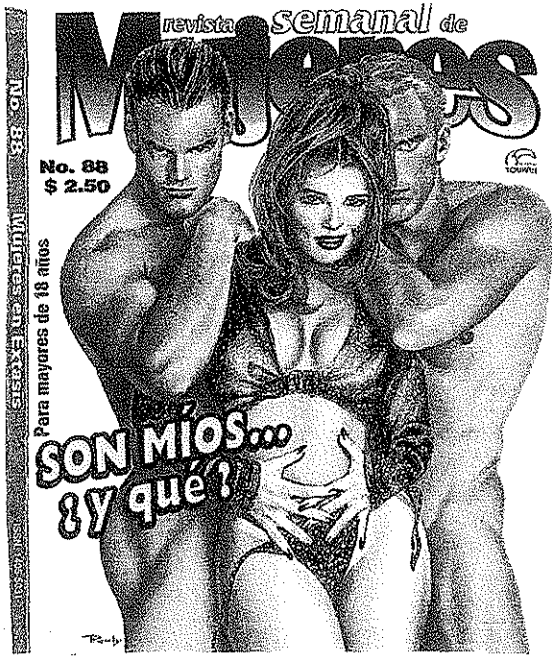
de otros títulos de historietas -de la misma casa editorial o de otras editoriales- que utilizan la construcción sociocultural del género para realizar o diferenciarlos con sus atribuciones, sus identidades y sus roles.

Observación: el argumento sobre la base de un escrito que les enviaron, por tal motivo no termina la historia. El final pasa a la sección: *La Consejera Responde*, en el espacio de tres hojas. Otra sección *Buzón Íntimo, cuéntame tus intimidades* -en la historieta que leí, seis casos redactados en ocho hojas de la historieta. Ésta historieta permite en parte el acercamiento de los lectores. Cuestión que no se da en *Eróticos Anónimos*. Observación: ambas historietas pueden proporcionar más a la sociedad.

La siguiente editorial Toukán publica: a)) *Revista Semanal de Mujeres en Éxtasis* (Ilustración 34); b) *El Libro Siniestro Relatos de Espanto y Aparecidos* (Ilustración 35); c) *Serpiente Desplumada*, personajes ubicados en la época precolombina con destellos de la era “moderna”; lo que llama la atención, son los números de las páginas que, están escritos en náhuatl. (Ilustración 36); ch) *Relatos de Presidio*. (Ilustración 37); d) *Bellas de Noche, Cariñosas y Seductoras* (Ilustración 38); e) *La Bruja Blanca* (brujería o magia blanca o negra) Uniéndose con la editorial Mango, edita la historieta *¡Viva Villa!*. Más que unirse es un espacio o una editorial de la Familia Flores. (Sus ilustraciones están en las dos siguientes hojas aparte); f) *Delmónicos Erótica*; g) *Yo Confieso* (Ilustración 55C hojas precedentes), apegado al grupo o “novela negra”.

La revista *Relatos de Presidio*, nos recuerda que en los años cuarenta realizaron algo similar; esta historieta contrasta con el género policiaco, es posible que a veces narren hechos verídicos (Ilustración 37). La historieta *Bellas de Noche* entra a la competencia con Ejea y otras dos más (Ilustración 38). La tercera historieta *Revista Semanal de Mujeres en Éxtasis* es del género “romántico, sentimental” o novela “rosa”, continúan con el medio tono (Ilustración 34). La cuarta historieta continúa con el género escatológico creado por los años treinta (Ilustración 35).

En la historieta *Delmónicos Erótica*, la edad del protagonista pareciera de cuarenta y tanto años, aunque en algunas historietas recuerdan su juventud, el cual sólo se relaciona de manera heterosexual. Su *status* es alto, aunque de sus relaciones del pasado están diferentes estratos sociales. Vestuario y gestuario de acuerdo a las circunstancias. Proxémica cerca. Colores los elementales. La meta que sólo le observe, el deseo de relaciones sexuales,



año 2, n. 88, 19/II/1998



PERO DE NADA WILSON SUS RUEGOS, EL NO TUVO MAS REMEDIO QUE ACEPTAR SU PERROTA.

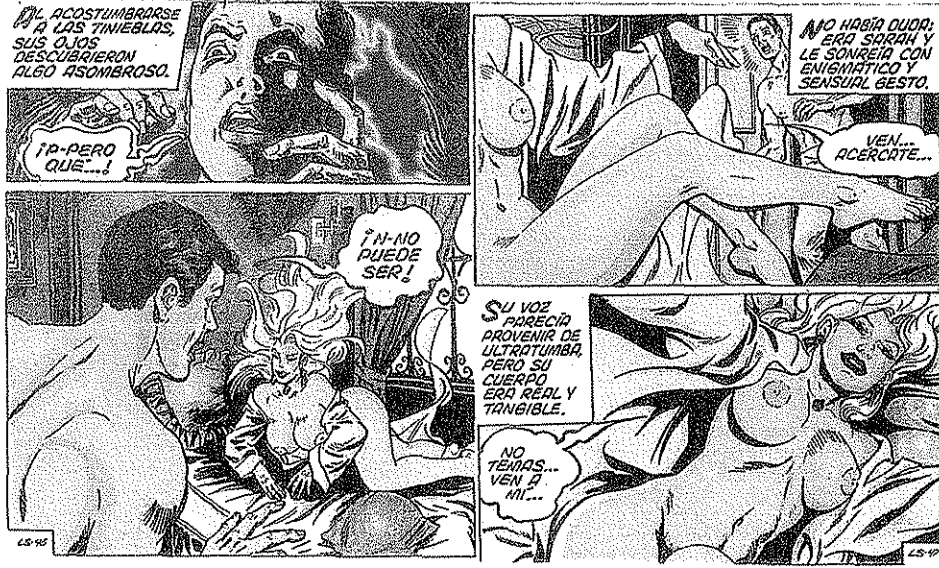
¿Y AHORA QUE VOY A HACER?!

ANGÉLICA CERRÓ LOS OJOS Y SE DEJÓ ENVOLVER POR ESA BOCA TIBIA E IMPETUOSA.

89 A

ILUSTRACIÓN 34

Editorial TOUKÁN *El Libro Siniestro. Relatos de Espanto y Aparecidos*, año 2, n. 71, 24/XII/1997;



AL ACOSTUMBARSE A LAS TINIEBLAS, SUS OJOS DESCUBRIERON ALGO ASOMBROSO.

¡P-PERO QUE...!

¿N-NO PUEDE SER!

NO HABÍA DUDAS, ERA SARAH Y LE SONREÍA CON ENIGMÁTICO Y SENSUAL GESTO.

VEN... ACERCATE...

SU VOZ APLICIA PROVENIR DE ULTRATUMBA, PERO SU CUERPO ERA REAL Y TANGIBLE.

NO TEMAS... VEN A MI...

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACIÓN 35

Editorial TOUKÁN *Serpiente Desplumada*, año 1, n. 32, 15/II/1998.



¿Y COMO LE FUE DE CARNE EN EL NORTE, FLACUITZIN? ¿SE "FIZCÓ" A MUCHAS GRINGAS?

¿UTA... NI ME LO RECUERDE, PORQUE ME REGRESO!

¿DE AQUÍ YA NO SE VA A ENTRE MI CARNALA Y YO NOS BASTAMOS PARA INTERCAMBIARNOSLO!

CON USTED, LO QUE QUIERA, ELLA ES LA ESPOSA DE MI AMIGO.

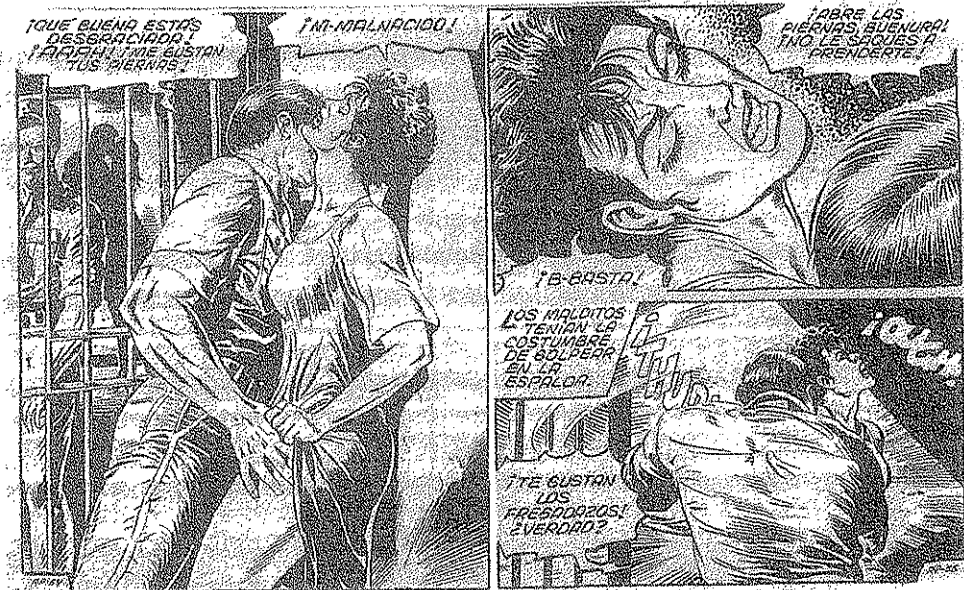
NO ME PABA ABASTO, LOS MEXICANOS SOMOS MUY CODICIAOS ALLÁ, POR NUESTRA FAMA DE GARANONES.

PERO EL SEXO NO ESTABA INCLUIDO EN EL 720!

LA AMO TANTO... PERO HOY NOS CACHÓ ZINHUARACHE CUANDO LA TRAÍA PATAS ARRIBA...

SI, YA ME CONTO LO DEL COLUMPIO.

ILUSTRACIÓN 36



I L U S T R A C I Ó N 37

Editorial TOUKÁN: *Bellas de Noche. Cariñosas y seductoras*, año 3, n. 148, 24/III/1998;



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

I L U S T R A C I Ó N 38

Toukán. *Bellas de Noche, Cariñosas y Seductoras*, año 3, n. 137, 6/I/1998.



tanto él como ellas disfruten de ello. Su psicología es de un oportunista, por ello, es acomedido, tierno, sutil con las mujeres; físicamente delgado, proporcionado con un aspecto elegante. Socialmente parece de estrato social alto. Diálogos: palabras de base; códigos práctico y paralingüístico. Relaciones establecidas interpersonal y grupal. Funciones conativa, fática, metalingüístico y cultural. Los mensajes literal, lingüístico y simbólico. Discurso de ambos géneros, por lo cual, se vuelve ideológico. Indico que percibo de su rostro algo diabólico, complementado con su nombre *Delmónicos*, tiene cercanía con El Demonio (es la Ilustración 29CH, ejemplo de referencia del sexo).

La editorial Multicolor compite en el mercado con: a) *Todo Pasa de Viernes a Domingo*; b) *El Solitario Jinete sin Fronteras*; c) *Intriga Policiaca*. De la a) historieta de “humor” que lo enlazan con el sexo (Ilustración 39); de la b) historieta con la que contienden en el género *western*, el personaje principal es mestizo, hijo de español y de madre rarámuri (tarahumara), él dice ser mitad de ambos y 100% mexicano; historieta que resalta al género masculino, al macho, y la mujer, es la “dadora del sexo” (Ilustración 40). De la tercera historieta, del género policiaco, la diferencia es que en ella, hay un personaje principal *Diego Tijerina* (agente especial de la Interpol), mexicano, él es la causa de las historias, como causa para que mujeres nacionales y sobre todo extranjeras se “derritan” al verlo-sentirlo tan macho (Ilustración 41). Las ilustraciones descritas están en la siguiente hoja aparte.

(Ilustración 39) De la historieta ejemplo destacan las figuras de los enanos y la mujer como objeto sexual. Llama la atención, la imagen de ellos, sobretodo ante un hecho que no lo percibimos, lo olvidamos o lo ignoramos: sus necesidades fisiológicas, afectivas, emocionales y materiales ante una sociedad de personas “normales” con estatura promedio de 1.60, ellos entran al grupo de discapacitados? Cuando tienen todas sus extremidades; en el caso de las personas con esa estatura, su problemas es de muebles e inmuebles, espacios, todos hechos a una altura y estatura promedio. De ambos casos discapacitados y enanos, necesitamos mayor información sobre su manera de vivir, necesitamos amplia nuestra cultura, cultura integral humanista.

Manelick de la Parra abre otro espacio en historietas en su editorial Las Uvas, edita *Las Mil y Una Noche Más*. Historieta de “humor”, recreada en “Arabia”. Historieta seriada con continuación. *El Pantera*, personaje protagónico de otra historieta de la misma editorial; enfocado en el género policiaco; él es un



190 A

I L U S T R A C I Ó N 39

GINA LLEVABA TIEMPO SIN DISFRUTAR LA COMPAÑÍA DE UN HOMBRE, Y EL MEXICANO AÚN MÁS SIN PROBAR LOS DELEITES DEL AMOR. NO HABÍA PRISA, Y PASO A PASO, FUERON ESCALANDO LOS PELDANOS HACIA LA CIMA DEL ÉXTASIS...

PERDIDOS EN SUS MUTUAS CARICIAS, NI MARY FRASER NI EL JINETE MEXICANO SOSPECHARON QUE LOS ESPIABAN...



...Y LLEGARON A LA EXPLOSIÓN DE TODOS LOS SENTIDOS UNA Y OTRA VEZ, COMO SI SOLO EXISTIERAN EL Y ELLA Y LA NOCHE PERFUMADA Y CUAJADA DE ESTRELLAS HUBIERA SIDO INVENTADA ¡NADA MÁS PARA ELLOS DOS...

PARA LA JOVEN, TODO EL HORROR DE AQUELLA JORNADA QUEDÓ BORRADO, EN UN ÉXTASIS LUMINOSO AL QUE ARRASTRÓ A SANTOS, VOLANDO COMO HOJA EN EL TORBELLINO DE SUS BRAZOS...



Editorial MULTICOLOR *El Solitario, Jinete sin Fronteras*, año VIII n. 7, 5/III, 1998

I L U S T R A C I Ó N 40

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



DESPUÉS DE DARLE INSTRUCCIONES FINALES A MIGUEL PONCE, THERINA VOLVIÓ A SU HABITACION...

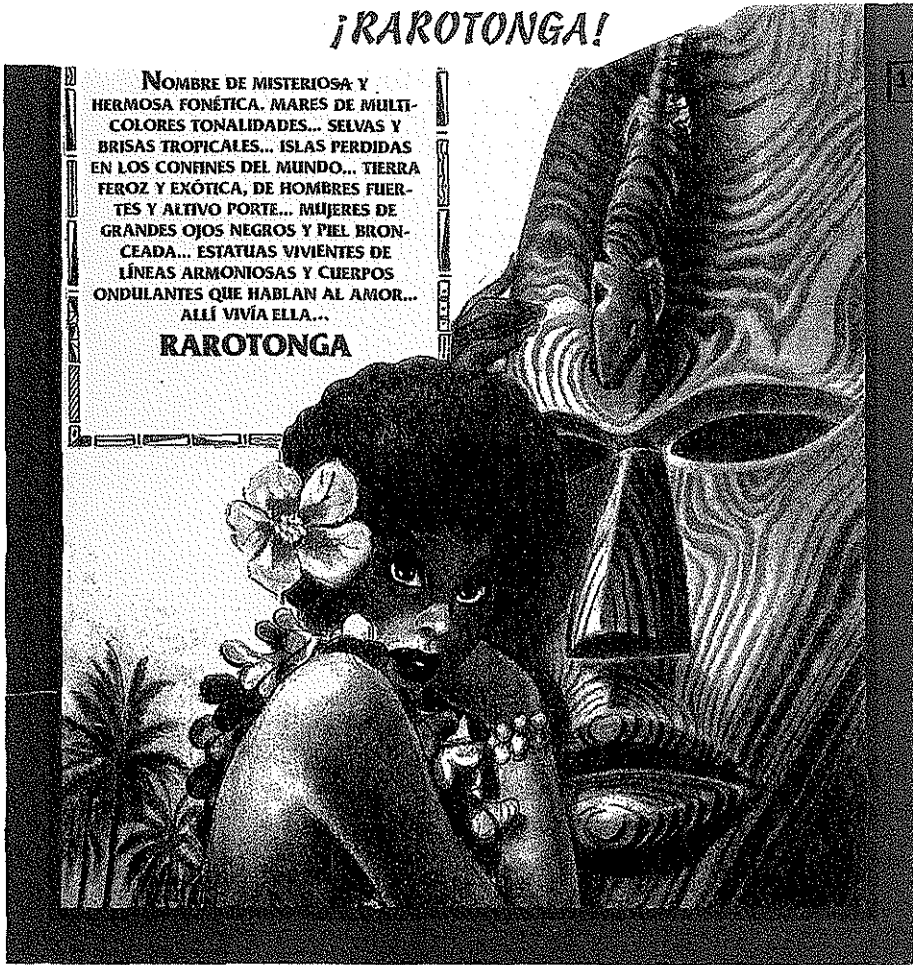


I L U S T R A C I Ó N 41

¡RAROTONGA!

NOMBRE DE MISTERIOSA Y HERMOSA FONÉTICA. MARES DE MULTICOLORES TONALIDADES... SELVAS Y BRISAS TROPICALES... ISLAS PERDIDAS EN LOS CONFINES DEL MUNDO... TIERRA FERAZ Y EXÓTICA, DE HOMBRES FUERTES Y ACTIVO PORTE... MUJERES DE GRANDES OJOS NEGROS Y PIEL BRONCEADA... ESTATUAS VIVIENTES DE LÍNEAS ARMONIOSAS Y CUERPOS ONDULANTES QUE HABLAN AL AMOR... ALLÍ VIVÍA ELLA...

RAROTONGA



190 B

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACION 42



Grupo Editorial Vid



PANTERA

EL RANCIERO DE PAJÓN METIDO A DETECTIVE...

QUE BEBE LA VIDA COMO SI FUERA AGUA...
 VIVE EN LA AYUDIA COMO SI FUERA VENTURA...

00803
 50982700561

¡DISFRUTES MÁS!
 ¡COMPRALO... Y COMPROBÁLO!

mexicano de color como le decimos “prieto”, fornido, todo un “macho en todo”.

En la ilustración 42 -de la hoja anterior- marca el parecido de *Raratonga* y *El Pantera*. Pregunta ¿qué semejanza hay entre las figuras de los caudillos de los años veinte y la imagen de los héroes de la historieta actual? Una, que es fundamental su carácter simbólico. ¿Qué diferencia existe? Los primeros existieron, surgieron del pueblo, de la sociedad mexicana, realizaron acciones que marcaron los hechos presentes; desde la década de los años veinte hasta esta era (2000) aún la mayoría de los mexicanos siente y creó en los caudillos, en los líderes. Acerca de los héroes de historieta, éstos deben parecerse o por lo menos, tener características como aquellos caudillos. Héroes que sin perder las peculiaridades del “caudillo” sus acciones son del contexto “vigente”.

Otra historieta es de la editorial *Relatos Prohibidos...de las Pasiones Humanas*, mezcla de novela sentimental, costumbrista y hasta policiaca.

Es Arnulfo Flores Muñoz, editor responsable, quien de plano “abre” el espacio de la historieta pornográfica para venta al público en puestos de periódicos y revistas. El *comics* japonés se llama *Chicas Trabajadoras*, historieta tipo HENTAI para adultos; aunque se contradiga en otra leyenda sólo para mayores de 18 años. El guión, el dibujo y la adaptación se perciben frescos, “juveniles”. La historieta corta muestra los principios y valores de la juventud, claro esta que de la juventud de países desarrollados y de países que los imitan, los denominados en “vías” de desarrollo. En un país como México, la juventud es heterogénea de diferentes estratos sociales con principios y valores diversos.

Novedades Editores con: a) *El Libro Policiaco* (Ilustración 43); b) *La Novela Policiaca* (Ilustración 44); c) *El Libro Vaquero* (Ilustración 45); d) *Vaqueros Indómitos* (Ilustración 46); e) *El Libro Pasional* (Ilustración 47; las Ilustraciones mencionadas están en las siguientes dos hojas aparte); f) *Historias de Hospital* (Ilustración 48); g) *El Libro Semanal* (Ilustración 49); h) *El Libro Sentimental* (Ilustración 50).

De la primera historieta han seccionado o diversificado: 1) *Golden Gate Police Division*; 2) *Chicago North Brigade*; 3) *New York Central Park Police Station*; 4) *Miami Port Investigation*; 5) *New Orleans Metropolitan Squad*. Tanto en el libro como en la novela el poder, la intriga, la violencia, el sexo entre otros elementos se inmiscuyen en los argumentos de los cómics, sin

mencionar a la ley, la justicia justifica la violencia ante aquellos que transgreden las normas jurídicas, sociales y culturales, aunque no analizan los por qué; los presuntos o directos transgresores ¿nacieron, crecieron o se hicieron así?

Otra cuestión, en el *Libro Policiaco* efectúa divisiones de áreas de policía de algunos estados de Norteamérica. Es en sí, reconocer que en dicho país la justicia sí se ejecuta. En México ¿qué pasa?. Es más, en un país desarrollado como lo es el del norte también lo es su sistema judicial, cuestión que en México es relativa.

De las historietas de los incisos c y d, escribir argumentos del oeste, en sí, tiene una línea definida, sin embargo, se nota más “libertad” con lo que respecta a manejar el género, en este caso el masculino. Los eternos rivales los *cowboys* contra los indios (pocas veces se diferencia de qué tribus son), o bien, este extremo: el *cowboys* (hombre blanco) *es muy hombre y muy valiente, es muy macho pero respetuoso* El indio (hombre diferente al blanco) *es muy hombre, muy macho también pero reconoce la valentía del macho-blanco*. Los vaqueros “malos” advierten al macho blanco respetuoso, bueno con la pistola, bueno con la mujer pero menosprecian al indio. El indio que presiona a los niños para que no sean débiles y/o inservibles (o ¿no será macho?) aunque éste conserve los principios y valores de su tribu.

En un título que prometía: *El Valor de una Mujer (Vaqueros Indómitos, año XIII, número 705. 9/III/1998)*, en su contenido se capta dos cuestiones: el que tuvo para defender a sus hijos con la fuerza y el que le llevó a permitir que abusaran de ella, de su dignidad. Sólo que hay una ambivalencia, parece una mujer de doble moral o principio: cae ante la seducción del “macho” a pesar del maltrato, según el autor, porque tenía tiempo (como viuda) que no realizaba el sexo y porque ama a sus hijos tiene que sacrificarse para que ni ellos, ni ella, pierdan la vida (Ilustración 47 de la hoja anterior).

Se resalta al final de la historieta: El suegro de Candy Morton le dice: “-Fuiste muy valiente al enfrentar a ese criminal”: Ella responde: “-¡Qué más podía hacer, la vida de mis pequeños estaba en peligro”. La narración sugiere: “Pero la mujer iba triste. A pesar de todo, el rufián había logrado meterse muy hondo en su corazón”. La imagen de ella sobre un caballo, imagina al rufián y piensa: “-Creo que no podré olvidarlo. Mientras viva, me hizo conocer una pasión que nunca imaginé que existiera”.

Editorial NOVEDADES Libro Policiaco, año XIV, n. 825, 27/I/1998.



APROXIMADAMENTE DOS HORAS MÁS TARDE...

ORRO QUE YA DEBERÍAMOS VIVIR JUNTOS, JERRY?

TODOS EN LA ORIGINA SOSPECHAN LO QUE HAY ENTRE TÚ Y YO, PERO SI LO COMPROBARAN, NO TARDARÍAN EN ENVIARME A ALCUNA OTRA JEFATURA.

¡DESAJUDADAMENTE, EL TENIENTE PROCEDIO A VESTIRSE.

TENGO UNA CITA MUY TEMPRANA Y NECESITO TROPA LIMPIA Y PLANCHADA. ASI QUE MEJOR ME VOY A MI DEPARTAMENTO.

JERRY GUERRA Y LAUCE BECK REPOSABAN UN POCO, DESPUÉS DE UNAS HORAS DE PLACER EN EL DEPARTAMENTO DE ELA.

SERIA ESTUPENDO, PERO SABES QUE ESTA PROHIBIDO QUE PADRES O PERSONAS MUY LIGADAS SENTIMENTALMENTE TRABAJEN EN LA MISMA DIVISION.

192 A

ILUSTRACIÓN 43

Editorial NOVEDADES La Novela Policiaca, año XXXIX, n. 2056, 8/III/1998.



MATTHEW TENIA DIFICULTADES EN PENSAR CONCENTRARSE. RELEN EN SU MENTE UNA Y OTRA VEZ LAS ESCENAS...

NO PUEDO CREERLO... SE ESTA SUFRIENDO...

MELBA NO SEIA NADIA PARA SIEMPRE. EL UNICO BIEN QUE LE QUEDABA EN SU VIDA CON SUS CONTIGUOS DIGNIFICADOS DE INTERIOR DE LA POLICIA... MALO SEGUN ALGUNOS...

¿VA TE CASASTE O QUÉ?... ¡PUEDE SER!

MELBA, COMO TUO, ANTES DEL CASAMIENTO SE SUFRIENDO SE PUEDE COMPLETEMENTE A SUS HERIDOS.

JEROME... ¡ASI... BRAS ACERIBLE!

¿POR QUÉ?... ¿POR QUÉ?... ¿POR QUÉ?... ¿POR QUÉ?... ¿POR QUÉ?... ¿POR QUÉ...?

ILUSTRACIÓN 44

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Editorial NOVEDADES Libro Vaquero, año XVII, n. 969, 8/I/1998.



UN POCO DESPUÉS...

MICHAEL DESPIERTA, LOVE...

¡JUEGO DE UN SEGUNDO ENCUENTRO... CREO QUE PERO HABLAR CON TU HIJA. NECESITAMOS HACER LAS COSAS POR LAS BUENAS.

LA SORPRESA FUE MAYOR. COMO CUANDO LLEGÓ A SU OFICINA CARCEL.

LA MUJER LO ABRAZO AUN PEGOSA.

TENEMOS TIEMPO A MAYE OTRA VEZ.

¿CÓMO?... ¿CÓMO?... ¿CÓMO...?

SI CREO QUE ESTAS UNA BUENA IDEA.

ILUSTRACIÓN 45

Se evita el detalle para sólo escribir algunos puntos: a) ¿la pasión, el momento sexual, llega al corazón, a pesar de tener todo en contra, como es la propia vida?; b) la redundancia del texto, la narración y el globo-pensamiento acerca del “rufian”, “macho” que la hizo gozar; c) la pasión imaginada, más debiera ser las sensaciones físicas por la pasión; ch) “Mientras viva. . .no imaginé que existiera”, entonces ¿si ella fallece qué? La última frase esta confusa.

En la actualidad, Novedades se reafirma en su prolongación de la “Novela Rosa” (casi cincuenta años), ellos mismos indican que han sabido asimilar los cambios que se han venido operando en el diario vivir. La empresa editorial ha tenido cambios, está *El Libro Semanal*, *El Libro Sentimental* y *El Libro Pasiona* (Ilustración 47). Los últimos dos títulos parecen delineados, no así el *Libro Semanal*. Claro está que primero surgió el *Libro Semanal* y de ahí la experiencia.

¿Han asimilado los cambios que se han dado en el diario vivir?. Eso será cuestión de realizar un minucioso análisis y, para entender y seguir con la respuesta menciono esto: de los años cuarenta a los años sesenta, quizás hubo pocos cambios, sin embargo, a partir de los años sesenta, aún en lo actual, estamos en un proceso de cambio que parece imperturbable, tanto en expansión-explisión demográfica como lo que se ha generado en lo político-económico y lo sociocultural.

Desde los cuarenta, y hasta hoy, en los monitos del corazón el dibujo es sólo decorado, y desde hace tiempo entre los directores priva la idea de que un buen argumento garantiza el éxito -por no especificar ganancias- en cualquier género y editorial. Bajo al terreno de la novela “rosa”, los sentimientos han variado, reconozco que los han reflejado sin embargo, no los examinan.

Existe una teoría de los sentimientos una de Ágnes Heller y la otra de Carlos Gurméndez. La novela “rosa”-sentimental-romántica o pasional no toca ni la tercera parte de la gama de sentimientos que tenemos los humanos. Dentro de ello mismo pero que, guía a los sentimientos son los valores y principios de los seres humanos, claro esta, con sus respectivas diferencias socioculturales y quizás, por cuestiones de avance-desarrollo de una nación; como observan, no específico la persona en particular.

La misma editorial, en el mes de noviembre de 1997 proyecta para su venta la historieta: *Historias de Hospital*, historieta de reconocible labor. El argumento, en la mayoría de los casos, trata sobre los síntomas y/o

I L U S T R A C I Ó N 46



193A



Editorial NOVEDADES El Libro Pasional, año XIII n. 598, 15/IX/1997.



I L U S T R A C I Ó N 47

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

enfermedad, un ejemplo: neurosis; con ello elaboran la historia, sea en el interior del hospital o en el exterior, en este caso, enfermera-os o médica-os son personajes secundarios son los “salvadores” del personaje principal.

Es de esperarse que reflejaran la vida cotidiana de los “ángeles de blanco”, enfermera-os, médica-os sus problemas en su trabajo. No es así, en su portada el “gancho”, el objeto sexual: la mujer enfermeras y/o médicas hermosas y “buenérrimas” (Ilustración 48 en la siguiente hoja aparte).

En sí, la historieta en su interior, en el inicio describe el concepto, del cual desarrollan el argumento, en otras páginas tienen una porción de *Medicina Preventiva*, en una división de preguntas y sugerencias, la escisión de *Pregúntale a SPEI*, la página de *Primeros Auxilios*, la sección de los *Ángeles Verdaderos*, fotos de enfermera-os y médica-os con su nombre, edad, puesto y lugar donde trabajan, al último un concurso: *Carta a mi Médico*. Secciones que son acordes a la misma historieta. Un ejemplo, el tema que por años fue tabú, el incesto, el primero de marzo de 1998 (año 1 número 19, del 9 de marzo de 1998), merece un análisis tanto en la introducción que dan al respecto como el argumento de la historieta.

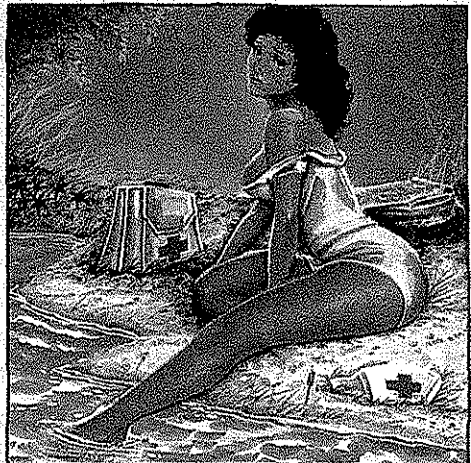
De la ilustración 48 bis -siguiente hoja aparte-, se menciona esto: a) el acto sexual realizado por tres cuestiones: a) atracción y pasión mutua: 2) por ingerir licor; 3) la referencia explícita que quizás, hubieran consumado otros encuentros pero el accidente lo impidió, cuestión de ambos, aunque la hija -de 18 años de edad- “deseaba” más la relación.

El argumento hubiera sido insostenible, no bastó esa primera ocasión del incesto, hubiera proseguido hasta lograr que se separasen los progenitores, dividiéndose dicha familia, madre e hijo y padre e hija, aunque la cónyuge -notaba la preferencia del esposo- hubiera demandado y “entrar” a cuestiones legales. El argumentista rompió “tales” encuentros, la causalidad, la incidencia del accidente solventó que no se consumaran. Mismo motivo melodramático generado por las telenovelas sin embargo, con dicha historieta superó a la telenovela. Otra cuestión, el hecho esta ubicado en los Estados Unidos de Norteamérica, país donde la sexualidad esta “muy avanzada”.

En éste caso del incesto, moral y estadísticamente poco sabemos al respecto de ese país, por más que el último hecho “sonado del presidente y la becaria”, marque o indique los principios y los valores de los estadounidenses. Ahora bien ¿por qué no ubicó el hecho en la República Mexicana? Pues, dentro del

PRESENTA **Historias HOSPITAL**

AÑO 1
No. 13
ENE.
1988
\$3.00



PRINTED IN MEXICO

ORGANOS A LA VENTA

NADA HABLA DE CRITICABLE

PRESENTA **Historias HOSPITAL**

AÑO 1
No. 11
12. ENE.
1988
\$3.00



PRINTED IN MEXICO

NEUROSIS

PRESENTA **Historias HOSPITAL**

No 1
J. 05
DIC. 1997
\$3.00



PRINTED IN MEXICO

En este número: un caso dramático y lleno de emocionantes situaciones...

HISTERIA

PRESENTA **Historias HOSPITAL**

AÑO 1
No. 18
2 MZO.
1998
\$3.00

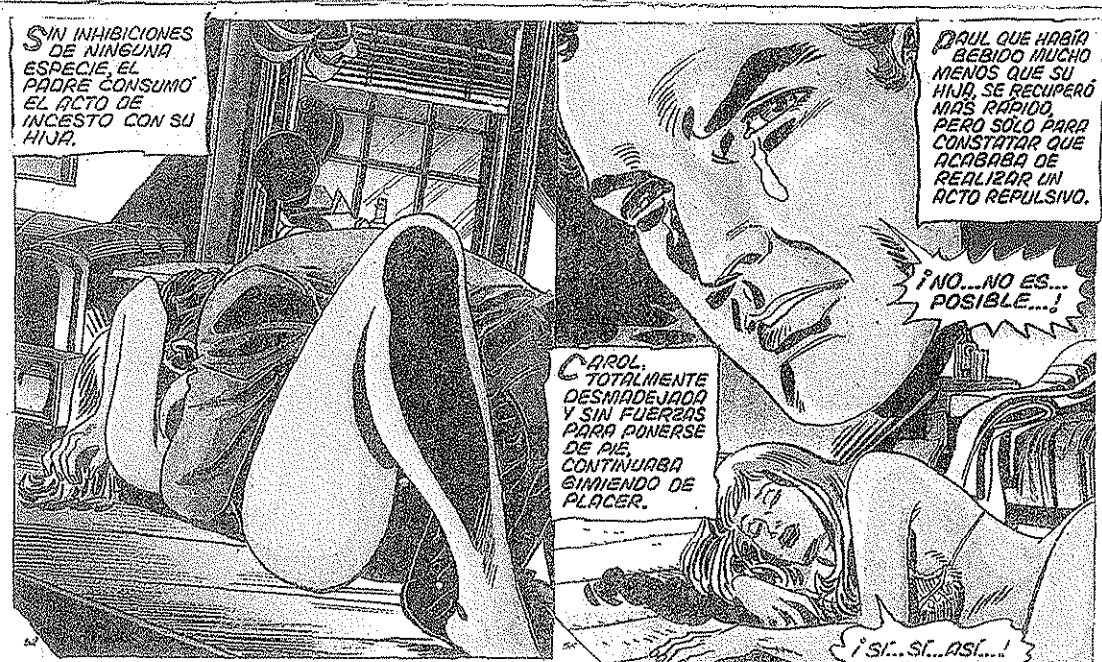


PRINTED IN MEXICO

NARCODEPENDENCIA

I L U S T R A C I Ó N 48

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



SIN INHIBICIONES DE NINGUNA ESPECIE EL PADRE CONSUMO EL ACTO DE INCESTO CON SU HIJA.

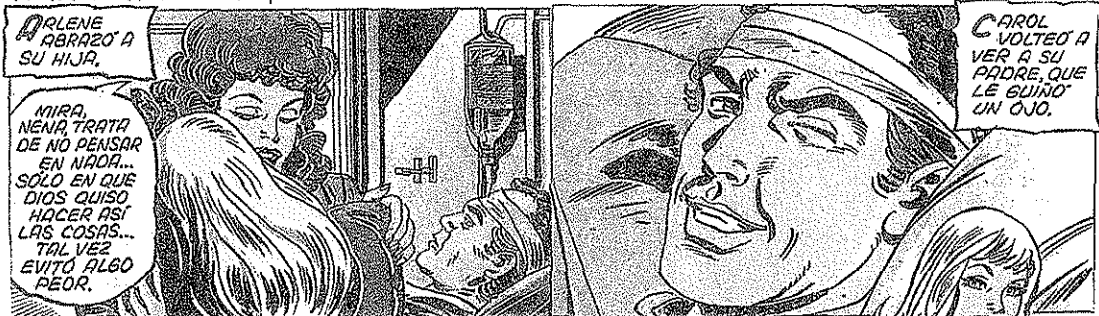
PAUL QUE HABIA BEBIDO MUCHO MENOS QUE SU HIJA, SE RECUPERO MAS RAPIDO, PERO SOLO PARA CONSTATAR QUE ACABABA DE REALIZAR UN ACTO REPULSIVO.

¡NO...NO ES... POSIBLE...!

CAROL, TOTALMENTE DESMADEJADA Y SIN FUERZAS PARA PONERSE DE PIE, CONTINUABA SINTIENDO DE PLACER.

¡SI...SI...ASI...!

Editorial NOVEDADES Historias de Hospital, año 1n. 19, 9/III/1998. incesto



ARLENE ABRAZO A SU HIJA.

MIRA, NENA, TRATA DE NO PENSAR EN NADA... SOLO EN QUE DIOS QUISO HACER ASI LAS COSAS... TAL VEZ EVITO ALGO PEOR.

CAROL VOLTEO A VER A SU PADRE, QUE LE GUINO UN OJO.



DUNQUE ARLENE SE REFERIA AL ACCIDENTE, CAROL PENSO QUE, EN EFECTO, EVITO UN NUEVO ENCUENTRO SEXUAL CON SU PADRE.

CAROL SONRIO... Y MOVIENDO LA CABEZA LIBERAMENTE EN FORMA AFIRMATIVA, SALIO DE LA HABITACION.

TIENE RAZON... SI...

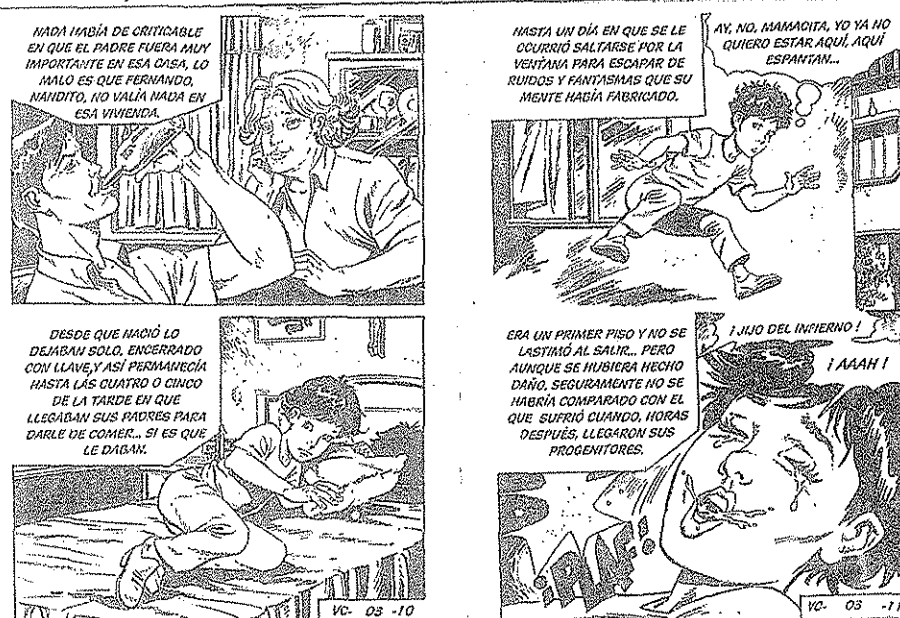
I L U S T R A C I O N 48 a/s

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

territorio a habido casos, los cuales siempre han sido por la violencia intrafamiliar. Cuestión que en estos últimos años “va” abriéndose como expandiéndose. No en balde, en las estaciones radiodifusoras, en las televisoras y sobre todo en los centros de atención para las víctimas se están dando a conocer más sucesos.

Coeditada por Pablo Flores Vázquez y “El Trompo S.A., de C.V.” y Patricia Romero Marín editora responsable lanza: a) *Víctimas de la Calle* (1997); b) *Historias de Mujeres* (1999); c) *Aroma de Mujer* (2000). Del primer título puede observarse que inician la historia con la causa (el cómo fue), da base al desarrollo, exponen el porqué de la decisión del niño o niña y el porqué de la acción de los progenitores.

La historieta número 3, un padre frustrado, amargado y una esposa que lo solapa, su hijo no es nada ante ellos ¿qué motiva a los ascendientes ser así? ¿por qué el padre descarga su ira contra “Nandito”? Éste huye del lugar-vivienda de vecindad para “vivir de la calle” pero que de una u otra forma, regresa y en una de esas ocasiones, su padre lo lleva “ministerio público acusándolo de miembro de una banda de “robacoches” y, de ahí al Centro de Readaptación para Menores, donde el celador apodado el “Mulo” lo intimida y lo golpea y lo peor, abusa sexualmente de él -como lo hizo con otros niños internos- dicho celador propinó una “golgiza brutal” a “Nandito” porque se reveló aunque ello ameritaba hospitalización urgente, las autoridades no permitieron que saliera, tampoco a la luz el crimen, “Nandito” falleció (no por alguna infección venérea, en esto los argumentistas guardaron celo) (Ilustración 51A).

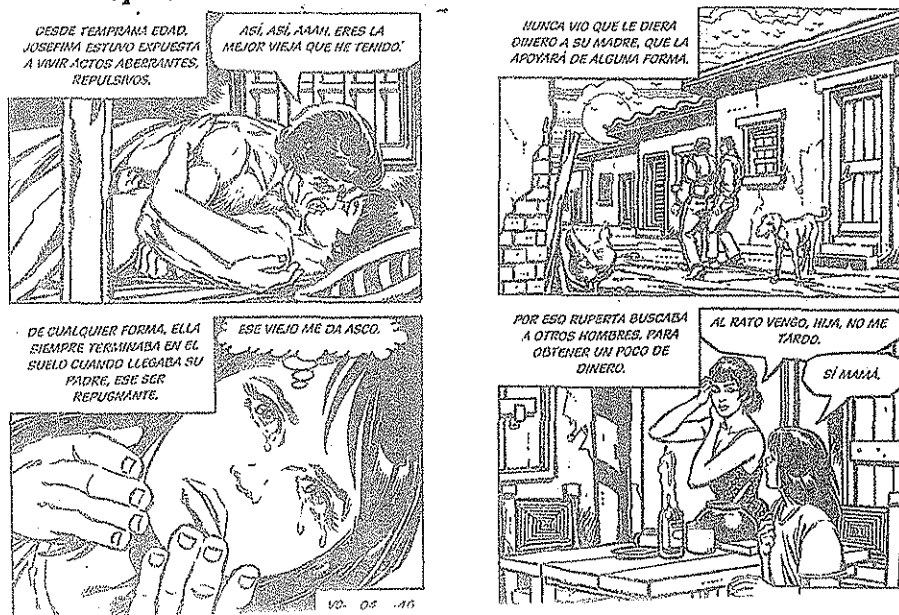


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

I
L
U
S
T
R
A
C
I
O
N
51A

El autor atiende el comportamiento extremo de ambos progenitores, ya que ninguno equilibraba la balanza a favor del niño; pareciera increíble que ningún vecino denunciará a los padres o actuará por humanidad, o por los derechos humanos; estos mismos ¿son o no respetados en los “Centros de Readaptación Social”? Progenitores apasionados, el esposo por el licor, la esposa por su “macho”, mientras el niño “quiere regresar a la placenta” o de plano huir de sus “fantasmas mentales”. Mantener un hijo para abusar de él, padres que no tienen las palabras adecuadas y optan por gritarles o golpearles. Esa vida cotidiana, vivida por los menores por bastantes años, en algunos dejó secuelas aunque la mayoría que sufrió la violencia intrafamiliar prefirieron: a) no golpear a sus hijos, dándoles más libertad; b) no golpearlos, ignorarlos en lo posible; c) “ganárselos” con juguetes; ch) padres que con amor sintieron y observaron el desarrollo de sus hijos mental y físicamente. Estas cuatro opciones entre otras más que existen.

Pablo Flores Vázquez coedita con *El TROMPO: Víctimas de la Calle*, año I, n. 4, 14/XI/1997.



I L U S T R A C I O N
51B

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La historieta de *Víctimas de la Calle*, número 4, (Ilustración 51B) un padre que “trabajaba” sólo para “chupar”, hombre que a la vez sólo poseía a su mujer para desahogarse; el un celoso obsesivo, por ello, ante el engaño la asesinó; una madre amorosa con su hija pero al parecer tenía sexo con otros hombres para conseguir dinero para ambas. Josefina con 14 años de edad huyó de la vecindad al enterarse de lo sucedido con su madre. Vagó por las calles de la ciudad, conviviendo con “los olvidados” que se “apoderan” de las calles, “eran gente de la peor calaña, hombres y mujeres sin ningún anhelo”,

“todos tenían el alma perdida”, la violencia como algo común entre ellos aunque “cuando menos ahí la conocían”; también eludió esa gente, ese lugar, por la violencia generada por los borrachos al discutir y pelear por una botella.

Josefina “cae” en manos de dos vendedores ambulantes, el primero un joven de 19 años de edad, “aparente amigo” de ella; el otro un ser “detestable” y deparado sexual. Josefina fue acusada por el joven que juntó con el líder la buscaron por el dinero que le debía de anticipo, no cobró eso. Ambos llevaban la intención de quitarle lo “apretada”, quitarle algo más que su virginidad, su dignidad. Sobrevivió a la violación atroz. La encontraron en ese lugar del oriente de la ciudad, gracias a la ayuda del sacerdote Juan, que hacía “obras” de caridad y se encargaba de un albergue para niños de la calle.

Acerca del licor, el alcohol, la simbología, el realce, el prestigio social que “da”, queda en esta paráfrasis: “Dime que tomas y te diré como te verás (socialmente)”. Por otro lado es más fácil representar al personaje con la botella que, narrar es alcohólico, borracho, briago. En ésta historieta se examinó que dentro de la ambientación del STC-Metro, sobresalen las vestimentas de los personajes -la mayoría adultos- con traje, vestidos y objetos personales de la clase “alta”. Los calificativos hacia los pordioseros, los miserables, los desvalidos son crueles, aun más, ya no tienen un sentido en la vida, “viven por vivir”, a pesar de ello, se cuestiona ¿dañan o se violentan contra personas fuera de su círculo? Hay personas que psicológicamente están “perdidas” y vagan por las calles de la ciudad; en cambio, los que son conscientes tratan de sobrevivir o roban o buscan opciones para obtener dinero. Menciona que desde 1982, la crisis económica, social, política que se ha acentuado en los años noventa y que, ha “golpeado” a millones de familias mexicanas de niveles medio y bajo que, han visto en el subempleo, la economía informal, la “única” manera de allegarse recursos económicos.

El espécimen de los hombres “lujuriosos” o más bien del instinto sexual, el cual, todos los tenemos sólo que, influye la familia, las instituciones para que nuestro comportamiento, evite que “vivamos nada más de los impulsos” ¿qué hay implícitamente en éste trazo? La cultura simbólica como espiritual existente en México. No solamente son dos sujetos depravados, son dos personas que surgieron de una familia, la cual, por lo que vemos no les inculcaron educación, principios y valores, mucho menos el conocimiento del sexo.

Pablo Flores Vázquez coedita con El TROMPO: *Victimas de la Calle*, año 1, n. 9, 19/XII/1997.



ILUSTRACIÓN 51c

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La historieta del siguiente ejemplo (Ilustración 51C) refiere según el título -recurrente para todos los medios- *La Ley de la Calle*: a) Un padre alcohólico, con trabajos esporádicos, pero que logra conseguir dinero para alcoholizarse; b) la madre abnegada pasó a ser decidida después de que su esposo la golpeó “encabronada” sale de su casa, jurando no regresar; ambos progenitores son personajes incidentales en el inicio de la historia; c) el personaje principal, con el apodo de el “Greñas” también decide irse: -¡Que se boten a la goma! ¡Yo puedo hacerla sólo!”.

De su pueblo a la ciudad de México, quedándose cerca de la terminal de autobuses Poniente. Pululando como otros más, ante una “sociedad deshumanizada”; ch) Otro personaje, un adolescente desobligado de sus deberes como hijo y como estudiante de secundaria; el apoyar de vez en cuando a sus ascendientes en la lonchería, indiferente con su hermana embarazada -sin que ella sepa de quien; un padre que transita entre ayudarle económicamente sin pedirle nada a cambio y, la madre, el ser amoroso; d) el Greñas, cinco años después reaparece dentro de su escondite un tubo de asbesto del drenaje profundo, sale de la misma coladera metálica que esta en la calle, vende droga “yerba” a los adolescentes de secundarias y también “chavos” de la preparatoria, es así que conoce a Felipe que aparece ascender en sus estudios -en una escuela de paga- y apoya a sus padres en la lonchería -que esta por Tacubaya. En una de esas ocasiones, Felipe y el Greñas intercambian productos; Felipe “reventado” por fiestas y alcohol, “entró” a la droga, su novia lo captó, lo disuadió e inclusive le avisó del peligro. Poco a

poco le fue debiendo al Greñas que, de la intimidación ha él y ha la novia paso a los hechos.

Felipe por no dejar a su chava, la engañaba, actuaba como si no “fumará de esa”, para conseguir dinero le pedía a su padre -observación le pedía dinero más no robaba o estafaba; mentía, a la segunda vez que volvió a pedirle- éste fue a reclamarle al director de la preparatoria que “supuestamente” le exigía a Felipe, ya expulsado. Su padre lo golpea, mientras el Greñas quiso abusar de la novia de Felipe, auxiliada en el momento por locatarios del mercado: “...en Tacubaya como en muchos lugares del país, ya están hartos de la delincuencia que...”. El Greñas pudo escapar de la inminente “madriza”, llegó a la lonchería, donde el encuentro con Felipe fue inevitable, ambos mueren.

Se atiende del alcohol también como desprestigio social, el padre del Greñas; la madre nada sumisa los dejó, la violencia intrafamiliar hizo estragos en ella, aunque no le importó su hijo; el Greñas como niño era “sentido”, sensible paso a ser un adolescente y joven indiferente -empero apreció la compañía de dos amigos con quienes vendía droga. Felipe de adolescente a joven indiferente y manipulador de su hermana y sus ascendiente, ninguno de los tres percibió dicha manera de proceder. Del Greñas el arquetipo del lugar donde se reúne con sus amigos, el alcantarillado del drenaje no va con la realidad, en la cual, los que venden drogas en las escuelas de educación básica o media superior no tiene éste estereotipo porque lo mismo pueden ser compañeros, parientes, amigos de tiempo u ocasionales, empleados de dichos lugares o por la cercanía de algún lugar clandestino cerca dela escuela; o los lugares antes y después donde se personifican acciones: Poniente y Tacubaya; si representan los lugares donde venden y consumen drogas, en parte es manifiesto, sin embargo, puede darse en cualquier otro lugar o en otro estado de la República Mexicana.

Tal motivo, debe inquietar a los padres de familia, los funcionarios y los servidores públicos federales de educación. Lo que puede corresponder a los servidores de la educación ante estudiantes y padres que no tiene comunicación, es organizar encuentros, talleres, conferencias, todo con la posibilidad de orientarles y encauzarlos dentro de su desarrollo personal.

De los personajes principales y sobre todo secundarios los estereotipos y características más representadas son: -de la clase baja, del centro de la ciudad de México; los “cinturones de miseria” o de poblados de algún lugar de la República. Los progenitores: padre que es un “macho”, es un

alcohólico; madres que pasan de la abnegación al enfrentamiento contra sus maridos y la severidad contra sus hijos; ambos ascendientes “obsesionados por el sexo”. En algunos casos, muestran parejas con relaciones destructivas, así como, mujeres de “rancho o provincianas”, creídas del hijo del hacendado, o sea, mujeres que son ignorantes.

La ciudad como “centro” de desarrollo personal y social pero también como concentradora de personas con comportamientos, actitudes y pensamientos disímolos. Uno de ellos los que viven a costas de los demás, los que explotan a los niños, estos venden productos, los prostituyen -tema no tratado en la historietta-, los hacen pedir limosnas, los hacen que toquen instrumentos musicales y demás objeciones. No representan en sí -quizás, por varias razones- a personas con prestigio social y/o económico que también explotan a su manera a los menores.

Otro estereotipo con sus pros y contras son los servidores y funcionarios públicos mayores y menores, estos los mas trazados; ellos abusan de su autoridad de la buena voluntad de los menores. Servidores que tienen problemas y, abusan sexualmente, o de plano -como en la historietta en la cual- los judiciales son corruptos y drogadictos, “machos” desquiciados que optan mejor por matar. Mostrada de esa manera la representación pareciera en orden de importancia la muerte de los menores más impactante -¿acaso sensacionalista?- que el abuso sexual. Se reflexiona, en-sí, ambas son fundamentales: por la dignidad y los derechos humanos.

¡Cuidado! Tanto los “mensajes”de lo que puede ocurrir a un menor si los progenitores no se comunican con ellos, puede a los lectores atrofiarlos o polarizarlos. En sí, habrá que realizar una investigación que nos oriente, informe acerca de tantos mensajes: literal, lingüístico y sobre todo simbólico, éste último, es el más “cargado”. Sino se observa su “manejo”, “tendencia”, “manipulación” se conjuntará al igual que otros medios de difusión masiva la conformación de “atmósferas”, ambientes, modas, fondo y formas de existencia que no son la real vida cotidiana.

Antes del argumento-historia hay cinco secciones: 1) *¿Por qué a mí?*; 2) *Temas Actuales*; 3) *Familia*; 4) *Psicología*; 5) *Cuestiones Interesantes*. ¿Qué tratan estas secciones? Se apunta ejemplos del título del tema de cada apartado: 1) Mi hermano o mi enemigo; ¿No juzgaras a tu padre y a tu madre?; Yo, el hijo homosexual; 2) Error mortal: ¡Ser niña!; Un crimen imperdonable; ¡Ya no te quiero!; 3) El verdadero sentido de la adopción; Una

Pablo Flores Vázquez coedita con El TROMPO: *Victimas de la Calle*, año I, n. 7, 5/XII/1997.

200A



ILUSTRACIÓN 51CH

Pablo Flores Vázquez coedita con El TROMPO: *Victimas de la Calle*, año I, n. 12, 9/I/1998.



ILUSTRACIÓN 51D

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Pablo Flores Vázquez coedita con El TROMPO: *Victimas de la Calle*, año I, n. 19, 27/II/1998;



ILUSTRACIÓN 51E

mamá ideal; ¿Cómo ser mamá trabajadora y no sentirse culpable?; 4) Jóvenes homosexuales; La edad de la punzada; Diez en conducta; 5) Contra las drogas y el alcohol; La seguridad de tus hijos; ¡Oh, no...la tarea!

Temas interesantes que atienden aspectos dentro del núcleo de la familia en sus costumbres, o bien, aquellos que la familia “quiere” ignorar. Cada sección atiende de manera diferente lo que le corresponde, uno con testimonios; otro con documentación, luego, psicología y documentación.

Se escriben rectificaciones ha lo previo: a) Toda documentación debe tener referencias, datos que posiblemente los lectores quieran consultar; b) ¿Qué o quién avala, valora la información u orientación, la editorial? Puede ser, sin embargo, parecen datos generales, comunes los cuales no tiene aval de algún especialista o institución académica; En una excepción, tratar temas complejos, podrá “provocar” reacciones contrarias o desorientación, preferible mencionarlo aunque siempre invitar a que, lo consulte con un especialista. Aparte, otra circunstancia, cercano a la “veintena” de números editados y publicados para su venta, las secciones citadas “salieron normal”, después ya no salieron las secciones.

El argumento va dirigido por un guión, el cual, en la mayoría de los casos lo avalan documentos pero a veces se cae en lo anecdótico o lo causal, más no se indican alternativas o propuestas, primero propias, segundo gubernamentales y tercero de la sociedad civil que son los que más han presionado para que se tenga conciencia al respecto. ¿Los progenitores son pobres porque sí? ¿No hubo algún familiar que apoyase a la víctima ¿El Gobierno Federal o local ayuda a esta causa?. (De la hoja anterior, agrega tres ilustraciones 50 CH, D, E más al respecto).

En el apartado de La Agresión, se apunta de que las historietas actuales han iniciado a reflejar-representar la violencia intrafamiliar. Esta historieta la presenta, aunque hay que recordar lo referido a la violencia intrafamiliar. Esta historieta con mayor razón debe analizar tal punto, así como a las instituciones o asociaciones públicas y privadas para que “intervengan”, orienten, informen y apoyen esa causa y, sobre todo: a los niños de la calle.

La segunda historieta *Historias de Mujer* es más cercana a la novela sentimental-romántica que a la eterna lucha de los géneros femenino y masculino creados socioculturalmente: continúa con la narración de las causas; no es una revisión ni una aproximación de los avances o el lugar que

deben tener en la sociedad las mujeres. La historieta es en sí, el amor sentimental, el romántico como causa de superación sobre el sufrimiento. Poco muestran el amor por sí mismo (sin ser narcisistas) por el deseo de superarse, de ser alguien en la vida en todos los ámbitos y dar lo mejor de sí, en el lugar que éste en la sociedad.

Ejea, Toukán, Mango, Multicolor y Las Uvas, editoriales que “cumplen” los requisitos legales y, publican de manera abierta al público, tanto antes como ahora parecen aceptar los calificativos (descritos en el Capítulo II) que les determinan los concedores y creadores de historietas en México, quizás, la más cercana y fuerte es que: son mercaderes de la historieta.

En otro punto, la mayoría de las historietas en la portada exponen la figura femenina, en la parte interior y en su contraportada presentan líneas telefónicas “calientes” o de las artes adivinatorias. ¿Continuación o terminación para el desfogue? ¿Menosprecio o aprecio hacia el lector para que se divierta? ¿Apoyo contra la superstición, la debilidad o ayuda espiritual en las líneas “mágicas”? Las preguntas son, las editoriales ¿cuánto ganan por publicar estos anuncios? ¿qué intenciones, objetivos hay con estas tendencias? (la respuestas están en el Capítulo I y el Capítulo IV).

En la revisión de los tres conceptos dentro de los contenidos de los cómics, también contemplamos de manera directa e indirecta los estereotipos y el lenguaje verbal-escrito utilizado. Puede darse el caso que dicha lectura provoque empatía o influencia en los lectores, y en dado caso, imitar de los personajes el lenguaje verbal, escrito en las historietas, por lo que serán referidos algunos casos.

En *La Familia Burrón* también se presentan estereotipos; sin embargo, ello no disminuye la labor desarrollada en más de sesenta años, de los cuales, Gabriel Vargas es uno de los primeros historietistas que tuvieron como personaje principal a la mujer. Y desde entonces, la fue dimensionando tanto que las feministas alguna vez utilizaron la imagen de *Borola Tacuche*. Vargas es de los pocos autores que enarboló el sexo femenino sin utilizarlo como objeto sexual o acompañante secundario, sino en-sí como sujeto social.

Jorge Martínez Fraga, realizó su tesis: *Usos Sociales y Medios de Información Colectiva; Interpretación de un Caso: La Historieta Cómica: La Familia Burrón*; sólo se mostrará un breve resumen de algunos determinantes de sus

consideraciones finales, sobre la influencia de la historieta en las costumbres de la persona, basado en:

<u>Costumbres</u>	Normas por: <u>Uso</u>	<u>Convenciones</u>	<u>Hábito</u>
Especiales Grupos o tribus	es un control social, más eficiente que la ley o la norma.	es una norma social de menor rango.	es particular.
Particulares (para el individuo), ambas encierran una tradición	El control social se manifiesta o tiene su poder en la coacción, bajo la forma de sensaciones formales (Estado) uso fuerte derecho, política. Sanciones informales (sociedad) débiles, difusos, el vestir, el comer, el pensar, el trato social, etc.		

Hay cuatro tipos de Normas:

<u>Religiosa</u> (o moral religiosa)	<u>Morales</u> (ética)	<u>Jurídica</u>	<u>Sociales</u>
Con cuatro aspectos: Dogma (la divinidad) Moral (los 10 mandamientos) Liturgia (ceremonias sus formas) Derecho (canónico)			

Medios de Comunicación Colectiva	Televisión Radio Prensa Historieta	Provenientes del mundo occidental capitalista, influyen en los usos sociales de dichas sociedades.
----------------------------------	---	--

¿Puede darse ese caso de influencia? Ágnes Heller evoca tres tipos de imitación: de acciones (el aprendizaje); del comportamiento y el evocativo en la vida cotidiana: “(...)Es muy importante la imitación de acciones aisladas en la esfera del mundo objetual, tanto para el uso como para la producción de objetos, a la vez, en la apropiación de la vida cotidiana; la imitación del comportamiento: entre los tipos de imitación usual es en la vida cotidiana, la imitación de los modos de comportamiento ocupa un lugar de primer plano. Esta no se limita a determinados usos, sino que comprende más tipos de conducta complejos. El fenómeno en sociología es denominado “imitación del rol” o “apropiación del rol(...)”²⁵⁴. Por esta razón el curso del razonamiento sobre este fenómeno evitaremos el concepto de rol. La imitación del comportamiento

²⁵⁴ Heller, Ágnes: *Sociología*, Op. Cit. p.300.

está dotado de un contenido de valor concreto y social significativo y de una carga más o menos ideológica.

La imitación evocativa, consiste en aquel tipo de imitación que despierta el recuerdo de actos o sentimientos concretos, provocando así un efecto sentimental y/o intelectual. Nos encontramos aquí ya, por tanto, con una imitación surgida a través de la elaboración conceptualizada. La forma fundamental de la imitación evocativa es, en la cotidianidad moderna, el relato²⁵⁵.

Más que imitación, es identificación con el lenguaje verbal utilizado o reflejado en los personajes, en este caso de la *Familia Burrón*. En la actualidad no se da ese caso, la historieta retoma los modismos del lenguaje popular, no aporta nada nuevo. Estañón Aguirre²⁵⁶ menciona el ejemplo de la historieta *El Payo* que influyó en los campesinos de la región denominada La Laguna (Torreón Gomez Palacio y Durango). Aún en este caso ¿qué tanto es por imitación de comportamiento o evocativa? ¿Qué tanto por reflexión, necesidad de cambiar sus condiciones de trabajo y de vida?

Un estudio sistemático del rol de las mujeres en las historietas por décadas será de gran ayuda. Habría que preguntarse ¿Qué tanto refleja el cómic, el rol de la mujer en la sociedad? ¿Qué tanto es la adaptación de lo que sucede en la sociedad? ¿Qué -imitación evocativa- imita a qué?

La cotidianidad es monotonía que provoca aburrimiento de las actividades que se ejercen. Las rupturas son: la fiesta, el cambio, las vacaciones, el enamoramiento, la aventura en los cuales, los *mass media*, las apoyan y por otro lado elimina esa rutina. A lo cuál, lo/as individuo/as se vuelven cómplices por la pseudorealidad de la vida, también al aceptar las identidades e ideales que les imponen. Para la mayoría de las mujeres sólo es soñar breve y a la vez, ampliar conocimientos de la vida y el mundo.

Mujeres que usan los medios con sus labores cotidianas “(...)¿qué tanto estos productos comunicativos están llevando un gran vacío que existe en la vida de las mujeres?, Fruto de la insatisfacción con su vida cotidiana, y, por lo tanto se transforman en receptoras de medios con intencionalidad que rebasa los contenidos mismos del mensaje(..)”²⁵⁷.

²⁵⁵ IBID, p.302.

²⁵⁶Estañón Aguirre, *Análisis Jurídico*, Op. Cit. p.159.

²⁵⁷ Charles C. Mercedes: “Construcción de la Identidad de Género en la Comunicación Masiva” en *Estudios de Género y Feminismo II*, p.375.

3.2. El Poder:

Resulta difícil definir el concepto ya que puede mostrar otra vertiente a este apartado ¿Por qué examinarlo? Por tres razones:

a) En el contenido de la historieta: el uso del poder ¿Qué tipo es?; b) El “poder” de la historieta como medio de difusión masiva; c) El “poder” de convocatoria” de la historieta para el lector. Asimismo, lo difícil no sólo es el concepto sino su connotación y su denotación que abarca varios escenarios y ámbitos.

¿Por qué o cómo surge el poder? Los primeros grupos de humanos lograron avances por un líder que, por iniciativa, idea accidental o “buscada” o por su fuerza, logró conducirlos. El grupo le confirió *autoridad* que: “(...)es el derecho a tomar decisiones y ordenar las acciones de los demás dentro de una esfera socialmente definida(...)”²⁵⁸. Derechos y obligaciones tanto de él como *autoridad* y como sus “seguidores”.

Laura Ibarra afirma que los “(...)sistemas sociales se constituyen y se mantienen gracias a las acciones de los sujetos y es precisamente a través de éstas como el poder se introduce en la sociedad(...)”²⁵⁹. El comportamiento de los sujetos como un elemento del orden social para su acción, su organización propia interna, sus procesos naturales, como su formación cultural lo conforman.

“(...)A las necesidades cuya satisfacción se encuentra en condiciones de competencia y, por lo tanto, dependen del comportamiento de los demás, los llamamos intereses(...)”²⁶⁰. Movilizan potenciales de poder que repercute en su proceso. El poder como forma cultural de la acción, su desarrollo transcurre bajo los potenciales de poder de los demás. El poder en su dinámica es ilimitado y limitado “(...)nadie puede procesar más poder que lo que su integración en la organización social, sus oportunidades y la distribución de los potenciales de poder en la sociedad le permiten(...)”²⁶¹.

Annabelle Hoff observa que “(...)En psicología el poder significa la habilidad de afectar cambiar influir en otras personas. Por tanto consideraciones tales como el status, la autoridad y el prestigio resultan centrales en el poder(...)”²⁶². Boulding es más precavido al referirse al término poder “(...)como la mayoría de las palabras importantes tiene muchos significados. El significado más amplio es el de potencial para

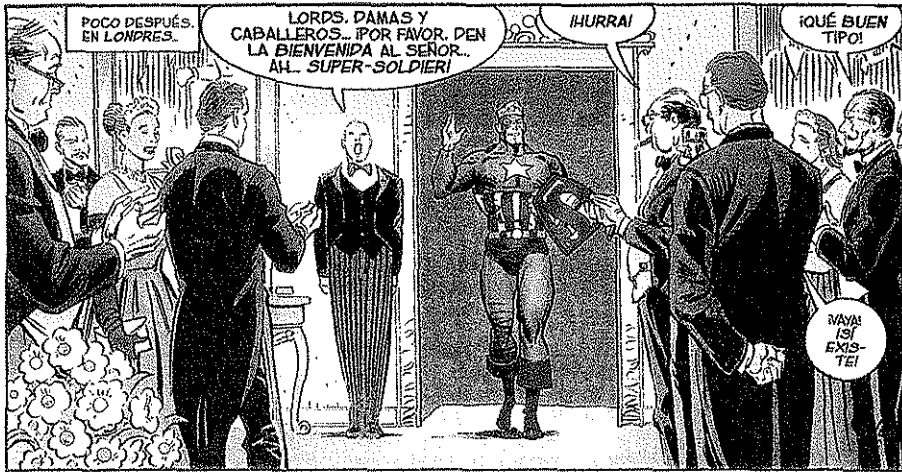
²⁵⁸ Bock, Philip K: *Introducción a la Moderna Antropología Cultural*, p.401.

²⁵⁹ Ibarra García, Laura: *Las relaciones entre los sexos en el mundo prehispánico. Una contribución a la sociología del amor y del poder*, p.54.

²⁶⁰ IBID, p.56.

²⁶¹ IBID, p.57.

²⁶² Hoff., Anabelle: *El poder del poder*, p. 23.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACION 52

SUPER-SOLDIER: MAN OF WAR



Primera edición 14-marzo-1948

GRUPO EDITORIAL VID, S.A. DE C.V.
 PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL
 MANELICK DE LA PARRA VARGAS
 DIRECTOR EDITORIAL

"DECIDIDO" DAVE GIBBONS- trama, diálogos y dibujo
 "MALÉVOLO" MARK WAID- trama
 "JOCOSO" JIM PALMIOTTI- tintas
 "ANSIOSO" ANOUS McKIE- color
 "VOLADOR" FRANK BERRIOS- asistente de editor
 "KALIDOSCÓPICO" KC CARLSON- editor
 SSMOW- 1/ 6-97
 ¡EL ASOMBROSO UNIVERSO AMALGAM SIGUE ADELANTE!

cambiar(...)²⁶³. De lo que corresponde a su naturaleza, manifiesta: El poder como la capacidad de conseguir lo que queremos. Además “(...)El poder de decisión está relacionado con el número de ideas potenciales del futuro(...)²⁶⁴”.

¿Cuál es la fuente del y para el poder? Boulding lo expresa así: “(...)El factor genético (tanto si es una idea en la mente de una persona como el DNA en un huevo fertilizado)* consiste, fundamentalmente en conocimientos en general, conocimientos para saber hacer cosas, información y capacidad para comunicarse. Esos elementos constituyen la base de todas las formas de poder y son particularmente importantes en el poder integrador, en el que la comunicación desempeña un papel fundamental(..²⁶⁵”. Los humanos, en ese anhelo de poder, lo han buscado y obtenido por las condiciones sociales y sobre todo políticas, lo que ha ocasionado avances y retrocesos sociales por esas decisiones políticas.

Además de las consideraciones anteriores, hay que mencionar las psicológicas: Boulding menciona tres clases de poder a) Poder destructivo, b) Poder económico y c) Poder integrador, poder simbólico. El poder destructivo, también es productivo para el género humano como la caza o explosivos para construir canales, su lado oscuro de éste poder es la violencia y la guerra. Las conductas de la amenaza, y por otra, de la sumisión, está relacionada con el poder destructivo. “El robo es muy destructivo para la relación integradora. La confianza es necesaria para que florezca el intercambio²⁶⁶”.

Boulding escribió acerca del poder de la amenaza (poder destructivo), la amenaza para la intimidación, pero al no lograr ésta, queda la fuerza. La fuerza que algunos la confunden con poder. También existe el poder político y militar, base del sistema amenazador y en el poder destructivo. El poder económico que ve la distribución de la propiedad, puede ser productivo, no lo es cuando amenazan las relaciones de propiedad. El poder económico puede ser integrativo, no así, al utilizar la fuerza jurídica y la policiaca.

(Ilustración 52 de la hoja anterior, aparte) El primer ejemplo de *comics* -estadounidense- muestra dos “poderes” del mundo, *Super-Soldier* que representa a EE.UU y al Primer Ministro de Inglaterra, Winston Churchill, aliado. Muestran dos poderes, el político y el económico. *Comics* que como lo señala la leyenda es “¡Un clásico de la era de los *comics amalgam!*” que

²⁶³ Boulding, Kenneth. *Las Tres Caras del Poder*, p.17.

²⁶⁴ IBID, p.18.

* Paréntesis y anotación mía.

²⁶⁵ IBID, p.38.

²⁶⁶ IBID, p.33-34.



ILUSTRACION 53

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



SUPERMAN

"SUPERMAN" AÑO XII, Núm. 203 JUNIO 7 1998

GRUPO EDITORIAL VID, S.A. DE C.V.

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL

MANELICK DE LA PARRA VARGAS

DIRECTOR EDITORIAL

CARLOS FRANCISCO JIMENEZ ESPINOSA

DIVISION INTERNACIONAL
 C.P. FERNANDO CASTILLO MARIN
 GERENTE DE PRODUCCIÓN Y CIRCULACIÓN
 ENRIQUE ESPINOSA DE LOS MONTEROS

GERENTE ADMINISTRATIVO
 C.P. ELIZABETH MANI

GERENTE DE PUBLICIDAD Y VENTAS
 NORMA MONROY FLORES

GERENTE DE MERCADOTECNIA
 EUGENIO DE LA PARRA C.

PRODUCCIÓN EDITORIAL
 MAURO GONZALEZ ESPINOZA

DIRECCIÓN E. DIGITAL
 ANGEL D. HAGGARD

COORDINACIÓN E. DIGITAL
 J. FRANCISCO IBARRA MEZA

diseñador: DAN JURGENIS
 dibujo: PETE KRAUSE
 tintas: KEITH WILLIAMS
 color: GLENN WHITHORE
 editor asociado: DAN THORSLAND
 el mismo viejo / director: MIKE CARLIN
 S-697 7-92

pretendió levantar la moral del pueblo, del ejército estadounidense, en este caso: en el corazón de la Europa nazi. La violencia es admitida en todo lo que va y da en *comics* contra el nazismo. Violencia que parece ser justificada. Al mismo tiempo, se muestra del poderío estadounidense, pero que es un poder destructivo.

El otro ejemplo (Ilustración 53 de la hoja anterior), aparte, el de un *Superman* maduro que cuida los intereses, o más bien, los valores estadounidenses, por ello, lo vemos en Washington, en el Senado, lucha en esta ocasión contra personas comunes que se hacen llamar *Los Hijos de la Libertad*, organización que busca restaurar los valores estadounidenses. Aunque aquí cada uno lo interpreta a su manera. *Superman* aprecia dichos valores ¿cuáles? ¿Los valores de las instituciones “oficialistas” o los de las personas comunes? El Gobierno estadounidense representa más no es la garante de lo que corresponde a la sociedad y los ciudadanos -por cierto dividida en minorías y mayorías de razas, de pueblos- que en la vida cotidiana forjan su desarrollo.

¿Por qué motivo “el hombre” busca el poder? El anhelo de poder surge de las relaciones sociales de producción que están basadas en la explotación de unos pocos hacia la mayoría de la población, porque el anhelo de poder es parte esencial e intrínseca de la condición humana y tiende a ser satisfecha por impulso propio. El poder trasciende todos los actos humanos. El poder tiene otros medios para obtenerse: la posesión de armamento, la autoridad civil (gubernamental), la autoridad eclesiástica, la fuerza de los medios de difusión masivos, la ciencia y la tecnología, etc. Dicho afán es una de las motivaciones más importantes, “contaminado con otros afanes como el de la posesión de bienes, de comodidad, de placer, de aprobación (de prestigio) y otros más”, explica Hoff. En el Capítulo I, se mencionaron las características de los medios de difusión masiva que de una u otra manera dimanaban en él y con el poder.

Boulding asienta: “(...)La envidia y los celos, sentimientos de insatisfacción ante nuestra situación en la estructura del poder, son resultado, y a veces causa de la malevolencia(...)”²⁶⁷. Y, es en las historietas que de alguna u otra manera se representa, aunque, de la envidia y los celos se hayan convertido en un lugar común. No hay que confundirlo con la vida cotidiana, la envidia y los celos no son la reproducción social, son dos síntomas humanos psicológicos

²⁶⁷ IBID, p.23.

internos que “estallan” por la incapacidad del sujeto de comprender una situación, o por la provocación que ejerció algún individuo sobre él.

Es un lugar común porque los argumentistas parten de estos dos elementos para elaborar sus argumentos, representándolos como algo que es de todos, que nos es común. Ambas nociones son procesos. Cuestión que no lo marcan los historietistas, siempre representan, en el caso de la envidia, su negatividad.



I L U S T R A C I O N 54

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

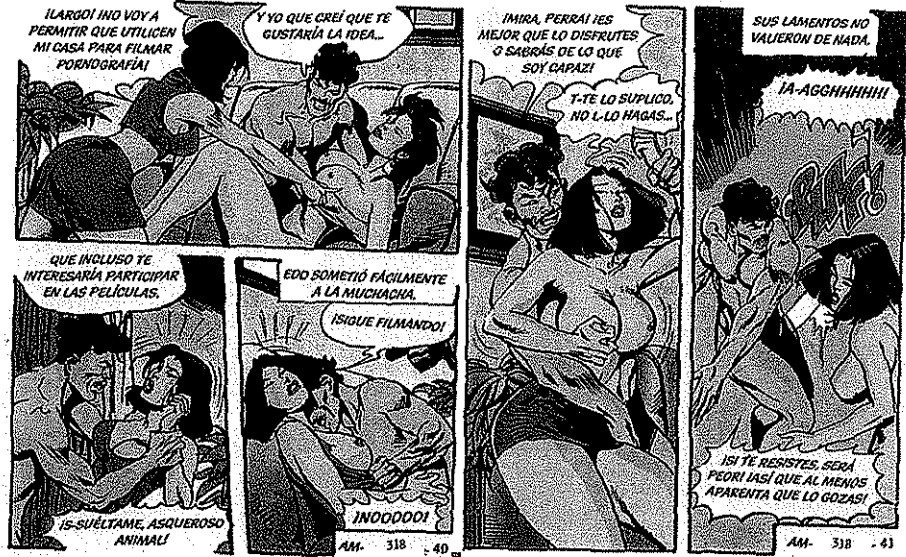
(Ilustración 54) La ilustración del primer ejemplo, mujer manipuladora, su meta proyectada es ambivalente, ser en todo, y sobre todos, hombres y mujeres, la mejor. Es una meta indefinida como a la vez, es una meta de momento, la personaje no tiene ningún proyecto de vida como sujeto. Ella en sí, es objeto de su objeto. La cuestión es ¿qué tan válido y práctico en tiempo y espacio, es dedicar el contenido de la historieta a alguien así? Será más admisible distinguir las distintas envidias, y sobre todo, los objetivos que tienen en la existencia. Observar sólo la envidia negativa, es dejar tal representación igual. Para finalizar, la protagonista termina mal, su envidia la llevó a ser un objeto sexual -antes lo hizo por placer- para extranjeros; por parte de ella no hubo ni remordimiento, ni reflexión por sus actos, que dañaron a otros seres.

Boulding afirmo que el poder del intercambio que va desde dos personas, la conversación, la confianza y la cortesía, los servicios recíprocos; esta más relacionado con el poder productivo. Hay que distinguir: el poder interior (lo que se refleja, incluye o manejan) en el contenido; y el poder exterior, la



208A

I L U S T R A C I Ó N 55A



I L U S T R A C I Ó N 55B

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



I L U S T R A C I Ó N 55C

historieta como medio de difusión masiva, esto último, está expuesto en el Capítulo I. Con lo que atañe al poder, dentro de sus contenidos es muy variable: Gubern, Coma entre otros autores en sus análisis acerca del *comic* estadounidense, observaron: el maniqueísmo, la lucha del bien (superhéroes) contra el mal (los villanos que en cierto período llegaron a ser Hiroito, Mussolini e Hitler). Los superhéroes (sujetos activos) salvan a la humanidad (sujetos pasivos, incluyendo los tres poderes que gobiernan en la mayoría de las naciones: Ejecutivo, Legislativo y Judicial). La humanidad es representada como sujeto pasivo, lo mismo son del país desarrollado (*Metrópolis, Ciudad Gótica, Villachica*) que de un país subdesarrollado. Las luchas de los superhéroes son en espacios urbanizados o galácticos.

Por el lado de las historietas mexicanas también está el maniqueísmo, aunque en algunas historietas de héroes o protagonistas los relacionan a un determinado círculo social. Sin embargo, muestran velada o abiertamente la lucha de los sexos. Muestran a la mujer más independiente del dominio masculino pero con una consigna: Independízate, pero ante todo, conserva tu belleza²⁶⁸. Los hombres y mujeres, ambos profesionistas que contribuyen al gasto familiar son “(...)adultos instrumentalizados por realizar complejas tareas técnicas e intelectuales, pero con severas dificultades para asumir la responsabilidad de la madurez en el área emocional, y dentro de ella, en su más arduo aspecto: la educación de los hijos(...)”²⁶⁹. ¿Cuál de los tres poderes que menciona Boulding se representa más en las historietas mexicanas?. (Ilustración 55A, B, C, hoja anterior aparte).

Hay que observar tres: a) La fuerza física -como poder- del hombre contra la mujer; b) El poder económico o político del varón o la mujer para lograr sus intereses; c) La manipulación del hombre o la mujer para satisfacer sus deseos o intereses. ¿Qué género es el que sale peor librado en la mención de los tres anteriores?. Otro punto aparte es, en estas manifestaciones de poder, las personas con alguna discapacidad, los ancianos y los indígenas, no aparecen. En un ejemplo (Ilustración 55C; *Yo Confieso*, año 2 n.59) representa a un juez de sesenta y tantos años que es “un garañón” con las mujeres de una casa de citas que él administra.

²⁶⁸ La belleza tanto el termino como su significado es heterogéneo. La belleza es vista en la representación que produce un goce sensible, que por ello, superan al pragmatismo. No así la belleza, más apegado a lo utilitario, al desarrollo de valor que en épocas “(...)diversas y en estratos diversos ha poseído una función histórica concreta distinta(...)”, así lo escribe Ágnes Heller, en *Sociología...* p.204-205.

²⁶⁹ Hoff., Anabelle: *El Poder*. Op. Cit. p.80.

¿Cuál es la imagen de los ancianos mexicanos? Existen varias dentro de la vida diaria pero que, no es cotidiana en los argumentos de las historietas, es la imagen de un anciano jubilado, pensionado, éste sería un “personaje gris” que no “jalaría” (no llamaría la atención no motivaría porque provocaría un rechazo) al lector porque, puede provocarle otras sensaciones. Sin embargo, ese anciano jubilado, ese “personaje gris”, fue uno entre tantos que día con día forjó este país.

Un punto a considerar que también se advertirá en el apartado de la perspectiva de género, es la familia y la relación de poder. Marta Lamas capta la adquisición, control y distribución para las decisiones que conciernen a cada miembro de la familia y a ésta en su conjunto. Por el lado del denominado género femenino, se recurre a introyectar la manipulación del hombre y de los hijos provocándoles sentimientos de culpa por daños reales o imaginados infligidos por ella. O bien, la relación sexual se usa como medio de manipulación sea por el hombre o la mujer.

Desde el inicio de la propiedad privada, los hombres al apropiarse de la tierra también se apropiaron de la mujer. Surge el mito de la “madrecita santa”, al paso de los años generó una mistificación de la omnipotencia materna: originada del amor incondicional, de la abnegación absoluta y del sacrificio heroico. Marta Lamas encuentra realmente: “(...)madres, hartas, golpeadoras, ambivalentes, culposas, inseguras, competitivas o deprimidas. El mito de la madre no registra las aberraciones, crueldades y locuras que muchas madres -sin duda víctimas a su vez- ejercen contra sus hijos. El mito del amor materno encubre las motivaciones hedonistas, oportunistas, utilitaristas e interesadas de madres pasivas, insatisfechas, locas, crueles, narcisistas o simplemente desinteresadas en el hijo(...)”²⁷⁰.

Marta Lamas enfatiza de la “madrecita santa” que su ámbito es la familia que limita su participación pública, y que la sociedad muestra la poca importancia que le otorga a su trabajo complejo y laborioso. Asevera la urgente tarea política de des-construir dicho mito, para que, la madre como individuo no prosiga el “(...)juego nefasto que logra el dominio a través de la entrega: el poder sobre los hijos y la dependencia de éstos(...)”; sus hijos que deberán satisfacer los deseos que ella no logró; tal motivo: “(...)no favorece la salud mental de los hijos, si no que, al contrario, los carga de problemas(...)”²⁷¹.

Un punto que no tocó, es la madre como *alcahueta* ¿o sobre protectora? de su hijo “macho” porque así ella asegura de la “hombría” -masculinidad- de su

²⁷⁰ Lamas, Marta: “¿Madrecita Santa?”, en *Mitos Mexicanos*, Op. cit. p.175.

²⁷¹ IBID, p.177.

descendiente, que demuestra la perspectiva e identidad del sexo que ella estableció en él o que conscientemente la sociedad estableció en el inconsciente de ella. Los hijos nacieron de dos personas, por lo que la responsabilidad es también del padre. El problema es que este no existe, esta ausente, sólo se hace presente para dominar e imponer su única voluntad en la familia. Sin embargo, la mujer al igual que el hombre son víctimas del sistema social en el que viven; la ideología dada por medio de las instituciones: las leyes, el gobierno, la escuela, los medios masivos, la familia legitiman la explotación, la opresión de los seres humanos; no es sólo la familia.



(Ilustración 56A) Se ve en la primera historieta de la lucha por el poder, de la lucha generacional, de la inexistencia de valores, principios, objetivos, discusión de sentimientos y resentimientos encontrados que explotan en su hacinamiento en su vivienda-vagón de ferrocarril. La pareja más que “negociar” trata de imponer; la madre como jefa de familia quiere imponerse con toda su moral, su interpretación de la vida, sus intereses.

La segunda historieta “prueba” que la madre es agresiva, violenta y manipuladora, y lo peor, el padre parece indiferente del trato de su madre a sus hijos, además de displicente, casi complaciente con la forma de ser de su madre. Una madre con un aspecto común, más alejada de la mayoría de las madres mexicanas que se desviven por sus hijos, y son amorosas con sus nietos (Ilustración 56B).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Ejea. Angeles y demonios, año II, n. 114, 8/XII/1997.



ILUSTRACIÓN 56B

La tercera historieta tampoco es la típica madre de antes, ni mucho menos en lo actual, es una madre, de las pocas que existen, que son alcohólicas; es la imagen de una señora mayor que a últimas fechas su interés es el alcohol (Ilustración 56C) EJEAA *Una Historia una Vida*, año IX, n.483, 26/XII/1997.



ILUSTRACIÓN 56C

Hay que mencionar que en la época actual va imperando el que las mujeres también “disfrutan del vino y del licor”, sean consumidoras aunque no lleguen a “alcoholizarse” tanto como los hombres. Esto ha sido motivo para que la sociedad y sobre todo los medios de difusión masiva las halaguen y las comparen con los hombres. Es una muestra de los problemas sociales que se

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

generan en el sistema: no existen alternativas de trabajo, el tiempo libre es poco o escaso, no hay suficiente vivienda, y demás problemas existentes.

Por el lado del sexo masculino, las historietas los ha identificado con la participación social activa, la responsabilidad económica y cultural y la capacidad de dominio, control y poder. Pero en el caso del sexo femenino la identificación no es igual, no es ni lo hacen tan notorio, al lograrlo tiene que renunciar a su familia, ése es uno de los costos para la obtener una posición.

¿Qué pasa en México, en la familia? ¿Cómo se manifiesta el poder?

Rogelio Díaz-Guerrero lo analiza: “(...)Todo parece indicar que nuestra cultura logró, cuando menos, esclarecer que no existe nada más una manera de relacionarse en una pareja, o en grupo, a fin de determinar posiciones tales como determinar quién tiene más o menos poder. Más bien, creemos que existe otra dimensión, profundamente importante y hondamente humana, que es la del amor. Todo parece indicar (en forma tan poco clara como se quiera y guste) que dentro de la familia mexicana se llegó a la conclusión de que en el hombre debería residir el poder, y el amor en la mujer(...)”²⁷².

Así lo manifiestan en los cómics, por muy independiente que sea la mujer, ella es quien se doblga ante el hombre. Ella es quien, no quiere apartarse de él. Las heroínas o las superhéroes piensan en él. De las historietas “románticas” que interpretan o “reflejan” la vida cotidiana, en la mayoría de éstas, las mujeres por amor ceden a pesar de las humillaciones o devaluación a su persona. En tales historietas parece “admirársele” su lucha por sobrevivir, sin embargo, poco o nulamente la muestran en su doble o triple jornada de labores: a) como trabajadora o empleada; b) como esposa-madre, c) esposa-madre, empleada, estudiante, sindicalista, de partido, de organización social, de profesionista, etcétera.

En el ámbito de la ciencia política, Mario Stoppino especifica el concepto del poder y lo secciona en ocho apartados: I) Definición; II) El poder actual; III) El poder potencial; IV) El papel de las percepciones sociales y de las expectativas; V) Modos de ejercicio y conflictualidad del poder; VI) La medición del poder; VII) El poder en el estudio de la política; VIII) Métodos de investigación empírica*.

“(...)En su significado más general, la palabra poder designa la capacidad o posibilidad de obrar, de producir efectos; y puede ser referida ya sea a individuos o grupos humanos como

²⁷² Díaz-Guerrero, Rogelio: *Psicología del Mexicano*, Op.cit. p.213.

* Anota la definición, después escribe un breve desarrollo de los siguientes incisos con el ejemplo que podrá ser un calificativo, presunción o denuncia, pero que en-sí es sólo un ejemplo.

a objetos o fenómenos de la naturaleza (como en la expresión ‘poder calorífico’ o ‘poder absorbente’). Entendido en sentido específicamente social, esto es en relación con la vida del hombre en sociedad, el poder se precisa y se convierte, de genérica capacidad de obrar, en capacidad del hombre para determinar la conducta del hombre: poder del hombre sobre el hombre. El hombre no es sólo el sujeto sino también objeto del poder *social(...)*²⁷³. Boulding describe que el poder social, como parte de la integración, está en las instituciones como: la familia, la iglesia, la escuela. “(...)El poder social es la capacidad de hacer que la gente se integre a alguna organización a la que entrega la lealtad(...)”²⁷⁴.

Stoppino añade que se trata de una relación triádica: persona, grupos y *esfera* del poder. Detalla dos tipos de poder: I) el *actual*, es una relación entre comportamientos que llevado a las motivaciones sociales aunque **A** (Editoras de historietas) provoque sin intención, causa el interés del otro. O bien, **B** (lectores) tiene el comportamiento deseado por **A** evita un mal anunciado, esto en el caso del poder coersivo; recurren a ello en las relaciones sociales y políticas cuando no se llega a ejercer el poder; **A** puede provocar determinado comportamiento en **B** con propaganda disfrazada, la relación se vuelve *manipulación*. II) El poder *potencial*, determina los comportamientos ajenos con una relación entre aptitudes para actuar; actitudes que se refieren a los recursos y su empleo, y más en general al poder. Entre estas actitudes están las percepciones y las expectativas que se refieren al poder. Las percepciones o *imágenes sociales del poder* ejercen una influencia sobre los fenómenos del poder real.

Los modos específicos determinan la conducta ajena. En la cuestión de la “*manipulación*” no surge de inmediato un conflicto, pero puede quedar como potencial (toda acción provoca una reacción, lo exprese con la agresión), si **B** se reconoce manipulado. Tal cuestión, medirlo cuenta con cinco dimensiones: 1) la probabilidad de que el comportamiento se verifique; 2) el número de hombres sometidos; 3) de la *esfera* del poder, una escala de valores de dicha cultura, puede tener mayor o menor peso que otra *esfera* diferente; 4) el grado de modificación de la conducta de **B** que **A** provocó dentro de una esfera de actividades; 5) el poder de **A** restringe las alternativas de comportamiento que quedan abiertas para **B**.

Para Luciano Galiano²⁷⁵ describe una variante, la cual refiere los medios de comunicación masiva: La acción que **A** está en condiciones de realizar para

²⁷³ Stoppino, Mario: *Poder*, en el *Diccionario de Política (L-Z)*, p.1217

²⁷⁴ Boulding, Kenneth: *Las Tres Caras*. Op. Cit. p.37.

²⁷⁵ Galiano, Luciano: *Diccionario de Sociología*, p.711.

evitar que las instancias, la protesta, la oposición de **B** -en una palabra su voluntad contraria- llegue hasta los centros de decisión; o para sofocar su expresión Por ejemplo, obstaculizando el uso por parte de **B** de los medios de comunicación masiva. Que en suma lo denomina *dominio* o condición de sobreordenación estable de **A** sobre **B**, obtenida con combinaciones variables de poder, autoridad, influencia, control sobre la formación del carácter social, etcétera.

Es el poder, que llama organizativo, el poder que ejerce el Estado. ¿Cómo ejercen o comparten su poder, en forma individual? ¿Por grupos? En el Capítulo I se esbozó referencias, mencionadas para ilustrar: los grupos de la llamada familia revolucionaria y su relación con grupos económicos (pueden o no ser empresarios). Es el grupo gobernante lo que representa al Estado.

Mendieta y Núñez asienta de los tres poderes: *Ejecutivo, Legislativo y Judicial*, predomina el primero sobre los otros dos, y es quien posee el poder, por ello, representa al Estado, a la vez, tiene a su disposición la fuerza militar y los procedimientos coactivos de la administración pública. Esto es en sí, Poder Político su concentración es de carácter social. El autor suministra otras clases de poder, aquí sólo enuncia: 1) Poder carismático, 2) Poder legítimo y el poder legítimo o de facto. No las desarrolla, trata de que la idea se capte y quede como poder político o social.

Entonces, los medios de difusión ¿qué son: poder o fuerza? Ambos, aunque hay consenso del calificativo que les han impuesto: el cuarto poder. Claro que esto surgió con referencia a la prensa escrita. Recordemos que Raúl Trejo Delarbre entre otros investigadores e investigadoras lo ampliaron: *El Quinto Poder. Televisa*. Pero, en lo que concierne a las revistas de historietas son ¿fuerza o poder?. No es fuerza, ésta en sí proviene de la energía física. En sí, las historietas están conformadas y concentradas por un poder: el de los medios de difusión masiva. En el ámbito nacional, la mayoría de las veces siguen las disposiciones de los medios de difusión transnacionales, ávidos de un dominio hegemónico que les “permita” expandirse en los mercados. Dichos medios transnacionales imponen su poder ideológico, su propia visión del mundo.

El comentario de Hacker arriba mencionado lo enlaza con lo escrito por Sergio Ortiz Leroux: “(...)El caldo de cultivo de esta violentización de las relaciones sociales es la creciente descomposición política, económica y social que atraviesan nuestras

sociedades, especialmente las latinoamericanas(...)"²⁷⁶, en las cuales se ha generado un nuevo orden de normas, prácticas y lenguaje: el de la violencia.

El Estado "(...)teme toda violencia natural por encontrarse fuera del derecho y ser potencialmente fundadora de derecho(...)"²⁷⁷. La violencia se relaciona con el derecho pero también con el poder, con la política, que es en sí, "(...)un asunto de denominación, a un problema de mando de uno, pocos o muchos sobre un pueblo, grupo o comunidad(...)"²⁷⁸. La violencia se vuelve instrumental, es distinta pero, se une a veces al poder; el derecho está supeditado a la clase dominante.

La reflexión de Ortiz Leroux parte de los sucesos que son causas del conflicto social hasta establecer: violencia- Estado-derecho, impera por las circunstancias presentes. Tratar de definir, desarrollar y dejar puntos claros de lo que es el poder, amerita una investigación más amplia. Verlo desde el análisis psicológico, sociológico, de la ciencia política y también antropológica, disciplinas afines en las ciencias sociales.

No sólo es la muestra del poder -en sí, fuerza física- que el varón -sin importar condición social o grado de estudios- ejerce sobre la mujer, es también el poder económico real o representado. El de los varones el poder económico figurado es el de la clase media a la alta. La clase alta que "crea fuentes" de empleos y un aspecto negativo es la explotación de sus trabajadores, que en-sí es la humillación al pobre.

El poder económico real expresado en grupos de presión que obtienen privilegios, prebendas, concesiones y protección. Estos grupos de presión aunados o conjuntados con otros grupos sociales, culturales, científicos y de grupos políticos, logran ejercer el poder de forma más sofisticada sobre la sociedad.

Los grupos de poder en su interior, o bien, su jefe, presidente, dirigente, líder, la mayoría de las veces es hombre. Pocos son los grupos que han permitido el ascenso de la mujer con las ventajas y desventajas que ello implica; nombra desventaja en caso de que la mujer dirija uno de estos grupos y prosiga la ideología o los procedimientos que de manera directa o indirecta afectan a las mayorías, y entre éstas, a las mismas mujeres.

²⁷⁶ Ortiz Leroux, Sergio: *Reflexiones sobre la Violencia Contemporánea*, p.46.

²⁷⁷ IBID, p.53.

²⁷⁸ IBID, p.58.

3.3. La Agresión:

A pesar de todos sus acercamientos teóricos (1966, Konrad Lorenz *Sobre la Agresión: el Pretendido Mal* y en lo actual, Renfrew *Agresión y sus Causas*) la definición de agresión no ha logra obtener un significado real, ante todo por las variantes de comportamiento agresivo. De Moyer K. E. (1968), nombra clasificaciones: a) Agresión predatoria; b) Agresión entre machos; c) Agresión por miedo; Agresión por irritación; d) Agresión maternal; e) Agresión sexual. Renfrew y otros autores de textos científicos definen la agresión como cualquier forma de conducta que pretenda herir física o psicológicamente a alguien.

Pareciera que agresión y agresividad son lo mismo; sin embargo, esta última es una disposición que hace referencia relativamente persistente a ser agresivo en diversas situaciones diferentes. Pensemos en la agresividad como en una disposición hacia el comportamiento agresivo.

“La agresión es un comportamiento que es dirigido por un organismo hacia un blanco, que resulta con algún daño”²⁷⁹.

“(…)un **comportamiento** es una pieza de información objetiva: puede ser observada por los demás y, con una definición apropiada, dos o más observadores pueden estar de acuerdo si ocurrió o no(…)”

La agresión **dirigida** “(…)No siempre resulta sencillo determinar la intención, y esto podría implicar procesos subjetivos internos, como aquellos excluidos en nuestra definición de agresión(…)”²⁸⁰

“(…)**Organismo** se refiere tanto a los humanos como a los animales no humanos que se han estudiado para determinar las causas de la agresión (...) **Blanco** puede significar otro individuo de la misma especie, como cuando una persona golpea a otra(…)” O autodirigida como el suicidio o el comportamiento de autodestrucción; o entre especies un perro contra un humano.

“(…) La inducción del termino **daño** en la definición de la agresión indica cierto efecto negativo en el blanco(…)”²⁸¹.

En cuestión de los medios de difusión masiva proyectan y reflejan la violencia. Parecería que la violencia es nata y natural y no un producto de la sociedad, un ejemplo muy recurrente es el título: *La violencia en la TV*. Aunque también se cuestiona qué tanto los productores o creadores más que reflejar la violencia social, manifiestan su agresión en lo que proyectan o en

²⁷⁹ Renfrew, John W: *La Agresión y sus Causas*, p.15.

²⁸⁰ IBID, p.15.

²⁸¹ IBID, p.16.

sus obras y su agresividad contra los receptores o los lectores -en el caso de las historietas.

Ágnes Heller en la *Alienación y la Naturaleza del Hombre*, que éste, busca desarrollar su yo (un yo social pero: es incuestionable que las normas sociales, y las morales), coartado con mucha frecuencia y en varios aspectos el desarrollo de las capacidades de ciertos individuos, argumentando que en realidad el hombre no posee ningún instinto agresivo ni defensivo, ni benigno ni maligno. El hombre no es, en ningún aspecto, un ser gobernado por los instintos. Sugiere que se puede cambiar al individuo su relación subjetiva con la alienación. Para esta autora la agresividad será, por lo tanto, un instinto específico característico de cada hombre.

Berkowitz en: *Violencia en los Medios de Comunicación*. “Entretenidos, Informativos... y peligrosos”. Los medios de difusión masiva tienen influencia amplia tanto en lo informativo como en el entretenimiento. En cine y en TV, la violencia que presentan puede operar también en los casos de imitación, por ejemplo, aquéllas que con la idea de suicidarse la reforzaron mediante alguna película o programa. Es decir que “(...)el efecto de cebado²⁸² (la persona se encuentra con un estímulo o un hecho que tiene un significado particular, le produce otra idea que tiene un significado muy similar) de las escenas agresivas es en donde las personas obtienen ideas(...)”²⁸³; sin embargo, se trata de personas significativamente más punitivas (castigadoras) que otras personas. Otra cuestión es “que ciertos tipos” de estímulos del entorno no aparentemente neutros pueden reactivar también un efecto de cebado producido por algún programa o película. O bien, la teoría del guión (Rowell Huesmann): centrales efectos a largo plazo aunque de la persona dependerá la retención, práctica y activación. Si bien los jóvenes ven en la violencia un objetivo para lograr algo; esto, obtenido por la influencia temporal -o constante- y de aprendizajes persistentes.

En cambio, las personas expuestas a la violencia presenciada con seguridad “(...)no tendrán pensamientos e inclinaciones agresivas, salvo que interpreten las acciones que ven como relacionadas con la agresión(...)”²⁸³. Empero, los programas y películas violentas no cuestionan realmente la agresión que presentan en sí, sus mensajes comunican que la violencia sí puede ser completamente justificada. Como para los productores de cine y TV: “(...)La producción de violencia eleva la necesidad y el consumo de violencia(...)”²⁸⁴, así lo observa Friedrich

²⁸² Berkowitz, Leonard: *Agresión. Causas, Consecuencias y Control*, p.230.

²⁸³ IBID, p.232.

²⁸⁴ Hacker, Friedrich: *Agresión*, p.451.

Hacker “(...)La violencia es el recurso más barato para atraer y estimular la atención del lector, del oyente o del espectador medio; incluso, del que posee un nivel cultural elevado; para proporcionar contrastes, sorpresas y tensiones a su agotado espíritu, que busca la variación(...)”²⁸⁵. Para Berkowics “(...)es una forma pésima de servir a la población(...)”. Hacker es más claro, según él, los administradores de cualquier tipo de poder, tienen las condiciones y las posibles alternativas a la violencia antes que ellos y nosotros “seamos víctimas de una violencia manipulada ciegamente y sin freno”.

W. Renfrew asevera acerca de la violencia en los medios de difusión masiva -sobre todo del cine y la TV-: “(...)Aunque ver violencia podría contribuir al aumento de la agresión, debemos entender que la evidencia que sustenta esta posición no es incuestionablemente concluyente. A partir de tan sugerente pero fallida evidencia, muchos individuos y organizaciones han alentado al gobierno para censurar a los medios de comunicación(...)”²⁸⁶.

El espectador-receptor, si logra su distanciamiento psicológico sea del agresor o el agredido, reducirá la probabilidad de que la agresión observada active ideas y tendencias de acción agresivas”. Pero que en sí, dependerá del interés del receptor, por el lado de los adultos saben que es ficción; pero por el lado de los niños les cuesta trabajo entender que no es real. Esto porque los niños procedentes de familias con escasos recursos pueden ser los que más riesgos presentan ante los programas violentos de la televisión. Por otro lado, pueden desensibilizar a la población en general.

Las historietas mexicanas actuales muestran un hecho que anteriormente no “marcaban” la violencia en la familia, violencia intrafamiliar²⁸⁷. El fenómeno lo reflejan las historietas; muestra que el hogar mexicano es nido y a veces cultivo de agresiones o de plano la violencia. Pero, es una señal o reflejo seleccionado sesgado porque, refieren sectores sociales de bajos recursos o marginados. Mostrar la violencia intrafamiliar es las historietas, no lleva a nada sino la acompañan de análisis, orientación o apoyo para ello.

Guadalupe Gómez Maganda asevera acerca de la violencia intrafamiliar que “(...)es una manifestación abusiva del poder, que deriva de la desigualdad de género y de situaciones de dependencia de las víctimas en relación con los agresores; se da en familias

²⁸⁵ IBID, p.454.

²⁸⁶ Renfrew, John W: *La Agresión*. Op. Cit. p.231.

²⁸⁷ Se recuerda de manera concisa los personajes de *Panza (Los Supersabios)* y *Memín* como sus respectivas madres “por corregirlos” les pegaban, lo cual, lo veíamos todos de manera “habitual”; casi similar, era observar como el hombre golpeaba a su mujer, si eso lo veíamos en la vida diaria pues, era “normal” mirarlo en las historietas.

de todos los niveles económicos, de características muy diversas y de medios rurales y urbanos, cuyos miembros tienen toda clase de ocupaciones y grados de escolaridad; además, sus detonantes no forzosamente son el alcoholismo o la drogadicción, como pudiera pensarse(...). Además que “(...)la violencia intrafamiliar se manifiesta mediante agresiones psicológicas o mediante golpes que pueden, o bien ser leves y dejar huella que no es perceptible a simple vista, o bien causar lesiones graves; y mediante abusos sexuales(...)”²⁸⁸.

Gómez Maganda señala dos indicaciones que, debemos reflexionar -y, por el lado de los historietistas apreciarlas para su trabajo: “(...)la violencia intrafamiliar nos está llevando a perder una enorme riqueza productiva en todos los ámbitos, y a comprometer de manera seria el futuro del país(...)”, además que retrasa “(...)la consolidación de nuestra democracia; por ello era impostergable que se combatiera, con medidas idóneas y con la participación de todos los sectores gubernamentales y sociales(...)”²⁸⁹.

Recordemos que desde la época colonial, los aleluyas y después los volantes, combinan texto e imagen; escritos que variarán en sus temas, sobresaliendo los de ejecuciones, crímenes y sucesos sangrientos. Esta afición por lo truculento, la profusión de sangre, la violencia gratuita, el tremendismo, el terror o el sensacionalismo, prosigue hasta nuestros días, como la nota roja del periodismo moderno (la nota roja -que salía en semanarios como *Alarma*, con sus casos de violencia), así que en historietas como *Vida y Hechos de Tadeo: el hombre gandul y feo* (1918) de R. Moreno y después, en Araiza, en los años cuarenta. René Eclair editó en 1963, *Tradiciones y Leyendas de las Colonias*. *El monje Loco* tuvo también dos versiones (uno más, por TV, en 1998 en el programa cómico *Derbez en Cuando*). *Hermelinda Linda* de Joaquín Mejía en los años setenta y *Aniceto* en coautoría con J. Cabezas, historieta después censurada. Otros *El Chichicuilote Vengador* de Lavalle y Galán, *Mamilitas* de Lavalle. En estos años de los noventa los de *Sensacional de Terror*, que “dan por hecho” y cotidiano los contenidos que manejan.

¿Por qué esa necesidad de sangre? Porque es un punto de atención y atracción perceptiva -entre otros elementos más-; porque “representa la realidad” y motiva a la reflexión aunque, contextualizan el argumento de esa historieta, el contexto de la vida cotidiana puede darse en dos vertientes lo que el contenido del cómic debe considerar y, el contexto real, social, cultural, político, económico y demás. Un ejemplo: el personaje principal o villano destruye un

²⁸⁸ Gómez Maganda, Guadalupe, Conferencia Magistral, en *Primer Taller Nacional sobre Violencia Intrafamiliar. Legislación y su Aplicación*, p. 45.

²⁸⁹ IBID, p.47-48.

edificio, en él mueren miles de personas; pareciera normal que el villano aniquile edificios, personas sólo para llamar la atención del héroe, entonces ¿todas las vidas perdidas? ¿No hay consecuencias para los familiares, las autoridades, o la opinión pública nacional e internacional? ¿Debe ser “habitual” eso en los cómics, como acostumbrado es el observar por TV a unos terroristas colocaron una bomba que destruyó un restaurante?

De los cómics -que también podrá ser para otros medios- habrá que medir, nivelar o cuantificar sus contenidos y su grado de violencia. Hay la diferencia de la proyección y recreación de las imágenes de y con violencia en la TV y el cine. En ambos, la acción del momento y los sonidos, alteran el estado de ánimo de los espectadores. En el cómic, la acción queda de lo que fue; a la vez, el código de autocensura no les permite explayarse más. Aquí lo criticable es que la acción violenta no está justificada; al parecer su justificación es -se ve de los superhéroes-: “salvar a los hombres” (la propiedad privada y el Estado).

Empero los *comics* extranjeros y los mexicanos, en cuestión de estereotipos “(...)el modelo masculino aparece como el ideal al que cualquier persona debería aspirar; es decir, un modelo prestigioso, prepotente y poderoso que anula o, al menos subordina al modelo femenino(...)”²⁹⁰.

Agresión, agresividad, violencia en los cómics, habrá que analizar las connotaciones y denotaciones de las imágenes y de los textos y, como se señaló anteriormente, medir, nivelar y cuantificar los contenidos, sus grados de violencia, a pesar de que sea poca o absurda. ¿Qué justifica que sea mostrada? Y en sí, lo que aficionados, coleccionistas, lectores de momento y público en general, debemos considerar, que los cómics como elemento de los medios de difusión masiva “cooperan” al aumentar la proyección, la escalada y la propagación de la violencia.

En las historietas, plasmar la agresión ha sido una constante aunque, con el tiempo ha variado. En lo que concierne a México, en los años veinte para un caudillo célebre -*El Centauro del Norte, Pancho Villa*- resultaba permisible que “destruyera” a sus enemigos, recreando al personaje no así al análisis del porqué. Para los lectores era el aceptar que así se dieron los hechos y el estereotipo del caudillo: su comportamiento y motivaciones como forma y manera genérica del mexicano.

²⁹⁰ Bustos Romero, Olga: *Violencia en la Televisión Infantil en México. Un Análisis con Enfoque de Género*, p.4.

Recrear la imagen del caudillo²⁹¹ y sus grescas revolucionarias era en sí el maniqueísmo de los buenos contra los malos, que en dado caso sería o es: pobres contra los ricos: unidos o no, al gobierno; aliados o no, con los extranjeros inversionistas; imperialistas o no. De este primer caudillo en la historieta surgiría otros similares, quizás, más estilizados, en otro tipo de combate revolucionario o no, pero sí reivindicativa. Una lucha de clases, objetiva o subjetiva, imaginada o real.

Es a finales de los años veinte, cuando idean otro tipo de caudillo, un personaje, un héroe, más apegado a la vida diaria; un héroe que lucha contra los malos sean compatriotas, extranjeros, al crear un héroe serio, formal aunque de fantasía, también crearon un antihéroe más apegado a la sorna, representado en lo que sería un estereotipo que lo aunaría como uno de los símbolos de la mexicanidad, el campirano, el rancharo, el charro, el charrito *Don Catarino Culantro* (Pruneda), *Mamerto* (Tilghman), *El Charro Matias* (Arthenack). Asimismo, otro personaje que sería para la burla o la picaresca: el lépero o el lumpenproletariado -*Bataclán* (Audiffred), *Chupamirto* (Acosta)- que no “debe ser visto” en una gran ciudad según los “modernistas”.

Ambos personajes, en sus inicios fueron indicios del temor de los ciudadanos por la movilización o desbandada de personas rancheras o rurales hacia la capital mexicana; sus conductas y caracteres así como sus costumbres, por un tiempo dieron pauta para el escarnio, que en cierto momento se revirtió porque, ambos llegaron a ser lo “pintoresco” de la ciudad, lo que atrae a los turistas.

En los años cuarenta y cincuenta, de los estereotipos* arriba descritos se reproducirían otros que perderían notoriedad por la creciente aceptación hacia los *comic-books*, los cuales, trajeron sus propios estereotipos como otras formas y maneras de percibir y sentir la agresión. Por ejemplo: refieran en concreto los cómics que unidos a la prensa y al cine difunden la segunda Guerra Mundial. Por ello, México imitó el sentimiento en contra de Hitler, Hiroito y Mussolini.

²⁹¹ El concepto de caudillo lo desarrollo en el Capítulo II, apartado 2.4. Moldes y Estereotipos Precedentes de la Historieta. Años 20 y 30.

* Su definición y desarrollo se elaboró en el Capítulo IV.

Esto no era nuestra vida cotidiana, nos “enrolaron” junto con nuestro sentimiento de soberanía nacional, y de manera universal los crímenes contra la humanidad y contra la independencia y autodeterminación de los pueblos. Quedamos “enganchados” a esos lemas, permitiendo así que, la nación vencedora -sobre otras más- entrase, saliese e interviniera con libre albedrío en cualquier nación, sobre todo subdesarrollada. Muestra palpable de ello, en los superhéroes.

En México, se inició otro género derivado del policíaco o detectivesco el de las cárceles o de los presidios pero, ni siquiera en este tipo de historietas, se indica el porqué de la causa, cómo puede ser la opresión de la sociedad en que se vive, sólo muestra el lado negativo del personaje o lo contrario, su sufrimiento por el delito y encarcelamiento.

Tanto en las décadas mencionadas como en la de los años sesenta, en las historietas, la agresión tanto de golpes, gritos, violaciones hacia la mujer era auspiciada, en sí, mostraban la cotidianidad alienada ¿por qué no pegarle a la mujer “respondona”, adúltera o que no cumplía con sus deberes? Además no se les adjudicaba el personaje principal, siempre eran las segundas o bien, heroínas con características masculinas, superdotadas, alejadas de labores domésticas o de escasa remuneración económica. Por otra parte, en las novelas “rosa” contaban con un esposo fogoso con la amante pero agresivo y a veces violento con la legal y leal esposa.

El primer ejemplo de la historieta de los años muestra lo que en otras décadas no se representaba en forma tan abierta y directa: la agresión física y la violencia intrafamiliar, suceso patente desde siempre en el seno de las familias mexicanas. Este primer ejemplo es exagerado; redonda el movimiento del personaje masculino; sus gestos tanto de él como de ella. La narración y la rotulación -seis viñetas- “estructuran” la violencia. La mujer resiste los golpes por no decir dónde está el dinero-patrimonio para sus hijos sobre el ímpetu masculino, aunque no dominio propio porque es un alcohólico. Viven en una vecindad de la ciudad (Ilustración 57A, siguiente hoja)

En el segundo ejemplo (Ilustración 57B, siguiente hoja), una viñeta bastó como muestra para la violencia. No fue por el alcohol o por la drogadicción, se trata de un “macho” celoso. En el primer ejemplo, están en la ciudad, al parecer cuentan con dos cuartos chicos. De la agresión verbal a la violencia; hay el temor y la angustia de la niña, que escucha los golpes y ora por Dios para que salve a su madre.



223 A

ILUSTRACIÓN 57A



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACIÓN 57B

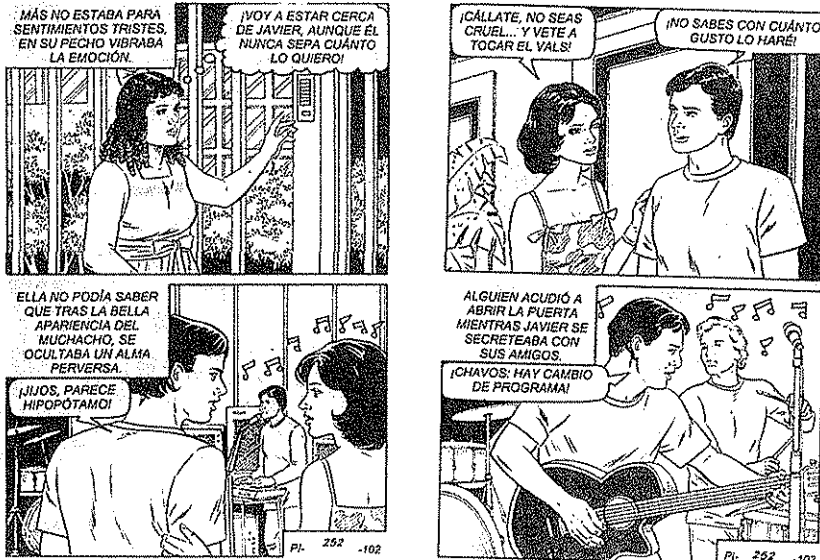


ILUSTRACIÓN 57C



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
57CH

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La tercera historieta -Ilustración 57C, hoja anterior- representa la agresión verbal de los adolescentes y los jóvenes de clase media con recursos; sin embargo, sin valores, sin principios, sin respeto por los demás: el joven convenenciero y manipulador, líder del grupo musical que no crea música sino recrea prejuicios. Esto tiene que ver con la ideología dado a los estereotipos impuestos a la sociedad.

La cuarta historieta -Ilustración 57CH, hoja anterior- traza a una pareja humilde que vive en una casa de madera. El padre severo y agresivo contra su hijo, pues a él le fue mal en la vida por ello la competencia con el hijo quien debe padecer lo mismo, a pesar de que éste es un estudiante excelente. Hay un indicio de envidia, a la vez, está presente la representación del abuso de autoridad paterna y el amor y apoyo incondicional de la madre —que más adelante resulta de carácter endeble sobre todo porque su esposo sabe hacerla gozar- poder y dominio por parte del hombre.

La agresión verbal²⁹² expresada en las historietas es de personajes inconformes consigo mismos y por supuesto, con la vida que llevan. En los estereotipos parecería que siempre han sido así, nunca tuvieron un desarrollo o proceso personal. Personas que en realidad son débiles interiormente y que para evitar o evadir al interlocutor los atacan. Esto por supuesto, no está representado en la historieta, en ella sólo se observa a un personaje agresivo.

El historietista como comunicador comprende las costumbres y las tradiciones pero no las ataca; debe ser razonable ante las situaciones cotidianas, entiende la ley de toda acción provoca una reacción que tarde o temprano, se convierte en una causa; no es la casualidad la que transforma sino la causalidad. Debe ser, objetivo e imparcial (Ilustraciones 58A y B en las siguiente hoja aparte).

Con honrosas excepciones de algunas historietas en lo que corresponde a la reproducción de la violencia, es a finales de los años noventa que se muestra su significado real; lo triste, es que desde hace muchos años la violencia intrafamiliar estaba presente en la vida cotidiana. Los cómics mostraban la violencia entre los cónyuges o entre progenitores e hijos. De los primeros, es con relación con la pregunta del párrafo anterior. De los segundos, porque

²⁹² En cuestión de agresión verbal, “(...)tal situación aún no es clara -para los investigadores de psicología- por, los problemas involucrados con comportamientos verbales y daño psicológico(...)”. John W. Renfred, p.18. Al respecto, Bustos Romero en su ponencia *Violencia en la Televisión Infantil en México*, apunta: “(...) 2. violencia o agresión verbal. Hostilidad dirigida a otra persona por medio del lenguaje, a través de palabras, tono de voz, insultos, palabras desagradables, calumnias, mentiras(...)”, p.2.

224 B



A LOS CINCO AÑOS DEL NACIMIENTO DE LA CRIATURA, SE HABÍA VUELTO UNA MUJER DESPEGADA DE SUS OBLIGACIONES MATERNAS Y LLENA DE COMPROMISOS SOCIALES.



¿Y OTRA VEZ VAS A LLEGAR HASTA LA NOCHE?

MIRA, TÚ NO TIENES QUE ANDARME CON ESAS RECLAMACIONES



YA NO ERA SECRETARIA, SE DEDICABA A VENDER PAPELERÍA A OFICINAS.

JUGAMOS, MAMÁ?

¡AY, MATEO! ¡NO MOLESTES! ¡NO VES QUE YA ME VOY?

Pi. 212 -32



¡ÁNDALE! VE A QUE TE BAÑE VALENTINA, MIRA NADA MÁS QUE SUCIAS TIENES ESAS OREJITAS.

¡MAY!

Pi. 212 -33

ILUSTRACIÓN 59A



¡NOMÁS ESO FALTABA! NI SIQUERA SE DIGNA A VERME Y CRÉES QUE LE VOY A ROGAR.

BUENO, NO TE ACELERES, PERO DE HABLARLE DE NOSOTROS A MAMÁ, NI LO PIENSES. ¿ENTENDIDO?



TODAVÍA LE QUEDABAN LOS EFECTOS DE AQUELLA PASTILLA QUE HABÍA INGERIDO.

¡CÁMARA! EL PASILLO PARECE DE CHICLE. ¡JA, JA, JA!



PARÁ LA NOCHE, EL ILUSTRADO AUSENTE REGRESÓ A LA CASA UN POCO MÁS MAREADO QUE DE COSTUMBRE.

¡JA, JA, JA! NUNCA HABÍA VISTO EL CIELO COLOR DE ROSA, NI AL CAMIÓN CON PATAS.

SMB-476 -28



Y AL LLEGAR AL CUARTO DE BLANQUITA.

¡HÍJOLE! MI HERMANA TIENE UNAS FORMAS DE MÁS DE UN METRO Y TRES APÉNDICES EN EL PECHITO.

ZZZZZ...

SMB-476 -29

ILUSTRACIÓN 59B

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



¡PARA TI, PORQUE APARTE DE IDIOTA, ESTÁS SORDA!

¡AYYYYY!

Y ESTO ES PARA QUE SE TE QUITE LA MANA DE RESPONDERME.



¡AAAAH...!

¡PÁRATE, ANTES DE QUE ME ENJOJE DE VERDAD Y TE DESPELLEJE VIVIA!

DEMIADADA POR EL DOLOR Y TEMBLANDO, LA INFELIZ HÍJITA OBEDECIO.

¡VES QUE SÓLO ASÍ ENTIENDES? ¡A PALOS, COMO LOS BURROS!

ILUSTRACIÓN 59C

eran desobedientes, irresponsables, no estudiaban ni ayudaban en la casa. Ambos síntomas merecían castigo y por tanto, había que reflejarlo en las historietas. Las historietas actuales reflejan la violencia intrafamiliar; en todos los escenarios: familiar, laboral, educativo, recreativo, en lo social, etc. La agresión y la violencia “toca” todo.

(Ilustración 59A y C, hoja anterior) La agresión verbal o física no es de algún estrato social específico. Éstas ilustraciones patentizan dos niveles económicos; en ambos ejemplos, aparte de mostrar la violencia hacia los menores, patentiza la atribución y el rol del género femenino: la obligación de la mujer como madre. Además, la ideología imperante por siglos, la mujeres casadas o no pero con hijos: ¡Deben cuidarlos!. La responsabilidad recae sólo en la mujer.

Otro tipo de agresión es el abuso de confianza -Ilustración 59B, hoja anterior- que se da entre la propia familia; a veces de padres a hijos o de familiares, sobre todo de adultos contra menores. Las historietas estereotipan a las personas “las ovejas negras”: alcohólicos, drogadictos, egoístas, envidiosos e irresponsables para quienes su única meta en la vida es la satisfacción personal.

Lo descrito anterior anteriormente encuentra su parangón por el estudio de Ágnes Heller personal=particular=individualidad, ésta en-sí “es desarrollo, es devenir individuo”, que constituye “(...)un proceso de elevación por encima de la particularidad es el proceso de síntesis a través del cual se realiza el individuo(...)”²⁹³ porque, según el grado de alineación de la estructura social determinada contribuye a su desarrollo o “decrecimiento”. Relacionando lo descrito con el estereotipo de los egoístas, envidiosos, vistos como seres individualistas; ellos no saben que, su “(...)propia vida es conscientemente objeto”, a la vez que, son un ‘ente conscientemente genérico’(...)”²⁹⁴.

En este caso pareciera que el hijo es un desalmado su madre y hermana todo lo contrario, respetan su atributo y rol. Agresión por el abuso de confianza, en palabras o mentiras, en acciones y hechos que toda persona realiza en algún momento de la vida. Claro está que depende de la unión familiar y la educación inculcada.

²⁹³ Héller, Ágnes, *Sociología*. Op. Cit.p.49.

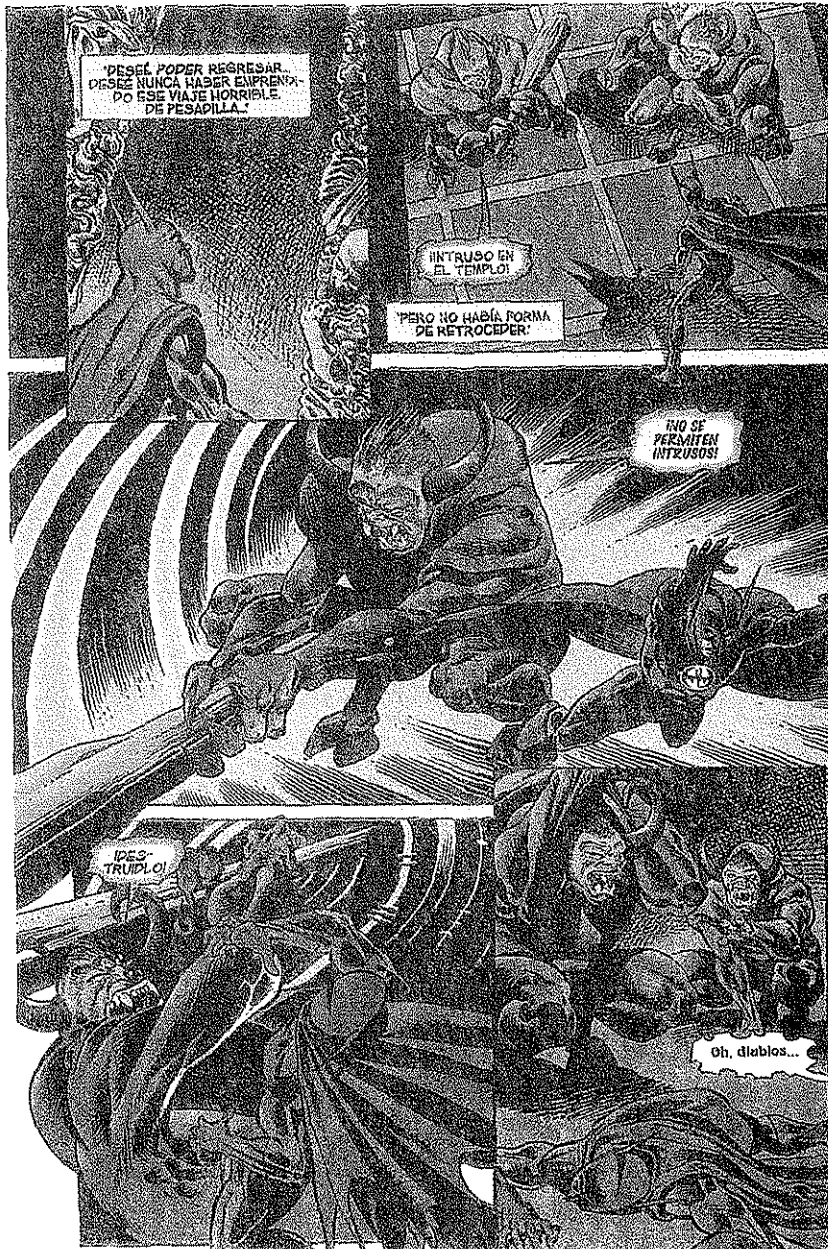
²⁹⁴IBID, p.53.

Los cómics extranjeros son más sutiles en su introyección y sus fantasías se manifiestan contra seres superiores terrestres, extraterrestres o suprahumanos, a los cuales, con lujo de dibujos se les representa. Los estereotipos de femeninas, de masculinos, la expresividad de las acciones violentas son detallistas; los colores van de lo tenue a lo más “encendido” u oscuro posible, en los actuales superhéroes no así en otros superhéroes como: *Batman Demon* -Ilustración 60A, hoja siguiente- que entre lo siniestro del color, lucha contra seres suprahumanos (aunque algunos aseguran que *Batman* lucha contra su amargura).

Superhéroes que utilizan su destreza física, su chispa de lucidez en momentos críticos; en ellos captamos un objetivo: salvarse en ese momento; después, derrotar a los malos. Es aquí, que parte la ideología, el maniqueísmo rompe con la vida cotidiana porque los “malos” son suprahumanos o seres humanos superdotados o de inteligencia superior -sea o no científico, “la inteligencia al servicio de la maldad”- con intereses de dominio sobre todo el planeta. El tercer ejemplo de *comics* estadounidense tuvo que buscar recovecos para obtener espacios “argumentales” y diferenciarse de los anteriores héroes ¿cómo? Hacen visible el enfrentamiento del cielo y el infierno, en medio de las sombras terrenales. *Spawn* resucitó, obteniendo una fuerza sobrehumana; por ello, luchará incansablemente contra seres superiores que bajan o vienen del cielo -espacio exterior- y aquéllos que ascienden del infierno a la vida terrestre. Misterio, oscuridad sobre todo, excesiva violencia es el ambiente y la atmósfera de *Spawn* -Ilustración 60C, hoja siguiente, aparte- ¿Qué propósitos tiene? ¿A quién ayuda o cuida? No parece que sea a toda la humanidad. Lógico es que no tiene los mismos objetivos que los superhéroes clásicos: *Superman*, *Spiderman*, *Batman*. En cambio, los *GEN* -grupo de jóvenes justicieros- casi con los mismos principios de los superhéroes clásicos -Ilustración 60B, hoja aparte.

En cambio, nuestros dibujantes apegados a lo terrenal, muestran la agresión entre semejantes, esto es “realismo” que sucumbe ante lo reiterativo. Seguramente, es que así son los mexicanos, agresivos.

Por otra parte, en el contenido de algunas historietas sea de manera directa o indirecta se menciona el abuso sexual contra menores que en la mayoría de las veces inicia en la familia por la poca o nula comunicación o por adultos ajenos a esa familia que aprovechan la situación. Tanto los progenitores como esos adultos en sí, están insatisfechos porque no se han “realizado”, están inconformes con su vida. A los progenitores les es más fácil abusar o maltratar



'DESEJ. PODER REGRESAR... DEBEZ NUNCA HABER ENFRENTADO ESE WAJE HORRIBLE DE PESADILLA.'

'INTRUSO EN EL TEMPLO!'

'PERO NO HABIA FORMA DE RETROCEPER.'

'NO SE PERMITEN INTRUSOS!'

'DES-TRUIDO!'

'Oh, diablos...'



IMPRESA Y HECHO EN MEXICO PRIMERA COPIA DEL 03 DE JULIO DE 1981 PRINTED AND MADE IN MEXICO

batman demon

alan grant
writer

david roach
illustrator

james
sinclair
colorist

heroic age
separator

batman
created by
bob kane

the demon
created by
jack kirby

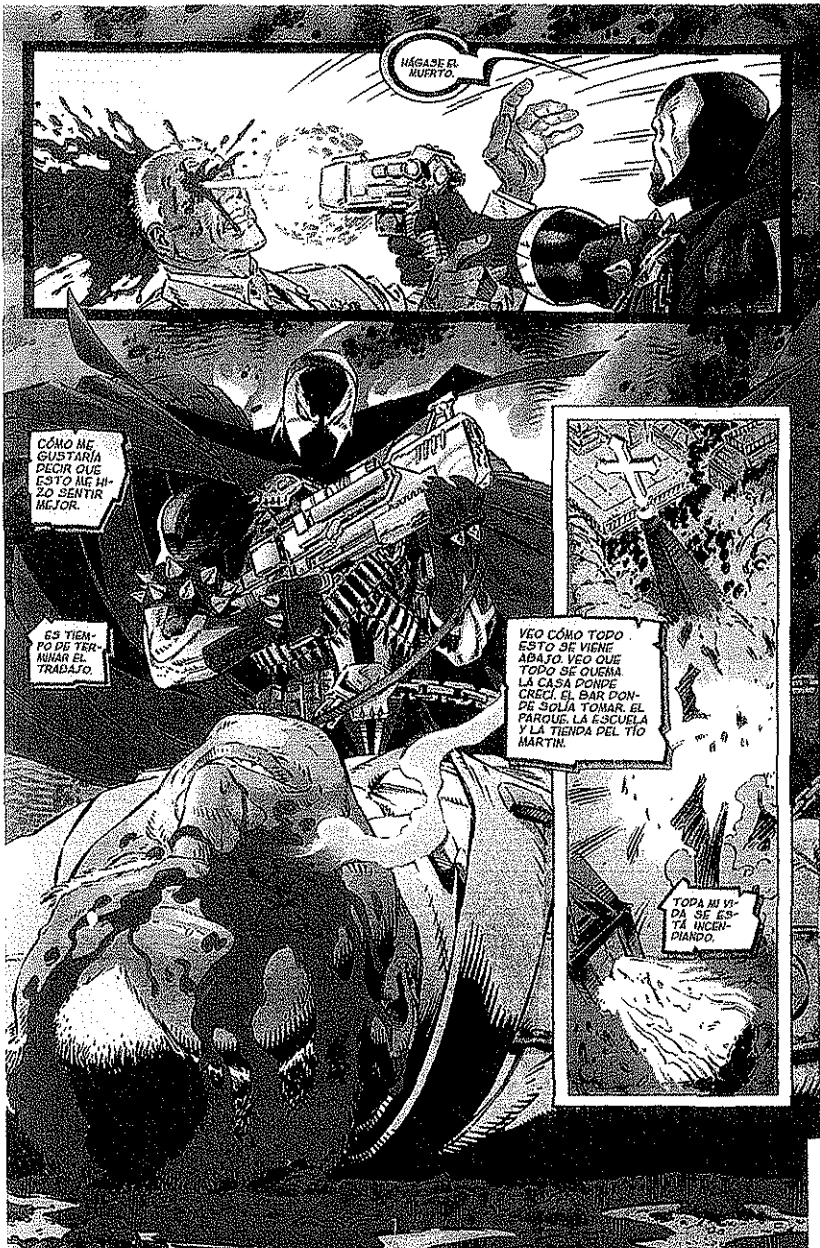
BATMAN/DEMON.
Published by DC Comics,
1700 Broadway,
New York, NY 10010.
Copyright © 1986 DC Comics.
All Rights Reserved.
Batman and all other characters,
the distinctive likenesses thereof
and all related indicia are
trademarks of DC Comics.
The stories, characters and
incidents mentioned
in this publication are
entirely fictional.
DC Comics, A division of
Warner Bros. - A Time Warner
Entertainment Company.

First printing.

Cover by Brian Stelfox

I
L
U
S
T
R
A
C
I
O
N
E
O
A

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



I
L
U
S
T
R
A
C
I
Ó
N
60c

image COMICS



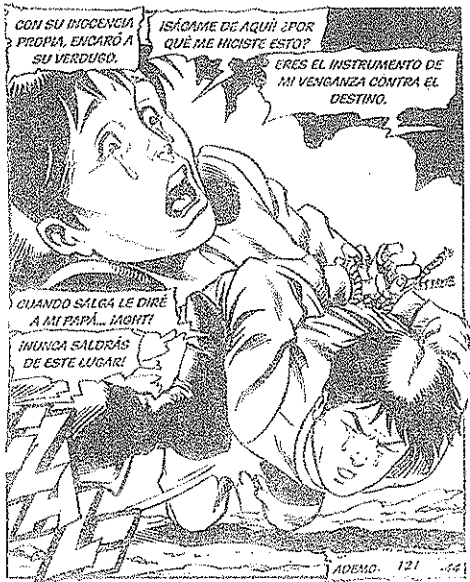
SPAWN ANO 1 NUM. 69 COMI 16 de 1996

historia
GRANT MORRISON
arte
GREG CAPULLO
dintas
ART THIBERT
DAN PANOSIAN
Editor de Copia
ROM ORZECOWSKI
color
STÉVE CLIFF
y OLYOPTICS

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL GRUPO EDITORIAL VID, S.A. DE C.V. DIRECTOR EDITORIAL
MÁHELIK DE LA PARRA VARGAS CARLOS FRANCISCO JIMÉNEZ ESPINOSA

DIVISIÓN INTERNACIONAL DIRECCIÓN E. DIGITAL
C.P. FERNANDO CASTILLO MARÍN ÁNGEL D. HACCARD
GERENTE DE PRODUCCIÓN / CIRCULACIÓN COORDINACIÓN E. DIGITAL
ENRIQUE ESPINOSA DE LOS MONTEROS FRANCISCO IBARRA M.
GERENTE ADMINISTRATIVO COORDINACIÓN EDITORIAL
C.P. ELIZABETH MANI MAURO GONZÁLEZ ESPINOSA



226 D

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ILUSTRACION 61A

EJEA: *Ángeles y Demonios*, año II n. 121, 26/I/1998;



EJEA: *Sangre Costeña*, año 2, n. 91, 6/X/1997;



ILUSTRACION 61B

EJEA: Sangre Costeña, año 2, n. 91, 6/X/1997;

SI EL PEQUEÑO RECIBIÓ UNA BUENA CANTIDAD EN DÓLARES, A LAS CADA UNO LE COSTÓ LÁGRIMAS AUNY AMARGAS, DOLOR...

Y LA CERTIDUMBRE DE SER REDUCIDO A OBJETO DE PLACER IRONIZADO, ALLI SUS SENTIMIENTOS NO CONTARON, LOS SUJETOS SÓLO SATISFACIERON SUS PERVERSOS INSTINTOS...

LO SUCEEDIDO ENTRE AQUELLAS PAREDES FUE UN SECRETO QUE OTRAS VÍCTIMAS DE AQUELLOS HEFESTOS SUJETOS SE ENCARGARÁN DE REVELAR.

A-AQUÍ ESTÁ EL DINERO, D-DOCTOR, Y-YÁ PUEDE OPERAR A MI MAMACITA...

EL ASPECTO DEL MUCHACHO ERA ALARMANTE, APENAS PODÍA SOSTENERSE EN PIE.

S-SÁLVELA, DOCTOR.

...DE TRES BESTIAS DESPRECIABLES QUE REALIZABAN ESOS VIDEOS, PARA DISTRIBUIRLDS ENTRE LOS PERVERTIDOS DEL OTRO LADO DE LA FRONTERA.

I
L
U
S
T
R
A
C
I
O
N
61c

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

a su familia que dialogar, los otros son unos oportunistas, vividores o “parásitos” que abusan porque sí. Se debe analizar y comprende que estamos en un sistema social que nos determina. El reflejar los síntomas, es bueno pero hay que determinar la causa.

Las historietas que sirven de ejemplo, muestran el trazo de los dibujantes quienes tratan de expresar el terror, la angustia, el dolor y la humillación, -en el primer ejemplo- de lo que una persona “normal” no haría, en sí, es un trastornado mental, no sólo se tiene el propósito de la vejación sino el de dejarlos “morir como ratas” -esto como mensaje simbólico: ¿cómo mueren las ratas?- en esa cueva.

De la misma historieta, se ostenta la evidencia más “típica”: el abuso por parte de un familiar; a la vez, el niño manifiesta que le dirá a su papá, el adulto con sorna responde: “será tu palabra contra la mía...además nunca te creen lo que le dices”. Patentiza -más no refleja, los cambios al respecto de la conducta de los progenitores mexicanos- la poca o nula comunicación de padres e hijos; padres que por evitar enfrentamientos con sus símiles adultos, ignoran lo que dicen sus hijos; por ello, ni golpea ni demanda al abusador. (Ilustraciones 61A, B y C de la hoja anterior).

Las historietas no ahondan en ello, que es lo principal y lo peor, representan pero no dan alternativas, piensa en: la comunicación asertiva en la familia; difundir no sólo los derechos de los menores sino los derechos humanos, que la CNDH elabore una historieta al respecto, que la familia propague sus relaciones sociales, sus amistades en la comunidad, que el gobierno local y/o federal brinde mayores opciones de vida.

Existe una autocensura, quizá una conducta ética moralina acerca de los dibujos, en los cuales hay abuso de confianza, de poder de los adultos. Por esta razón, es más permisible ver la relación sexual de una pareja heterosexual que, la relación entre personas de un mismo sexo; o peor aún lo que comentan al respecto, la violación física y de los derechos de los menores que no tiene pertenencia a algún estrato específico.

3.4. Vida Cotidiana:

Anotar la definición de vida cotidiana, parece cosa fácil, no es así, debido a los elementos que la configuran; por otra parte, existe el problema: desarrollar el marco teórico de la vida cotidiana o solamente observar la vida cotidiana dentro de las historietas, por lo que se optó por realizar una concisa descripción de vida cotidiana, para entender ¿ qué es la vida cotidiana? ¿ por qué se amerita su estudio? y ¿ por qué vida cotidiana en las historietas?

Ágnes Heller, en su libro de *Sociología de la Vida Cotidiana*, efectúa una descripción detallada de los inicios y los iniciadores del estudio, se anexan algunas ideas de éstos:

Lukacs en dos de sus libros “*Estética de Heidelberg*” y “*La Peculiaridad de lo Estético*”, en ellos describe del vínculo con el pensamiento cotidiano; está representa lo primitivo del pensamiento, estético y científico. Ambos, brotan del pensamiento cotidiano, se diferencian y regresan al proceso de recepción.

Husserl, en su obra *Lebenswelt y el Escepticismo*, refiere el despegue de la ciencia moderna con respecto a la “actitud natural”. Heidegger en su estudio *El Ser y el Tiempo*, reflexiona de la vida cotidiana en el centro del análisis, la vida cotidiana como una vida enajenada por principio.

Hegel. La vida cotidiana queda fuera de la filosofía, el objeto de ésta es la alienación y el posterior retorno del espíritu universal a la historia universal. El hombre particular único, puede ser tema filosófico en Hegel, y así, ser portador del espíritu universal y, con ello, una personalidad histórico-universal.

Karl Marx, entraña la supresión de la enajenación, la apropiación de la riqueza social por parte de cada individuo o particular. En ello, el socialismo constituyó una cualidad vital; su idea conductora es el sentido de la vida de los individuos; y la transformación revolucionaria de la estructura social es únicamente su instrumento.

Henry Lefébvre. La vida cotidiana es “(...)lo humilde y lo sólido, lo que se da por supuesto, aquello cuyas partes y fragmentos se encadenan en un empleo del tiempo (...) Es lo que no lleva fecha. Es lo insignificante (aparentemente) (...)”²⁹⁵. La vida cotidiana es

²⁹⁵ Lefebvre, Henry: *La Vida Cotidiana en el Mundo Moderno*, p.36.

la mediadora entre naturalidad y la socialidad del hombre. Para Heller, las mediaciones son cotidianas, y otra, la vida cotidiana no sólo media, sino también hay actividades que se relacionan con la actividad.

Se amplían algunas ideas que Lefebvre escribió: No debemos “(...)comprender esta sociedad según sus propias representaciones porque sus categorías tienen también una finalidad. Figuran entre las piezas de un juego estratégico...tienen una doble utilidad en la práctica y en la ideología...”²⁹⁶. Nombra tres partes de la vida cotidiana las cuales son: a) los estilos; b) su fin y comienzo de la cultura del siglo XIX (hasta el siglo XXI); c) su instalación y consolidación de la cotidianidad en dos siglos, al fracasar cada intento revolucionario.

Hay contradicciones en esta sociedad: a) la satisfacción e insatisfacción por lo que existe un conflicto manifiesto; b) cubierta la satisfacción engendra saturación; c) reina un malestar unida a una crisis generalizada de los “valores”. En este desarrollo, esta urbanización proveniente de la industrialización ha provocado una crisis de la ciudad; d) el estilo fue la apropiación: uso de objetos apropiados al conjunto de necesidades de la vida social.

“(...)Lo extraordinario de lo cotidiano era la cotidianidad misma, por fin desvelada: la decepción, el desencanto...”²⁹⁷. Más posterior el consumo sirve de coartada a la producción (éste punto de vista lo retomaría Heller, el cual lo anota al final de éste apartado).

Se apunta de Lefebvre dos concepciones más:

1. En las mujeres gravita el peso de la cotidianidad, son sujetos, objetos y víctimas de la vida cotidiana.
2. La juventud, los estudiantes aspiran a entrar a la cotidianidad, la conocen a través de la familia, funciona una ideología, la mitología de la edad adulta, la cultura y la resignación²⁹⁸.

De Ágnes Heller su punto de vista teórico lo establece en dos ideas: a) La estructura de la personalidad; supone que la esencia humana no es el punto de partida, ni el “núcleo” al que se superponen las influencias sociales, sino que constituye una consecuencia, el individuo no puede ser nunca idéntico a la especie humana, en-sí mantiene una relación individual.

²⁹⁶ IBID, p.93.

²⁹⁷ IBID, p.18.

²⁹⁸ IBID, p.93.

El individuo es resultado de las influencias sociales que modifican tanto su desarrollo personal como su entorno social, el cual, se refiere a la alineación que existe dentro de la vida cotidiana.

Segunda idea, b) es el “escenario” del protagonista, el mando de las objetivaciones, con distintos niveles: - el lenguaje -el sistema de hábitos y- el uso de los objetos -nivel de la esfera de la objetivación que es en sí- que se refiere a la conciencia en-sí.

Se mencionan tres -de otras más que existen-: a) el trabajo social; b) el afecto familiar y social; c) el tiempo libre. Dentro de cada uno existen relaciones interpersonales, grupales y demás. Estos dentro de la vida cotidiana están alienados por la estructura social determinada. Porque la vida cotidiana que es toda la vida, está enajenada. Pero para Ágnes Heller si hay salida y es el socialismo.

En toda sociedad hay una vida cotidiana y todo hombre tiene una vida cotidiana, aunque el contenido y la estructura son diferentes en toda sociedad y para toda persona en una determinada división social del trabajo, pero “(...)Cuanto menos enajenada es la vida cotidiana, en mayor grado se relaciona el hombre, dentro también de los cotidiano, con otros niveles -superiores- de las objetivaciones(...)”²⁹⁹.

¿ Por qué el estudio de la vida cotidiana?

La vida cotidiana nos proporciona, “(...)por una parte, una imagen de la *socialización* de la naturaleza y, por otra, en grado y el modo de su *humanización* (...) La vida cotidiana también tiene una *historia*, es también el *espejo* de la historia(...)”³⁰⁰. “(...)La reproducción del hombre particular es siempre reproducción de un hombre histórico, de un particular en un mundo concreto(...)”³⁰¹.

Ambos conceptos se relacionan pero también se bifurcan dentro de la vida cotidiana. El género humano se socializa, con ello a la vez se humaniza, esto de manera genérica porque, de modo individual, grupal, social se diversifican. Aún así, es la muestra del modo de vivir de cierta generación, cultura de un país ¿por y para qué ese sistema-estilo, vida cotidiana? ¿Cómo vivieron?

“(...)Para la mayoría de los hombres la vida cotidiana es la ‘vida’ (...) En cuanto a la media de los hombres, por consiguiente, puede decirse con tranquilidad que la unidad de la

²⁹⁹ Héller, Ágnes: *Sociología*. Op. Cit.p.7.

³⁰⁰ IBID, p.20.

³⁰¹ IBID, p.22.

personalidad se realiza en la vida cotidiana(...)"³⁰² "(...)La vida cotidiana hace de mediadora hacia lo no cotidiano y es la escuela preparatoria de ello(...)"³⁰³.

De los tres ámbitos descritos arriba, se observa la alineación de cada uno en la vida cotidiana porque cada uno "obliga" su reproducción -ante todo- social, marcado por el sistema imperante. Claro está que, si dicha reproducción es: a) en lo particular; b) en lo social; c) en lo genérico: objetiva, consciente, la reproducción social e histórica, será mejor.

Sin embargo, con la aparición de la división social de trabajo, es parte de la vida cotidiana actual y es alienada porque, se apropió de éste ambiente de la vida diaria, es un ambiente social concreto, encarnado con el conjunto de la unidad social, el particular ya no puede estar en relación con toda la integración, se apropiará tan sólo de algunos aspectos de la vida cotidiana, es la lucha por sí mismo que es al mismo tiempo una lucha contra otros, encontrados en una especie de jerarquías. Es en-sí la competencia que genera el capitalismo con la división del trabajo.

Manuel Corral destaca que en el ambiente social concreto el hombre es objeto-sujeto por una parte, es productor de mercancías (o ideas) o de su práctica social sobre el mundo objetivo, éste sujeto se vuelve -o lo vuelven- objeto de "mercancía" lo enajena a él, en la producción como así mismo, se enajena.

"(...)La producción que el hombre necesariamente lleva a cabo en común con otros y para otros, es la forma fenoménica³⁰⁴ elemental de la genericidad(...)"³⁰⁵, que implica también la socialidad o historicidad. "(...)Es la genericidad la que hace comprensible la especificidad de la autoconservación humana; y si se quiere, es ésta última la que es deducible de la primera y no viceversa(...)"³⁰⁶, se refiere al yo en el nosotros (os).

Ágnes Heller, desarrolla el hombre particular y su mundo, dentro de:

a) Una clase; b) un grupo; c) la masa; d) una comunidad; e) de la conciencia de que está en una comunidad, pertenece a ella, le exige límites en su desarrollo individual.

Por su parte, María Isabel Cassigoli y María Alicia Barrios especifican tres ámbitos desarrollados por A. Heller:

³⁰² IBID, p.26.

³⁰³ IBID, p.25.

³⁰⁴ Es la alineación que emana de las relaciones sociales de producción dentro del capitalismo.

³⁰⁵ IBID, p.32.

³⁰⁶ IBID, p.37.

- 1) La actividad productiva o profesional (trabajo social).
- 2) Las relaciones afectivas y sociales (la vida familiar y social)
- 4) El ocio y la cultura (tiempo libre).

El grupo factor primario en la apropiación de la vida cotidiana es en sí un mediador, como pueden ser: la familia, el colegio, el círculo de amigos, etc., su jerarquización dependerá del lugar asumido en el seno de la estructura social. El particular pertenece al grupo de dos maneras: A) el grupo como factor primario y, B) el grupo como factor accidental. Desde dos puntos de vista: 1) respecto del nacimiento; 2) respecto de la personalidad en conjunto o por separado. Siendo el grupo, el grado más primitivo de la integración social, por su heterogeneidad.

El particular y la masa: “(...)Masa es el estar conjuntamente de muchas personas durante *una acción* determinada lo que puede comportar ya sea un ‘actuar en común’, o ya sea ‘un papel de comparsa’(...)”³⁰⁷, el interés y la función común no es obligatorio, como es en el grupo.

“Sociedad de masa”, es una expresión que indica “(...)aquella sociedad en la que el comportamiento formado en los grupos, constituye una posición antidual de masa: es una metáfora para designar una sociedad manipulada, conformista(...)”³⁰⁸. C) “(...)La comunidad es un grupo o unidad del estrato social estructurada, organizada, con un orden de valores relativamente homogéneos, a lo que el particular pertenece necesariamente(...)”³⁰⁹.

De este tipo son las “comunidades naturales”³¹⁰, con un sistema y jerarquía de valores que permiten un “(...)número mayor o menor de variantes en la actividad individual(...)”. Con la sociedad burguesa, su dinamismo social decae, la jerarquía fija los valores en la vida y en la ética, con ello, el hombre dejó de ser un ser comunitario por nacimiento, o bien, no es miembro de ninguna comunidad. “(...)La idea de que el particular y la comunidad son categorías antitéticas, es un producto burgués(...)”³¹¹. Por eso la vida cotidiana es toda la vida.

³⁰⁷ IBID, p.74.

³⁰⁸ IBID, p.76.

³⁰⁹ IBID, p.77.

³¹⁰ Es aquella en la que el hombre “nacía”, la cual poseía un sistema homogéneo o una jerarquía de valores fijo, si el particular las infringía, ofendía a la comunidad. “La comunidad es un grupo o unidad del estrato social estructurada, organizada, con un orden de valores relativamente homogéneos, a la que el particular pertenece necesariamente” (Héller, *Sociología*, p.77), o pertenece necesariamente porque cambió, modificó con la llegada de la llegada de la sociedad burguesa.

³¹¹ Héller, Ágnes: *Sociología*. Op. Cit.p. 83.

El hombre particular en un grupo o en una comunidad, es la prolongación de sí mismo, es el nosotros, es su integración, siendo posible que cubra sus expectativas de su particularidad. En este sentido mi comunidad es “efectivamente yo”, un sucedáneo del éxito, aunque también puede ser lo contrario, el fracaso, cuando el particular abusa de la confianza otorgada por la comunidad.

Por su parte Ana P. de Quiroga expone que es un análisis “(...)de las formas en que cada organización social concreta se desarrolla el interjuego entre necesidades de los sujetos comprometidos en ella y las satisfacciones, metas y conductas social y vincularmente disponibles, pautadas para esas necesidades(...)”³¹². A la vez, accede a una “(...)mayor comprensión de las experiencias de las circunstancias concretas de las relaciones, de las formas vinculares, de los sistemas de significación en los que se desarrolla y configura nuestro comportamiento, nuestra subjetividad, como fenómeno social e histórico(...)”³¹³.

Los objetivos planteados arriba -las necesidades del sujeto; las satisfacciones, metas, conductas sociales, sistemas de significación configure comportamiento, subjetividad- pueden lograr incidir en las personas alienadas, ensimismadas en su soledad, creada por las relaciones, condiciones de una forma de producción y de una forma de organización social dada, pero también la autoimpuesta porque, el “(...)hombre particular, acepta sin advertirlo, las reglas del juego socialmente establecidas(...)”, con su argumento inocente: “las cosas han sido siempre así y es imposible cambiarlas”, es inconciente, esta enajenado, su experiencia la coloca por encima de las ideas, sin plantearse el carácter histórico de las mismas “(...)es indagar como se organiza socialmente, como se estructuran desde el orden social las formas de la experiencia de los sujetos. Sus posibilidades de encuentro o desencuentro con el objeto, en el interjuego de necesidades y satisfacciones(...)”³¹⁴.

María Isabel Cassigoli y Maria Alicia Barrios, en su tesis refieren que es un estudio que rechaza la especialización parcelaria de cualquier ciencia específica. Implica una crítica total de la totalidad, y en consecuencia es una tarea de carácter interdisciplinario. El estudio de la vida cotidiana surge como una necesidad, por la distancia que separa a la mayoría de los estudios sobre las estructuras sociales, económica, política y/o ideológicas de una determinada sociedad, de la percepción espontánea de lo que es vivir día a día

³¹² Quiroga, Ana P., y, Racodo, Josefina: *Crítica a la Vida Cotidiana*, p.15.

³¹³ IBID, p.17.

³¹⁴ Corral, Manuel: *Comunicación Popular y Necesidades Radicales*, p.71-72.

esa sociedad³¹⁵. “(...)También podría definirse a la vida cotidiana como el encuentro entre el sector dominado y no dominado de lo real; como el escenario de sus encuentros, intercambios y conflictos(...)”³¹⁶.

La vida cotidiana se caracteriza, además, por la pluralidad de actividades que en ella se realizan y que van desde la organización del trabajo, hasta el aprovechamiento del ocio y del tiempo libre, de las actividades privadas a las manifestaciones públicas, el juego, el quehacer doméstico, la crianza y cuidado de los hijos, etc. La vida cotidiana exhibe entonces al hombre entero: hijo, padre, esposo, profesionalista, funcionario, miembro de un partido político, de un sindicato, de un club deportivo o filantrópico³¹⁷.

Ágnes Heller profundiza: “(...)La vida cotidiana es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los cuales, a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social(...)”³¹⁸ ¿Cómo? “(...)El hombre sólo puede reproducirse en la medida en que *desarrolla una función en la sociedad: la autoreproducción es, por consiguiente, un momento de la reproducción de la sociedad(...)*”³¹⁹.

El hombre y la mujer se objetivan en el interior del género. Las objetivaciones genéricas en-sí son:

- a) el mundo de las cosas (los utensilios y los productos creados por el hombre).
- b) El mundo de los usos.
- c) El lenguaje es la acumulación de la cultura humana, su aplicación es y será continuidad del desarrollo de la sociedad, en una determinada época³²⁰. Sobre todo, el género humano está consciente de la genericidad, que lo hace apropiarse de su ambiente inmediato.

Hombres y mujeres reconocen y organizan sus propias fuerzas, como fuerzas sociales, lo social y lo político, pensando en una comunidad democrática que es productora y permite el desarrollo de sus individuo-as, solamente entonces, “habrá emancipación humana”, y no lo contrario, “el hombre que explota al hombre”.

³¹⁵ Cassigolli Salomon, María Isabel y, Barrios Perelman, María Alicia: *Poder, Medios de Comunicación Masiva y Vida Cotidiana*, p.94.

³¹⁶ IBID, p.119.

³¹⁷ Corral, Manuel: *Comunicación y*. Op.Cit. p.70.

³¹⁸ Héller, Ágnes: *Sociología*. Op. Cit.p.19.

³¹⁹ IBID, p.20.

³²⁰ IBID, p.239.

3.4.1. La Vida Cotidiana en las Historietas:

¿Cómo representan la vida cotidiana en las historietas de los años noventa? De las historietas actuales o “contemporáneas”, se piensa en una división somera como las historietas “cómicicas” o de humor o “costumbristas” y las historietas formales o serias con argumentos más elaborados, de lo que corresponde a la vida cotidiana que reproducen.

Las historietas “serias” se han diversificado escribiendo temas como: tratante de blancas; prostitución o corrupción de menores o los niños de la calle. Algunas ubicadas en el sur, centro o norte de la República Mexicana, también la zona fronteriza de norte aunque olvidan la del sur.

El afecto amoroso sigue con relación al deseo de matrimonio o de estar con una pareja y de esto, los problemas que hay sobre todo en lo relacionado con su sexualidad y, de manera ambigua, la poca o nula comunicación. La novela “rosa” sufre una leve transformación, los problemas exteriores son los que causan la desunión de las parejas pero, los conflictos internos como el caso de la sexualidad antes no los tocaban, cuestión que en éste presente, empiezan a abordarlo aunque no profundizan los casos o temas, el motivo, “encarnan” estereotipos. Otras historietas representan la manera de ser o la idiosincrasia del mexicano y la mexicana, el lado negativo, lo superficial de éste, no las causales ni los por qué.

Prosiguen con el género *western* o de vaqueros, o bien de ídolos deportivos o de cantantes o artistas del cine o la TV. Las historietas del género policíaco tienen una derivación -en otros años expuesta- las de presidio o de la cárcel. O historietas de los oficios plomeros, mecánicos, “maistros”; o como dicen, el más antiguo el de las prostitutas con historia e historietas en su haber. O de alguna profesión o carrera larga o especialidades *Historias de Hospital*.

Continúan el género truculento y lo siniestro aunándose la brujería “blanca y negra”. O bien, la combinación de dos grupos, personajes con vestimenta, ambiente, objetos y objetos de cultura tradicional más comportamiento, actitudes y palabras “modernas”.

Las historietas “cómicicas” también han variado en sus argumentos y sus contenidos sin embargo, repliegan sus argumentos y dibujos, la diversión y el entretenimiento de los personajes principales y sobre todo a las relaciones

sexuales. Un estereotipo usado por bastante tiempo y, que sigue en lo actual: las prostitutas, quienes ahora les compiten: ficheras, masajistas, chambeadoras, seductoras profesionales, estudiantes o colegialas y hasta amas de casa.

Ejea, Mango, Toukán entre las editoriales que difunden estas historietas “cómicar” profusan abierta, directa e indirecta o veladamente acerca del sexo. Sexo con cariñosas, seductoras, eróticas, apasionadas o entronas; sexo en mercados, barrios, en cotorreos y vacaciones. ¿Por qué esa atmósfera o representación del sexo? Pareciera que, reflejar o representar el sexo, el acto sexual ya es común, ya es digerido por los lectores, por el público.

Las historietas formales o de humor al diversificarse, tocan o reflejan otros aspectos de la vida cotidiana sin embargo, una sola historieta no logra la ambientación, el contexto, las variantes y los altibajos de las relaciones interpersonales, de la unión como desorganización de grupos, mismo caso para asociaciones u organizaciones sociales observadas de la diversidad de sus ventajas y limitaciones; edades de las personas que en su heterogeneidad fluctúan los principios, los valores y los objetivos que en los argumentos los demeritan. Por ello, cuando los argumentistas prosiguen o resaltan principios y valores que en décadas pasadas eran “costumbres” pero que, ante la dinámica social actual quedan en ostracismo y sin legitimidad, crean ideología, parcelación y “retrazo” para los lectores, y los estratos sociales de donde proceden.

De las historietas mencionadas arriba, las edades de los/las personajes principales representan la mayoría de las veces a los jóvenes aunque no ignoran a los menores y a los ancianos, ambos son poco representados. La fisonomía la apegan a los mexicanos o latinos, delgados o gorditos, morenos, “prietos”, negros o güeros, tratan de acercar a los personajes a “modelos” de artistas, cantantes, deportistas nacionales o latinos. Los estereotipos güeros ya no los imponen como antes.

¿Cómo debe ser la imagen, la representación del hombre y de la mujer en las historietas? Seres humanos que en la vida cotidiana están con una pluralidad de actividades en la familia, el trabajo, la escuela, en el tiempo libre, dentro de las instituciones; en tales actividades los seres humanos objetivizan, forman su ambiente inmediato, forman así sus “mundos”, que en-sí es la reproducción de lo que es y hace en la sociedad dentro de una división social del trabajo y una estructura social. La imagen, la representación del hombre y la mujer en las

historietas debe ser en-sí la reivindicación del ser humano y no la realidad manipulada o la pseudoconcreción.

La estructura de la personalidad de los-as personajes principales en éste tipo de historietas “cómicás” es variable pero también indefinida, representan más las actitudes que el desarrollo del comportamiento. Por lo que corresponde a la estructura de las objetivaciones -el mundo de las cosas; el mundo de los usos y, el lenguaje- las convierten en obvias, en establecidas las que están explícitas en el argumento, más no con posterioridad el análisis profundo tanto del argumento o el tema que traten.

Los escenarios y los ámbitos de los personajes son lineales, estos “proceden” de estratos sociales medio y sobre todo bajo, de éste sobresalen los oficios que les “representan”. En la vida cotidiana de estas historietas existe una imagen de socialización, que se ve en las instituciones, en el caso de los *comics* se observa en los títulos de las historietas. Pocas veces representan otros ámbitos o escenarios: la familia, la escuela, las instituciones privadas y públicas con sus respectivas normatividades, o bien la religión como institución.

Pocas veces lo asientan en su vida cotidiana en tres ámbitos: a) actividad productiva; b) relaciones afectivas y sociales; c) el ocio y la cultura, aunque en la vida cotidiana exista una pluralidad de actividades. Sobre todo que el personaje en su *praxis* cambie sus circunstancias y se transforme a sí mismo, cuestión que no resaltan los *comics*, algo que sí se observan es, la “justicia por mano propia”, la figuración de funcionarios y servidores públicos menores “corruptos”, de lo cual, los emisores no proponen soluciones.

Se reflexiona lo escrito por Ágnes Heller, la vida cotidiana que, es el conjunto de actividades en apariencia modestas e insignificantes, en las historietas de editoriales como las descritas reflejan-representan de manera parcial, dándole además un “vuelco” que, aunado con programas de televisión abierta como los *talk shows* crean un ambiente una atmósfera de sensacionalismo, aventurismo, protagonismo, además de amarillismo, en suma, manipulación, que el sistema social imperante aquí en México permite su expansión.



3.5. Y el Lector ¿Qué?

En el Capítulo I se indicó lo que es la historieta como medio de difusión masiva, así como los estudios e investigaciones de y para los medios de difusión. Se manifestó la ambigüedad de algunos autores que, a partir del análisis de un medio de difusión masiva, generalizan los efectos. Por ejemplo: la manipulación e influencia de la TV sobre los receptores y por ello, su exposición a los efectos y sobre todo, a la ideología implícita. Atribuyen iguales o similares efectos de la historieta hacia sus lectores, a pesar de que las características son disímiles; por otra parte, los procesos socioculturales han variado los acercamientos de los públicos con las historietas y otros medios.

El primer acercamiento a la historieta lo realizó Efrén Hernández en 1940, en la revista *Futuro*, él afirmó que los *paquines* son sandeces inferiores a las niñerías, que indican de la comunidad un nivel bajo de mentalidad. Los pocos alfabetizados, resultaban funcionales; el público los “engullía”, para entenderlos. Observó el posible mal que producía leerlos, pero sobre todo, el que los profesores -se refería a los de educación primaria- explicaran, en parte el contenido, los valores del ser humano.

Lo loable de Efrén Hernández es su empirismo, aunque en ese caso, era necesario el raciocinio y una experiencia mayúscula. Ahora la responsabilidad de un comunicador no sólo ante el medio -en este caso revistas, que por esos años tenían auge- sino captar del contenido, el mensaje que envía. Por otro lado, hoy sabemos que no basta con negarles a los seres humanos la existencia de ciertas cosas, que en sí, debe conocerlas para aquilatar, comprender, reflexionar la valía de ellas.

Hay libertad de expresión pero también, la responsabilidad de conocer y profundizar en el tema que se opina. De esto, se nota un cambio en la actualidad, especialistas de su disciplina o de un tema son los que escriben en los diarios, sea en artículos de fondo, columnas o reportajes.

Evoca a la vez del sistema que estamos el modelo neoliberal, va creando como exigiendo más recursos humanos calificados y/o especializados, por lo que no será extraño que en unos años más, sea obligatorio el bachillerato y, el “embudo de la vida académica” la reduzcan todavía más, y tengamos que

añadir a las estadísticas: Población alfabetada: 60.5 %; Población analfabetada: 10.5 %; Población alfabetada funcional: 24.5 %*.

Desde marzo de 1993, los legisladores de la *Cámara de Diputados* reformaron el artículo 3° constitucional, de uno de sus fundamentos cita lo siguiente: "(...)2. La educación impartida por el Estado, en adición a la primaria, se extiende a la secundaria(...)"³²¹, la cual también es obligatoria. Esto, repercute en otras áreas, como es la laboral porque al establecer requisitos, piden educación media básica.

¿Cómo incidir en la vida cotidiana del lector -receptor para que transforme su "relación" o su uso "normal con la historieta? ¿Por qué y para qué?. Empresarios, investigadores, intelectuales, historietistas, académicos y hasta revolucionarios han opinado desde su perspectiva sobre el cómic. Algunas críticas han sido tan acérrimas que lograron el estatismo de la historieta e impidieron su continuidad en los análisis de los cómics y, sobre todo, el libre avance de sus lenguajes que en otros países desarrolló, así analizado por Ernesto Priego; mientras los editorialistas proseguían su "andar", sus tirajes con los mismos defectos y efectos.

En la actualidad, investigadores, empresarios y lectores notan la crisis que enfrentan: unos por sus actitudes e investigaciones negativas que nunca propusieron algo, más que la muerte de la historieta; empresarios que aún ven en las historietas "la mina de oro" sin dar nada a cambio; ¿y los lectores?.

Debemos considerar, al pensar en lectores-públicos, el no generalizar. En cada década han variado los públicos como los argumentos de las historietas. ¿Podría hablarse de lectores cautivos? Entendiendo cautivo en dos sentidos: a) Cautivo igual a "prisionero"; b) Cautivo igual a atraer, ganar. Del primer significado, piensa de los lectores de cómics lo que por décadas han considerado: los leen las personas de escasos recursos, y los neoalfabetas funcionales y quizás los analfabetas que ven los "monitos"; de la segunda vía, lectores de cómics con nivel económico medio y alto, y nivel de instrucción de bachillerato y de licenciatura.

De la segunda significación, entiende que son lectores que tanto "siguen al personaje, al autor y/o la editorial", son lectores pueden clasificarse, según lo anotó Baron-Carvais, en ocasional, regular, coleccionista y fanático. De la

* El dato de Población Alfabetada Funcional es supuesto.

³²¹ Rabasa, Emilio O, y, Caballero, Gloria: *Mexicano, Ésta es tu Constitución*, p.44.

primera acepción aquí describe conjeturas, los lectores no “siguen personajes, autor y/o editorial”; ellos usan el cómic para una “necesidad momentánea”: por distracción. Son lectores ocasionales, quizás regulares. ¿Cada cuándo compran las historietas? Los cómics son semanales. ¿Estará dentro de sus “hábitos” comprarlos cada semana, cuando sabemos que gana el salario mínimo? En cambio los lectores del segundo significado pueden clasificarse en coleccionistas y/o fanáticos.

Ahora, acerca de los lectores: sus hábitos de lectura lo mismo de generaciones anteriores y presentes han cambiado. De por sí, pensemos en una sola persona su hábito de lectura variará en cada etapa de su vida las circunstancias personales, soltero, casado, sexo, edad, nivel de estudio y de ingreso, que lo hicieron acercarse, usarla o alejarse de la historieta. Aquí, surge un detalle, de ambos tipos de lectores ¿Qué antecedentes hay de los progenitores, familiares que hicieron de la historieta un “hábito” de lectura en su vida cotidiana?

Todo hombre es un ser singular particular. Tres son sus características:

- El punto de vista (la conciencia del yo -que percibe y manipula) aparece simultáneamente a la conciencia del mundo.
- La unicidad y la irrepetibilidad del hombre también se realizan en sus objetivaciones y solamente en éstas.
- Las motivaciones (los afectos) su forma más elemental cuando el punto de vista particular hace de móvil: desde la autoconservación instintiva hasta las problematizaciones finalizadas en el yo (esto se refiere a la alineación).

La particularidad como comportamiento general: defender mi particularidad no significa evidentemente defender solamente mis motivaciones particulares referidas a la particularidad sino también a la totalidad del sistema que se ha construido encima, de lo que es la vida cotidiana, una vida cotidiana alienada, así lo asevera Ágnes Heller.

De base en las dos últimas características: la objetivación y las motivaciones. Continúa el acercamiento hacia el receptor-lector (aunque para ello, se evada el revisar ¿cómo vemos? La función psicofisiológica, la percepción, la cognición, el cómo captan las imágenes). Cristian Doelker indica tres zonas que influyen la percepción de la realidad medial, el autor sintetiza lo elaborado por el investigador:

1) Factores temporales como la situación de percepción en el sentido de situaciones dadas externas, que influyen en la percepción; otra cuestión es la

atención y la actitud del receptor que espera del acontecimiento medial, además los componentes emocionales: estado de ánimo o el estado general del receptor. Factores temporales que inciden en cómo interrumpen la lectura del cómic, independientemente, del lugar en que esté.

2) Factores individuales como su actitud, su escala de valores, sentimientos, deseos, esperanzas, temores, impulsos, necesidades y capacidades.

3) Factores socioculturales que sobrepasan “la individualidad y ponen al descubierto influencias sociales y culturales (de un país diferente) condicionadas por la época³²². De los dos factores precedentes, en el caso de México en éste último van a los extremos, la persona que le dice al lector: “De nuevo estás leyendo esas estupideces” o “Luego me prestas tu cómics”.

Se observa que la utilización de los medios -en este caso la historieta- se efectúa a raíz de determinadas necesidades; tanto inconsciente como consciente en las personas o conjunto de personas. De acuerdo con el análisis de Abraham H. Maslow son:

- 1) Necesidades fisiológicas y existenciales (alimentación y sexualidad).
- 2) Necesidades de seguridad (protección frente al peligro y de un mundo ordenado, previsible).
- 3) Necesidades de pertenencia y amor (en lo social, pertenecer a un grupo familia, amigos; en lo emocional (deseo de amar y ser amado).
- 4) Necesidad de respeto (la autoestima, el respeto de los demás y el deseo de posesión).
- 5) Necesidad de autorrealización (como el de desarrollar todas sus facultades y ponerlas de manifiesto)³²³.

Sin embargo, la historieta no cumple ninguna necesidad. Podemos atribuirle el inciso 3, la muestra y/o representación del amor ¿y después qué?. O atribuirle el inciso 5, cuando se ha visto (en el Capítulo III) que las historietas no son objetivas, y mucho menos, permiten que los lectores se objetiven, permitiéndose así su reproducción social.

Recordemos lo escrito por Bruno Bettelheim: El niño necesita comprenderse a sí mismo ante un mundo desconcertante “necesita estímulos para saber como puede poner orden en su interior y luego en su vida”. Necesita educación moral, los medios de comunicación le aportan modelos de autoconocimiento. Aunque modelos estereotipados, despersonalizados de la realidad social.

³²² Doelker, Cristian: *La Realidad Manipulada Radio, Televisión, Cine y Prensa*, p.161-162.

³²³ IBID, p.168-169.

A las necesidades referidas une la dimensión del desarrollo, el ejercicio de facultades y la perspectiva del sentido, establecidas en el aprovechamiento de los medios de comunicación; cabe recordar lo escrito por Becerra Flores y Jorge González acerca del hacinamiento urbano, los niños y la TV. Doelker distingue cuatro distinciones:

- a) La participante. - participar más allá de la realidad propia, tal “disfrute” de englobar lo nuestro por lo de otros, lo califica de orientación de aprovechamiento del participante que sentirá, sufrirá y temerá con los personajes, lo cual lo satisface pero también puede despertar sentimientos negativos.
- b) La actuante.- además de la manifestación de la vivencia, está la del comportamiento, aquí la actuación se dirige la orientación de aprovechamiento actuante, tanto positiva o negativamente por modelos de comportamiento prevividas que aceptará o rechazará.
- c) La escapista.- su orientación de aprovechamiento lo es, quiere huir de la realidad, quiere sustraerse a los problemas de la vida cotidiana, pero que, “queda convertida en sucedáneo de la vida propia y propiamente dicha”.
- d) La accionista.- este tipo de orientación de aprovechamiento por la estimulación de estímulos mediados, puede independizarse y convertirse en acciones vacías”, concediéndole el status de ejercicio o entrenamiento, tratando de evitar su sin sentido de la acción³²⁴. Cómo hemos observado, los lectores “unen” sus necesidades con los medios de difusión masiva, más por la acción escapista y la accionista.

Yankelevich y más investigadores analizan las características de los receptores: “(...)La psicología distingue clásicamente dos maneras de prestar atención: la espontánea o pasiva (es inestable y transitoria la provocan varias propiedades de las imágenes como: forma, color, contraste, tamaño, luz y movimiento) y la voluntaria o activa (promueve la curiosidad, el suspenso o la intriga despiertan esta actitud, inestable en virtud de que no se ha desencadenado un elemento fundamental para la acción(...))^{325*}: el interés.

El interés personal asociado con imágenes expresiones verbales (o textuales) por su redundancia “presiona” el interés del receptor. “(...)La asociación de ideas entre fenómenos, escenas y objetos, ya sea por su contigüidad, semejanza y aun por

³²⁴ IBID, p.174-176.

³²⁵ Yankelevich, Guillermina: *Creer*, Op. Cit.89.

* Paréntesis propio, a ideas de la autora.

contraste...son caminos conocidos y utilizados rutinariamente por su conocida efectividad sobre el público(...)”. A pesar de la “curva del olvido” lo que en sí es que la fijación y sus contenidos toman ritmos mucho más lentos. “(...)Una cuestión importante que no ha sido fácil de dilucidar, es la importancia relativa que guarda el texto con la imagen dentro de un mensaje(...)”³²⁶.

Respecto del espectador con atención pasiva o participativa es su reflexión o no-reflexión acerca del contenido del mensaje y ante ello, elige y decide. Del primer caso de atención, “(...)implican falta de análisis y no falta de interés o motivación”, la aceptación del mensaje es pasiva y una “subsecuente ejecución de las acciones sugeridas(...)”³²⁷.

¿Cómo logran los historietistas ese interés?

3.5.1. Esquemas Mentales:

Del Capítulo II -antecedentes históricos- y el Capítulo I -marco teórico- se menciona lo que analistas e investigadores han escrito: los *comics* propagan una ideología, la del sistema imperante. Difusión efectuada desde el surgimiento del *comic* por los *syndicates* para diversas naciones así fue realizándose una trasculturación (influencia cultural de una sociedad -de los emisores- cuando entra en contacto con otra menos desarrollada) como una aculturación (adaptación o recepción de una sociedad, a la cultura de otra sociedad más desarrollada).

De acuerdo con el caso de los lectores ¿qué tan inmersos o “aculturados” estuvieron -en tiempos pasados- o lo están? Gonzalo Aguirre Beltrán explica: “(...)Aculturación es el proceso de cambio que emerge del contacto de grupos que participan de culturas distintas. Se caracteriza por el desarrollo continuado de un conflicto de fuerzas entre formas de vida de sentido opuesto, que tienden a su total identificación y se manifiesta, objetivamente, en su existencia a niveles variados de contradicción(...)”³²⁸ “(...)El proceso de aculturación, involucra en realidad, un conjunto infinito de procesos entre elementos opuestos de dos culturas”³²⁹

Describe niveles: un nivel, es el *proceso de adaptación*, el cual, puede ser mayor o menor la expresión acusada de los elementos de una u otra cultura podrá ser iniciada o totalmente resuelta. Luego está el *proceso de integración* con tres niveles: a) *la concentración*, se propone la incorporación de los

³²⁶ IBID, p.92.

³²⁷ IBID, p.93.

³²⁸ Aguirre Beltrán, Gonzalo, *El Proceso de Aculturación*, p.43.

³²⁹ IBID, p.44.

individuos que componen la comunidad disímil dentro de la estructura social del grupo dominante; b) *la conversión alternativa*, los individuos en un lapso “(...)determinado pero reiterativo pasan a formar parte de la estructura social del grupo opuesto pero con posición de inferioridad o en lo contrario con una relación posicional inversa; c) *la conversión polar*, los grupos en la que los grupos en *contacto* han alcanzado a construir una estructura social, donde la interdependencia creciente de los grupos en simbiosis “ha llegado al grado de convertirlos en uno sólo(...)”³³⁰.

Enfatiza “(...)que la cultura condiciona al individuo en forma que interpreta la realidad de acuerdo con normas previamente establecidas(...)”, con un universo de relaciones y significados que determinan su perspectiva de la realidad. Indica tres diferentes: *la de los hechos* (culturales o cosas sociales de carácter concreto en el espacio-tiempo); *la de las relaciones* y *la de los valores*. De los dos primeros son más generales, del 3) “(...)se les asigna un *status* de segunda clase o se le niega la objetividad indispensable para que pasen a formar parte de la realidad(...)”³³¹. Los tres son niveles de abstracción. El tercer nivel de abstracción es la polaridad o la complementariedad de lo real y lo ideal, o bien, las normas o principios por la situación intercultural que orientan la conducta. Además: “(...)Los hechos y las relaciones de *forma*, cualidades dinámicas de *contenido*, *uso* y *función*(...)”³³².

De *contenido* (lo potencial) que comprende el contenido manifiesto (recurso propio de cada una de las culturas en contra) y el contenido latente (el que sólo puede ser actualizado mediante la agregación de elementos de otra cultura).

Acerca de *uso*, es con referencia al patrimonio instrumental de las sociedades que integran el sistema intercultural y la manera o mecanismos como es utilizado ese patrimonio sobre la *función*, conduce a la plena integración de la sociedad, a su estabilidad dinámica y a su cohesión, cohesión sin roces. ¿Cómo? El significado (cualidad objetiva que inhiere a los hechos y a sus relaciones, en su existencia y su valor) de los deseos, aspiraciones e ideales, lo que es bueno o malo, lo que es de aprobación o censura. El individuo sabrá si esos elementos de aculturación le convienen.

Por su parte, Joan Costa establece que la estructura propia de nuestra cultura personal es obra de los medios de masas (producción, comunicación, consumo y cultura de masas) que en el flujo de la cotidianidad adquirimos esquemas

³³⁰ IBID, p.47.

³³¹ IBID, p.128.

³³² IBID, p.132.

mentales o esquemas de conocimiento que derivan en un esquema de conductas (por hechos significativos apoyaron nuestro aprendizaje, reflejos condicionados, experiencias y vivencias y el medio ambiente donde estemos).

Refiere la dinámica de la mente. "(...)Toda acción del ser humano parte de contactos con el entorno, su proyección hacia adentro y hacia fuera, que comparte con otros un modo cultural de conducta, que puede innovar a través de la percepción de signos, intercambio de cosas materiales y actos hechos, que son repertorios significativos de cultura, constituye un 'todo' articulado que es la conducta observable del individuo. Tales conductas están sobre esquemas mentales más o menos conscientes o formalizados que, determinan los caracteres de una cultura personal, que compartidos se extienden a una cultura colectiva(...)"³³³.

Subraya que, el principio de menor esfuerzo del individuo es, porque realiza un esquema, en el cual, elimina lo superfluo. Relacionándolo con la historieta, se observan dos puntos: leen la historieta por su sencillez, por su brevedad por lo cual, no puede simplificar la imagen y el texto y, lo que el autor anota: "(...)Esto significa que un lector aumenta su capacidad de lectura y su velocidad ampliando sus conocimientos. Cuanto más uno lee más puede leer, y por tanto, más lee. Esto es conforme a una ley general del funcionamiento mental: cuanto más le pedimos a nuestro cerebro más no da. Así, uno mejora su funcionamiento utilizándolo(...)"³³⁴.

Se detalla de nuestra cultura cotidiana sintetizan "digieren" información, orientación y hasta entretenimiento para que "conservemos" nuestros esquemas mentales, nuestra cultura es particularmente esquemática; nuestra mente adquiere, utiliza y produce "(...)formas esquemáticas para comprender, interpretar y expresar en esta dialéctica del individuo con su entorno(...)"³³⁵.

Esquematizar sea por pensamiento, razonamiento o reflexión supone utilizar códigos; encuentro entre los esquemas de aprendizaje y los códigos es al mismo tiempo una encrucijada de ideas. Las "pantallas", esquemas y códigos contienen una lógica y una dinámica interactiva, productiva para los individuos/personas.

En nuestra mente se configura una "pantalla de conocimientos", con base de nuestra cultura de la cotidianidad: "(...)Los 'esquemas mentales' son herramientas del conocimiento y el aprendizaje, además de la experiencia que constituyen rutinas, que aparecen a la conciencia o surgen espontáneamente en la resolución de un problema

³³³ Costa, Joan: Diseño, *Comunicación y Cultura*, p.48.

³³⁴ IBID, p.52.

³³⁵ IBIB, p.56.

imprevisto(...)"³³⁶. Como lo antes descrito de las lecturas tipográficas y lingüística.

Supone, la adquisición de los códigos de lectura, esto es:

"(...)- la equivalencia entre los conceptos, las cosas e ideas y las palabras que los expresan;
 - la equivalencia entre las palabras escritas y los sonidos del habla;
 - la equivalencia entre las letras y los sonidos del habla;
 - la equivalencia entre las letras y los sonidos, así como su articulación en palabras escritas(...)"³³⁷.

Aunado a nuestro esquema, "pantallas mentales", y códigos, están los estereotipos* difundidos por los medios de difusión masiva y entre ellos la historieta que considera, es de los medios el que más utiliza de manera lineal, tanto en sus imágenes y lo que corresponde a los diálogos. Se indica que es lineal porque a diferencia de la TV, la radio y el cine no tiene variantes: imagen (fisonomía igual, o quizás varié con los años, aclara esta cuestión, el caso de *Spiderman* de su figura de adolescente a la de "treintañero" o las últimas imágenes de *Superman* de joven a un adulto "cuarentón", aunque para ello, pasaron décadas para que les realizaran cambios; la vestimenta en algunos personajes sí la varían; en otras, las mantiene por ser icono de identificación); los diálogos (la personalidad de los personajes, la mayoría de las veces es lineal, son intachables pero a la vez hay poco desarrollo en su existencia).

De la estructura psicológica que, en las historietas del grupo sentimental o "costumbrista" o "humorística" tienden a ser "básica", razón, ante una acción una reacción en comportamiento y pensamientos, no ahondan la posible contradicción o desequilibrio de una persona consigo misma; lo cual, en la vida cotidiana tiene sus pros y sus contras porque la mayoría de las personas afirman: ¡Es que él no debe cambiar! ¡Yo lo conozco bien!. Quitándoles la posibilidad a la persona de tener cambios, variantes en su equilibrio.

3. 6. La Historieta ¿doxa o epísteme?:

Se menciona otra cuestión: "Los que leen una historieta son unos ignorantes". "Las clases pobres son los que leen ese tipo de revistas" (en el siguiente apartado se amplía este aspecto). Aurrecoechea y Bartra por su parte afirman: "(...)La difundida versión de que el consumidor de historietas es un analfabeto que accede a

³³⁶ IBIB, p.57.

³³⁷ IBID, p.62.

* Analizado en el Capítulo I, apartado 1.4. Los Estereotipos.

la “subliteratura” atraído por los monitos es una calumnia. Por el contrario, la mayor debilidad del cómic mexicano radica en la subutilización de las posibilidades expresivas del dibujo, y el principal vicio de sus lectores consiste en centrarse en los globos y apoyaturas soslayando la interpretación de las imágenes”.

Posteriormente enfatizan: “(...)Las interminables y verbosas narraciones de los fundadores de la historieta ‘seria’, y de sus continuadores, han creado un lector que desprecia la brevedad. La tesis de que el consumidor de historietas no lee libros porque son demasiados largos es otro gran mito. Dejando de lado las dificultades de comprensión que plantea cierta literatura en términos puramente cuantitativos un aficionado al cómic -de apetito medio- lee más que muchos amantes de literatura libresca.

“(…)Quien devora semanalmente dos novelas de historieta, de 226 páginas y un promedio de once mil palabras cada una, podría leer en un mes, cinco libros más o menos breves como *Las Buenas Conciencias* de Carlos Fuentes, *El Coronel no tiene quien le escriba*, de García Márquez, *El Apando* de José Revueltas, y la *Oveja Negra* y demás fábulas de Augusto Monterroso; el primer tomo de *El Hombre sin Atributos*, de Musil, si prefiere obras más densas y voluminosas(...)”³³⁸.

Sin embargo, fluye la pregunta ¿qué tipo de lectores? Los lectores de *comics* estadounidense y el japonés. Los lectores de historietas de *La Familia Burrón* o los de *Así Soy ¿Y qué?*. Cada uno de estos tipos de lectores difieren, tanto en sus gustos, sus apreciaciones estéticas y sus expectativas del argumento hacia la historieta que leen. Sin embargo, los tres tipos pueden quedar dentro de estas características: es cómodo el tamaño de la historieta; la sencillez del dibujo y del texto, lo que hace breve la lectura. Algunos lectores de cómics, prefieren la seguridad, el “economicismo” de palabras y términos, o sea, realizar el mínimo esfuerzo de comprensión, reflexión o pensamiento que el libro “exige”.

A la vez, no hay “públicos homogéneos” ante la heterogeneidad, las editoriales han diversificado sus productos locales y/o comparten con las compañías multinacionales, que al buscar o competir por los lectores, tienden a mejorar sus estándares de calidad. Lo que se ha observado que diversas clases sociales aunque predomina la clase media, prefieren los *comics* y los *mangas* extranjeros.

Medios de difusión que difunden entretenimiento, arte, información y cultura, pero que a la vez, forma parte de la cultura de los receptores: la cultura personal tiene dos dimensiones: la erudición, que es el simple aumento de la extensión del campo cultural; y la profundidad que corresponde al espesor del

³³⁸ Aurrecoechea y Bartra: *Puros Cuentos II*, Op. Cit. p.206.

tejido de asociaciones que la práctica del pensamiento establece y memoriza en el individuo³³⁹; quizás, esta última asociación sea atribuida a ambos lectores: los nealfabetos funcionales y los alfabetos “apegados” a los cómics extranjeros.

La historieta es para el lector ¿un saber cotidiano? Saber cotidiano como la suma de nuestros conocimientos sobre la realidad que utilizamos de un modo efectivo en la vida cotidiana del modo menos heterogéneo.

Ágnes Heller puntualizó: Hay que aprender a percibir, sentir, pensar. El particular percibe todo lo que la vida cotidiana de generaciones precedentes de base en consenso social le preformaron, en primer plano, el lenguaje, acompañado de sentimientos. Las percepciones particulares y los sentimientos pueden tener un papel guía, al igual en los pensamientos. El horizonte y los contenidos de las percepciones cambian mucho en el curso de la historia³⁴⁰, y en la vida del hombre dilata su percepción.

El pensamiento cotidiano -pensamiento enajenado- está dirigido siempre a los problemas del particular o de su ambiente, es la preparación mental de estas actividades, o bien, la reflexión sobre acciones concretas ya realizadas, por el saber cotidiano recibido preformado. El pensamiento anticipador o los sueños con los ojos abiertos cotidianos o la reflexión *a posteriori*, refiere no sólo a acciones sino también a los otros, al destino de los demás, este tipo de pensamiento esta dirigido en última instancia a la propia praxis (*conjunto de actividades que pueden transformar el conocimiento o la producción de lo que se basan las estructuras sociales*)³⁴¹, lo que puede ser la desalienación.

“(...)La percepción, el pensamiento y el sentimiento cotidianos son antropológicamente primarios; no abstraen nunca ningún sentido del hombre como totalidad antropológica...son inescindibles(...)”³⁴² aunque, en la actitud “natural” cotidiana se vinculan.

La verdad (lo correcto) de y en los hechos, corresponderá a los usos y a las normas morales (lo concreto) cotidianos (que viene siendo un saber heredado) y a la experiencia personal (aplicación de la experiencia concreta) de un solo criterio de verdad: el éxito de la acción.

³³⁹ Costa, Joan: *Diseño, Comunicación*, Op.Cit. p. 38-39.

³⁴⁰ Heller, Ágnes, *Sociología*, Op.Cit. p. 331.

³⁴¹ IBID, p.337.

³⁴² IBID, p. 341-342.

“(…)De que en última instancia pensamiento cotidiano y praxis cotidiana sean inescindibles se desprende que en nuestra vida cotidiana verdadero y correcto (por tanto erróneo e incorrecto coinciden...Por ello en su uso cotidiano la palabra verdadero contiene al mismo tiempo un momento cognoscitivo y un momento ético(...)”³⁴³.

Lo contrario del conocimiento cotidiano verdadero puede ser también incorrecto, dado por tres fuentes -las cuales, pondera con la historieta, para que quede así:

- a) La ignorancia de los hechos, de las normas, de los conocimientos, o bien, su insuficiencia;
- b) El error, “(…)está constituido por una valoración equivocada de la experiencia sobre la base de analogías equivocadas, de una subsunción equivocada de la experiencia, etc.(...)”³⁴⁴;
- c) La mentira (apegada más a la moral) aparece cuando poseo el saber correcto y conscientemente no lo comunico al otro.

“(…)¿Qué significa en la vida ‘saber algo’? Significa que el particular se apropia de las opiniones (*doxa, es el saber mediante el cual estoy en condiciones de actuar en la vida cotidiana con valor de probabilidad*) presentes, incorpora en ellas su propia existencia y adquiere así la capacidad de llevar a cabo los heterogéneos tipos de acciones cotidianos...Comprender significa apropiarse de una cognición y ser capaz de emplearla, ser ‘entendido’...Los planos de comprender, saber (*la regulación de su conducta de vida esta también presente la episteme representa el estado alcanzado por el saber genérico, es un saber sobre una cosa en relación con otras cosas -conjuntos-*) y poder, su superficialidad o profundidad son, tanto distintos según el fin concreto, según la función (Si no tiene en cuenta o incluso se olvida de la existencia de estas diferencias de nivel se puede avanzar hacia el fracaso de la vida cotidiana)(...)”³⁴⁵.

Se trata de “aterrizarlo” con la historieta, lo que queda de esta manera:

- a) La ignorancia de los hechos, de las normas, de los conocimientos, que el argumentista de la historieta tenga, o bien, el lector “obtenga” aunque en el caso de éste, en su contra, por la insuficiencia propia de lo que le “otorgan” en la historieta.
- b) Del historietista al realizar algo tan “irreal, fantástico, sensacionalista y general”; por parte del lector que “buscará” del argumento, alguna semejanza con algún hecho de su vida diaria. Lo que puede conllevar que, al no existir similitud se distancie e ignore lo que lee.
- c) Por parte del historietista que, conoce el argumento y los hechos -que pueden o no ser verdad pero que, en sí puede haber antecedentes al

³⁴³ IBID, p.337.

³⁴⁴ IBID, p.338.

³⁴⁵ IBID, p.347.

respecto-, opté por continuar con argumentos de los calificativos ya señalados. Por parte del lector que, conoce de ese tipo de lectura, conoce de sus ventajas y desventajas para su desarrollo personal y aún así prosigue en ese círculo.

3.7. ¿Qué leemos o nos hacen leer? :

Las historietas empezaron a publicarlas de los años treinta en adelante, surgieron historietas y títulos apegadas o unidas con los géneros que ahora conocemos: de aventuras, de ciencia-ficción; policiaco y sus derivaciones, prisión o cárcel; terror; animales humanizados; novela rosa o romántica o sentimental; heroicas; clásicas; humorísticas; de superhéroes; intelectuales, parodias; *western* o de vándalos; *girl* o *kids* o *family strips*. Y el género que llama costumbrista que pretende acercarse a la vida cotidiana: como el caso de las historietas de las editoriales Mango, Toukan, Ejea, que mezclan los géneros humorísticos y sentimentales.

Editoriales mantienen los mismos géneros que no han modificado mucho en años. Las editoriales nuevas para competir, también se apegan a dichos géneros. Siguiendo la misma línea de la Editorial Ejea, en el año de 1999 y del 2000 surgen otras editoriales de historietas: Las Uvas, Mango, Multicolor y Toukán, descritas en el Capítulo III.

Un factor importante fue (o es) el público. En el caso de lo que el Gobierno Federal por conducto de la Dirección General de Publicaciones de la SEP (décadas de lo setenta y ochenta) pretendió, ideó y realizó fue buena o excelente; al parecer los argumentos fueron el “bloque pesado” que impidió continuaran en circulación. Se atiende que la elaboración del material lo hicieron de alguna manera homogénea, no consideraron -quizás, porque en estos años noventa es más notorio- la diversidad que hay de los públicos, y de estos, otros elementos como: edad, sexo, nivel económico y de estudios, y claro esta, gustos y preferencias.

El caso de las editoriales “consagradas” y de las recientes inclinadas por: 1) los géneros establecidos; 2) factores psicológicos que siempre “atraen” “jalan” a los individuos: agresión-violencia, intriga, sexo, terror, poder-manipulación. Los editorialistas (académicos, investigadores y autores) suponen que la población de escasos recursos, son los que compran sus productos.

Cabe en este momento, reflexionar desde el punto de vista de historietistas, caricaturistas y especialistas la “influencia”, posible “comunicación” del cómic y el lector y si es posible, un cómic alternativo. En relación, Fernando Dolores Melitón y Héctor Zamarripa Rodríguez en su tesis efectuaron un cuestionario de seis preguntas (Anexo B, Entrevistas a expertos relacionados con el género), de las cuales sólo se consideran las preguntas 2, 5 y 6 como base y, después las respuestas:

“(…)Pregunta 2. ¿De qué manera cree que influya en el comportamiento de los niños y en general de quienes consumen este tipo de revistas?

Rius: El cómic puede tener influencia pero más principal de la televisión y cine.

Paco Ignacio Taibo II: Todo lo que lees, escuchas o ves influye; el comic masivo en México tiene efectos interesantes: Primero creo una gran barrera contra el analfabetismo funcional; logró un mercado autónomo, aunque sus contenidos sean regresivos, reaccionarios con un lenguaje además que la imagen y el texto son reiterativos.

Rafael Ruiz Tejeda Barrios (RRUIZTE): En México, predomina la cultura de los medios de comunicación sobre todo a la televisión.

Carlos Monsiváis: El cómic no influye, puede ser en la imaginación, en el sentido de humor, en sus fantasías o el vocabulario.

Edgar Liñan: El cómic oculta y expresa la realidad, presentada con tal desnudez que atrae al niño.

Seatiel Alatraste Lozano: Influye en el comportamiento de las personas. En México es una vía bastante escapista de la realidad.

Pregunta 5. ¿Existe comunicación mediante el cómic? Y si la hay ¿De qué manera cree se dé ésta?

Rius: En el cómic debería existir una comunicación entre el autor y el lector. **Paco Ignacio Taibo II:** De las historietas del suplemento de La Jornada ahí se da la respuesta.

Carlos Monsiváis: No. Porque somos un planeta profundamente americanizado. Todo tiene que ver con todo y la industria cultural marco el siglo.

Edgar Liñan: Los medios usurpan la cultura de la sociedad.

Seatiel Alatraste Lozano: El cómic es una inversión de rédito de entretenimiento e información.

6. ¿Qué elementos propondría para la elaboración de un cómic alternativo que contrarreste los efectos del cómic netamente comercial?

Paco Ignacio Taibo II: “Para que existan elementos didácticos en la historieta netamente comercial habría que destruir la estructura de control de los aparatos comerciales...”

“El aparato de Estado mediante el cual intentamos un cambio dentro del comic en publicaciones de la SEP, tenía las mejores intenciones del mundo, pero éstas eran sexenales y esto era una guerra a 20 años y durante 5 años ganamos parte de la batalla, dignificamos un montón de espacios de la historieta, dignificamos al gremio; hicimos miles y miles de tiras cómicas de calidad, no sólo pedagógicas sino también narrativas”.

¿Crees que se pueda lograr esto?

“Claro, lo que pasa es que no se puede hacer con un gobierno priísta”.

Rruizte: Propondría para elaborar una historieta de enseñanza de la ecología, las didácticas crean mundos diferentes.

Quemchs: “...Mucha de la gente que compraba Los Agachados y Los Supermachos, no los compraba con la finalidad de obtener conocimiento, sin embargo al finalizar su lectura ya se iba con conocimiento y esto es muy importante en cuanto a la manera de enseñar en el mundo”.

Carlos Monsiváis: No le interesa el cómic didáctico, aun tratándose de *Rius*, porque no es un género que le apasione o estimule imaginativamente. Considera que el cómic ofrece cultura de manera amena e inteligente a través del aprendizaje del sentido del humor, de los estímulos a la imaginación y del aprendizaje visual de calidades estéticas.

Edgar Liñan: Un cómic didáctico expresara una realidad más compleja y más estética(...)³⁴⁶.

De lo último escrito, surge la pregunta ¿Por qué determinan dicha clase social? Cualquier persona de nivel económico y educativo puede comprarla aunque sea por curiosidad, y por tal motivo, ingresa a las estadísticas de consumo.

Algunos autores han escrito que la historieta es de precio económico, es manuable, no “exige” como un libro que es “denso”, contrario a la historieta que es digerible; las editoriales promocionan 2x1 con el mismo precio, tal motivo permite al lector acceder a la historieta. De esto no se considera la difusión-tiraje, o bien, si el lector la compra por la editorial, los personajes, por un estado de ánimo que tuvo al momento, por interés o entretenimiento u otras cuestiones.

Consideran que por, ser la historieta económica y los lectores -de clase baja- de escasos recursos, ellos son quienes las compran, casi como un indicio obligatorio: la pobreza permite acercarse, o bien, siempre los pobres consumen este tipo de medio. Sin embargo, aclaremos algunos puntos acerca de la pobreza.

Carmen Mier y Terán Rocha y María Guadalupe Suárez Guerrero en su investigación examinan: “(...)A menudo se cae en el error de creer que un fenómeno social (como en el caso de la pobreza) ha existido siempre y que únicamente varían los escenarios y las circunstancias en que éstos se dan”. Sin embargo, “la condición de

³⁴⁶ Dolores Melitón, Fernando y, Zamarripa Rodríguez, Héctor: *El Comic Comercial y Educativo en México. Una Sugerencia Experimental*, p.205 a 234.

pobreza es muy distinta para cada lugar y cada período histórico". En sí, la pobreza, es una construcción social que califica la vida de las personas(...)"³⁴⁷..

Es un estado de tensión que busca su resolución, que el individuo y todo el sistema de valores e interacciones la resolverán. Las autoras reconocen tres indicadores esenciales para apreciar las condiciones de vida de uno o un conjunto de individuos:

- Infraestructura material son todos aquellos recursos materiales que permiten al individuo satisfacer sus necesidades físicas elementales (vivienda, servicios públicos, alimentación, salud y atención médica, ingresos).
- Posibilidades de acceder al tipo de vida que se desea llevar, el sujeto tenga una participación activa en/de las aspiraciones que desea alcanzar.
- Capacidad de resolver problemas por uno mismo, pueda elevar su nivel de eficacia.

Estas condiciones de vida están constituidas por los recursos psicosociales. "(...)Si los tres indicadores de condiciones de vida guardan una relación funcional, es decir, que generan satisfacción y armonía, se puede hablar de una buena 'calidad de vida'(...)"³⁴⁸.

Lo contrario, son los problemas que enfrentan en su localidad como el alcoholismo, la drogadicción y el maltrato a menores, de esto último, la incomprensión entre padres e hijos: "(...)Las mujeres no tienen aspiraciones en relación con ellas mismas, y las que las tienen no creen poder lograrlo. Al analizar los diversos aspectos de la entrevista, interpretamos ciertos indicadores de insatisfacción hacia ellas mismas, baja autoestima y poca confianza en su poder personal(...)"³⁴⁹.

Empero, este párrafo contrasta con lo elaborado por María Luisa González Marín, porque "(...)La familia trata de resolver sus problemas sin contar con la ayuda estatal; por eso las mujeres se organizan en grupos autónomos de consumo y producción(...)"³⁵⁰. Enuncia seis características de mujeres trabajadoras y el hogar. Mencionaré cinco de ellas:

- Aumento de las mujeres ocupadas fuera del hogar. Las de clase media lo hacen para conservar su nivel; las pobres para no sucumbir.
- Las mujeres pobres se van a trabajar a la economía informal. En México se calcula que cerca de 40 % de los trabajadores de este sector son mujeres.
- Aumento de las mujeres que trabajan como no asalariadas.

³⁴⁷ Mier y Terán Rocha, Carmen y, Suárez Guerrero, María Guadalupe: "Estudio de la Pobreza. Una Posición Psicosocial" en *Procesos Rurales y Urbanos en el México Actual*, p.169.

³⁴⁸ IBID, p.180.

³⁴⁹ IBID, p.185.

³⁵⁰ González Marín, María Luisa: *Mitos y Realidades del Mundo Laboral y Familiar de las Mujeres Mexicanas*, p.179.

- Aumento del número de las mujeres trabajadoras jóvenes de 20-24 años.
- Crecimiento del trabajo a domicilio. Las empresas aprovechan la necesidad que tiene la mujer de permanecer en el hogar para conseguir mano de obra barata³⁵¹.

Nos recuerda casos especiales de las madres solteras con hijos pequeños transcurre en medio de un desgaste físico y emocional, entre el trabajo y las obligaciones domésticas; o las situaciones de los adolescentes propensos al abandono de la escuela, a la criminalidad y las adolescentes al embarazo.

González Marín anota un dato importante: “(...)Según la Encuesta Mundial de Valores referida por Rodolfo Tuirán más de 25 % y menos de 50 % de los entrevistados declaró que los ingredientes para el éxito de la vida familiar son: que el ingreso sea adecuado, una buena vivienda y vivir separados de la familia política, entre otros valores compartidos(...)”³⁵².

Casi similar a lo expuesto por Mier y Terán y Suárez Guerrero concluye que habrá que propiciar en las personas el desarrollo de toda clase de recursos económicos, emocionales, y en general de todas sus capacidades, tanto por las autoridades gubernamentales, organizaciones civiles, grupos de autoayuda que permitan el desarrollo integral de individuos, familias, grupos sociales y comunidades.

La Quinta Encuesta Anual sobre Consumo Cultural a través de los Medios de Comunicación, del periódico *Reforma*, en lo que corresponde a *Cultura Impresa*: jueves 11 de marzo de 1999, indica los hábitos de lectura del pasado año, mejoraron pero, el registro histórico que elaboraron que es de 1994 a la fecha, plantea un oscuro fin de milenio.

Durante 1998, cinco de cada diez capitalinos (o de cada 10 durante 1997) acostumbraban a leer un libro, aunque el 48 % de los entrevistados (794) dijo estar leyendo uno (contra 54 % del año anterior) en el momento que se le hizo el cuestionario.

Luis Enrique López asienta que a lo largo de 5 años de encuesta, el imperio es de la “literatura ligera” o de “superación personal”. Con lo que respecta al apartado de Revistas, el predominio de lo “light” también se impone, de lo que incumbe a historietas: *Sensacional de Vaqueros* (de *Novedades* Editores) en

³⁵¹ IBID, p.181-182.

³⁵² IBID, p.190.

1996, fue del 4 %, en 1997, fue del 2 % y, en 1998, fue del 7 %; *Libro Semanal* (de la misma editorial) de 1996 a 1998, fue del 2 %. A pesar del tiraje y cambios de títulos de la Editorial Ejea.

Roger Bartra, que en la misma página titula su artículo *Un lujo la lectura* manifiesta: "(...)El desastroso nivel de lectura, como he dicho en repetidas ocasiones no es culpa de los escritores o de los editores (de libros): la principal causa debe buscarse en la cultura hegemónica de las elites políticas y empresariales cuyos hábitos públicos revelan un alto grado de analfabetismo. "Tal vez por ello predomina en muchos medios la idea de que los libros son objetos valiosos, que se producen y reproducen con facilidad(...)"³⁵³.

Así es, nos hacen ver y leer lo que está más accesible, la TV y la historieta. ¿A quiénes o por qué les conviene esa accesibilidad en los medios abiertos, públicos? Por la ley de la oferta y la demanda que transnacionales necesitan para que sus productos imperen en el mercado local, instalados ahí, los costos de producción de las materias primas son bajas y, el mercado o los públicos amplios. Mientras que de manera local, las autoridades reducen presupuestos para cuestiones sociales, como en el caso de la educación, recortan personal y puestos vacantes.

Roger Sabin³⁵⁴, a la pregunta ¿cambiará la imagen de las mujeres en el *comic*?, Busca responderla en su capítulo 17: *Mujer y comic adulto*. Para él es una pregunta que puede contestarse separando los temas dentro de los elementos constituidos (Gallagher más adelante describe). El autor analiza: la representación de la mujer dentro de los cómics ellas mismas; la mujer que trabaja dentro de la industria de los cómics; y la audiencia femenina para cómics. Aunque están interconectadas en un alto grado, en una perspectiva feminista, hay problemas que se relacionan cada una con algo. No es lugar para entrar en detalles, señala que hay muchas áreas poco prometedoras. Indica las diferencias de opinión, en el sentido del cambio positivo y negativo de la imagen de la mujer: la imagen de la mujer paso de ser erótica a ser pornográfica, y si una es más aceptable que la otra, de qué criterios están hechos los que sentencian, o bien, ¿qué y cuándo es un estereotipo?, Todo con el fin de llenar el vacío de nuestro conocimiento. Menciona las publicaciones por décadas, lo creado en la contracultura, por los *comix*. Y, desde 1986, las feministas y creadoras que iniciaron, dando la imagen que las mujeres merecen, al reflejar, a la vez, la realidad de la mujer.

³⁵³ Bartra, Roger: *Un lujo la lectura y, Luis Enrique López: Un lustro de investigación afianza la tendencia en los hábitos de lectura...Cultura Impresa 'Autosuperación? Y agonía. Consumo Cultural y Medios en la Ciudad de México. Periódico Reforma, jueves 11/III/1999, p.8A.*

³⁵⁴ Sabin, Roger: *Adult Comic, an Introduction.*, p. 221-234.

Judy C. Pearson, Lynn H. Turner y W. Tood-Mancillas con su obra: *Comunicación y Género*, manifiestan que los medios de comunicación de masas, modelan y conforman basadas en estereotipos, las percepciones de hombres y mujeres, sus roles sexuales, apoyados por la publicidad. Como el caso de las revistas masculinas que conciben a la mujer como objeto sexual, aunque, por lo menos, la revista *Playboy* ha “cambiado” por que su publicación versa más sobre el “estilo de vida”, en cambio otras revistas “neutras” consideran que el mundo de la economía americana pertenece a los hombres.

Olga Bustos Romero afirma igual que Bleichmar de las instituciones que confieren la adquisición y el rol del género al que deben pertenecer. Estas instituciones están en el proceso de socialización. Los medios de comunicación masiva, en su proceso de socialización, al igual que las instituciones mencionadas son “(...)en su conjunto, los encargados de conformar, transmitir, mantener y perpetuar valores, normas, creencias y actitudes que van a influir en el modo de pensar y actuar de la gente, acorde con un sistema social determinado, que obedece a cierta ideología dominante(...)”³⁵⁵.

Sin embargo, la socialización que los medios de comunicación, es la contribución de su legitimación y cohesión de los grupos sociales, en provecho del grupo dominante que ejerce influencia sobre la conducta moral y las motivaciones de las personas, en sí, hacen imperar su ideología, que en sí, es una opresión sutil.

Estereotipos que distinguen la inferioridad de la mujer. A) la mujer como sexo débil; b) la mujer su lugar es: el hogar; c) la mujer como objeto sexual por asignación, d) la mujer es consumidora para sí y para su familia. Otro punto, e) la mujer liberada y la mujer asalariada, la imagen de ella son poco proyectadas, trabaja porque no puede casarse, o bien trabaja por no poder realizarse, en otro caso, cuando la mujer es inteligente, creativa, independiente, con iniciativa y responsable, la sociedad las ve como algo normal, pues no son sumisas y abnegadas. “(...)En el ámbito personal, se produce una disonancia cognoscitiva, es decir un estado de tensión o desequilibrio interno, debido a la discrepancia entre la imagen social de la mujer, y lo que realmente es ella(..)”³⁵⁶.

³⁵⁵ Bustos Romero, Olga: “Socialización, Papeles (Roles) de Género e Imagen de la Mujer en los Medios Masivos: ¿Quiénes Perciben los Estereotipos Difundidos?” en *La Investigación sobre la Mujer: Informes en sus Primeras Versiones*, p.716.

³⁵⁶ IBID, p.736.

Los estereotipos que, además del último inciso, las características las mencionan revistas para mujeres que también manejan por encima de esos valores, la belleza y el sexo. De las características referidas, provienen de modelos norteamericanos y europeos que no se relacionan con la realidad latinoamericana.

Los estereotipos que muestran en las historietas son parciales, fragmentados de lo que es la mujer en la vida cotidiana porque no la representan del todo en:

- a) Las relaciones de poder dentro de la familia su estructura y práctica que le afecta.
- b) La sobrecarga de trabajos: hogar, labor, estudios, etc. De lo que es el empleo, la remuneración económica que percibe, la mayoría de las veces inferior.
- c) El hostigamiento verbal y físico o el abuso sexual de los hombres sean familiares, conocidos y desconocidos.
- d) La alimentación que tienen.
- e) La instrucción y educación.
- f) Los indicios de la tasa de mortalidad de las mujeres, muestra que es mayor al de los hombres.

Mercedes Charles C., manifiesta: “(...)Cada sociedad delimita la manera como se concibe y se debe vivir cada una de las etapas de la vida. La niñez (*subraya que los medios de comunicación envían la imagen de niñas extranjeras lindas, tiernas y apacibles pero que no son latinoamericanas*) la adolescencia, la juventud (*observa de las revistas juveniles tienden al hedonismo, la apertura a la sexualidad sobre la sexualidad controlada de la mujer abnegada y resignada. “La juventud máximo valor, es efímera; y la edad madura y la vejez se convierte en sinónimos de decadencia)”*³⁵⁷ * la madurez y la vejez se transforman, así, en períodos de la vida que cada sociedad y, más aún, cada grupo social, va definido y dando características específicas (...) Los medios de comunicación han retomado, recreado y difundido esta tendencia por lo que han coadyuvado a transformar a la juventud en mito, relacionado con la energía, belleza, la diversión y la sexualidad(...)”³⁵⁸. Así lo observaron Jofré, Dorfman, Mattelart, Gallo, Sánchez especificados en el Capítulo I.

Margaret Gallagher escribe un hecho incuestionable, la subordinación de la mujer dentro del sistema socioeconómico, dicta tres aspectos: a) dentro de los operativo y la producción de los medios de comunicación; b) la mujer en ausencias y exclusiones culturales; c) de los medios, el uso que hacen de la

³⁵⁷ Charles C. Mercedes: *Construcción*. Op.Cit, p.366.

* Cursiva propia a ideas de la autora.

³⁵⁸ IBID, p.360.

mujer, en la imaginería cultural con la ideología del amor y del matrimonio, con su virginidad y la monogamia, garantía de hijas sumisas y unas esposas castas.

Dentro de un proceso de socialización: a) el predominio en la dirección y de la producción; b) los medios, respaldados por el comercio; c) los productos de los *medios de comunicación* tengan un efecto vivo e inmediato y por estereotipos uniformes a la producción; Presentan una realidad social conservadora, ignorando las nuevas tendencias, y ante todo, la transformación de la cultura³⁵⁹.

Alicia Fraerman enfatiza aún más, la globalización debilita y elimina las fronteras físicas, ideológicas, nacionales, comunicativas o tecnológicas, también, contribuya a afirmar los estereotipos de género en el nuevo proceso comunicativo, por lo cual, se retroceda o se nulifica lo ya logrado en estos últimos años³⁶⁰. Similar afirmación expuso Sreberny-Mohammadi que da algunos puntos positivos.

Fraerman asevera lo retrógrado para ambos sexos, si la globalización va en contra de su lucha. Las líneas de acción de la Conferencia de Beijing son dignas de ser analizadas y aplicadas -a pesar de las pocas coincidencias que puedan tener- por lo cual anota:

Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres (de todas las edades y de diferentes estratos sociales) en los medios de comunicación, y estrategias de información y comunicación; En lo cuales, se formen, empleen y participen en la gestión de programas las mujeres. En los niveles administrativos los nombramientos sean por igual a hombres y mujeres.

Sreberny-Mohammadi afirma de la globalización de los medios de comunicación que monopolizan y concentran el poder con posibles efectos en la igualdad de los sexos, además:

- Definen los temas sociales y políticos del momento.
- Incluyen o no las perspectivas femeninas, pero promueven debates del desarrollo y los derechos humanos, entre ellos, el de las mujeres.
- Difunden diversas representaciones de las mujeres, así como una gama de actividades dentro de la sociedad de manera positiva.

³⁵⁹ Gallagher, Margaret: "La Mujer y las Industrias Culturales" en *Industrias Culturales*, Op.Cit. p.102-104.

³⁶⁰ Fraerman, Alicia: "La Globalización de las Comunicaciones: Realidades y Desafíos para las Relaciones de Género" en *Género, Clase y Etnia en los Nuevos Procesos de Globalización*, p.59.

- Aportan información y conocimientos del mundo, a la vez, suministran información y estrategias favorables de creación de riquezas y a la eliminación de la pobreza.
- Son fuentes potenciales de empleo. Los que están en manos de mujeres propietarias y administradoras difunden contenidos diferentes de información, análisis e imágenes y crean redes.
- Son utilizados para la educación informal y no formal, para campañas sanitarias³⁶¹.

A su tesis esta la antítesis, “(...)lo grave es el contenido de los medios de comunicación transnacionales que deterioran la capacidad de participación de los sectores desfavorecidos”³⁶², por el imperialismo cultural en el ámbito mundial que tiende a la homogeneización.

Quizás, un asunto para reflexionar es acerca de los estudios sobre los medios de comunicación alternativos sean en general más descriptivos que analíticos y, evitan preguntas como: ¿quiénes constituyen el público de esos materiales? ¿tienen esos medios una organización interna democrática?, o, “(...)¿es verdad que esos medios ayudan a las mujeres a participar en forma más plena en otros ámbitos de la vida socioeconómica, política y cultural? Necesitamos estudios críticos y analíticos que nos permitan responder a estas preguntas(...)”³⁶³.

El acceso a los medios de comunicación es un trabajo agotador de tiempo completo. Es un espacio en el cual siguen estando bajo el peso de los valores tradicionales y patriarcales y, en el que, numerosos países se encuentran en un difícil proceso de transición a la democracia.

Para Regina Festa los medios de comunicación median la relación de la sociedad civil, del Estado, del mercado en lo local a lo internacional³⁶⁴, a pesar de ello, considera lo escrito por Néstor García Canclini, del cual efectúa cuatro propuestas:

- 1) Conocer los nuevos procesos de producción industrial, electrónica, informativos y tecnológicos que reordenan el mundo actual.
- 2) Proponer otros formatos, desde la fotografía, la historieta, la televisión y el vídeo.

³⁶¹ Sreberny-Mohammadi, Annabelle: “Comunicación y Desarrollo un Vínculo Necesario” en *Por Todos los Medios. Comunicación y Género*, p.21-22.

³⁶² IBID, p.23.

³⁶³ IBID, p.28.

³⁶⁴ Festa, Regina: *Desafíos Comunicacionales*, en *Por Todos los Medios. Op.Cit.* p.112.

- 3) Analizar los procesos de circulación, distribución masiva, local a lo transnacional, tanto de las innovaciones tecnológicas como de las alternativas que proponen las mujeres.
- 4) Conocer los nuevos tipos de recepción y apropiación que hay en la vida cotidiana moderna y postmoderna, donde habrá que realizar una resemantización que hay que investigar”³⁶⁵.

En México, una Comisión Bicameral, *Cámara de Diputados y Cámara de Senadores* efectuaron el *Parlamento de Mujeres en México*, los días 7 y 8 de marzo. A continuación presento algunas de las propuestas que la mesa 9 deliberó, acerca de *La Comunicación y las Mujeres*, que leyó la Diputada Jacaranda Pineda Chávez.

“(…)Se expulsa la iniciativa de equidad en el lenguaje, en la Constitución Política y Ley Orgánica de los Congresos Estatales y del Congreso de la Unión para realizar las modificaciones pertinentes a eliminar la discriminación de las mujeres en las formas protocolarias, redacción de normatividad y uso del lenguaje.

“Se propone que esta iniciativa se traslade a la redacción de la Constitución Política Mexicana y a su uso en el resto de los poderes locales y la Cámara de Diputados y de Senadores(…)”³⁶⁶.

Participación de las mujeres en los procesos de la toma de decisiones, de dirección y producción de los medios de comunicación, agregando la participación de grupos discriminados, entre ellos, las indígenas en especial en las zonas de conflicto.

“(…)Crear un organismo que regule las políticas de comunicación en el marco de la globalización y de la tendencia a la privatización, tanto para los medios nacionales públicos y privados como internacionales(…)”³⁶⁷.

“(…)Revisar la iniciativa de ley presentada el 22 de abril de 1997 a la LVI Legislatura, resultado de un ejercicio de trabajo plural a través de una comisión creada ex profeso y modificarla o complementarla en su caso, en la que se propone integrar la legislación de la materia hoy dispersa, en una sola ley federal de comunicación social, en la que además se retome la necesidad de crear una Comisión Nacional de Comunicación, en la que puedan participar mujeres en su calidad tanto de transmisoras como de receptoras, con el propósito de transformar su imagen y retomar el capítulo I de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, realizada en Pekín en 1994(…)”³⁶⁸.

³⁶⁵ IBID, p.115-116.

³⁶⁶ *Parlamento de las Mujeres en México*. Comisión Bicameral Cámara de Diputados y Cámara de Senadores. 7 y 8 de marzo 1998, Comisión de Equidad y Género. H. Cámara de Diputados LVII Legislatura, p.108

³⁶⁷ IBID, p.109.

³⁶⁸ IBID, p.110.

En éste mismo orden legal está la iniciativa (28/XI/2000) de Ley para crear el Instituto Nacional de la Mujer que propone, lograr una distribución más equitativa entre hombres y mujeres de todas las tareas que la sociedad requiere, por ejemplo: el hogar, las económicas y las culturales entre otras tareas. Iniciativa ya aprobada aunque todavía no sale su publicación y, las instalaciones de dicha institución.

3.8. Historietas cómicas ¿qué debemos entender al respecto?

Habrá que distinguirla del humor, aunque la pregunta básica es: ¿logran su cometido? Las historietas como todos lo reconocemos, de alguna u otra manera -con profundidad o sin ella- han reflejado en distintas décadas los “usos y costumbres de los mexicanos”.

En el caso de la Editorial Ejea “muestra” en sus contenidos una característica de los mexicanos: el relajo -que en sí, no es una manera de ser- el cual lo manejan como sinónimo de cómico. Jorge Portilla en su libro *Fenomenología del Relajo*, de manera excelente distinguió: relajo, burla, sarcasmo y humor.

Lo cómico como la transgresión de reglas tanto por señales sociales y/o universales. Reglas locales o mundiales, impuestas pero también espontáneas. Claro está, lo que causa lo cómico es la violación de la regla, es casi siempre tan personal como local que, para otras personas tal circunstancia pueda parecerse.

Umberto Eco refiere en su ensayo *Lo Cómico y la Regla*, las transgresiones que provocan la risa. Conceptúa que la violación a la regla (que es particular local) se vuelve cómica, por cuatro máximas:

“(…)- Máxima de la calidad: a) No decir lo que se crea es falso; b) No decir nada de lo cuál se tenga a pruebas adecuadas;
- Máxima de la relación. Ser pertinente;
- Máximas de la manera. Evita las expresiones oscuras y ambiguas, sé breve y evita prolijidades inútiles, sé ordenado(…)”³⁶⁹.

Jorge Portilla considera que el humorismo trasciende a la libertad a la existencia en bloque; el humorista descubre las motivaciones decorosas e indecorosas que hay en las personas con o sin prestigio. Ernst Krist profundiza lo que nos provoca lo cómico, proviene en energía de la economía mental, el

³⁶⁹ Eco, Umberto: *La Estrategia de la Ilusión*, p.373.

adulto necesita ese gasto de energía, frenada por la inhibición, que detonará en una risa o en una sonrisa de la persona, dependerá del equilibrio emocional.

Sin embargo, lo que se observa en los lectores de la Editorial Ejea -y otras de similares características gráficas- es que ni siquiera logran que los lectores esbocen la sonrisa de lo que están leyendo. ¿Qué pasa en esos casos? Es acaso ¿un humor que es espasmódico, es un humor que detiene “algo”? Tales preguntas resultan ser muy graves.

Como grave es que los “humoristas” de dicha editorial, no trascienden la libertad del humor, no motivan a sus lectores para que liberen sus tensiones y se rían de lo que creyeron era imposible idear, planear, desarrollar y hacer tanto en lo personal como en lo social. La editorial que no cumpla los dos “requisitos” indicados, no está creando nada, más bien está provocando un “algo” que parece negativo. De lo anterior no son diferenciados o contemplados en leyes o reglamentos al respecto.

Ese humorismo que no trasciende, no logra liberar la tensión del lector, le agregamos que la editorial al no obtener ambas cosas se vale del sexo (como pornografía) y la violencia (la invitación a la agresión) ¿Qué sucede al respecto? Amerita otro estudio.

Hay que revisar dos criterios con lo que respecta a las historietas, el punto de vista legal y el otro, del lado de la psicología. Del primer criterio, Estañón Aguirre se muestra preocupado por el alto índice de criminalidad en el mundo y sobre todo en México, para él, la historieta es un factor que desencadena una influencia nociva por su penetración cultural la nula o poca prevención al respecto por lo que es importante modificar las legislaciones que en nuestro país están dedicadas a regular lo publicado; inquiera que el legislador en este caso ha dejado una gran laguna, no delimita que se debe considerar obra artística, no determinan que punto y sobre la base de que criterio, las autoridades correspondientes no tienen un concepto universal de lo que se denomina “arte”. Invita a los involucrados en la industria de la historieta, a tener un mayor criterio en su difusión y publicación “(...)que en ningún momento se han preocupado por ver el contenido de Sensacional de Chafiretes, Sensacional de Mercados, Historias de Hotel, El Mil Chistes y demás de delincuencia juvenil todo esto sin conocer las cifras negras de criminalidad que existen en nuestro país(...)”³⁷⁰.

³⁷⁰ Estañón Aguirre, *Análisis Jurídico de las Historietas Infantiles y Juveniles dentro de la Criminología Social, en Relación con el Artículo 200 del Código Penal para el Distrito Federal*, p.168-169.

Estañón Aguirre apuntala: “(..)La desorganización familiar surge como consecuencia de las relaciones entre sus miembros, la economía, el número de integrantes, el urbanismo, la escolaridad, la influencia de los medios de comunicación y demás factores, originan cambios reflejando la inestabilidad de la familia(..)”³⁷¹. Mencionó -al igual que Becerra Flores, en 1986- las diferencias de las familias rural y urbana. De ésta última se extiende un poco más, la referencia que las familias urbanas, las mujeres y los hombres tienden a trabajar, aunque el hombre permanece más fuera de la casa; los niños conviven con la televisión, los video-juegos, como también los cómics.

En las grandes ciudades han cambiado sus hábitos, de sus relaciones familiares, la mayoría es inestable, falta buena educación lo que afecta al menor, es rebelde, puede generarse en un futuro delincuente; indica de los cinturones de miseria o población marginada que acuden al delito para sobrevivir en gran parte a su situación tan precario.

Desde los años treinta hasta hoy, la industria cultural de los medios de difusión masiva recicla, renueva o adecua la moda, en éste caso, de personajes de los cómics. En el ámbito religioso, también se utiliza el método de mercadotecnia. De los años sesenta en adelante, las generaciones presentes han sido educadas y han aprendido con los medios audiovisuales, las generaciones apegadas a la lectura pertenecen a la década anterior a los años cincuenta. La pregunta es ¿las interrelaciones socio-familiares han sido afectadas por los medios audiovisuales? La respuesta es afirmativa, en parte. En parte porque depende de la integración familiar, pero esta integración familiar pende de su contexto socio-histórico, de los vaivenes de éste sistema capitalista. La historieta como un elemento de los medios de difusión masiva también conforma su atmósfera.

El segundo criterio es de H.J. Eysenck que contrapuntea, no esta de acuerdo con las personas que afirman que la pornografía induce a la gente a cometer delitos sexuales. Refiere que dichos materiales pornográficos “(..)no tienen un efecto pronunciado sobre la conducta efectiva en niños y adultos...Tanto la conducta como las reacciones emocionales acusan el efecto, que no son transitorios(..)”³⁷².

Eysenck señala que hay personas que apoyan la abolición de la censura, basan sus argumentos en la inocuidad de las conductas sexuales que la ley no sanciona “(..)Un jurista no es necesariamente un experto en la interpretación de evidencia

³⁷¹ IBID, p. 120.

³⁷² Eysenck, H.J: *Usos y Abusos de la Pornografía*, p.194.

científica y puede equivocarse al discutir el tipo de experimento requerido para demostrar un planteamiento determinado”. Como una prueba rigurosa de “(...)que alguien ha sido depravado o corrompido por algún material obsceno(...)”³⁷³.

H. J. Eysenck aclara del diccionario la etimología, porno= prostituta y *grhapos*= escribir acerca de: “(...)Pero el término se utiliza de modo más general para denotar ‘escritos obscenos’... pero se refiere a las cosas que ofenden a la modestia y a la decencia(...)”. Para él, en sí es: “pornografía es escribir en forma lujuriosa acerca del sexo(...)”³⁷⁴.

Explica que la definición de obsceno esta relacionada con efectos conductuales, la tendencia acusada de obscenidad es depravar y corromper a aquellos cuyas mentes están abiertas a la corrupción, tal contexto, sobreentiende el adjetivo “sexual” que “(...)la literatura obscena incita a las personas a entregarse a una conducta sexual perversa e inicua(...)”³⁷⁵. Eysenck más posterior asienta: “(...)La pornografía los libera triunfalmente para que adopten un proceder más saludable y beneficiosa, al alentar una indulgencia máxima en la actividad sexual(...)”³⁷⁶.

Jorge González expone un caso -de Teodoro Bondy, condenado a la pena de muerte, en 1989, que contrasta lo escrito por Eysenck-; hombre que fue adicto a la pornografía desde los doce años de edad, y empezó habituarse y exigirse más hasta que lo visual no lo sació e inició con violaciones. Éste añadió: “(...)yo voy a morir mañana, pero mientras en los supermercados de este país siga habiendo revistas de pornografía suave, existen miles, millones de Teodoro Bondy en potencia”³⁷⁷.

Caso excepcional entre otros muchos o aviso de alerta urgente. Pues, pocas o nulas veces relacionamos los casos, los hechos y las circunstancias psicológicas, económicas y socioculturales la interrelación que hay de todo. Se reflexiona, esta llamada pornografía “barata o suave” será o es acaso una estrategia como una invitación para comprar, consumir revistas más caras, con más desnudos de mujeres. Algunos empiezan con historietas o fotonovelas para después, leer revistas para caballeros o adultos. El último paso -siguiendo con materiales gráficos- son los álbumes de fotografías eróticas. Claro está que, es una interfase posible o no pero en sí, de la persona sea un indicio de su problema de comunicación interpersonal que por ello no logre

³⁷³ IBID, p.170 a 172.

³⁷⁴ IBID, p.152-153.

³⁷⁵ IBID, p.166.

³⁷⁶ IBID, p.187.

³⁷⁷ González, Jorge: *La Influencia de la TV en la Familia de la Era Electrónica*, en el folleto distribuido por La Familia Mexicana (FAME), p. 14-15.

relacionarse con alguien, con los demás sea por complejos, sea por traumas o sea también que lea historietas por el simple placer estético .

De Eysenck refiere dos gradientes: a) “(...)de evitación, determinado por factores sociales que se agrupan bajo el título de conciencia que incluye escrúpulos éticos, religiosos y morales estéticos, también consideraciones prácticas como la procreación de niños(...)”³⁷⁸; b) de aproximación determinado por componentes de “búsqueda de aproximaciones de la personalidad extravertida. Son personas con umbrales sensoriales altos, necesitan estímulos más fuertes y variados para evitar la incomodidad real del aburrimiento y la monotonía(...)”³⁷⁹. Las actividades sexuales se adecuan para esta función.

Eysenck subraya que, el sexo es despertado por estímulos condicionados que el individuo aprendió a percibir como excitantes y por actos imaginarios e ideas que tienen lugar en la cabeza, más que, por mecanismos fisiológicos. Sugiere que algunos productos de los medios de comunicación son peligrosos.

Alicia Herrasti razona de la persona que lee -ve o escucha- pornografía se vuelve adicta porque, inicia por curiosidad, llega a ser una obsesión realmente destructiva: “(...)Es más adictiva cuando empieza a temprana edad y pueden citarse 4 pasos que la describen:

1. adicción a material que exagera la lujuria.
2. exigencia de material más explícito y violento.
3. IMPULSO DE ACTUAR LO QUE SE VE(...)”³⁸⁰.

A pesar de que, pueda ser un asunto privado, es verdad que: “(...)No, la pornografía no es una cuestión privada, porque ataca la dignidad de la persona humana y el derecho a la intimidad de las relaciones sexuales pues hace de ellas un hecho público y mercantil(...)”³⁸¹. O por el lado de los “emisores, éstos apelan a la “libertad de expresión”, en sí, atropellan varios derechos humanos -así como también lo hacen con la legislación.

Son necesarias investigaciones con muestras más extensas, con diferentes tipos de niños y adultos los usos que hacen de los medios de los diversos medios de difusión masiva, que estudien la interacción con la personalidad, realizar ha la vez, “(...)registros psicológicos detallados de los concomitantes viscerales y emocionales de la conducta durante y después de la exhibición(...)”³⁸².

³⁷⁸ Eysenck, *Usos*. Op. Cit. p.176.

³⁷⁹ IBID, p.177.

³⁸⁰ Herrasti, Alicia: *La Pornografía*, p.6.

³⁸¹ IBID, p.2.

³⁸² Eysenck, *Usos*. Op. Cit p.205.

Se observa que la mayoría de los lectores leen historietas en su viaje por los sistemas de transporte colectivo, por lo cual, el efecto de leer esta literatura, desensibiliza de los temores y ansiedades que pueda generar. Este tipo de material condiciona a los individuos aunque, estas historietas “de humor”, pornográficas, no tienen un efecto pronunciado sobre la conducta del lector. Aun así, este material conjuntado con otros productos de los medios de difusión masiva es peligroso, ante ello, se exhorta a una investigación más profunda. Como se dedujo en el Capítulo III de la creación de una “atmósfera del sexo”.

Eysenck indica de probables efectos de leer literatura pornográfica produce cierta cantidad de ansiedad. No obstante, la contemplación tiene lugar en la comodidad del hogar del observador, por lo tanto hay descondicionamiento (o desensibilización) de los temores y ansiedades que normalmente suscita la presentación de dicho material, revistas, películas y libros pornográficos no hacen daño; “las personas tienen de todos modos instintos sexuales”. Dichos materiales cumplen una función positiva.

A pesar de las circunstancias descritas, sorprende que siga su consumo. Claro está que desde mediados de los años ochenta el nivel general de consumo descendió. En el año 1999, considerablemente bajó, ante todo, por las circunstancias económicas. El gasto de necesidades básicas es prioritario; las necesidades artificiales como la compra de una historieta se volvió esporádica. ¿Será transición, en la cuál, el lector “despierte” y note su inclinación consumista? Da algunos aspectos que desarrolla Fernando Dogano en su libro *Psicopatología del Consumo Cotidiano*.

El comportamiento de consumo llamado también comportamiento “de impulso”, al igual que todo comportamiento humano, está dotado de una significación, pose una finalidad bien precisa “(...)aunque esta pueda esconderse al mismo agente, que no tiene conciencia de ella(...)”³⁸³. Tales “errores” hace que el “(...)hombre aspire a una finalidad completamente diferente de la maximación de la utilidad, una utilidad de carácter extraeconómico y extrafuncional(...)”³⁸⁴. Como son “(...)las características objetivas, prácticas y funcionales de un bien sino además los significados, los símbolos, las valencias emotivas que ese bien reviste(...)”³⁸⁵.

³⁸³ Dogano, Fernando: *Psicopatología del Consumo Cotidiano*, p.18.

³⁸⁴ IBID, p.19.

³⁸⁵ IBID, p.20.

Indica de las necesidades humanas no son de un sistema natural por estar influidas por condiciones culturales. Por lo tanto nuestra conducta en lo que se refiere al consumo esta representada por acciones que podrían definirse como “substitutivas” o “de desplazamiento” o “compensatorias”. Por ejemplo, el adquirir una cosa trivial, para nosotros debe ser tan original y tan individual como queremos serlo. Dicho valor extrafuncional “(...)se sobrepone en forma masiva a los elementos funcionales y económicos de los objetos(...)”³⁸⁶. Objetos investidos con calificativos de “super”, “plus”, “special” que en sí son “(...)respuestas compensatorias a una creciente crisis de identidad cuya solución se busca ilusoriamente en la posesión de objetos personalizados(...)”³⁸⁷.

De lo precedente, en la relación con los cómics ¿Qué factores influyen en el individuo para que compre esa editorial? Antes, se anota ejemplos del por qué lectores compran historietas, o cierto tipo de editorial, aunque pocos lectores conozcan la línea editorialista.

Lo escrito por María del Rosario Flores Jiménez (1982) acerca de las *Características del Público Consumidor (de Kalimán)*: 1) Uno de cada cinco hogares compra la revista. 2) Compara el tiraje mensual con los seis millones de personas que la leen; y reparten cerca de 30,000 ejemplares, logrando una cobertura nacional. 3) Sin considerar, además, quienes las leen sin comprarla y, el mercado de consumidores de América Latina y, la reventa y alquiler de ejemplares viejos. 4) Los autores de *Kalimán*, consideran que atrae a amplios sectores de todas las clases sociales, aunque ellos pensaron la revista para menores de 7 a 15 años. Hinds Jr -investigador norteamericano- aportó una muestra de lectores: 73 % de la clase obrera; 27 % la clase media, y no hubo de la clase alta. Nueve hombres por cada mujer; edades entre los 10 hasta los 60 años, establecidos entre los 10 y 15 años³⁸⁸.

Aurrecoechea y Bartra, en *Puros Cuentos*, escriben de los lectores de la *Familia Burrón* “que le son fieles pero no incondicionales y le demandan coherencia, de su crónica, de su honestidad testimonial. Más de sesenta años en el gusto de varias generaciones, de distintas dinámicas sociales, esto no es fácil”.

Ignacio Loranca, desde su infancia quedó cautivado con una portada impresionante del *Hombre Araña*, aun sin saber leer; La cual ha leído más de

³⁸⁶ IBID, p.243.

³⁸⁷ IBID, p.244.

³⁸⁸ Flores Jiménez, María del Rosario: *Kalimán*, Op. Cit. p. 61-62.

critican a ambos *cómics*, mas no pueden escapar a su “hechizo”, su encanto. Lo cruel de los estudios que no sean propositivos. En primera, ellos no son imparciales; en segunda, no reconocen que ellos, como lo exclamó Dorfman, también son sujetos históricos dentro de un sistema.

Por tal motivo, pregunta para los editorialistas que sólo piensan en sus ganancias: ¿Alguna vez ofrecerán mejor estética, argumentos de calidad? ¿Lograran mantener ese ritmo? ¿Pasaran a la posteridad? O sus productos -que ustedes llaman obras artísticas- ¿son y seguirán siendo desechables?.

Nuestros esquemas mentales nos permiten economizar palabras y/o acciones pero a la vez, nos disminuye la capacidad de análisis, es en esta etapa que los medios de difusión masiva “entran” ya que, en su afán de introducir, desarrollar o propagar mitos, símbolos e iconos para el mercado y sus posibles consumidores, utilizan los estereotipos. Éstos, en lo que corresponde a los cómics, están concentrados aún más que en los otros medios. Pocas son las historietas que no ocupan o desarrollan los estereotipos.

De lo anterior, en torno a los estereotipos, ahora lo unimos al género que la mayoría de las historietas “impregna” en sus argumentos e imágenes -aunque en lo actual, no es tan marcada como en los años treinta hasta los años ochenta-, eso es lo que nos hacen leer, a pesar de que en las historietas mexicanas tratan de acercarse a la idiosincrasia mexicana. Idiosincrasia que es relativa, ante el mosaico cultural, ante la heterogeneidad de los mexicanos, ante los cambios en la estratificación social.

La tipología de los lectores en lo relativo a las editoriales mexicanas, sobre todo las comerciales por sufrir de vaivenes, sufre del relativismo. Se considera que no pasa así con las editoriales independientes -alternativas en sus contenidos en comparación con lo comercial- que pueden congratularse de ir captando adeptos primero en sus tiras cómicas de los suplementos en periódicos hasta lo más “grande” publicar un libro e ir logrando con ello, reconocimiento a su calidad artística, o bien, una conciencia social.

Escribió sobre la disminución de la capacidad de análisis, en referencia a nuestros esquemas mentales que nos permiten economizar palabras y acciones, pero también ideas y criterios. Trata de ejemplificar: lo que vemos o creemos que observamos en la historieta, es una parte nada más de lo complejo que es en un análisis. El análisis abarca además: análisis del

discurso; análisis semiológico (AS); análisis de contenido entre los más reconocidos.

Pretendió en el apartado siguiente, desplegar como conjuntar lo elaborado por diversos autores en materia de Análisis Semiológico (AS), motivo laborioso y de expansión. Pero ¿por y para qué un AS?. Éste, permitiría captar las imágenes, los signos de estos, los códigos y subcódigos que tienen, o bien, la conjunción de ambos, pero en sí, son la denotación y connotación implícitos y explícitos en la imagen y el texto, para éste caso, todos los elementos que contiene la viñeta de la historieta.

El AS, consentiría analizar los detalles de las imágenes y los textos del cómic, para no conformarse y decir: “Creí haberlo observado”, “Bueno, no pensé que tuviera otra lectura”. Como no es posible ampliarse en el AS. Sólo escribe esbozos e ideas de autores que profundizaron en ello, sobre todo, con lo que respecta a los *cómics*. Que, complementan con lo realizado por la educación para la recepción de los medios de difusión, que más adelante se anotan.

3.9. Educación para la Recepción de los Medios de Difusión Masiva:

Efectuar el análisis semiológico de la historieta, completo, es difícil. Nota dos cuestiones que hacen compleja dicha tarea: a) de la propia semiología, algunos de sus principios todavía están a discusión como a la vez, si es ciencia o disciplina y, b) lenguajes y/o subcódigos de la historieta, se recuerda del Capítulo I los lenguajes contenidos en ella; de la semiología ¿qué elementos tienen cabida para su análisis? Ejecutar el análisis semiológico “a estas alturas” y en este apartado aumentaría su volumen y superaría el objetivo de la tesis.

El análisis semiológico es más técnico y especializado ¿cómo lograr que el AS sea común en la vida cotidiana? Es una pretensión, a pesar de ello no se debe o ignorar. Cabe entonces explicar y dar a conocer los elementos que contiene un dibujo en el análisis semiológico con ejemplos (en el Capítulo III, se realizó un brevísimo estudio de las historietas, con base de un cuadro de análisis semiológico); de lo visto, apunta cuatro subcódigos: técnico electrónico; técnico gráfico; lingüístico y, el montaje. Con ellos basta para una investigación, la cual no será exhaustiva debido al tiempo y el espacio.

Autores destacados: Fresnault-Deruelle; Roman Gubern; Luis Gasca; Audrey Helbo; Violette Morin; Christian Metz; Algirdas J. Greimas; Roland Barthes;

Umberto Eco, de sus investigaciones acerca de semiología o de manera directa y práctica han elaborado los componentes para el análisis de la historieta. De los autores citados, han configurado su metodología y técnicas de análisis, de base en los elementos descritos por Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure (Ilustración 62).

FORMA o sonido significante, expresión que esta contenida en la idea, es extensión líneal.



SIGNIFICADO: idea contenida en el significante, es extensión multidimensional.

SIGNO: unidad susceptible de empleo gramatical. En el lenguaje, el mito tiene dos sistemas: a) lingüístico o lenguaje-objeto; b) el mito metalingüístico, lengua en la cual se habla de la primera. ("Pero también es un medio simbólico de comunicación")

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

390

John Fiske orienta que, Saussure se interesó por el sistema lingüístico, después su relación con la realidad, más no lo familiarizó con el lector y su posición sociocultural, no pensó en el significado como un proceso de negociación entre escritor/lector y texto. "(...)Fue su seguidor, Roland Barthes, quien diseñó un modelo sistemático para analizar esta noción negociadora e interactiva de significado(...)"³⁹¹.

Todo esto, en sí, conforma la lengua que es un sistema (conjunto ordenadamente interrelacionado) de signos lingüísticos. La lengua funciona como un código (es decir arsenal de signos lingüísticos). Los signos de ese código son elegidos y articulados (relacionados y combinados ordenadamente) conforme a ciertas reglas.

Barthes anota un esquema tridimensional:

Significante es la suma de dos signos, es el primer sistema semiológico³⁹².

Término final
Sistema lingüístico Sentido

³⁹⁰ Beristain, Helena: *Gramática Estructural de la Lengua Española*, UNAM, p. 14 y 44.

³⁹¹ Fiske, John: *Introducción al Estudio de la Comunicación*, p.73.

³⁹² Barthes, Roland: *Mitologías*, Op. Cit. p.205.

Significante con dos puntos de vista (Me llamo Superman)
 Termino Inicial
 Sistema mítico Forma³⁹³
 (Me llamo Superman)

Significante del mito tiene un sentido y una forma, aunque, son ambiguas. El sentido cuenta con valor propio, con historia, con memoria, con un orden comparativo de hechos, de ideas, de decisiones y un sistema de valores personales, sociales, históricos y universales. La significación es el mito mismo, no oculta nada, su función es la de deformar (se recuerda lo visto en el Capítulo I, acerca del mito, y éste como sistema de comunicación)³⁹⁴.

En el corazón de la teoría de Barthes -escribe Fiske- ésta la idea de dos ordenes de significación³⁹⁵.

- Primer orden:

La denotación, es el sentido común, obvia del signo, es la reproducción mecánica de esa viñeta es lo que es. Irene Martínez Zarandona, por su parte indica que se refiere a la descripción de los elementos observables de la misma, corresponde a lo que literalmente esta representado en ella, el ambiente, los decorados, objetos como: muebles, adornos, utensilios, etc., respecto a las personas sus características físicas, su indumentaria, posturas corporales, gestos, acciones, etcétera.

La connotación se refiere a la interacción que ocurre cuando el signo encuentra los sentimientos o emociones del usuario (lo subjetivo) y los valores de su cultura; la connotación es la parte humana del proceso; la connotación es cómo es*. Martínez Zarandona, por su parte refiere que en esta lectura intervienen de manera directa el contexto y la experiencia previa, ya que cada persona le da una interpretación sobre la base de su propia ideología, es una lectura subjetiva que se refiere al análisis del mensaje interno³⁹⁶.

Para los autores Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal: "(...)El significado denotado ("realidad" objetiva) no es más que una forma codificada así sea perceptiva, psicológica, de valores realísticos, etc., y en definitiva puede ocultar procesos ideológicos

³⁹³ IBIB, p.211.

³⁹⁴ IBID, p.213-214.

³⁹⁵ Fiske, John, *Introducción*, Op. Cit. p.73.

* Lo subrayé.

³⁹⁶ Martínez Zarandona, Irene: "Alfabetización Audiovisual, fascículo 7" en *Educación para los Medios de Comunicación*. Antología, p.25.

más sutiles que la connotación, ya que la misma denotación es la más bella y sutil connotación(...)"³⁹⁷.

- Segundo orden:

Es con el mito. Los mitos primitivos tratan de la vida y de la muerte, de dioses y hombres, del bien y del mal. Los mitos cambian, a veces rápidamente para seguir las necesidades y valores cambiantes de la cultura, de la cuál es parte³⁹⁸. Agrega, no podemos negar que Superman es icono, símbolo y mito de esta cultura "moderna".

Fiske refiere de Barthes, la tercera forma de significación en este orden y la denomina simbólica. Un objeto se convierte en símbolo cuando adquiere con la convención y el uso un significado que le permite representar otra cosa³⁹⁹; como el dibujo anterior de *Superman*.

Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal por su parte mencionan: "(...)El 'cómico' constituye un medio expresivo perteneciente a la familia de medios nacidos de la integración del lenguaje, icónico (código icónico) y del lenguaje literario (código lingüístico)(...)"⁴⁰⁰. De base en los análisis de E. Panofsky *Estudios sobre Iconología* y de Román Gubern *El Lenguaje de los Cómicos*, desarrolla tres niveles: a) macrounidades significativas; b) unidades significativas; c) microunidades significativas, de análisis para los "cómicos":

- Nivel de análisis icónico (código icónico);
- Nivel iconográfico y nivel iconológico: "(...)El nivel iconográfico elige como significante los significados del nivel icónico, para connotar temas más complejos y culturizados(...)"⁴⁰¹.

Las interpretaciones globales sobre personajes constituyen una manifestación clara del nivel iconológico. Mientras que el "mensaje patente", en su intencionalidad connotativa se centra en el nivel iconográfico.

- Nivel Lingüístico:

La nubecilla, ballon está destinada a "(...)integrar gráficamente el texto de los diálogos o el pensamiento de los personajes en la estructura icónica de la viñeta(...)"⁴⁰². Texto como lenguaje lingüístico, con su código el globo, es en sí: lenguaje y metalenguaje (el globo implica una dimensión metalingüística, característica y

³⁹⁷ Aguirre, Jesús María y, Bisbal, Marcelino: *La Ideología como Mensaje y Masaje*, p.122.

³⁹⁸ Fiske, John: *Introducción*, Op. Cit. p.75.

³⁹⁹ IBID, p.76.

⁴⁰⁰ Aguirre, Jesús María y, Bisbal, Marcelino: *La Ideología*, Op. Cit. p.285.

⁴⁰¹ IBID, p.290.

⁴⁰² IBID, p.291.

MACROUNIDAD SIGNIFICATIVA:

Tamaño: Mediano

Planos: Panorámicas, viñetas 1 y 8

General: viñeta 6
Medio: viñetas 2, 3, 4, 5, 9
Primer plano: viñeta 8.

Plano Detalle: viñeta 7.

Color: Figurativo y convencional.

Grafismo Las palabras resaltadas en negritas: ¿Eh? ¿Quéee Pinacate

UNIDAD SIGNIFICATIVA (U.S.)
VIÑETA
Formato rectangular y su composición (Líneas delimitantes)
Contenido



Montaje - espacios
MICROUNIDADES SIGNIFICATIVAS
(Todos los Elementos de la Viñeta):

Contenido Icónico:

- Personajes acción
- Primera viñeta. Plano general
- Ángulo de visión: diagonal, picada
- Encuadre y composición (o el Estilema del dibujante)
- Decorado

Contenido Verbal:

Globo con silueta:

- a) Delta lineal simple
- b) Delta rectangular
- c) Delta convencional
- d) Dientes de sierra

Contenido: verbal; icónico y mixto.

Apoyatura



El Mensaje Simbólico: indica el mercado como lugar e interés común, vida cotidiana como costumbre, quizás como rutina pero que a la vez, es necesaria; muestra de socialización, más es una socialización -necesaria- de consumo, relación comprador-vendedor. La relación social se da entre los locatarios. La mujer "tiene" un doble papel: a) como objeto de conquista de ambos varones; objeto de discordia. De ella su meta es, el deseo de matrimonio "con quien caiga".

La connotación simbólica en la viñeta 4, el locatario le muestra el plátano; otra simbología de denotación, los insectos en el local, si no estaban antes, alguien los "echo" (viñetas 5, 7), relacionadas con la viñeta 9 ¿cómo presentarse ante los demás y, ante quien daño?. La envidia y los celos que entre los tres se "gesto", como se presento en la historieta pareciera "algo normal", sin embargo, denota y connota el poder de la manipulación de ambos géneros, masculino y femenino.

El Mensaje Lingüístico facilita o complementa al Mensaje Literal y al simbólico. El Mensaje Lingüístico cuenta dos funciones: a) de anclaje, el lector "escoge" una de las varias significaciones de la imagen; b) de relevo, es el aspecto icónico, su significación. El albur o las palabras de doble sentido como poder en la comunicación para propiciar relajo o risa pero también para no socavar al otro u otra. La onomatopeya como muestra de sorpresa sin embargo, redundancia en la viñeta 7.

Otras dos funciones -que se "cargan" para la oralidad e imagen como escritura e imagen- son: c) la contradicción y, d) la redundancia. Roland Barthes detecto las relaciones verbo-icónicas, en éste caso como función

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

CUADRO DE ANÁLISIS SEMIOLÓGICO

EDAD	Producción de sentido	Palabras de base	Sentido de base	Sentido de contexto	Valor Expositivo	Valor socioc contextual
P	D					
E	T					
R	A					
S	L					
O	O					
N	G					
A	O					
J	C					
E	S					
C	T					
A	R					
R	M					
O	O					
V	P					
I	E					
M	R					
I	S					
E	O					
R	I					
I	G					
N	O					
T	L					
H	O					
C						
A						
S						

273 B

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

organización). Los globos como diálogos, como la ilustración siguiente que describe las unidades: macrounidades, microunidades y las unidades significativas (véase el ejemplo de la Ilustración 63 hoja anterior, además del Cuadro de Análisis Semiológico para el *comics*).

Por su parte, Violette Morin señaló la diferencia de los juegos de trazos. Las historietas que tratan de aventuras, difieren mucho de las sentimentales o “novelas rosa”, y éstas, distan de las cómicas o de humor. Las anomalías gráficas como cómicas lo son por los juegos de trazos. Disyuntivas (de un trazo a otro por la del dibujo) por la yuxtaposición o la sucesión (diacronía narrativa, escalonada en varias figuras) de elementos sémicos incompatibles (se impone una reducción retórica).

Roland Barthes lo indicó para la imagen fotográfica, ahora, en este caso, Violette Morin lo retoma para el dibujo, con tres mensajes literal, simbólico y lingüístico (El cual fue ejemplificado en esta tesis, uniendo las tres unidades significativas para su estudio, en las ilustraciones que sirvieron como ejemplo en el Capítulo III).

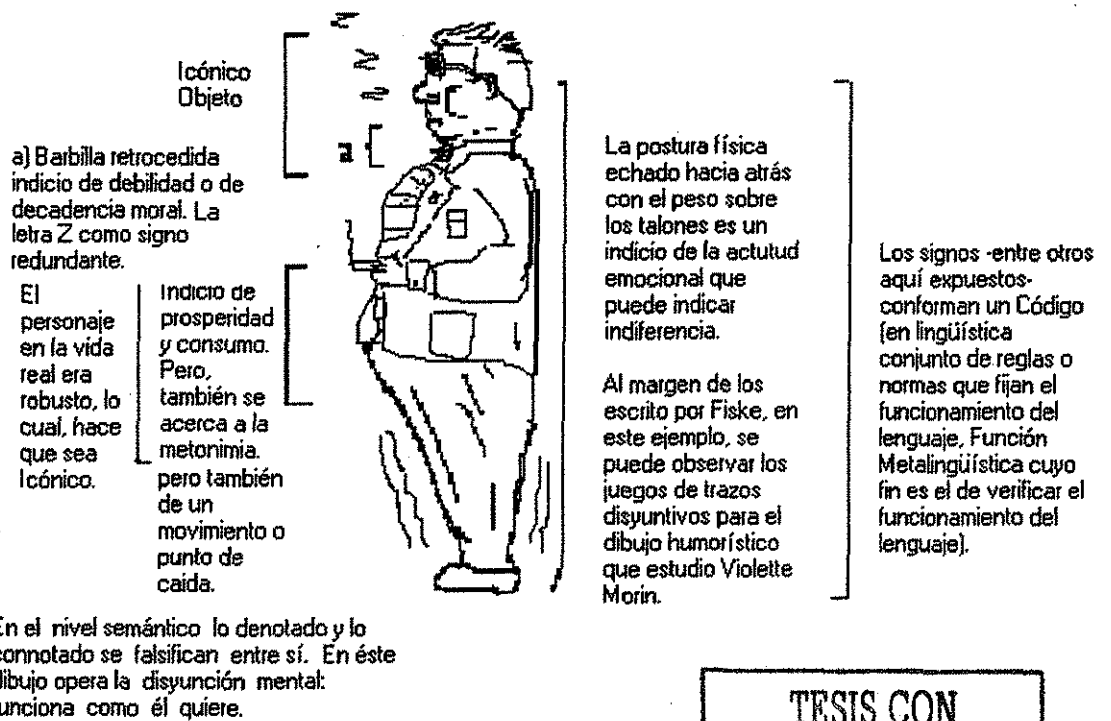
Función narrativa: El dibujo sólo puede disyuntir una situación que, para todos es normal, su función determinante es la de actualizarla y enriquecerla para quebrarla mejor. Esta primera percepción (lo-no-forzado) condiciona la fuerza de su explosión última.

Lo Físico y lo Mental:

Esta explosión se opera, respetando las connotaciones del estilo y la redundancia en los niveles articulatorios de las tres funciones descritas. El dibujo realizado en dos clases: físico y mental, ambos perceptibles, mas opuestos.

Disyunción física, el objeto animado o inanimado, de la imagen se moviliza según leyes propias de su naturaleza sin la intervención mental de una elección, una decisión o una fantasía.

Disyunción mental, el objeto animado o inanimado, articula la disyunción según su estado de ánimo. Funciona como él quiere, siente, ama, escapa al automatismo de las reglas para encontrar la libertad de las normas. Ambas integran una clase intermedia: la fisicomental, que con ambos elementos opera una distribuida entre los signos físicos y los mentales (como la ilustración 64, siguiente).



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La relación verbo (escrito y oral) (texto, lingüística)- icónica (grafismo, imágenes) están vinculados a su uso comunicativo (como el ejemplo de arriba). Esta relación la detecto Roland Barthes y noto sus funciones: a) Anclaje (todo el personaje); b) Relevo; c) Contradicción (la postura, el cigarro, las líneas cerca de las piernas); d) Redundancia (la letra z y las líneas cerca de las piernas).

Se observa de la historieta, los lenguajes, los códigos y los subcódigos que utiliza: Elaboración de una historieta:

Trabajo individual: dibujante, pintor, escultor, guionista, dramaturgo, escritor.

Trabajo en estudio: editor, guionista-dibujante; panel, color; entintador; letrista; legibilidad del texto.

La historieta se divide en cuatro versiones:

1) En la tira cómica, realizan un chiste desarrollado en varios cuadros, con dos o tres personajes: a) encuentra la idea; b) traza rayas guías para la letra; c) traza los textos y dibujos; d) entinta texto y dibujo.

2) La historieta en una página.

3) La historieta en varias páginas.

Agrega: 4) La animación.

5) La animación por puntos para PC.

Luego es crear el (o los) personaje(s) principal(es), secundarios, terciarios e incidentales: 1) Crear su fisonomía, según edad, sexo. 2) Su vestimenta y objetos personales. 3) Época y lugar de pertenencia. 4) Su personalidad (intención, sensibilidad). 5) Su ideología, manera de pensar y hablar. 6) Su status. 7) La evolución del personaje, manifestaciones de su yo hacia el exterior. Un punto no considerado pero que lo desarrolló Vázquez González es la *argumentación*, es la trama de la obra. Es un punto que tendería al análisis lingüístico, del discurso.

Personajes del cómic: Los personajes humorísticos considerados en su cualidad semiológica del mensaje. Son personajes elípticos, el dibujante suprime del dibujo lo no indispensable. El sistema signifiante que los representa son la simplificación y reducción de la realidad humana. Una reflexión de los personajes fijos comenzará con la representación basada en la de signos esenciales, que le individualizan fuertemente, y por ello, le reconoce el lector. En cambio, varían sus signos secundarios (ejemplo: vestimenta, objetos que usa). Los personajes de los cómics no envejecen física y biológicamente son imperecederos (Gubern). Crean cómics de: a) humor; b) de acción; c) expresionista.

“(...)Un cómic de calidad se juega con el empleo de los códigos gestuales cinésicos y el montaje(...)”⁴⁰³, con estos elementos realiza el relato. El cómic que puede decirse alternativo será aquel que “(...)reinventa sus códigos sin llegar a su completa eliminación y enfrenta a los receptores con nuevas formas perceptivas en nuevas maneras de ver el mundo(...)”⁴⁰⁴.

Yankelevich y colaboradores afirman que las onomatopeyas no constituyen un deterioro del idioma como se ha sugerido “(...)son más bien una modalidad de innovación atractiva para el lector. Representan el *tres de unión* en el continuo lingüístico que intenta manejar la historieta entre el texto y la imagen(...)”⁴⁰⁵.

Escriben de los elementos geométricos, el montaje y la composición que producen sensaciones en el receptor. Los elementos geométricos primarios (o básicos como el punto y la línea) causan diversos efectos psicológicos que ocurren en la percepción. Especifican tales aspectos de la psicología perceptiva de las líneas: simples o compuestas, esta última con dos tipos mixtas o quebradas o rectas y curvas: líneas: vertical, recta o curva; las

⁴⁰³ Poloniato, Alicia: *La Lectura de los Mensajes. Introducción al Análisis Semiótico de los Mensajes*, p.159.

⁴⁰⁴ IBID, p.161.

⁴⁰⁵ Yankelevich, Guillermina: *Creer*, Op. Cit. p.104.

horizontales dan la sensación de quietud; las oblicuas dan la impresión de movimiento.

Por ejemplo, de la geometría plana, una figura cuadrada (produce la impresión de una figura “pesada” en equilibrio y con tendencia a lo estático). El triángulo, manifiesta tendencia al movimiento; el círculo posee un equilibrio perfecto, no hay centros manifiestos como en las anteriores líneas que llaman la atención a sus puntas.

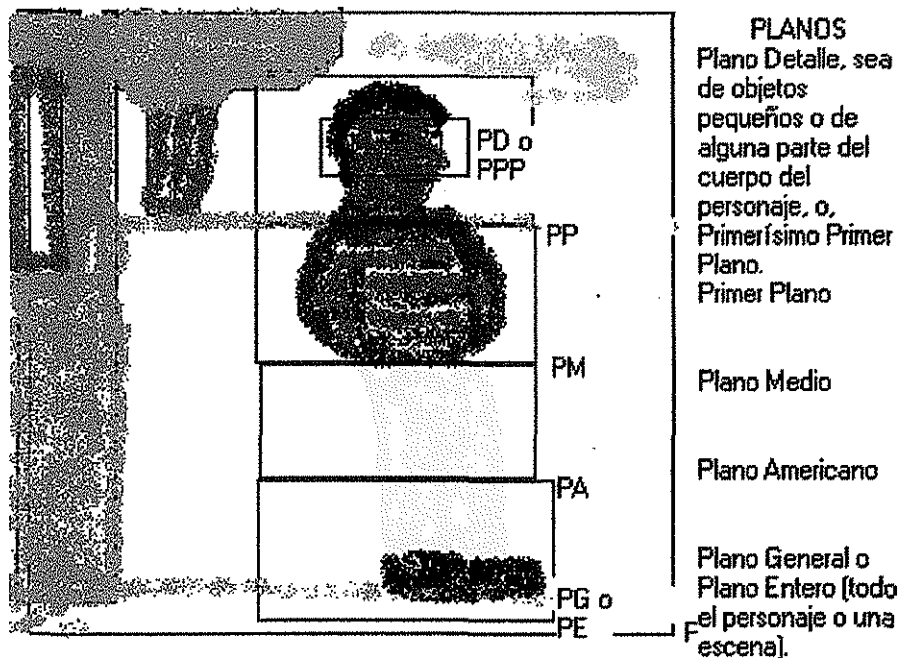
Del espacio, tiene su contexto, los desplazamientos recorren un espacio, esta acción lleva un tiempo. Los planos cercanos son lecturas. Los planos alejados son escrutinios más determinados, que marcan el ritmo de la narración. En otra instancia, si existe semejanza entre el objeto y su imagen, se llama iconocidad, pero si el parecido se aleja del objeto, se llama abstracción. Ilustración 65 de los planos siguiente hoja.

Los componentes de la historieta descritos con lo que respecta a la percepción visual son manejados por el montaje. Una imagen puede ser: original o redundante; puede o no utilizar estereotipos. Una imagen puede tener un solo significado, monosémico; o varios significados, polisémicos.

Guillermina Yankelevich asegura: “(...)La historieta justifica sin duda alguna, un uso mucho más amplio del que se le da como medio de comunicación con las poblaciones”⁴⁰⁶. “Es un material invaluable para estudiar el proceso perceptivo visual y el desarrollo del intelecto. Puede actuar como material de transición entre los niveles abstractivos innatos y cotidianos y los que, siendo más complejos, se adquieren mediante un aprendizaje riguroso(...)”⁴⁰⁷.

⁴⁰⁶ IBID, p.111.

⁴⁰⁷ IBID, p.113.



PLANOS
 Plano Detalle, sea de objetos pequeños o de alguna parte del cuerpo del personaje, o, Primerísimo Primer Plano.
 Primer Plano
 Plano Medio
 Plano Americano
 Plano General o Plano Entero (todo el personaje o una escena).

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Paulo Freire en su momento constituyó al igual que psicólogos y pedagogos los que se preocuparon de las historietas. Por parte de los comunicólogos sus estudios iban más hacia lo teórico pocas veces -lo indica con esta palabra "aterrizaron" en/de/para la vida cotidiana; sus estudios teóricos no proponían, por lo menos, la desvinculación de los lectores con la historieta. Mientras en la práctica, contadísimos historietistas, realizaban historietas después denominadas alternativas (o intelectuales) o con contenidos sociales, dentro de la vida cotidiana.

Ve este ejemplo realizado por estudiantes de la *Universidad The Iowa, State University Press* presentan su criterio de evaluación de revistas:

"(...)Evaluación de las revistas:

Para evaluar una publicación de este tipo, debe seguirse el criterio que a continuación presentamos:

A. Propósito:

1. ¿Qué propósito tiene?. 2. ¿A qué categoría pertenece?. 3. ¿A qué público está enfocado?

B. Función:

¿Qué función cumple? ¿Cómo?

C. Contenido:

1. Escritura:

a. ¿La revista publica ficción y no ficción?. b. En el caso de ficción, ¿qué tipo de historia?

¿Las historias pueden clasificarse como de buena literatura o son intentos de atraer a grupos frustrados y a aquéllos que desean escapar de la realidad? ¿Las historias son excelentes descripciones de narración, caracterización y argumento, o dependen principalmente en el

argumento para su interés?. c. ¿Qué tipo de no-ficción se publica? ¿Los artículos son actuales, precisos, informativos y útiles? ¿Hacen pensar? ¿Están escritos por expertos? ¿Son imparciales y sin prejuicios? ¿Son legibles?.

2. Escritores:

a. ¿Reconoces los nombres de los autores?. b. ¿La revista estimula a nuevos escritores, o sólo incluye artículos escritos. c. ¿Los escritores son de opiniones y antecedentes educativos distintos?.

3. Departamentos especiales:

a. ¿Cuáles departamentos especiales tiene la revista?. b. ¿Satisface el deseo de los lectores a ser informados o al de ser entretenidos?. c. ¿Cuál es la calidad de esos departamentos?

4. Trabajo de arte e ilustraciones:

a. ¿Se usan muchas ilustraciones?. b. ¿Son de calidad?. c. ¿Ayudan a atraer a los lectores? d. ¿Los dibujos son de artistas bien conocidos?.

5. Publicidad:

a. ¿Cuál es la proporción de la publicidad con respecto a otro material?. b. ¿A qué grupo de gente atrae principalmente la revista?. c. ¿Cuáles parecen ser sus estándares?.

6. Ética:

a. ¿Los artículos son de buen gusto?. b. ¿En los artículos de ficción, no-ficción y en la publicidad presentados los editores están consciente de su responsabilidad hacia el público?.

D. Políticas editoriales:

1. ¿Cuáles son las inclinaciones políticas de la revista, si las tiene?. 2. ¿Es la publicación imparcial, reconociendo y presentando las dos partes de los temas controvertidos?.

E. Editor:

1. ¿Quién es el editor?. 2. ¿La revista pertenece a una empresa editorial que produce otras revistas?.

F. Circulación (o tiraje):

¿Cuál es la circulación neta pagada?.

G. Frecuencia de publicación:

¿Es semanal, quincenal, mensual o trimestral?.

H. Portada:

1. ¿Qué tipo de portada tiene la revista?. 2. ¿Tiene un atractivo especial para un grupo particular de lectores?.

I. Apariencia general y lectora:

1. ¿La formación es interesante?. 2. ¿El papel utilizado es de buena calidad?. 3. ¿La impresión se lee con facilidad?.

J. Valor general e influencia:

1. ¿Cuál es la reputación general de la revista?. 2. ¿Cuál es su valor general y su influencia?

3. ¿Cuál es su mayor acierto? ¿Su mayor debilidad?.

K. Miscelánea (literaria):

1. ¿La revista tiene algún editor o escritor particularmente bien conocido?. 2. ¿Hay algún punto interesante o importante sobre su historia?(...)"⁴⁰⁸.

⁴⁰⁸ "Comprensión de Revistas" en *El Periodismo Académico (Scholastic Journalism)*, p.342-343.

Como ejercicio académico es excelente y quizás en la vida cotidiana pueda aplicarse. Sin embargo, para el hombre particular, sólo o quizás con su familia ¿cómo -por no enunciar nunca- lo aplicaría?

En otro término de ideas, asociaciones u organismos civiles, institutos o universidades que requieran estudiar o empezar a sistematizar el estudio de la historieta pero ante todo de “sus” lectores-públicos. Deben elaborar un cuestionario que considere preguntas como:

1. ¿Lee revistas de historieta? ¿Cuáles? ¿Por qué?
2. ¿Piensa que su contenido es... Muy malo Malo Regular Bueno Excelente.
3. ¿Considera que dichos contenidos se acercan a la realidad político-social que vivimos? Sí No No contestó No sabe.
4. ¿Considera que hay discriminación hacia el hombre o la mujer o grupos vulnerables de la población de la población? Sí No No contestó No sabe.
5. ¿Considera que las historietas fomenta la agresión y la construcción social del género? Sí No No contestó No sabe.
6. ¿Considera que la historieta debe tratar un tema específico, continuo (y no sólo ocasional) que proporcione: información, orientación y apoyo? Sí No No contestó No sabe.
7. ¿Considera que el lenguaje, así como la vida común que representa se acerca a su vida cotidiana? Sí No No contestó No sabe.
8. ¿Considera que el Gobierno y el Estado deben responsabilizarse, guiar el desempeño social de tales revistas? Sí No No contestó No sabe.
9. ¿Considera que una historieta didáctica elaborada por instituciones académicas y/o sociales sea aceptada por la población? Sí No No contestó No sabe.
10. ¿Apoyaría o participaría en la elaboración de dicha historieta, que acercaría a su vida cotidiana en todos los ámbitos de manera amena? Sí No No contestó No sabe.
11. ¿Sabe si sus padres han leído o leen historietas? Sí No No contestó No sabe.
12. ¿Cuántas revistas de historieta compra?
Usted compra cada: semana 15 días al mes de vez en cuando.
13. ¿Qué piensa de las revistas de historietas?

Imagina respuestas a preguntas abiertas: - Porque me gusta la revista (y al preguntarle qué elementos le gustan): - Están buenérrimas (las chavas dibujadas)/ - Pa' pasar el rato/ - Pa' no aburrirme/ - Pa' entretenerme. (También se les puede cuestionar). Me divierte; si no me gusta, la cambio o la regalo.

¿Por qué no la colecciona? Porque de una u otra manera para el público son material de desecho, son de cómprase-útese-tírese. A lo anterior, esta un indicativo “la historieta me intereso para un momento o por un momento”. Porque si le interesara la conservaría o por lo menos la intercambiaría ¿Por qué la intercambia? Porque le gusta leer ese tipo de género -¿por los dibujos, los colores, los argumentos o los personajes?-. O más bien, para entretenerse,

pasar el rato, no leer la misma historieta ante un trabajo que provoca rutina, cansancio o aburrimiento, un momento de distracción con la historieta, disminuye el posible "efecto del trabajo", aunque también sabemos de los otros efectos, los de la historieta y su vinculación con la cultura de los *mass media*.

Estas razones contrastan con la tipología de los lectores que Annie Baron-Carvais apuntó los cuales comprende: el lector ocasional; el lector regular; el coleccionista y el fanático. La mayoría de los lectores de éste tipo de historietas son del sexo masculino, por el lado de México, la mayoría de los lectores están en los incisos a y b.

Después de los cuestionarios antes descritos, realicen el muestreo de base a estas ideas: 1) observen el promedio del tiraje semanal; 2) cálculo aproximado de ventas a la semana; 3) subtotal de lectores (que compran esa historieta); 4) comparación del subtotal de la población de esa delegación; 5) comparación de todas las delegaciones del D.F.; 6) comparación total de la población de la República Mexicana. Falta vean: sexo, nivel escolar, nivel de ingresos. En cuestión de Psicología: comportamiento, toma de decisiones, actitud, valores: personales, sociales y universales.

Midiendo a la vez, los niveles de sensibilización de los lectores ante la exhibición de historietas: comerciales-industriales; artísticas, culturales, estéticas, didácticas.

Mirar un cómic de *Spiderman*, *Superman* o *Batman* le produce una sensación interior (que no logro definir) que le hace expresar: - Que chongona se ve/ - Que fantástica esta/ -Puff, que perrona. Y es que así al simple golpe de vista (impresión) la estética del dibujo; figuras, líneas, colores, la ambientación (aunque es lo más simple del cómic) "jala" su vista.

Mirar un cómic (o historieta) mexicano, "jala" primero el dibujo, la exageración que hay en ellos, sobre todo, al dibujar a las mujeres. Diré que en sí, son dibujos provocativos, casi incitadores, invitan a la imaginación morbosa.

"Internamente se me agolpan sensaciones: si están sentadas a mi lado mujeres, no levanto la vista -vayan a pensar que soy un morboso o que ando 'jarioso'- sino que sepan, que lo único que quiero es distraerme, entretenerme con algo 'cotorro', que me evada del tedio, la aburrición -quizás no sentirme tan sólo, quizás no sentir la tensión o el *stress*, de esta vida urbana. En cambio si a mi lado están sentados hombres, me descaro un poquito o de plano

hasta 'abro' más la revista para que alguno -que siempre sobran- también 'eche un ojo'". (Entrevista efectuada a un conocido).

Otro ejercicio académico es: a) registrar las actividades que se sostengan en relación con los medios de comunicación en 24 ó 48 horas, o, b) aislarse por completo de ellos. "Existen muchos adictos a los medios de comunicación - quienes pasan de 6 a 7 horas diarias en contacto con varios medios". Por tal motivo, tienen un amplio efecto de integración en la sociedad.

De un *Curso de Educación Crítica para la Recepción de los Mensajes de los Medios Masivos de Comunicación*, los compañeros, la mayoría psicólogos, comentaron sobre los lectores de las revistas de historieta:

~No leen libros porque son "largos". ~Los dibujos le son "atractivos".

~Más dibujo que texto. ~Lenguaje fácil, con él no piensan.

~No tienen la necesidad de pensar. No leen pero entienden los dibujos. Entre más ves figuras eróticas, más deseas. Satisface su deseo erótico.

~Es un impulso, falta de educación, los medios fomentan ese impulso. Los medios de comunicación manejan el sexo como algo normal, no "habría" tantos impulsos, tantos deseos reprimidos por la gente; los medios explotan ese deseo.

~Es una muestra de inseguridad para relacionarse con una chava, por tal motivo, mejor se distrae viendo esas cosas"⁴⁰⁹.

Características, actitudes, fijaciones, tanto del porqué los lectores gustan de las historietas (de las cuales hay varias gamas, entre otras variantes); como de los psicólogos hacia la historieta: su devaluación.

Con base en un análisis comparativo de diversas historietas y su relación con los lectores, la Dra. Yankelevich afirma: "(...)Como en consecuencia y en síntesis, es posible aseverar que para que un texto dado, el promedio ponderado de atributos propuestos como promotores de pasividad y los promotores de la participidad genera un contenido de información por fascículo de historieta (texto e ilustración) que constituye un razonable predictor de la actitud que adoptará un lector con respecto a una historieta específica(...)"⁴¹⁰.

La educación pública cumple con el cometido de instruir sin embargo, a veces dicha etapa se "pierde", "se desliga de la realidad". Y, para entender la realidad hay que conocer todas las aristas. La historieta forma parte de la realidad: debe haber alguna materia en la cual la historieta sea objeto y sujeto

⁴⁰⁹ Apuntes del Curso de Educación Crítica para la Recepción de los Mensajes Transmitidos por los Medios de Comunicación, impartido por la Mtra. Olga Bustos Romero y Mtra. Nancy López Villareal, Facultad de Psicología, UNAM, México, 12 al 16/enero/1998.

⁴¹⁰ Yankelevich, Guillermina: *Creer*, Op. Cit. p.118.

de estudio. Cuestión que a mediados de los años noventa en la educación media secundaria ya empezó. Habrá entonces que analizar metodologías, técnicas y disposiciones de los profesores.

“(…)El proceso de recepción se inicia con el contacto que establecemos con un medio, por ejemplo con el periódico, la radio o la televisión; percibimos imágenes visuales, elementos sonoros signos y símbolos. La percepción está condicionada por distintos elementos racionales y emotivos, lo cual nos hace atender selectivamente a los estímulos(…)”⁴¹¹.

“(…)Los procesos de comprensión y de asimilación de significados nos permiten comprender el mensaje e interpretarlo(…)”⁴¹², que pueda modificarse por la experiencia y el aprendizaje, a través de una concepción del mundo, “dado” por la familia, la escuela y la cultura.

María Elena Sánchez Sosa reflexiona algo muy cierto: “(…)la comunidad con la que convivimos nos da elementos para dar significado a los mensajes, interpretarlos y reinterpretarlos(…)”⁴¹³. Técnicas, instrumentos, metodologías elaborados en escuelas no deben “quedarse en el aula”, deben -y es necesario- traspasar a otros procesos de socialización, como lo es la familia. Meditan acerca de los medios y su función “educativa” o “deseducativa” en la formación de valores y patrones culturales en los menores de edad y los jóvenes de edad escolar.

¿Por qué y cuándo se conformó esta tendencia de la educación para la recepción? No lo sabe con certeza; es en lo actual, que sabemos que en los países europeos: Alemania, Francia, Italia, en otros puntos, Australia, Estados Unidos, Canadá; también algunos países de América Latina: Brasil, Chile, Perú, Costa Rica han elaborado investigaciones prácticas.

Francia uno de los primeros países que vieron en las historietas un auxiliar didáctico, porque son “(…)un apoyo inmejorable para tratar determinados temas escolares o lúdicos de manera agradable y explícita uniendo el texto y la imagen(…)”⁴¹⁴, son publicadas en 1977. La enseñanza de idiomas en historietas, es la más utilizada. No sólo es su uso como medio didáctico sino materia de enseñanza, materia de curso. A la historieta le falta todavía un camino “(…)para ser considerada como tema de investigación por derecho propio(…)”⁴¹⁵, a pesar de que en 1973 hubo más de 200 tesis de grado al respecto.

⁴¹¹ Sánchez Sosa, María Elena: “El Proceso de Recepción”, fascículo 8 en *La Educación*. Op. Cit. p.13.

⁴¹² IBID, p.14.

⁴¹³ IBID, p.15.

⁴¹⁴ Baron-Carvais, Annie: *La Historieta*, Op. Cit. p.109.

⁴¹⁵ IBID, p.116.

Una investigación acerca de la recepción, de las audiencias no ha sido sistematizado, tampoco por características de personas, por audiencias cautivas, esporádicas o variables, contexto personal y social y, su relación con cada uno de los medios.

Los años sesenta siguen siendo el momento de varios cambios. Evoca que por esos años las tendencias contraculturales a lo establecido por el “*american way of life*” y/o “*american dream*”, un ejemplo de la contracultura los *comix*. Pero también memoricemos el gran esfuerzo de Paulo Freire con su *Pedagogía del Oprimido*, con su pensamiento pedagógico y filosófico⁴¹⁶.

Sonia Muñoz anota un punto importante: “(...)A nuestro entender los ‘usos sociales de la comunicación’ remiten a las formas como los medios se entroncan en la cultura y en la vida cotidiana de las gentes, cómo circulan y se resemantizan sus mensajes, y cómo esas culturas y sus sujetos se sirven de lo que viene de los medios(...)”⁴¹⁷. Lo explica de esta manera: “(...)Ello supone tener en cuenta ‘posiciones de sujeto’ que en esos ámbitos se adoptan: en el caso de las mujeres, los rasgos de su identidad que se despliegan: madre, joven, vecina, estudiante; cómo a través de esa comunicación se articulan y mezclan roles públicos y privados y se producen discursos diversos (el íntimo, el trascendente, el político, el de la industria cultural)”.

“(...)Rutinas y tiempos: Necesidad de estudiar cómo se estructura la rutina diaria de las gentes: distribución del tiempo entre múltiples actividades de trabajo y ocio, reafirmación o transformación de los hábitos temporales con relación a los medios(...)”⁴¹⁸. Agregó, el uso de los medios: TV, radio, prensa, revistas según sus edades, actividades, etc.

Gloria Bonder efectúa su estudio de los medios de comunicación y la educación e indica que las mujeres receptoras pasivas así consideradas en los últimos años han demostrado capacidad de elección. Por otra parte la misma comunidad escolar es en realidad un escenario de discursos múltiples y conflictivos acerca de los medios. En el caso de las alumnas prefieren comentar aspectos de los medios con sus amigos que responder a los cuestionamientos de su profesora, aunque por lo menos, en ellas y en otras personas empieza la inquietud acerca del proceder de los medios. “(...)Se podrían indagar también las aficiones de la familia: ¿Qué prefieren las mamás y los papás?; las características de los ámbitos de recepción: ¿quién acompaña a los niños cuando ven la

⁴¹⁶ En México, de lo concerniente esta en el apartado de las Historietas Didácticas en México, Capítulo II.

⁴¹⁷ Muñoz, Sonia: “*Apuntes para la Reflexión: Mujeres Populares y Usos de los Medios Masivos de Comunicación*” en *Género e Identidad. Ensayos sobre lo Femenino y lo Masculino*, p.293.

⁴¹⁸ IBID, p.294.

TV o escuchan la radio?(...)”, así lo mencionan Guadalupe H. Luviano y Aurora Alonso en el fascículo *Comunicación y Educación*⁴¹⁹.

Dicha labor no debe continuar como una buena intención o como una insinuación, se afirma así porque debe considerarse una o su sistematización. Registren, ante todo, personajes o situaciones críticas, complejas. Lo que realicen en las escuelas es y será fundamental, pero bien sabemos que los cambios son y serán lentos, por la misma educación, conformación que hay en cada uno de los receptores.

En sí, el lector atiende a la necesidad del otro (editorialista) que a sus propias necesidades, a la vez, al leer una historieta, tiene cierto carácter crítico: “(...)representa una forma de resistencia, aunque sea parcial y no se articule como tal, contra un conjunto de relaciones sociales que están estructuradas asimétricamente y que se experimentan como insatisfactorias. Sin embargo, en este caso el carácter crítico de la actividad de leer queda probablemente eclipsado por el carácter compensatorio de los textos que se leen(...)”⁴²⁰.

Se elabora esta pregunta con lo que el movimiento de educación crítica: ¿qué tanto retoman lo realizado en otros años, y también, de otras disciplinas, de organismos, asociaciones, instituciones y universidades? Hace una observación: Hay un contraste de especialidades, los comunicólogos asientan que hay que, (re)educar al receptor, que tenga una educación crítica hacia la recepción de los medios masivos, o sea que tengan el qué, el por y para qué en sus labios cada que lean, escuchen o vean algo. Por su parte, los psicólogos asientan que tal acción de lo que vean/observen, no afecta en sí a las personas porque lo que ven, leen u observen “tal cosa” son para distraerse, entretenerse, lo que puede o no implicar identificación, empatía o proyección al respecto y, en sí, dicha acción no permitiría a las personas el disfrute de ese momento.

“(...)Hoy las industrias culturales han democratizado la participación cultural con todo lo “bueno” y lo “malo” de sus productos culturales/simbólicos...pero al final la gente siente que les pertenece y los hace populares por el puro placer de diversión, del olvido, de ocupar el tiempo, de llorar junto con las estrellas o “para transformar -como dice Monsiváis- lo que ven en otra cosa y para vivirlo de otra manera(...)”⁴²¹.

Thompson aportó que la interpretación de la comprensión cotidiana de las formas simbólicas (*la apropiación de los productos massmediados; prácticas*

⁴¹⁹ Alonso, Aurora y, Luviano, Guadalupe H: “Comunicación y Educación” en *La Educación para*, Op. Cit. p.42-43.

⁴²⁰ Thompson, Jhon B: *Ideología*, Op.Cit. p.342-343.

⁴²¹ Bisbal, Marcelino: *Mirada Comunicacional*, p.63.

situadas en contextos sociohistóricos), lo que ha llamado como la interpretación de las doxas, es un preliminar esencial para dar una interpretación (*características sociohistóricas de los contextos de recepción*) más elaborada de las formas simbólicas. Una interpretación profunda (*la naturaleza y la importancia de las actividades de recepción; el significado de los mensajes según lo interpreten los lectores*) es en sí una construcción simbólica, capaz en principio de ser comprendida por los sujetos inmersos en las circunstancias que forman en parte el objeto de interpretación (*la elaboración discursiva de los mensajes mediados*). Es en este sentido que el proceso de interpretación y en particular la interpretación de la ideología, implica la posibilidad de la transformación interpretativa de las doxas, y también la autotransformación (*las formas de interacción y de cuasiinteracción mediada establecidas a través de la apropiación*)⁴²².

Atiende de la educación crítica para la recepción que, puede conjuntarse con la evaluación de las revistas, el cuestionario de los lectores-público, la tipología de los lectores y la medición del muestreo y efectuar éste cuestionario:

1.-Descripción del medio social.

2.-Perfil general del encuestado

3.-Medios con los que interactúa en orden de importancia:

- | | | |
|---------------|--------------|----------|
| ▪ TV | ▪ Prensa | ▪ Libros |
| ▪ Videojuegos | ▪ Historieta | ▪ Libros |
| ▪ Radio | ▪ Revista | ▪ Video |

¿Por qué se prefiere el medio que se indicó en primer lugar?

Tiempo en que se está en contacto con los medios diariamente:

Medios: TV. Radio. Videojuegos. Prensa. Libros. Historietas. Cine. Video. Otros

Total de Número de horas:

Jerarquice en orden de preferencia el tipo de programa del 1 al 8:

1. Noticioso. 2. Novelas. 3. Musicales. 4. Caricaturas. 5. Series. 6. Concursos. 7. Documentales. 8. Deportivos. Personaje que más le gusta y ¿por qué?

“(…)podrá reflexionar sobre sus propios hábitos de consumo, ver los medios desde otra perspectiva, ampliar sus conocimientos, y ¿por qué no? Reorientar sus gustos y preferencias para disfrutar de ellos(…)”⁴²³.

Se piensa que un nivel de instrucción alto apoya para que las personas no se apeguen a los medios, lo cual, es relativo, porque depende de su educación, de su criterio y del uso que haga de los medios.

⁴²² Thompson, John B: *Ideología*, Op.Cit. p.344.

⁴²³ Alonso, Aurora: *Comunicación*. Op. Cit, p.42-43.

Ante ese problema de educación de instrucción y de metodología, asociaciones civiles y organizaciones no gubernamentales pueden apoyar. Escribo este ejemplo-participación, el 21 de julio de 1998, la Delegación Iztapalapa, a través de la *Casa de Cultura Guillermo Bonfil Batalla*, invitó a participar en un Foro ¿Qué propones o harás por tu comunidad?. De aquella ocasión, algunas ideas:

Ideas culturales de: encuentros, foros, cursos, talleres y demás.

Encuentro de asociaciones diversas, profesionistas y profesionales, cursos de verano para adolescentes, en los cuales intervengan pedagogos, psicólogos, trabajadores sociales, sociólogos, comunicólogos y otras disciplinas afines, quienes con estudios previos, prácticas y ejercicios conlleven a la sensibilización al respecto, de las personas por razones de edad, de sexo, de etnia, por su economía o porque sea discapacitado.

Dichos cursos en primera instancia, podrán ser pruebas piloto en diversas delegaciones. Si en una de ellas es aplicable, realizarla en otras delegaciones, previo estudio. Podrá haber dos vías de recuperación económica: que el gobierno local apoye y estimule dicho programa o, que los cursos sean autosuficientes.

Realizar un Certamen del Cómic en las delegaciones para fomentar su uso didáctico, su promoción cultural y de los valores humanos, su fomento del arte. Aunque, en este caso sería preferible aquellos que se realicen de manera colectiva.

Contactar con especialistas que han investigado una posible estrategia de Educación para la Recepción Crítica de los Mensajes de los Medios de Difusión Masiva para realizar cursos y talleres al respecto.

Los gobiernos abiertos a los cambios democráticos son permisibles al desarrollo personal y social de sus gobernados. Ante tal oportunidad, debemos aprovechar el cómo aportar en conjunto con otras disciplinas, los conocimientos para un programa de asistencia social, en materia de la comunicación, y sus difusores.

¿Qué hacer al respecto de todo lo anterior?

De nada -con los brazos cruzados y las ideas perdidas- a algo -mencionar mucho es una ironía seca. Apoyándose de nuevo en la Psicología que, es hurgar las emociones de los receptores, la estabilidad que deba y pueda imperar en ellos, es y será su aceptación o rechazo, en este caso, de las historietas con su supuesta “cultura popular”, producida por ser un género de los medios de difusión masiva, y estos, empresas nacionales y transnacionales que cotizan en mercados económicos, donde impera el sistema del capital, no el desarrollo humano como capital.

3.10. Conocimiento Propio del Lector:

El lector ¿qué puede hacer? Analizar su interior o como bien lo explica Mariano L. Coronado en *El Conocimiento Propio y la Salud Mental* :

La vida de relación tiene tres aspectos:

Fase Captativa (son funciones y actos) “(...)Sensaciones y percepciones que llegan a ella desde fuera les traen datos, información, estímulos, experiencias sensoriales, con todo lo cual se nutre su psique(...)”.

Fase Reflexiva (procesos mentales iniciados por la captación) así asimila lo recibido “(...)y la capacidad de comprensión de cada cuál, sigue a la fase primera, de absorción(...)”⁴²⁴.

Fase Activa, de las fases anteriores y, “(...)conclusiones, decisiones, da lugar a la vida activa del hombre, a las acciones por medio de las cuales éste modifica su mundo(...)”. Podemos decir también que de esas condiciones depende el ritmo de desarrollo de la personalidad, su crecimiento en la realización de los valores del espíritu “(...)Cualquiera que lo desee, puede darse cuenta de lo pobre y limitada que es nuestra captación de cuanto nos rodea(...)”⁴²⁵.

¿Y por qué es tan reducido el contacto captativo en la mayoría de las personas adultas? Ya lo dijo: la educación no trata de desarrollar suficientemente la capacidad receptiva del niño, en cuanto a su mundo ya de adultos no se puede esperar grandes cambios.

“(...)Nuestra cultura, resultado de los sistemas represivos en educación y en moral, produce un sinnúmero de personas atormentadas por conflictos secundarios, de individuos que, presa del sentimiento de culpabilidad, en el mejor de los casos han perdido el respeto a sí

⁴²⁴ Coronado, Mariano L: *El Conocimiento Propio y la Salud Mental*, p. 24-25

⁴²⁵ IBID, p.27-28.

mismos y en el peor, se odian hasta el punto de llevar sus impulsos auto-punitivos al suicidio(...)"⁴²⁶.

Apunta del Dr. Alexander Reid Martín los patrones culturales de nuestra civilización:

"(...) - El "patrón del trabajo compulsivo", que esclaviza al individuo, a veces contra su voluntad.

- El "patrón condicional", el reposo se acepta como una recompensa por el trabajo, o, se toma el trabajo como un castigo por haber descansado tanto.

- El "patrón cultural", es el patrón super-intelectual. Es un intelectualismo compulsivo, un ejercicio exagerado del intelecto para reprimir lo emocional y sensorial(...)"⁴²⁷.

Los psicólogos establecen en la actividad intelectual dos categorías:

Pensamiento realista, es la comprensión objetiva de cuanto el hombre percibe y descubre sus verdaderas significaciones y proyecta una acción eficiente basada en tales comprensiones.

Pensamiento autista, es el que interpreta lo percibido en forma subjetiva, egocéntrica, y, por lo tanto, alejada de la realidad, o de su vida cotidiana, por sus juicios y observaciones superficiales, muestran poca profundidad en su vida interior: "Vivir sin meditar (en el sentido indicado) es como comer sin dirigir". O bien, personas que de un problema "normal", los perturba en su vida emocional, se vuelve introvertida, se "fija" en su sufrimiento, creando un círculo vicioso.

La dificultad reside en la necesidad de afrontar sin temor la situación conflictiva, aunque ello produzca cierto dolor y en disponerse a sacrificar algo en la solución del conflicto.

El autor comenta acerca de la lectura de algún tipo de historias fantásticas (aún en dosis moderada) multiplica las complicaciones desagradables, sobre todo, las que tienen carácter de fuga para compensar frustraciones, privaciones o fracaso que perjudican el equilibrio psíquico, afecta su proceso adaptativo porque: "(...)mientras él está en su placentera irrealidad, los problemas sin resolver se acumulan en su vida, por posponer, a la vez, sus decisiones(...)"⁴²⁸; la personalidad se deteriora por la disminución de sus propios recursos psíquicos, su conciencia y/o sentimientos sociales.

⁴²⁶ IBID, p.56.

⁴²⁷ IBID, p.95.

⁴²⁸ IBID, p.55.

¿Cómo lograr el conocimiento propio?

En un plan de auto-educación, observemos nuestra falta de interés, nuestras resistencias (disgusto, repulsión, hostilidad, temor o antagonismo) a las gentes, las ideas, los hechos que llenan nuestro mundo, al destruir esas resistencias “(...)renace el interés infantil y el hombre puede una vez más disfrutar, como el niño sano, del encuentro íntimo, que a veces es verdadera comunión, con esa realidad ambiente(...)”⁴²⁹.

Apunta tres principios de higiene mental:

- a) Es darnos cuenta de su existencia, sin luchar contra él tratando de enfrentarle su opuesto.
- b) El individuo debe ser capaz de dirigir su interés y atención, voluntariamente, tanto en la vida interior con pensamientos constructivos, o hacia fuera para captar los estímulos del mundo exterior.
- c) La receptividad es el olvido de sí mismo. La actitud receptiva implica la conciencia de cuanto ocurre en nuestro conocimiento propio. Una actitud receptiva para escuchar lo que se dice eleva la capacidad de las relaciones humanas, ocurre así porque, el interés y la atención “(...)dirigidos hacia un campo determinado concentran las energías en el descubrimiento y valoración de cuanto hay en él (...) Por esos la receptividad es el acto más humano de que el hombre es capaz, y en él se afirman con la mayor eficacia los valores sociales(...)”⁴³⁰.

El conocimiento propio se realiza, cuando el individuo, toma conciencia de su “corriente propia”; nota su proceso individual y estudia la significación de lo que ve en ella, ante todo de manera abierta, receptiva, llena de curiosidad. Descubra cada día algo nuevo y valioso sobre sí mismo, sobre sus perturbaciones, conflictos, sufrimientos y ansiedad.

En el caso de los niños, la mejor prevención contra el hábito de la fantasía consiste en los medios siguientes:

- “(...)1.- No dificultar su adaptación a la vida real por la protección excesiva o el maltrato, la humillación y la falta de aceptación y cariño.
- 2.- Procurarle una vida interesante por medio de experiencias agradables y educativas, en las cuales pueda él mantener activas sus capacidades de observación, reflexión y producción.
- 3.- No abusar de los cuentos fantásticos para distraerlo, especialmente si se trata de niños que viven en condiciones que exigen esfuerzos demasiado grande de su parte para

⁴²⁹ IBID, p.25-26.

⁴³⁰ IBID, p.204-205.

adaptarse a la realidad dentro de la cual funcionan. Y procurar que ellos distingan en todo momento la diferencia que existe entre la realidad y la fantasía(...)⁴³¹.

Los padres y maestros han de observar cuidadosamente el comportamiento de los niños que se hallan a su cuidado, para detectar precozmente cualquier síntoma que indique que se entregan a la ensoñación y actuar con rapidez a fin de eliminar las causas que están induciéndole a emplear esa clase de escape. En el caso de los adolescentes, adaptando a su edad y condición personal puede aplicarse igual.

Otra manera de enfrentar y evitar conflictos es la *Micropsicología*, que Elisabeth Rohmer y Abraham Moles, basados en el análisis del comportamiento, en la introspección y el acercamiento literario, aplican a los detalles de pensamientos, palabras y acciones en la vida cotidiana.

“(...)La micropsicología es, entonces, el estudio de los fenómenos que son del orden (o inferiores a). Umbral mínimo de percepción racional del individuo normal: todos los fenómenos que por razón de “pequeñez”, son evacuados, minimizados u obliterados por el campo de la conciencia(...)⁴³².

Procura, en primera instancia de la vida cotidiana (aquello que queda cuando se ha institucionalizado todo) la parte aleatoria para, lo indiferente, la ausencia de valores y que por principios generales de valores perfectamente establecidos para la personalidad del ser. Analiza el comportamiento, elaborando un cuadro exhaustivo, detallado de la situación enfrentada, consideran todos los factores de valor, con la pregunta:

¿Es bueno o malo para mí? Y estimar al menor por comparación, su tamaño. Por ejemplo, el estudio micropsicológico del acto de comprar -pongo el ejemplo del- cómic en un puesto de periódicos:

“(...)- Análisis de la situación: descripción topográfica: donde, cuándo, cómo, quienes, qué hora, acción y relación emocional.

- Análisis del estímulo: Valores: adjudicados al objeto; el comercial; de presentación, de posición; de juego; y valor connotativo.

- Análisis del acto: naturaleza de las elecciones múltiples; la capacidad de conciencia en estímulos vividos; mecanismo de “disipar dudas” entre dos ventajas contradictorias equivalentes; tasa de información aceptable; escenarios posibles(...)⁴³³.

⁴³¹ IBID, p.56-57.

⁴³² Rohmer, Elisabeth y, Moles, Abraham: *Micropsicología y Vida Cotidiana, Soledad Individual y Universo Colectivo*. Trillas, p.15.

⁴³³ IBID, p.18.

En resumen, el límite entre la micropsicología y la psicología está determinado por el concepto de umbral de percepción consciente explícita, en relación con una percepción integradora de fenómenos pequeños que parecen despreciables a la conciencia reflexiva⁴³⁴. De aquello que quedó dentro del vacío provisional del ser y que, las ciencias sociales preocupadas por la forma, olvidan el fondo.

Muestra el aspecto de la microestructura, que denominan: El Costo Generalizado, abarca:

“(...)1.*En principio el precio*. Justo de un equilibrio entre la actitud social y la suma de los deseos de los individuos. El costo generalizado constituye, cuando se haya aislado, una medida muy mala de mi motivación, o de mi no-motivación a la acción.

2.*El costo energético*. El trabajo efectuado, el esfuerzo sea por transportarse.

3.*El costo temporal* (los economistas también lo usan), de “los presupuestos-tiempo” se ha convertido en nociones familiares dentro de los estudios sociales principalmente en el marco del trabajo. La noción es uno de los elementos determinantes del análisis micropsicológico:

a) *El costo cognoscitivo*, es el esfuerzo (de la actividad cerebral) intelectual, el campo de la conciencia los diferentes factores de la percepción, la memoria y los valores activarlos en un plan y/o programa de corto o medio plazo, intuitivo o explícito, ligado a las nociones de costo de programación o costo de codificación.

b) *El costo de riesgo* este presente en la casi totalidad de nuestros actos de la vida cotidiana(...)”⁴³⁵.

De lo anterior, sugiere que pensemos en microescenarios (que son secuencias cortas ejemplificadoras de breves fenómenos de la vida cotidiana en forma) pero, con el rigor del guión que exprese los actos minúsculos, los sentimientos, los valores, los conflictos internos, las penas y las situaciones falsas para convertirlas en objetos de conocimientos.



Cercano al milenio, Javier Esteinou Madrid reflexiona que los medios de comunicación son los principales aparatos de socialización cultural desde 1930, dejan atrás en segundo lugar al aparato escolar. Las tecnologías de la información redefinen los roles que ejerce el sistema de enseñanza y otros aparatos de hegemonía tradicionales. Medios de comunicación (o escuela electrónica) que consensan un nuevo y amplio proceso de educación cotidiana (con sedimentos traducidos en valores históricos) sobre los individuos.

⁴³⁴ IBID, p.21.

⁴³⁵ IBID, p.84-85.

Además, la nueva cultura globalizadora será “(...)las condiciones psico-afectivo-materiales para que funcione el modelo del libre mercado a costa de lo que sea(...)”⁴³⁶. Incita, ahora que inicia el Tercer Milenio a impulsar la “conciencia planetaria” que permita el rescate y la creación de valores para la sobrevivencia humana: “(...)Hoy, es indispensable rescatar la esencia de la comunicación y la cultura para entenderla como la creación de procesos de humanización de los individuos para evolucionar hacia fases superiores de desarrollo de la especie humana(...)”⁴³⁷.

⁴³⁶ Esteinou Madrid, Javier: “*Sociedad Moderna y Medios de Comunicación*” en *Reflexiones Universitarias*, p.76.

⁴³⁷ IBID, p.77.

CONSIDERACIONES FINALES

Existe una relación entre los mitos, cuentos de hadas e historietas. El mito ha sido creado por cada civilización o bien, los adaptan, los aculturizan o los imponen. Es innegable que los cuentos de hadas utilizaron esquemas de mitologías y las desarrollaron. Las historietas volvieron a retomar personajes de las mitologías, dimensionándolas aún más que los cuentos de hadas. Mitos que dieron la pauta para los estereotipos, con los tiempos modificarían sus características, sus representaciones, su simbología.

Si la mitología proporciona al hombre modelos de comportamientos-conductas que respondían a determinados problemas. Las historietas proporcionaron los estereotipos y la ideología imperante local o multinacional, de base a un lenguaje simbólico actual.

Con el inicio de la prensa “moderna” surge la tira cómica; en ella, la brevedad del humor, lo disparatado de los dibujos y los argumentos concisos atraen al público, peculiaridades que sirvieron para forjarse como historieta que, fue “apropiándose” de otros lenguajes hasta “lograr” establecerse en lo presente como un género -menor- de los medios de difusión masivos.

En realidad, el cómic no existe porque sí, hubo un proceso sociocultural que propició su desarrollo y su expansión. En sus inicios, los cómics se adaptaron a la cultura imperante -como necesidad de aquel momento-, ahora en cambio, la “cultura” que ellos proyectan está hecha para que los lectores se adapten a ella.

El cómic como género de los medios de difusión masivos es en sí, una industria. Una industria que promueve o propone su cultura, es por ello que se califica de industria cultural que sólo difunde lo superficial de la cultura de la sociedad, no sus contradicciones, no sus cambios socioculturales o los cambios mundiales.

El lenguaje simbólico en lo actual es proporcionado por los medios de difusión masivos que cubren nuestros días “grises, insípidos e irrelevantes”, nos llenan de colores, de formas y sensaciones: a) en el hogar; en los estudios o colegios; c) en el trabajo; ch) en las relaciones sociales. Sin embargo, en lo cotidiano el esfuerzo que realizamos día con día de dichos ámbitos, en donde

se va fincando nuestro desarrollo personal, social y universal, comenzamos a desvalorizar y devaluar el esfuerzo y las realizaciones de los particulares por: la muerte de un superhéroe, los logros de políticos, de deportistas y de artistas.

Los medios de difusión masivos, y entre ellos, la historieta como se analizó en el Capítulo I, tienen poder y fuerza. Poder económico, por ello han logrado ser grupos de presión que junto con el Gobierno conforman una relación de dominio y muestra de poder.

El surgimiento de la historieta mexicana entró casi de la mano con la Revolución Mexicana. La historieta se valdría de un persona real, Pancho Villa, lo recrearon como personaje mostrando su lado negativo: bravucón, parrandero, jugador y mujeriego aunque con algunos toques de nobleza. Por las décadas de los veinte y treinta, se gesta la movilidad social de lo rural a lo urbano.

El campirano visto y vestido como un charrito; en otra dimensión, el charro sería después icono y símbolo de lo mexicano. A la vez, ese campesino, ese charrito, que vive en la ciudad lo tornarían en un lumpemproletariado, ambos -el charrito y el lépero- serán los estereotipos que los historietistas retomarían para las décadas de los treinta y cuarenta. De esta manera, se empezó a generar una cultura simbólica, cultura simbólica alienada.

En esta cultura simbólica fue gestándose la construcción del género masculino diferente al femenino con base sólo en el sexo biológico: el hombre, como proveedor del hogar; la mujer, como compañera, sumisa y abnegada que espera en el hogar. En los años cincuenta, la mujer al ser protagonista principal, presentaba características sigue reproduciéndose el estereotipo de *lo que deber* ser el hombre y la mujer, esta con un bien formado cuerpo y rostro angelical, esto en los años cincuenta.

La discusión de sí el cómic es arte o no, inició en los años sesenta y ha llegado hasta nuestros días; aún no queda definido ni establecido un criterio final.

Pareciera una discusión en la cual habrá que elegir, detallar y definir qué criterios serán empleados: literarios, gráficos, estéticos; por contenidos, por antigüedad, por actualidad, etcétera. Asimismo por ser reflejo, idea, pensamiento o sensibilidad de/para la humanidad, qué historietas-cómics, países, personalidades y/o instituciones.

Desde los años setenta a la fecha, con la apertura de los académicos y especialistas para realizar investigaciones de la historieta, la cuestión sigue igual. Pareciera que estas investigaciones siguen los pasos que la inmensa mayoría de tesis universitarias: quedan archivadas y olvidadas en los estantes. Lo anterior, porque no hay una estrategia para su divulgación en el ámbito de secundaria, bachillerato y universidad. No hay talleres que muestren los *pros*, los *contras* y las variantes de lo que es la historieta. Estas publicaciones pudieron o no, haber sido rebasadas con método, técnica y aprendizaje, representen una vía y/o alternativa para mejorar nuestra vida como seres humanos (véase Capítulo II, años 60 y 70).

Las investigaciones tienden a entremezclarse o bien, no profundizan del todo.

Se vuelven trabajos “atomizados” porque de autores, o de líneas de investigación no han sido sistematizados. Otro punto importante a señalar es que los contextos y los públicos han cambiado con los tiempos. Debe también reflexionarse que no hay la formación de una cultura, de una política de la comunicación.

La década de los años ochenta permitió que los emisores se expresaran con mayor libertad. Isabel Galván Chávez apuntó que Díaz Herrera para los argumentistas de historietas, que trabajan el argumento político, hay más perspectivas que en lo cultural así lo expresó ante el deterioro de las historietas comerciales. Otro enfoque que no se ha analizado con especificidad es el evitar temas considerados tabúes: incesto, aborto, adulterio, etcétera. Se recuerda que en décadas pasadas la autocensura como la misma censura oficial, no permitían el “abordaje” de los temas descritos.

Sin embargo, no era tanto el que no se tratasen esos temas tabúes sino en sí, el manejo que realizaban del sexo. Era -como aún lo es- la alineación de la sexualidad, la representación del sexo enajenado que transfigura, transformaba la sexualidad de ambos sexos. Los temas tabúes sólo eran el pretexto para presentar el sexo pero no profundizaban cada uno de los temas, no profundizaban acerca de la sexualidad -también como elemento de la reproducción social- que en la vida cotidiana era evidente que existía entre las parejas.

De lo anterior se menciona otros aspectos: no se ha analizado la diferencia argumental por ejemplo del grupo *western* o la clase sentimental, o de éste con lo costumbrista o lo escatológico; o bien, de cada uno de estos grupos el

manejo que harán de los llamados tabúes; mucho menos sí los comparamos con lo de otros países.

De lo anterior, surgió la preocupación de proporcionar de las historietas con contenidos dignos y acordes a la naturaleza de los menores. No es lo mismo pensar o sentir como niño que comprender y reflexionar la manera de ser de los niños y niñas.

Es sorprendente que editoriales de historietas para menores, en afán de mantener un público cautivo, “un mercado para su producto”, conserven *cómics* con contenidos que no marcan pero sí desvían los valores personales, sociales y universales de sus públicos infantiles; que en sí, tampoco se preocupan en proporcionar composiciones dignas de sus edades, de sus diferencias y preferencias. El valor del ser humano de acuerdo a sus especificidades y no las creadas o inducidas. Los historietistas no se inquieten dentro de lo que realizan, pueden cooperar “con su granito de arena”, arena de conocimientos, de arte, de los valores humanos integrados de/con sus familias, sus comunidades, su nación, y claro está, en el mundo.

Han sido estas historietas independientes las que han dado “imagen y lenguaje” a grupos minoritarios, marginados o ignorados por los cómics comerciales: mujeres, niños, ancianos, indígenas, personas con preferencias sexuales distintas a las oficialistas y con alguna discapacidad. Grupos minoritarios sociales que no son reflejados por la industria cultural (descrito en el Capítulo I, La cultura como Industria).

Los cómics independientes tienden un lazo hacia los lectores; surgen como historietas alternativas por tres motivos: a) contra lo impuesto por la industria cultural; b) para incrementar la gama de lectura; c) en lo que provoque, oriente o permita reflexionar al lector.

Ariel Rosales anotó lo que consideró historietas alternativas: las de Germán Butze, Gabriel Vargas y Rius; pero no sólo mexicanos, también incluyó lo mejor de cómics extranjeros *Antes de Cristo*, *Peanuts*, *Mafalda*, *Asterix*, *El Mago Medieval*. Autores como Luca Novelli y Luis Arrieta Endorzain señalan otra de las alternativas o aplicaciones que puede tener el cómic. Es una lástima no conocer o no considerar la experiencia de los que lograron publicar algunas historietas, o bien, la de aquellos que continúan dentro del mercado.

Se propone crear una editorial que conjunte materiales didácticos y artísticos, o de otras variantes. Una editorial que produzca para escuelas, instituciones o universidades públicas y privadas; sindicatos, secretarías de estado u organizaciones civiles. Habría una importante fuente de empleo para pedagogos, diseñadores gráficos, comunicólogos, sociólogos, psicólogos, trabajadores sociales y demás. Propuesta que está enfatizada por estudiantes de diversas universidades en sus tesis de los años ochenta y noventa.

Excelente sería que los editorialistas y el Gobierno Federal realicen historietas con información, orientación de protección civil (doméstica, laboral, industrial, civil y nacional): de sismos, de incendios, de amenazas de bomba, de robo o de asalto, de prevención contra huracanes, de torbellinos o lo que vivimos en la actualidad: el alerta por la presunta erupción del volcán Popocatépetl.

Claro está que las asociaciones, sindicatos, consejos y organismos pueden elaborar historietas para sus integrantes, acerca de sus objetivos inmediatos. O bien, por el lado de las instituciones privadas o públicas; por ejemplo, que la Secretaría de Salubridad y Asistencia elabore una historieta para los llamados "cinturones de miseria" (áreas conurbanas marginadas) y que en ella se trate temas como: el cólera; el SIDA; enfermedades venéreas; los problemas de desnutrición; las campañas de planificación familiar; la violencia intrafamiliar, la educación crítica hacia los medios de difusión, etcétera.

Se observan ideas, argumentos, diseños y aplicaciones y nuevas tendencias para la historieta y bien ¿dónde conseguirlas o leerlas? Miriam Martínez Maza, Jorge Tlaltepa Meléndez y David Zamora Díaz: *Las Historietas en las Colecciones de la Biblioteca Pública Mexicana*, dan su versión. En México, aún no han planteado que se les considere incluirlas como parte de colecciones dentro de las bibliotecas públicas, como ocurre en los Estados Unidos de Norteamérica que en algunas bibliotecas cuenta con revistas especializadas o boletines.

En la década de los años noventa, hay otras generaciones, con dinámicas socioculturales diferentes. Otro tipo de lectores que pueden o no apegarse a la lectura, porque no sienten arraigo por lo suyo. Asimismo hay quienes se aculturán con expresiones extranjeras de los cómics, por tres razones: a) antecedentes familiares abuelos, padres que leyeron o leen *comics*; b) los niveles económico y de instrucción; c) su propia conciencia en sí y para sí.

En la década de los años sesenta, en las historietas representaban la agresión sobre todo física hacia la mujer, mostrando una parte de esa cotidianidad en la que el “machismo” prevaecía, “herencia” de épocas pasadas.

Las historietas mexicanas actuales muestran también tales hechos aunque ahora más lo señalan: la violencia en la familia, es decir, la violencia intrafamiliar. Situación que, la mayoría de las veces, inicia en la familia, señal o reflejo seleccionado y sesgado, porque sólo se refieren a sectores sociales de bajos recursos o marginados, los cuales indican tienen poca o nula instrucción.

Mostrar la violencia intrafamiliar en las historietas, no llevará a ningún lado sino se acompaña de análisis, orientación o apoyo.

Friedrick Hacker señala que la violencia es el recurso más barato para atraer y estimular la atención del lector, del oyente o del espectador medio, incluso del que posee un nivel cultural elevado; para proporcionar contrastes, sorpresas y tensiones a su agotado espíritu, que busca la variación; de igual manera, para Berkowitz este tipo de temática es una pésima forma de servir a la población.

Otras cuestiones que representan las historietas actuales y, que en otras décadas no las figuraban ni directa o indirecta era el abuso sexual contra los menores, los traficantes de niños y de mujeres, la corrupción de las autoridades, el narcotráfico, los problemas sexuales. Relacionado con lo anterior son los Centros de Readaptación para Menores, donde el celador golpea o abusa sexualmente del interno, quien en numerosas circunstancias fallecía; los derechos humanos pocas veces son respetados en los “Centros de Readaptación Social”.

Se propone que la CNDH elabore una historieta al respecto, en donde se reivindique a la familia, propague sus relaciones de amistad y comunicación entre sus miembros, en la comunidad. Asimismo que el gobierno local y/o federal brinde mayores opciones de vida humana.

Se elaboran argumentos simples que, de una u otra manera simbolizan lo que desde hace años existe: la movilización en barrios, pueblos o colonias ante una injusticia, un abuso, pobladores que linchan a quien viola, a quien atropella o a quien abusa de su autoridad como funcionario o servidor público.

La Cámara de Diputados y la Suprema Corte de Justicia son dos instituciones, dos poderes que deberían estar al servicio de sus representados, aquellos que

los eligieron y que a través del pago de sus impuestos, logran que continúen en sus funciones.

Por el lado del argumentista, entiéndase o no, también es proclive a manifestar su agresión ¿cómo? En los cuadros de la narración en los *ballons*, dentro de los cuales es juez y parte. No lo es, cuando realiza y narra la historieta, en la que, él como “comunicador o artista-creador”, entretiene y divierte, logrando la reflexión no ante lo obvio de una situación, sino en el interior del lector.

Agresividad y violencia en los *cómics*; habría que analizar las connotaciones y denotaciones de las imágenes y de los textos y como se escribió anteriormente. Medir, nivelar y cuantificar los contenidos y sus grados de violencia, a pesar ser poca o absurda: Reflejan la realidad, se observa que no, porque es sesgada, manipulada y maniquea.

Las historietas usan de pretexto las imágenes con referencia al sexo, justificando que muestran y narran lo que “deben y pueden hacer” los lectores con su sexualidad. En la imagen sólo trazan el sexo; no indican, ni orientan el procedimiento, las sensaciones, los impulsos y las necesidades que corresponden a la sexualidad. Todo conocimiento a medias, no completo, distorsiona, modifica o cambia el sentido real, en-sí, es ideología que aliena.

Ejea, Mango, Toukán, Multicolor entre las editoriales que difunden estas historietas cómicas, muestran en forma abierta, directa e indirecta o veladamente, cuestiones sexuales. El sexo con cariñosas, seductoras, eróticas, apasionadas o entronas; sexo en mercados, barrios, en “cotorreos” y vacaciones; sexo que debe causar risa pero es en-sí, el sexo como objeto; sexo que causa burla pero no sentimientos de amistad, de responsabilidad, de salud, de prevención de enfermedades.

Sexo que debe causar risa, de las ilustraciones presentadas no existen disyuntivas:

- a) Adolescentes que por gozar del sexo del momento, de pronto su vida gira 180 grados y son padres con todas las consecuencias que surgen por tal motivo.
- b) Adolescentes, jóvenes y adultos, de ambos sexos sin educación u orientación sexual, en el ámbito de toda la República Mexicana.
- c) Medios de difusión masivos que representan, reflejan y propagan estereotipos, en este caso, de que la juventud debe disfrutar la vida aunque no se les previene de las consecuencias.

d) Medios de difusión masivos que estereotipan del sexo masculino, a su mayor representante: el “macho”. Prototipo cuya meta, en épocas anteriores como en la actualidad, es la de seducir, tener relaciones sexuales a diestra y siniestra. Representan al “macho” que goza del sexo, tanto en su infidelidad como en su irresponsabilidad y, en otra de sus actitudes negativas: “valemadrismo”. Realiza el sexo con quien se deje; a él no le interesa saber si está infectado o la mujer lo está.

En la actualidad, la actitud machista ha disminuido aunque ha adquirido otros matices. Sin embargo, en los medios de difusión masivos se continúa con el estereotipo del otro tipo de machismo, aquél que teniendo cierto nivel económico: lo mismo realiza el sexo con su esposa, con su amante y una prostituta, sin utilizar el condón porque, esposa y amante no se lo exigen, la tercera mujer -dándole una actitud- considera que ya “encontró al amor de su vida”. El varón, por muy educado, instruido, y de cierto nivel económico que tenga, le escucharemos decir en las historietas (y en ocasiones en la vida real): “No uso condón porque así disfruté más”.

e) Esto es en la vida cotidiana pero en los medios de difusión masivos, sobre todo la historieta- el ejemplo no está tan reflejado. Se mostró las imágenes de historietas de diversas editoriales y la mayoría recrea la acción del sexo y, el texto del *ballon* redunda con las palabras que indican ese “gozo”, sin embargo nunca muestran un momento, por breve que éste sea, de prevención. La cultura de la prevención en materia de salud no está presente en las historietas.

f) Se percibe que estas editoriales -al igual que otros medios de difusión masivos- están creando una atmósfera sexual. Ejea en el norte, sur y centro de la República Mexicana en sus títulos así lo quiere proyectar. No se diga de lo que corresponde a la vida urbana.

Pareciera que reflejar o representar el sexo, ya es común, ya es digerido por los lectores, por el público. Éstos, son los que deben educar a sus hijos con lo que es la sexualidad; las editoriales sólo proyectan verdades a medias.

Considerando que, aún se desconoce qué porcentaje de la población tiene educación sexual o conocimiento de su sexualidad. Existe un gran número de historietas que se apegan a la violencia, la intriga, el poder y el sexo para vender sus productos.

Las historietas mexicanas -de la década de los noventa- han diversificado los ámbitos y escenarios de sus contenidos y sus argumentos. Actualmente, las características físicas de los personajes principales son con rasgos mexicanos o latinos, prevaleciendo los personajes juveniles. Continúan las figuras

femeninas con formas voluptuosas, ubicadas en diversos escenarios: a) hogar; b) escuela; c) trabajo; d) tiempo libre. Pero, lo que narran acerca de sus cualidades y capacidades es mínima.

Por otra parte, el “macho” era quien conquistaba y seducía a la mujer ahora, es todo lo contrario. Pareciera que es la mujer quien toma la iniciativa. Ella desea, decide, hace y prácticamente obliga al hombre a una relación para el sexo. Ellas son las que llevan la “batuta” en el sexo. Por ello, el ejemplo de las imágenes de las ilustraciones. “Hembras” de casi todas las edades, colores de piel y estatura con cuerpos voluptuosos y sensuales. Personajes femeninos que disfrutan para bien si es con el varón que desean, para mal, si son otros quienes las desean. A pesar de eso, parece que jamás se embarazan, que carecen de prejuicio, sin una moral estable; por ello, sus principios y valores desaparecen.

Los personajes femeninos les proyectan claro su “objetivo en la vida”: el sexo. Las mujeres de las historietas poca o nulamente se dejan guiar por su raciocinio porque cuando el deseo las “corroe” dan rienda suelta a sus instintos; asimismo, se observa que la mujer instruida, capaz y preparada casi no es representada en las historietas.

Esta “atmósfera del sexo”, que no solamente es recreada y representada por las historietas sino que también por la mayoría de los medios de difusión masiva, pareciera que no tiene influencia, ni repercusiones en lo personal, social, cultural, económico y político de la vida cotidiana, lo productivo y donde el sexo lo único que resaltan, además de presentarlo distorsionado.

Al caso, puede citarse un ejemplo de *Internet* -otra área a investigar en lo tocante a género y comunicación- en el cual, *webs* o portales, tienen un acceso para chistes sexistas de uno u otro sexo, lo cual “continúa” lo que otros medios de difusión realizaron antes.

En escuelas secundarias, sobre todo de zonas populares, hay casos de niñas embarazadas tanto por los “juegos de seducción” que se convierten en relaciones sexuales como por los adolescentes que violan a las chicas. Una estadística de madres solteras que fueron embarazadas por cuestión de: a) algún familiar; b) en su relación laboral; c) por cuestión escolar; d) o violencia explícita. Se debe fortalecer una cultura-educación de los derechos humanos ante dicho incremento.

En otro orden de ideas, habrá que distinguir de las estratificaciones sociales ¿qué o cómo interpretar ese “prestigio social” que supuestamente brinda el alcohol? En suma, el licor como punto de referencia, de convivencia, icono, símbolo y mito que los medios de difusión masivos “idealizan”y, en la historieta no es la excepción.

Efectivamente las historietas formales o de humor proyectan seres humanos cosificados además, una sola historieta no logra la ambientación, las relaciones interpersonales, grupales, sociales de diferentes edades de las personas, y los estratos sociales de donde proceden.

Personajes de las historietas cómicas o de las formales o con argumentos reales se trazan moralistas de lo que es la vida cotidiana, poco distinguen los conflictos del personaje y los problemas externos que son dos cuestiones diferentes. Optan por ubicarlo con problemas externos de las relaciones interpersonales y grupales, nunca en sistema social en el cual está inscrito.

Pocas veces lo asientan en su vida cotidiana, en tres ámbitos: a) actividad productiva; b) relaciones afectivas y sociales; c) el ocio y la cultura. Sobre todo que el personaje en su *praxis* cambie sus circunstancias y se transforme a sí mismo.

Personajes integrados en grupos, como los de trabajo, descuidan otro grupo, el familiar que al igual que el primero nombrado están en una comunidad, sólo que en el caso del segundo, es más de identificación y de expansión.

Historietas que representan -o pretenden representar- la vida cotidiana más como un suceso de hechos y cosas, las cuales son sensacionalizadas creando aventuras y momentos protagónicos -que unido con los *talks shows* propician una atmósfera- que en sí son sus síntomas, más que la observación de la lucha cotidiana de los individuos día tras día.

Ese minimizar la vida diaria, en la vida cotidiana, de alguna manera impide la objetivación que los individuos deben tener en su proceso de socialización porque en su proceso de formación no hay un *en-sí* propio, que permita a la vez, un *para-sí* con los demás.

Las historietas reflejan la vida cotidiana, según la época en que estén, por ello el público se “identifica” con ellas, en-sí reflejan costumbres. Aunque en la vida cotidiana existe la vida rural y la urbana, está última es la más

representada donde también, olvidan el aspecto político, económico, legal, laboral, educativo y religioso, entre otros. Las historietas no reflejan la vida cotidiana con toda plenitud, ni en lo profundo, ni en sus variantes. Las historietas contribuyen en la alineación de la vida cotidiana, sus usos y costumbres, su finalidad no es el llevar a los públicos a pensar, porque al público se le ha impuesto una forma mistificada de cómo vivir.

De acuerdo con Ágnes Heller, la vida cotidiana es el conjunto de actividades en apariencia modestas e insignificantes, lo cotidiano es lo humilde y lo sólido. Las editoriales de historietas presentan el signo de la novedad: el brillo, lo paradójico, marcado por la tecnicidad o por la mundanidad, se legitiman y se compensan, la representación es eso, no la realidad.

En el caso de las historietas, aunque sea de manera mínima, distrae, entretiene o subyuga al lector. El hombre y la mujer no se objetivan del todo porque no han formado su “mundo”, los medios han mediatizado su proceso de comprensión de la realidad y el de su socialización.

Lefebvre lo expresó, la mujer como objeto victimizado por la vida cotidiana de este sistema, en el cual, los medios, con la fuerza -la constancia de sus códigos, metalenguajes y reglas no escritas- de convocatoria atrae la escenografía para los públicos.

Además de:

- 1) La parcelación que hacen de la realidad social, muestran la agresión, el poder, la construcción del género dicotomizado, más no muestran las contradicciones del capitalismo. A mayor industrialización y tecnificación mayor desempleo de individuos. No marcan la división del trabajo.
- 2) El maniqueísmo expresado durante décadas, en el caso de las historietas mexicanas está marcado de otra manera de los cómics extranjeros, en los cuales, los malos son los diferentes sean extraterrestres o suprahumanos. En el caso de México, tiende a ser: el/ella pobre, si es ebrio-a, drogadicto-a, egoísta, ambicioso-a, manipulador-a es malo, es malo para el honor como valor supremo -de todos- más que la propia dignidad humana. Lo bueno y lo malo en-si no existen, lo que existe son intereses de toda índole.
- 3) De una u otra manera predomina el individualismo sobre la individualidad y la colectividad.
- 4) Anteriormente los cómics estadounidenses poco consideraban la vida cotidiana, pensando en lo que proyectaban los superhéroes su vida diaria era de decorado. En el caso de algunas historietas mexicanas no ocurrió así,

en lo actual representan las costumbres de la “vida cotidiana”, cada título de historieta refiere ámbitos y escenarios diversos, tanto de lo urbano como lo rural, sólo que, están parcializados son casos o situaciones sin contexto sociopolítico.

- 5) En las historietas “cómicar” prosigue el “*happy end*”, no así en las historietas “rosas” o “sentimentaloides” que varían en ello.
- 6) Jóvenes y adultos en busca de la juventud y su felicidad “alienada”; adultos que quieren disfrutar como los jóvenes y, éstos conservar su privilegio, en la cultura del hedonismo.
- 7) Las historietas siguen siendo conservadoras y abusan del poder que tienen porque su función es preservar las estructuras de dominación política, económica y sociocultural en México.
- 8) Historietas proyectan estereotipos, mitos y símbolos dirigidos a diferentes públicos.
 - 9) Historietas dirigidas a reproducir la falsa conciencia.
- 10) Dan la imagen de conformismo en esa vida cotidiana, alentando una visión pasiva y acrítica del mundo, favoreciendo proyecciones hacia modelos oficiales, aunque los medios expresan que “lo hacen buscando la diversión de su público”.
- 11) Umberto Eco expresó que provocan emociones vivas y no mediatas (simbolizan la emoción).
- 12) Las historietas se valen de la publicidad en el interior o contraportada de la historieta; o bien de la propaganda en el STC-metro, a veces en radio. De su publicidad interior o de contraportada difunden las llamadas líneas “calientes” y las “mágicas”: tarot, horóscopos, propagadas por la mayoría de las editoriales. Cuestión que no sé analizó en la investigación. Aquí, se interpreta: a) auxilian o reforan al lector en su posible “soledad” su problema al relacionarse; b) es continuación de una lectura. En sí, son estímulos psicológicos alienados y maniqueos.
- 13) Los géneros policíaco, sentimental, de terror, del oeste entre otros se sincretizan satisfaciendo a todos los públicos. Los géneros se traspasan “perdiendo” la homogeneidad caracterizada de años anteriores. Conformándose la misma obra, mensaje, mismo efecto por ejemplo del policíaco al del oeste-vaqueros.

Cómo debe ser la imagen y la representación de la mujer en las historietas. Seres humanos que en la vida cotidiana presentan pluralidad de actividades: familia, trabajo, escuela, tiempo libre, instituciones. En ellas, los seres humanos se objetivan, forman su ambiente inmediato, sus “mundos” que es su visión de lo que es y hace en la sociedad dentro de una división social del

trabajo y una estructura social. En suma, debe reivindicarse al ser humano, al género humano.

Se considera que no solamente es la clase baja la única que compra historietas, insistiendo en que se debe analizar los por qué. Poco sabemos si es por ser lectores cautivos, por la atracción del personaje, por las historias o, la editorial. Una de las bases del por qué compran las historietas es por los estereotipos y mitos mexicanos casi siempre de la clase "popular". Un análisis semiológico de cada uno de los elementos de la historieta: líneas, colores, tamaños, contenido de argumentos, espacios, etcétera, ayudará a observar de manera crítica su lectura.

En cada década han variado los públicos como los argumentos de las historietas. Se piensa de los lectores de cómics que, por décadas los han considerado: personas de escasos recursos, y los neoalfabetas funcionales y quizás los analfabetas que ven los "monitos"; está la variable de los lectores de cómics con nivel económico medio y alto, y nivel de instrucción de bachillerato y de licenciatura, que en-sí, se vuelven lectores cautivos.

Se detallan de nuestra cultura cotidiana, sintetizan, "digieren" información, orientación y hasta entretenimiento para que "conservemos" nuestros esquemas mentales, el reflejo de una cultura particularmente esquemática. Aunado a ese esquema, "pantallas mentales" y códigos, están los estereotipos difundidos por los medios de difusión masivos. La historieta es la que más utiliza de manera lineal los estereotipos tanto en imágenes, como en diálogos.

El lector percibe de manera personal, aunque sabemos que esto tiene su implicación sociocultural. La atención del lector puede ser activa o pasiva, su interés se logra asociándole imágenes, expresiones verbales por su redundancia, aunque no analiza.

Los roles representados en los estereotipos están en una interacción simbólica, resultado de la socialización (el modo de producción social que integra imágenes o contenidos cultural-significativos y específicos de una visión del mundo y de la sociedad alienada).

La historieta no llega a ser un saber cotidiano para el lector porque en-sí el saber cotidiano es la suma de nuestros conocimientos sobre la realidad que utilizamos de un modo efectivo en la vida cotidiana.

Saber algo en la vida significa que el particular se apropia de las opiniones presentes, incorpora en ellas su propia existencia y adquiere así la capacidad de llevar a cabo los heterogéneos tipos de acciones cotidianos. Comprender significa apropiarse de la vida y ser capaz de transformarla y distinguir lo superficial de lo profundo, en busca de un fin concreto, según la función (Si olvida la existencia de estas diferencias de nivel, avanza hacia el fracaso de la vida cotidiana)⁴³⁸.

Se puede decir que:

- a) La ignorancia de los hechos, de las normas, de los conocimientos, que los argumentos de la historieta tengan, o bien, el lector obtenga es en su contra, por insuficiencia de lo que le otorgan en la historieta.
- b) La historieta algo tan irreal, fantástico, sensacionalista y general; por su parte el lector se alienará, lo que le impedirá distinguir la realidad.

Se reflexiona -con base a observaciones propias- las editoriales que publican historietas cómicas, en ellas existe una situación -latente- grave: el humor que le presentan al lector no le causa la gracia, la estridencia de la risa, menos la sonrisa de satisfacción y aceptación.

Situación grave porque los humoristas de las editoriales -descritas precedentemente- su labor no trasciende la libertad del humor, no motivan a sus lectores para que liberen sus tensiones y se rían de lo que creyeron era imposible idear, planear, desarrollar y hacer tanto en lo personal como en lo social.

Ese humorismo que no trasciende, no logra liberar la tensión del lector, se agrega además que la editorial al no obtener ambas cosas, se vale del sexo (pornografía) y la violencia (la invitación a la agresión). Cuestiones que, pueden provocar estímulos negativos.

Eysenck indica de probables efectos de leer literatura pornográfica. El sexo es despertado por estímulos condicionados que el individuo aprendió a percibir como excitantes y por actos imaginarios e ideas que tienen lugar en la cabeza, más que, por la cuestión de mecanismos fisiológicos. Sin duda, algunos productos de los medios de difusión masiva son peligrosos, porque condiciona a los individuos, aunque, el material de estas historietas "de humor", pornográficas, no tienen un efecto pronunciado sobre la conducta del lector.

⁴³⁸ Ibid, p.347.

Aun así, este material, conjuntado con otros productos de los medios de difusión masiva es peligroso, ante ello es necesario una investigación más profunda, como se mencionó en el Capítulo III.

Mattelard, Dorfman y L. Silva, por mencionar algunos autores, manifestaron que aquéllos que defendían a ultranza el “*American Way of Life*” o “*American Dream*” son personas aleccionadas, alienadas, apegadas a ese estilo de vida, aunque vivan en un país subdesarrollado; al defender ese estilo de vida defienden la burguesía de los EE.UU.

Para Malvido y Martínez con relación a los analistas de historietas, quienes apuntan los análisis en sí deben revisar las novedades. Comparar y realizar un estudio sobre el género periodístico que desarrolla si es igual o mejor que las otras editoriales de su categoría.

Constitucionalmente está garantizada la libertad de expresión, esto es motivo para que las editoriales de historietas afirmen que los analistas, la opinión pública y las autoridades, dicha libertad se las coarten.

Hay libertad de expresión pero también, la responsabilidad de conocer y profundizar en el tema que se opina. De esto, se nota un cambio en la actualidad; especialistas de su disciplina o de un tema son los que escriben en los diarios, sea en artículos de fondo, columnas o reportajes.

En la actualidad, de un comunicador hay más responsabilidad ante un medio, el captar del contenido, el mensaje que envía. Por otro lado, hoy sabemos que no bastó con negarles a los seres humanos la existencia de ciertas cosas, que en sí, debe conocerlas para aquilatar, comprender, reflexionar la valía de ellas.

Además constitucionalmente está garantizada el derecho de la educación, entre está la informal, en la cual, las editoriales caben e intervienen. Ellos por ser integrantes de un Estado, también tienen responsabilidades. En sí, todo medio de difusión masivo debe tener responsabilidad de lo que difunde de manera abierta y extensa.

Se observo en el Capítulo I en *La Historieta y la Legislación*, como el Gobierno creó la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (CCPRI), la cual, los analistas indican que a pesar de la labor de censura que realizan, no hay minuciosidad de lo temás, los argumentos, las editoriales, destacándose dos asuntos: 1) existe una libertad de expresión que

Gobierno y Editoriales “hacen” ambigua; 2) La CCPRI no retira publicaciones que han sido criticadas por la opinión pública y además, no se restringe la libertad. Más de fondo es que, al reproducir la ideología burguesa en las historietas no significa que exista la libertad de expresión sino al contrario.

Una investigación acerca de la recepción, de las audiencias no ha sido sistematizado, tampoco por características de personas, por audiencias cautivas, esporádicas o variables, contexto personal y social y, su relación con cada uno de los medios. Los lectores, o los públicos, hacen uso de los medios: TV, radio, prensa, revistas según sus edades, sus actividades, etcétera. Sería adecuada un registro, ante todo de personajes o situaciones críticas y complejas. Lo que realicen en las escuelas es y será fundamental, pero bien sabemos que los cambios son y serán lentos, por la misma “educación”, conformación que hay en cada uno de los receptores.

El comportamiento de consumo llamado también comportamiento “de impulso”, al igual que todo comportamiento humano, está dotado de una significación, posee una finalidad precisa “(...) aunque ésta pueda esconderse al mismo agente, que no tiene conciencia de ella (...)”⁴³⁹. Por lo tanto nuestra conducta en lo que se refiere al consumo está representada por acciones que podrían definirse como “substitutivas”, “de desplazamiento” o “compensatorias”.

Se propone, primeramente se realice una evaluación de las historietas, luego un cuestionario o encuesta al respecto y después el muestreo de base a estas ideas: 1) observen el promedio del tiraje semanal; 2) cálculo aproximado de ventas a la semana; 3) subtotal de lectores (que compran esa historieta); 4) comparación del subtotal de la población de esa delegación; 5) comparación de todas las delegaciones del D.F; 6) comparación total de la población de la República Mexicana. En cuestión de aspectos psicológicos: comportamiento, toma de decisiones, actitud, valores: personales, sociales y universales.

Midiendo a la vez, los niveles de sensibilización de los lectores ante la exhibición de historietas: a) comerciales-industriales; b) artísticas, culturales, estéticas, didácticas.

Se ofrece que, en las delegaciones realicen un Certamen del Cómic para fomentar su uso didáctico, su promoción cultural y de los valores humanos, su fomento del y como arte. Aunque, en este caso me inclinaría por aquellos

⁴³⁹ Dogano, Fernando: *Psicopatología del Consumo Cotidiano*. Gedisa, Barcelona, 1984, p.18.

que lo realicen de manera colectiva. Contactar con especialistas que han investigado una posible estrategia de Educación para la Recepción Crítica de los Mensajes de los Medios de Difusión Masivos para realizar cursos y talleres al respecto; al igual de auxiliarse con ONG'S que estudian la comunicación y los derechos humanos.

El lector ¿qué puede hacer? Analice su interior o como bien lo explicó Mariano L. Coronado en el *Conocimiento Propio y la Salud Mental (1966)*: En un plan de auto-educación, observemos nuestra falta de interés, nuestras resistencias (disgusto, repulsión, hostilidad, temor o antagonismo) a las personas, las ideas, los hechos que llenan nuestro mundo, al destruir esas resistencias, renace el interés, disfruta de la realidad, del ambiente.

Tomando en cuenta tres principios de higiene mental, el conocimiento propio se realiza, cuando el individuo, toma conciencia de su propia vida; nota su proceso individual y estudia la significación de lo que ve en ella, ante todo de manera abierta, receptiva, llena de curiosidad. Cuando descubre cada día algo nuevo y valioso sobre sí mismo, sobre sus perturbaciones, conflictos, sufrimientos y ansiedad.

En otra cuestión -aunque apeándolo a los medios de difusión masivo- los padres y maestros han de observar cuidadosamente el comportamiento de los niños que se hallan a su cuidado, para detectar cualquier síntoma que indique que se entregan a la enajenación y actuar con rapidez a fin de eliminar las causas que están induciéndole a emplear esa clase de escape -que en-sí no hay que relegarla, lo es si a los lectores- los “aleja” de la realidad social.

Otra manera de enfrentar y evitar conflictos es en la denominada *Micropsicología*, que Elisabeth Rohmer y Abraham Moles: ¿Es bueno o malo para mí? Y estimar al menor por comparación, su tamaño. Por ejemplo, el estudio micropsicológico del acto de comprar -pone el ejemplo del- cómic en un puesto de periódicos:

Los lectores realicen - un Análisis de la situación: - un Análisis del estímulo:
 - un Análisis del acto: Rohmer y Moles sugieren que pensemos en microescenarios que expresen los actos minúsculos, los sentimientos, los valores, los conflictos internos, las penas y las situaciones falsas convertidos en objetos de conocimientos.

En el desarrollo de esta investigación se trató de *demostrar la poca o nula vinculación de las historietas con la vida cotidiana de los lectores, los cuales, aceptan sin cuestionamientos los contenidos-mensajes dados por el emisor de ese medio.*

Al respecto se observan tres escrutinios:

- a) Subsiste una relación del lector con la historieta dentro de la vida cotidiana, es una vinculación de comprador-mercancía. Sin embargo, lector al comprar las historietas, “las “ingresa” a más escenarios: el familiar, el trabajo, la escuela, etcétera.
- b) Existe el nexo del lector con la historieta porque, está refleja la vida cotidiana, cuestión que es relativa. El contenido en las historietas muestra una situación o tema que en-sí es un fragmento, una muestra parcial y alienada de la vida diaria por lo cual, esa ligazón es poca. En la vida cotidiana existen: las personas que son plurifacéticas en actividades diversas que la conforman como ser humano.
- c) La unión del lector con la historieta - de estas editoriales analizadas- no es abierta y continua es variable; los lectores de dichas historietas -o editoriales- no son lectores coleccionistas o fanáticos, son ocasionales o regulares. Se debe considerar que, más que el vínculo, el uso que el lector realice de ese género de los medios de difusión masivos.

Otro supuesto era, *demostrar como las lecturas de las historietas puede fomentar la agresión y la discriminación de los sexos.*

Observándose en la revisión de la literatura y la relación con el supuesto descrito, algunas pruebas: El primer ejemplo data de la década de los cuarenta (Efrén Hernández, revista *Futura*, 1940. Capítulo IV). De niños, la imitación por comportamiento. El segundo tipo, también niños, imitación por comportamiento; la tercera muestra, los campesinos de La Laguna (Refirió Juan Victor Estañon Aguirre. Capítulo III, página 209), por imitación evocativa; ambos modelos de los años setenta. El cuarto prototipo, imitación que puede ser por comportamiento o evocación (lo describió Jorge Gonzalez, Capítulo IV, página 267), Teodoro Bondy de las lecturas de pornografía a violador; norma que puede ilustrar la suposición. Cuatro ejemplos que fueron verídicos.

Se mencionan las ideas surgidas al respecto: -Era el auge de las historietas, de los *comic book*; -no existían otros entretenimientos; -el nivel de instrucción era menor. Aquí “brincan” otros elementos”: -la relación e integración familiar de esos lectores -afectados; -tanto los lectores y su familia aun no aplicaban su criterio de lo que percibían de dicho medio.

De la lectura de las investigaciones acerca de la historieta, se noto cómo en décadas pasadas, la mayoría de los lectores aceptaban los argumentos, los contenidos de las historietas. Era a la vez, aceptar la agresión, la manipulación y la discriminación de los sexos. Esto desde que la historieta surge como tal hasta llegar a nuestros días. Claro está que hubo cambios sociales.

Se observo -en las hojas precedentes- que la fomentación de la agresión y la discriminación de los sexos, es relativo. Lo que corresponde a la agresión, se advirtió que dicho efecto es mínimo. De los medios como la TV y el cine, es más posible sus efectos.

De lo que corresponde a la discriminación de los sexos se observan dos variables: a) las historietas de las editoriales revisadas sí muestran la discriminación de los sexos, sí muestran la construcción sociocultural del género *lo que deber ser* lo masculino y lo femenino. Por ello, vivifican además de la discriminación de los sexos, el sexo como una relación “efectivista”, sensacionalista, no es el sexo conllevado como una relación dada por una educación sexual.

Empero, este tipo de literatura aunque fomente la discriminación y ese tipo de relación con el sexo opuesto, se vuelve relativo porque depende de dos factores: 1) el uso que los lectores -o sus esquemas mentales- tengan de ése grupo literario, además, el efecto de la historieta se “dá” en la lectura porque después, los lectores “entran” en otra actividad; 2) la educación familiar, nivel de estudios y sus relaciones personales y sociales, cada una -entre otras más- varía el tipo de relación.

Se observa de la historieta, género de los medios de difusión masivos, dos procesos diferentes: a) como un género de dichos medios, por sí mismo; b) un género de los medios de difusión masivos que complementa o se adiciona con los otros medios de difusión por las atmósfera o ambientaciones que

crean. Medios inmersos en un sistema, el sistema neoliberal (descrito en el Capítulo I, página 38).

El objetivo general: *Conocer de los lectores qué perciben, valoran y aprenden de las historietas que manejan el género, la agresividad como "algo" que es parte de la vida cotidiana.*

Como se afirmó en el segundo supuesto, la aceptación de la agresión, la manipulación -derivación del poder- y la discriminación de los sexos continua dentro de las historietas en lo actual. Sin embargo, han surgido dinámicas sociales que han transformado dicha relación:

- A) Las generaciones recientes -de lectores- las cuales tanto por sí mismas, como por la sociedad -les- crean otros satisfactores, otro tipo de entretenimientos;
- B) Existen más opciones de estudios técnicos, administrativos, humanistas, sociales etcétera;
- C) Las generaciones actuales tienen diferentes estándares de vida, otro tipo de relación familiar como otro tipo de relación de pareja. A nivel general, la sociedad -las instituciones empiezan a participar- ya no tolera: la agresividad, la manipulación y la discriminación de los sexos, dentro de la familia, en las relaciones sociales en y, dentro de los medios de difusión masivos.

Se aclara que, al no efectuar la práctica de campo -que dirigiría o centraría más la investigación- vuelve relativo el objetivo general que dependió de investigaciones de otras décadas, en las cuales, los lectores aceptaban como "algo" que era parte de la vida cotidiana, la agresión y la discriminación de los sexos.

Se atendió además otros objetivos particulares:

- a) la historieta de los años noventa han diversificado sus temas, llegan incluso a tratar temas que en décadas pasadas eran tabú: el incesto, el aborto, el adulterio, la homosexualidad, la violencia intrafamiliar;
- b) las historietas didácticas sobre todo de editoriales independientes también crean -decurrida o accidentalmente- la construcción sociocultural del género;
- c) de las mismas editoriales independientes que producen historietas didácticas o alternativas, puede ser viable que crearan una

- editorial que trabaje para instituciones educativas o trabaje por peticiones;
- d) los tres poderes de la Unión no son representados en las historietas, a la vez, el Gobierno Federal y las editoriales no se complementan para difundir y orientar sobre diversos tópicos, un ejemplo, acerca de protección civil;
- e) la representación del alcoholismo, la del sexo, de la agresión o la violencia, las editoriales de comics no la justifican, por lo cual hay un maniqueísmo, un ideologismo y una alineación hacia el lector;
- f) las llamadas historietas”cómicas en-sí, no lo son porque su humor no trasciende la libertad del humor, no libera la tensión del lector.

En éste trabajo existen limitaciones, “faltantes” que complementarían la investigación. “Faltantes” dentro de lo que es la perspectiva de género y, de lo que es la sociología de la vida cotidiana sistematizándola con los conceptos de éste trabajo.

BIBLIOGRAFÍA:

Aguirre Beltrán, Gonzalo. *El Proceso De Aculturación*, Ediciones de la Casa Chata, núm.15, México 1982, 226 pp.

Aguirre, Jesús María y, Bisbal, Marcelino. *La Ideología Como Mensaje y Masaje*. Editores Monte Avila Latinoamericana, Caracas, Venezuela, © 1990, 360 pp.

Alsina, José. *La Mitología*. Ediciones y Publicaciones Sayma, Barcelona, España, 1962, 117 pp.

Amezquita Sánchez, Ana María Del Pilar y, Guerrero Flores, María Teresa Del Rosario. *La Historieta: Sus Personajes Como Reforzadores del Sistema Social. Análisis de Contenido de Lágrimas, Risas y Amor En Su Serie “El Pecado de Oyuki”*. FCPyS-UNAM, México, 1986, 140 pp.

- editorial que trabaje para instituciones educativas o trabaje por peticiones;
- d) los tres poderes de la Unión no son representados en las historietas, a la vez, el Gobierno Federal y las editoriales no se complementan para difundir y orientar sobre diversos tópicos, un ejemplo, acerca de protección civil;
- e) la representación del alcoholismo, la del sexo, de la agresión o la violencia, las editoriales de comics no la justifican, por lo cual hay un maniqueísmo, un ideologismo y una alineación hacia el lector;
- f) las llamadas historietas”cómicas en-sí, no lo son porque su humor no trasciende la libertad del humor, no libera la tensión del lector.

En éste trabajo existen limitaciones, “faltantes” que complementarían la investigación. “Faltantes” dentro de lo que es la perspectiva de género y, de lo que es la sociología de la vida cotidiana sistematizándola con los conceptos de éste trabajo.

BIBLIOGRAFÍA:

Aguirre Beltrán, Gonzalo. *El Proceso De Aculturación*, Ediciones de la Casa Chata, núm.15, México 1982, 226 pp.

Aguirre, Jesús María y, Bisbal, Marcelino. *La Ideología Como Mensaje y Masaje*. Editores Monte Avila Latinoamericana, Caracas, Venezuela, © 1990, 360 pp.

Alsina, José. *La Mitología*. Ediciones y Publicaciones Sayma, Barcelona, España, 1962, 117 pp.

Amezquita Sánchez, Ana María Del Pilar y, Guerrero Flores, María Teresa Del Rosario. *La Historieta: Sus Personajes Como Reforzadores del Sistema Social. Análisis de Contenido de Lágrimas, Risas y AmordEn Su Serie “El Pecado de Oyuki”*. FCPyS-UNAM, México, 1986, 140 pp.

Anverre, Ari. *Tendencias y Perspectivas de Las Industrias Culturales. Concentración e Internacionalización: Modificación De la Función de los Artistas. En Industrias Culturales. El Futuro de la Cultura en Juego.* Ari, anverre, et. al. UNESCO, París/FCE, México, 1982, 309 pp.

Aurrecoechea, Juan Manuel y, Bartra, Armando. *Puros Cuentos, La Historia de la Historieta en México 1874-1934,* CONACULTA-Museo Nacional de las Culturas Populares-Grijalvo, México 1988, 291 pp.

- *Puros Cuentos, La Historia de la Historieta en México 1934-1950,* Número 2, CONACULTA, Grijalvo, México, 1993, 465 pp.

- *Puros Cuentos. La Historia de la Historieta en México 1934-1950,* Núm.3, CONACULTA-Grijalvo, 1994, 533 pp.

Barbieri, Daniele. *Los Lenguajes de los Comic,* Ediciones Paidós, Barcelona, España, 1993, 285 pp.

Barbieri, Teresita: *Sobre Género, Prácticas y Valores: Notas Acerca de Posibles Erosiones en el Machismo Mexicano.* En *Normas Y Prácticas Morales y Cívicas en la Vida Cotidiana.* Compilador: Juan Manuel

Ramírez Sáiz. CIIH-UNAM-Porrúa, México 1990, 237 pp.

Barthes, Roland. *Mitologías,* Editorial Siglo XXI, México © 1980, 257 pp.

Baron-Carvais, Annie: *La Historieta.* Colección Popular. Número 22. FCE, México, 1988, 161 pp.

Becerra Flores, María Margarita. *Análisis del Discurso Ideológico de la Historieta: "Los Picapedras" y Sus Repercusiones Sociales en el Niño de 6 a 12 Años.* UNAM-Aragón, México 1986, 118 pp.

Beristain, Helena. *Gramática Estructural de la Lengua Española,* UNAM, México, 1981, 522 pp.

Berkowitz, Leonard: *Agresión. Causas, Consecuencias y Control.* Editorial Desclée de Brower. Biblioteca de Psicología. Bilbao, España, 480 pp.

Bernal, Ignacio: *Formación y Desarrollo en Mesoamérica,* en *Historia General de México,* vol. 1. El Colegio de México, México 1976, 734 pp.

Bettelheim, Bruno: *Psicoanálisis de los Cuentos de Hadas*. Editorial Crítica-Grupo Editorial Grijalvo. Barcelona, España, 1988, 463 pp.

Bisbal, Marcelino: *Mirada Comunicacional*. Alfadil Ediciones, Caracas, Venezuela, 1994, 241 pp.

Bleichmar, Emilce Dio. *El Feminismo Espontáneo de la Histeria, Estudio de las Transformaciones Narcisistas de la Femenidad*. Siglo XXI Editores, Madrid, España, 1991, 200 pp.

Bock, Philip K. *Introducción a la Moderna Antropología Cultural*. FCE, México, 1977, 584 pp.

Bohman, Karin. *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*. Conaculta, Alianza Editorial Mexicana, Editorial Patria, México 1986, 397 pp.

Borrás, Leopoldo. *Historia del Periodismo Mexicano, del Ocaso Porfirista al Derecho a la Información*, UNAM, México 1983, 215 pp.

Bustos Romero, Olga: (Ponencia) *Los Estudios Sobre La Mujer Y La Categoría De Género En La Investigación*, I Coloquio sobre Problemas Teórico- Metodológicos

acerca de los Estudios de las Mujeres y de los Géneros. Organizo el Programa Universitarios de Estudios de Género. UNAM, 13-15 Nov., 1991, 14 Pp.

- *"Socialización, Papeles (Roles) de Género e Imagen de la Mujer en los Medios Masivos: ¿Quiénes Perciben los Estereotipos Difundidos?"* En *La Investigación sobre la Mujer: Informes en sus Primeras Versiones*. Compiladoras: Salles V., Y Mc Phail, E. Colegio De México. Serie Documentos de Investigación, núm. 1, México, 1988.

- *Violencia en la Televisión Infantil en México. Un Análisis con Enfoque de Género*. Congreso Interdisciplinario sobre Violencia y Género. Organizado por la Asociación de Estudios de Históricas de la Mujer. Universidad de Málaga, Málaga, España, 29, 30 de Noviembre De 2000, 14 pp.

Boulding, Kenneth. *Las Tres Caras del Poder*. Ediciones Paidós, Buenos Aires, Argentina, 320 pp.

Butler Flora, Cornelia. *Roasting Donald Duck: Alternative Comics and Photonovels in Latinamerican*, en *Journal of Popular Culture*, vol. 18, summer, num.1, Bowling Green State University, Ohio, 1984, 183 pp.

Cabruja, Teresa. *Género y Valores: su Conjugación en las Teorías de la Identidad y las Relaciones de Género desde una Perspectiva Desconstruccionista*. Fotostáticas, Barcelona, España, 1985, 123 pp.

Carmona Fernández, Alma y, Herrera Moreno, Martha Isabel. *Principales Características de las Historietas y Fotonovelas en México*. Facultad de Psicología-UNAM, México, 1982, 170 pp.

Carrancá y Trujillo, Raúl y, Carrancá y Rivas, Raúl. *Código Penal Anotado*, Editorial Porrúa, México, vigésima segunda Edición, 1999, 1210 pp.

Cassigolli Salomon, María Isabel y, Barrios Perelman, María Alicia. *Poder, Medios de Comunicación Masiva y Vida Cotidiana*. FCPyS-UNAM, México, 1983, 199 pp.

Coma, Javier. *Del Gato Felix al Gato Fritz, Historia de los Comics*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España, 1979, 204 pp.

- *Los Comics un Arte del Siglo XX*. Editorial Labor, Punto Omega, Madrid, España, 1978, 258 pp.

Corominas, Joan. *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Española*, Editorial Gredos, Madrid, 1990, 627 pp.

Coronado, Mariano L. *El Conocimiento Propio y la Salud Mental*. Editorial Orion, México 1966, 252 pp.

Corral, Manuel. *Comunicación Popular y Necesidades Radicales*. La Red De Jonas. Premio Editor. México 1988, 141 pp.

Costa, Joan. *Diseño, Comunicación y Cultura*. Premio FUNDESCO de Ensayo. Los Libros de FUNDESCO, Madrid, España, 351 pp.

Cuevas Sosa, Andrés A. *Psicoanálisis de la Vida Cotidiana*. Editorial Posada, México, 1988, 269 pp.

Charles C. Mercedes *Construcción de la Identidad de Género en la Comunicación Masiva*. En *Estudios de Género y Feminismo II*. Patricia Bedolla y Olga Bustos, Compiladoras. Editorial Fontamara-UNAM, México, 1993, 408 pp.

Díaz-Guerrero, Rogelio. *Psicología del Mexicano. descubrimiento de la Etnopsicología*. Editorial Trillas, © 1994, México, 412 pp.

O J O

Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo, Martínez de Souza, Editorial Paraninfo, Barcelona, España, 1991, 579 pp.

Diccionario de Política (L-Z), p. 1217-1227, dirigido por Norberto Bobbio y Nicola Matteucci. Siglo XXI Editores. México, 1982, pp.

Diccionario De Sociología: Galiano, Luciano. Siglo XXI Editores, México, Primera Edición En Español, P.711-712 1995, 1003 pp.

Doelker, Cristian. *La Realidad Manipulada Radio, Televisión, Cine y Prensa*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España, 1982, 212 pp.

Dogano, Fernando: *Psicopatología del Consumo Cotidiano*. Gedisa, Barcelona, España, 1984, 246 pp.

Dolores Melitón, Fernando y, Zamarripa Rodríguez, Héctor. *El Comic Comercial y Educativo en*

México. Una Sugerencia Experimental. ENEP-Aragón-UNAM, México 1995, 324 pp.

Dorfman, Ariel. *Patos, Elefantes y Héroes, la Infancia Como Subdesarrollo*. Ariel Editor-Planeta, México, © 1994, 219 pp.

El Comic Es Algo Serio. Ediciones Eufesa, México 1982, 198 pp.

- Monsiváis, Carlos. *Y Todo El Mundo Dijo ¡Gulp!*

- Taibo II, Paco Ignacio. *Prologo*.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*, Editorial Lumen, Barcelona, España, © 1990, 366 pp.
- *La Estrategia de la Ilusión*, Editorial Lumen, Barcelona, España, 1986, 380 pp.

Enciclopedia Universal Ilustrada Europea-Americana, Tomo XXVII, Espasa-Calpe, Madrid, España 1992, 180 pp.

Erreguerena Albateiro, María Josefa. *Análisis Semiológico del Comic como Medio de Comunicación Aplicado en México*. Universidad Anáhuac, México, 1979, pp.

Escamilla Olivera, Alejandro. *La Lengua Verde de Simón Simonazo*. FCPyS-UNAM, México, 1987, 163 pp.

Escarcega Pérez, José Luis: *Algo en que Creer. La Historia de Norteamérica a Través de sus Historietas*. FCPyS-UNAM, México 1997, 213 pp.

Estañon Aguirre, Juan Víctor. *Análisis Jurídico de las Historietas Infantiles y Juveniles dentro de la Criminología Social, en Relación con el Artículo 200 del Código Penal para el Distrito Federal*. ENEP-Aragón-UNAM, México 1994, 184 pp.

Esteinou Madrid, Javier. *Sociedad Moderna y Medios de Comunicación, en Reflexiones Universitarias* núm.7. UAM, Unidad Xochimilco, México 1995, 85 pp.

Eysenck, H.J. *Usos y Abusos de la Pornografía*. Alianza Editorial, Madrid, España, © 1979, 210 pp.

Fernández Collado, Carlos y, Dhanke, Gordon L. *La Comunicación Humana, Ciencia Social*. McGraw Hill, México, 1994 468 pp.

Fernández Christlieb, Fátima. *Los Medios de Difusión Masiva en México*, Juan Pablos Editor, México 1982, 330 pp.

Fernández Lozano, Andrés: *La Historieta Poética, un Diseño Alternativo para el Comic*, ENAP-UNAM, México 1997, 99 pp .

Fiske, John. *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Editorial Norma, Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación, Colombia, 1984, 146 pp.

Flores Jiménez, María del Rosario. *Kalimán, El Hombre Increíble Análisis Mítico-Ideológico de una Historieta*. FCPyS-UNAM, México 1982, 284 pp.

Fraerman, Alicia. *La Globalización de las Comunicaciones: Realidades y Desafíos para las Relaciones de Género*. En *Género, Clase y Etnia en los Nuevos Procesos de Globalización*. Virginia Maqueira y María Jesús Vara Editoras. Ediciones de La Universidad Autónoma de Madrid. Instituto Universitario de Estudios de La Mujer, 1997, 280 pp.

Fromm, Erich. *El Lenguaje Olvidado, Introducción a la Comprensión de los Sueños, Mitos y Cuentos de Hadas*, Librería Hachette, Buenos Aires, Argentina, 195 pp.

Gallagher, Margaret. *La Mujer y las Industrias Culturales. En Industrias Culturales. El Futuro de la Cultura en Juego*. Ari Anverre, et. al. UNESCO, París/FCE, México 1982, 309 pp.

Gallo Tirado, Miguel Angel. *Los Comics, un Enfoque Sociológico*, Ediciones Quinto Sol, México, 1985, 296 pp.

García Canclini, Canclini: *Las Culturas Populares en el Capitalismo*. Editorial Nueva Imagen, México © 1984, 224 pp.

García Gual, Carlos. *La Mitología, Interpretación del Pensamiento Mítico*. Editorial Montesinos, Barcelona, España, 1987, 133 pp.

García Urrutia, M. Manuel. *La Comunicación y los Sindicatos. El Concepto fe FAT. En Comunicación y Democracia*. Javier Esteinou Madrid, Editor. VI Encuentro Nacional CONEICC, México, 1992, 378 pp.

Gómez Hernández, Mauricio. *La Historieta como Vehículo Expresivo Autónomo*. ENAP-UNAM, México 1996, 124 pp.

Gómez Maganda, Guadalupe: Conferencia Magistral. En Memoria el *Primer Taller Nacional sobre Violencia Intrafamiliar. Legislación y su Aplicación*. Comisión de Equidad y Género De la H. Cámara de Diputados, LVII Legislatura, México, D.F., 1999, 317 pp.

González de la Vega, Francisco. *El Código Penal Comentado*, Editorial Porrúa, © 1989, México, 473 pp.

González Marín, María Luisa. *Mitos y Realidades del Mundo Laboral y Familiar de las Mujeres Mexicanas*. UNAM-IIE-Siglo XXI, México 1997, 179 pp.

Gubern, Roman. *Comunicación y Cultura de Masas*, Editorial Península, Barcelona, España, 1977, 300 pp.

- *El Lenguaje de los Comics*. Editorial Península, Barcelona. España, ©1974, 184 pp.

Gutiérrez Vega, Hugo. *Observaciones sobre el Cine, la Radio, la Televisión y las Historietas Cómicas*. RMCP, Núm.74, N. FCPyS-UNAM, México, Oct-Dic. 1973, 126 pp.

Hacker, Friedrich: *Agresión*. Ediciones Grijalvo, Barcelona, España, 1973, 548 pp.

Heller, Ágnes. *Sociología de la Vida Cotidiana*, Ediciones, Península, Barcelona, España, 1977, 418 pp.
- *Instinto, Agresividad y Carácter. Introducción a una Antropología Social Marxista*. Ediciones Península, Barcelona, España, 203 pp.

Herner, Irene y, Chellet, María Eugenia. *Mitos, y Monitos*. Editorial Nueva Imagen-UNAM, México 1979, 318 pp.
- *Museo y la Historieta. En Cultura y Comunicación de Masas*. RMCP, año XX, n.é. FCPyS-UNAM, México, Abril-Junio 1974, 132 pp.

Hinds Jr, Harold Y, Tatum, Charles: *"Images of Woman"* En *Journal Popular Culture*, vol. 18, núm. 1, p. 147-161. Bowling Green State University, Ohio, E.U.A. 1984, 183 pp.

- *"Kaliman Mexico's most Popular Superhero"* En *Studies in Latinamerican Popular Culture*, vol. 4. Editors: Harold E. Hinds Jr and Charles Tatum. Division of Social Sciences. University of Minnesota, Morris, E.U.A. 1985, 249 pp.

Hoff, Anabelle. *El Poder Del Poder*. Editorial Diana. México, 1987, 152 pp.

Ibarra García, Laura. *Las Relaciones entre los Sexos en el Mundo Prehispánico. Una Contribución a la Sociología del Amor y del Poder*. Editorial Porrúa, 253 pp.

Krist, Ernt. *Psicoanálisis de lo Cómico. Psicología de los Procesos Creadores*. Ediciones Paidós, Buenos Aires, Argentina, © 1964, 182 pp.

La Educación Para Los Medios De Comunicación (Antología). Coordinador Roberto Aparici. Universidad Pedagógica Nacional, México, 1997.

- Alonso, Aurora y, Luviano, Guadalupe H: *"Comunicación y Educación"*,

- Sánchez Sosa, María Elena: *"El Proceso de Recepción"*, Fascículo 8, 47 pp.

- Lamas, Marta. *Usos, Dificultades y Posibilidades de la Categoría "Género"*. En la *Construcción Cultural de la Diferencia Sexual*. PUEG-UNAM, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, México 1996, 367 pp.
- Lefebvre, Henry. *La Vida Cotidiana en el Mundo Moderno*. Alianza Editorial, Editorial Madrid, 1972, 255 pp.
- Maldonado Gutiérrez, Judit Cecilia. *El Comix Transnacional. El Caso de México*. FCPyS-UNAM, México 1995, 84 pp.
- Malvido Arriaga, Adriana y, Martínez Arana, María Teresa. *La Historieta en México, Ciclo de Producción, Distribución y Consumo en los Años Ochenta (Reportaje)*, UIA, México 1992, 260pp.
- Martínez Maza, Miriam; Tlaltepa Meléndez, Jorge; Zamora Díaz, David: *Las Historietas en las Colecciones de la Biblioteca en México*. Colegio Nacional de Bibliotecarios, Universidad Autónoma de Baja California, México 1993, 222 pp.
- Mason, Edgar. *México y sus Mexicanos una Explicación de la Idiosincracia Mexicana*. Editorial Posada, México 139 pp.
- Mattelart, Armand y et. al. *La Comunicación Masiva en el Proceso Político Latinoamericano*. En *Comunicación y Cultura*, núm. 6. Editor Nueva Imagen, México 1978, 196 pp.
- Mattelart, Michelle. *La Cultura de la Opresión Femenina*. Editorial ERA, México, 1977, 206 pp.
- Mészáros, István: *La Reproducción Social del Metabolismo Social del Orden del Capital*. En *Revista Dialéctica*, Nueva Época, año 22, núm.31, primavera 1998, Puebla, México, 183 pp.
- Meza Rincón, Gerardo: *El Comix Norteamericano, su Influencia y Trascendencia en los Adolescentes Mexicanos*. ENEP-Aragón-UNAM, México, 1997, S/N.
- Mier y Terán Rocha, Carmen y, Suárez Guerrero, María Guadalupe: *Estudio de la Pobreza. Una Posición Psicosocial*. En *Procesos Rurales y*

Urbanos en el México Actual. Alejandro Massolo y et.al. UAM-Iztapalapa, México 1991, 219 pp.

Mitos Mexicanos, Florescano, Enrique (Coordinador).

Editorial Aguilar, Nuevo Siglo, México 1995, 315 pp.

- Fernández Perera, Manuel: *El Macho y el Machismo en México.*

- González Rodríguez, Sergio: *La Prostituta: Mito e Imagen.* - Lamas, Marta: *¿Madrecita Santa?*

- Monsiváis, Carlos: *Léperos y Catrines, Nacos y Yupies.*

Moragas Spa, Miguel de. *Sociología de la Comunicación de Masas,* Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España, 1984, 614 pp.

- *Teorías de la Comunicación, Investigación sobre Medios en América y Europa,* Editor Gustavo Gili, Barcelona, España, 1981, 362 pp.

Muñoz Alvarez, Víctor Manuel. *El Comic en la Publicidad.* ENEP-Aragón-UNAM, México, 1988, 770 pp.

Muñoz, Sonia: *Apuntes para la Reflexión: Mujeres Populares y Usos de los Medios Masivos de Comunicación,* En Género e

Identidad. Ensayos sobre lo Femenino y lo Masculino. Luz Gabriela Arango; Magdalena León; Mara Viveros, Compiladoras. TM Editores, Ediciones. Uniandes, UN. Fac., de Ciencias Humanas, Colombia, 1995, 293 pp.

Oranday Dávila, Stella: *La Noción de la Mujer en la Ideología y la Filosofía Contemporánea* (ensayo). Fotostáticas, marzo del 2001, 21 hojas.

Ortiz Leroux, Sergio: *Reflexiones sobre la Violencia Contemporánea,* en *Estudios Políticos.* Revista De Especialidades de Ciencia Política y Administración Pública, cuarta época, núm. 14, p.45-63, Enero-Abril 1997.

Paramio, Ludolfo. *Mito e Ideología,* Editor Alberto Corazón, Madrid, España, 1971, 111 pp.

Parlamento de las Mujeres en México. Comisión Bicameral Cámara de Diputados y Cámara de Senadores. 7 Y 8 de Marzo 1998, Comisión de Equidad y Género. H. Cámara de Diputados LVII Legislatura. María de Jesús Méndez Alvarado, Recopiladora, México, 1999, 220 pp.

Pearson, Judy C. Turner, Lynn C. Tood-Mancillas, W. *Comunicación y Género*. Ediciones Paidós, Barcelona, España, 1993, 440 pp.

Periodismo Académico (Scholastic Journalism), Comprensión de Revistas. Earl English; Clarence Hach. Ames, Iowa, E.U.A. Edamex, 1988, p.342-343.

Pinto Mazal, Jorge. *Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva*. México, FCPyS-UNAM, 1977, 405 pp.

Pinuel Raigada, Jose y, Gaytan Moya, Juan Antonio *Metodología General del Conocimiento Científico e Investigación en la Comunicación Social*. Editorial Síntesis, Madrid, España, 1995, 635 pp.

Poloniato, Alicia. *La Lectura de los Mensajes. Introducción al Análisis Semiótico de los Mensajes*. ILCE, México, 1998, 194 pp.

Portilla, Jorge. *Fenomenología del Relajo*. FCE, México, 1984, 213 pp.

Prieto Castillo, Daniel: *Retórica y Manipulación Masiva*. Edicol, México, 1979, 187 pp.

Quartucci, Guillermo: *La Imagen de Japón en los Cómic de México*. En *Estudios de Asia y Africa*, núm. 59, vol. XIX, núm.1. El Colegio de México, Enero-Marzo, México 1984, 135 pp.

Quiroga, Ana P., y, Racedo, Josefina. *Crítica a la Vida Cotidiana*. Ediciones Cinco. Buenos Aires, Argentina, 1988, 89 pp.

Rabasa, Emilio O, y, Caballero, Gloria. *Mexicano esta es Tu Constitución*, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa y H. Cámara de Diputados. LV Legislatura. CRICP-III-CRE, México, 1993, 360 pp.

Ramiro Beltrán, Luis y, Fox de Carmona, Elizabeth. *Comunicación Dominada: Estados Unidos en los Medios de América Latina*. Instituto Latinoamericana de Estudios Transnacionales-Editorial Nueva Imagen, México 1980, 176 pp.

Reeves Sanday, Peggy. *Poder Femenino y Dominio Masculino sobre los Orígenes de la Desigualdad*

Sexual. Editorial Mitre, Barcelona España, 1986, 301 pp.

Reyes Fragoso, Arturo. *Análisis de la Creación de una Historieta Infantil, un Caso Específico: "Los Pequeños Aventureros del Tiempo"*. FCPyS-UNAM, México, 1995, 137 pp.

Renfrew, John W: *La Agresión y sus Causas*, Trillas ©, 2000, México, 371 pp.

Río(Rius), Eduardo del. *La Vida de Cuadritos*. Grijalvo, México, 1984 207 pp.

Rodríguez Diéguez, José Luis. *El Comic y su Utilización Didáctica, los Tebeos en la Enseñanza*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España, 1988, 161 pp.

Rohmer, Elisabeth y, Moles, Abraham. *Micropsicología y Vida Cotidiana, Soledad Individual y Universo Colectivo*, Editorial Trillas, México 1983, 103 pp.

Rositi, Franco. *Historia y Teoría de la Cultura de Masas*, Editor Gustavo Gili, Barcelona, España, 1980, 364 pp.

Sabin, Roger. *Adult Comic, un Introduction*. British Library Cataloguing. Publication Data. London, 1993, 321 pp.

Salas, Consolación. *Síntesis de la Historia de las Revistas Masculinas Mexicanas en Vanidades Masculinas. Historia de las Revistas Masculinas Mexicanas, 1900 al Final del Milenio*. Fotocopias, México, 1992. Es un Estudio Basado en su Tesis, 37 pp.

Salgado Sánchez, Ruth Elena. *La Historieta como un Reflejo de la Imagen Femenina*. EPCSG, México 1983.

Sánchez Noriega, José Luis. *Crítica de la Seducción Mediática*. Editorial Técnos S. A. Madrid, España, 1997, 473 pp.

Sreberny-Mohammadi, Annabelle: *Comunicación y Desarrollo un Vínculo Necesario. En Por Todos los Medios. Comunicación y Género*. Ana María Portugal y Carmen Torres, Editoras. Ediciones de las Mujeres, núm.23, Isis Internacional. Frauen-Anstifung, E.V. Diciembre, 1996, 167 pp.

Thompson, John B. *Ideología y Cultura Moderna*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1993, 390 pp.

Vázquez González, Modesto. *La Historiética, Todo lo Relacionado con el Lenguaje Lexipictográfico*. Editora Promotora K, México 1981, 645 pp.

Velasco Arnulfo, Eduardo. *La Historieta, Enfoque Práctico en Relación con la Enseñanza*. Universidad de Guadalajara-Centro Regional de Tecnología Educativa, Jalisco, México 1985, 78 pp.

Villagran, Carlos. *Los Problemas de la Ideología y la Ciencia de la Comunicación*. En *Los Medios de Comunicación*. RMCPyS, 86-87, año XXIII, n.é. FCPyS-UNAM, México, oct-dic 1976 y ene-mar 1977, 342 pp.

Villanueva, Ernesto. *Régimen Jurídico de las Libertades de Expresión e Información en México*, Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM, México 1998, 253 pp.

Yankelevich, Guillermina. *Creer para Ver, Estudio Intercientífico sobre la Percepción, Expresión y Comunicación Mediante Imágenes*. México, FES-Iztacala-UNAM, México 1993, 283 pp.

Zires, Margarita. *Nuevas Estrategias Político-Religiosas. Cuando Heidi, Walt Disney y Marilyn Monroe Hablan por la Virgen*. En *Versión*, núm.2, p.71-88. Estudios de Comunicación y Política. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Educación y Comunicación. UAM, Unidad Xochimilco, México, Abril 1992.

HEMEROGRAFÍA:

Astillero, por Hernández López, Julio. En *La Jornada*, p.4, año XVI, núm. 5484, México jueves 11/XI/1999.

Bonino Méndez, Luis: *Los "Estudios del Varón". La Condición Masculina a Debate. Comunicación presentada en la mesa "Varones y sus Problemáticas, Teorías y Abordajes*.

Congreso Iberoamericano de Psicología, Madrid, España, julio de 1992, fotocopia ,7 pp.

Carlos Tron y Gustavo Martínez: Vivir del Cuento. Por Hope, María. En revista *Expansión*, 11-119 vol.26, núm. 647, México, agosto 17, 1994, 432 p.

Corsí, Jorge, *El Modelo Masculino Tradicional*, psicólogo de la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires. Fotostáticas, s/f, 9 pp.

De Cómo el Hombre Araña Venció a Superman sin Kriptónita, por Loranca, Ignacio. En *El Boom del Comic III*, p.32-33. *Revista de Revistas* núm.4348, 31/V/1993, México.

Dragon Ball Z, Caballeros del Zodiaco, Sailor Moon y Ranma ¿fantasías que cruzan los límites de la realidad? Notimex, DF. En *Crónica*, sección cultural, 12B, México, martes 14/VII/1998, 80 p.

El Cómic: El Arte de un Nuevo Siglo, por Priego, Ernesto. En el suplemento *Despertar al 2000*, p.XVI y XVII. *La Jornada*, año 11, núm.3610, México, lunes 26/IX/1994.

"El Comic Esa Super Droga de Venta Libre", Santirso, Liliana en *Revista de Revistas*, núm. 4080, 8/IV/1988.

"El Watusi, una Buena Historieta Mexicana", Calles, José de Jesús: en *Revistas de Revistas*, abril 1988.

En la Ruta 100 de la Historieta Mexicana, por Malvido, Adriana. en el suplemento *Despertar al 2000*, p .XIV- XIV. En *La Jornada*, año 11, núm. 3610, México Lunes 26/IX/1994.

González, Jorge. *La Influencia de la TV en la Familia de la Era Electrónica*, en el folleto distribuido por *La Familia Mexicana (FAME)*, Sociedad E.V.C no. 630. 1997, México, segunda edición, 20 pp.

Hacia la Historieta de Fin de Siglo, Comic de Vanguardia, por Arceo, Martín. En *El Boom del Comic II*, p. 34-35. *Revista de Revistas*, n. 4347, México, 24/Mayo/1993.

Herrasti, Alicia: *La Pornografía*, en el folleto distribuido por *La Familia Mexicana (FAME)*, Sociedad E.V.C. no.637, 1997, México, segunda edición, 16 pp.

Itinerario Político, por Alemán, Ricardo. En *El Universal*, pág. A29, año LXXXIV, tomo CCCXXXI, núm. 29, 950, México sábado 23/X/1999.

La Creíble y Vera Historia de Kalimán, el Hombre Increíble", Güemez, Cesar: en *La Jornada*, martes 9/I/2001,

cultura, pág. 3ª. .miércoles 10/I/2001, cultura, pág. 4ª.

¿La Muerte del Cómic en México?, por Priego, Ernesto. En *La Jornada*, sección cultural, p.27, México, domingo 8/V/1994.

Las Piezas Maestras de la Marvel. En *El Boom del Cómic III*, por Calzada Jaureguí, Ignacio. En *Revista de Revistas*, n. 4348, México, 31/Mayo/1993, M.

Lo Único que López Portillo no les Entregó Fue el Gobierno, y lo Pelean (Tras Cinco Años de Privilegios los Empresarios Rompen el Idilio), por Ramírez, Carlos. En el seminario *Proceso*, p.11-12. CISA (Comunicación e Información S.A.) año 6, núm. 315, México 15/Noviembre/1982.

¿Quién es el Nuevo Hombre de Acero?, por Calzada Jaureguí, Ignacio. En *Revista de Revistas*, p.38-39, núm. 4345, México, 10/mayo/1993, 80 p.

Raratonga Levanta el Acta de Defunción de las Historietas Mexicanas, por León Diez, Héctor. En *Crónica*, sección cultural, p.13B. México, miércoles 15/VII/1998.

Santirso, Liliana. *El Cómic Esa Super Droga de Venta Libre*, en *Los superhéroes del cómic (I)*, p.38-39. En *Revista de Revistas*, núm. 4080, México 8/IV/1988.

Segundo volumen de la Historieta en México: "Los monitos les ganaron la batalla a los monotes del muralismo", por Ponce, Armando. En el semanario *Proceso*, p.70, año 17, núm.908, México 28/Marzo/1994.

Superhéroes y Cultura de Masas, Gómez Miguel, Raúl: en *Revista de Revistas*, p.33-34, núm. 4080, 8/IV/1988.

"Treinta Millones de Historietas al Año, Bien Valen su Estudio", por Mendoza, María Luisa. en el suplemento no. 161. *La Cultura en México*, revista *Siempre*, núm.612, 17/Marzo/1965, p XIII.

Un lujo la lectura y, Luis Enrique López: Un lustro de investigación afianza la tendencia en los hábitos de lectura. Cultura Impresa 'Autosuperación' y Agonía, por Bartra, Roger, p.8A. En *Consumo Cultural y Medios en la Ciudad de México V*. Periódico *Reforma*, México, jueves 11/III/1999.

Historieta *AVANZANDO*. En *La Lucha Popular*. De la Unión de Colonias Populares, México, octubre de 1979; número de páginas variable de 24 a 32. Historieta seriada.

Editorial EJE:

- *Una Historia una Vida*, año IX, n. 480, 5/XII/1997; n.483, 26/XII/1997; n. 486, 16/I/1998; n. 484, 2/I/1998; n. 487, 23/I/1998.
- *Ángeles y Demonios*, año II, n. 199, 12/I/1998; n. 117, 29/XII/1997; n. 121, 26/I/1998; n. 113, 1/XII/1997; n. 114, 8/I/1997; n. 122, 2/II/1998.
- *Páginas Íntimas*, año IV, n.252, 9/III/1998; n.212, 2/VI/1997; n. 247, 2/II/1998; n.230, 6/X/1997; n. 238, 1/XII/1997.
- *Sangre Costeña*, año 2, n. 91, 6/X/1997; n. 96, 10/XI/1997; n. 99, 1/XII/1997; n. 93, 20/X/1997; n. 256, 3/II/1997.
- *Sensacional de Barrios*, año IX, n. 475, 22/XII/1997; n. 478, 12/I/1998; n. 477, 5/I/1998; n. 472, 1/XII/1997; n. 481, 2/II/1998; n. 479, 19/I/1998.
- *Sensacional de Trailereros*, año IX, n. 533, 22/VII/1997.
- *El Libro del Amor*, año X, n. 513, 7/I/1998.
- *Prisioneras del Delito*, año I, n.6, 1/I/1998.
- *Ley de la Calle*, año I, n. 83, 24/XII/1999.
- *Zona Caliente Aventuras Adientes*, año I, n. 80, 16/XII/1999.
- *Cachondas de Lavaderos y Chismosas*, año I, n.25, 7/XII/1999.
- *Sábanas Mojadas. Historias de Camas*, año I, n. 12, 24/XI/ 1999.
- *Eróticos Anónimos*, año I, n. 22, 6/XI/1999.
- *Satánika. Relatos de Terror*, año I, n. 16, 11/XII/1999.
- *Querubines y Diablillas*, año I, n. 34, 13/XII/1999.
- *Encuentros Prohibidos*, año I, n. 42, 22/X/1999.
- *¡Así Soy...! ¿Y Qué?*, año X, n. 538, 23/X/1997; n. 546, 18/XII/1997; n. 549, 8/I/1998; n. 548, 1/I/1998.
- *Sensacional de Artes Marciales*, año VI, n. 320, 17/XII/1997; n. 318, 4/XII/1997; n. 323, 7/I/1998; n. 321, 24/XII/1997.
- *Tierra Brava*, año IV, n. 224, 6/III/1998; n. 215, 2/I/1998; n. 213, 19/XII/1997; n. 211, 5/XII/1997.

-
- *Sensacional de Mercados*, año V, n.265, 8/VII/1997; n. 293, 19/I/1998; n. 295, 2/II/1998; n. 291, 5/I/1998; n.299, 2/III/1998; n. 290, 29/XII/1997.

- *Praderas sin Ley*, año I, n. 9, 31/X/1997; n.3, 12/XII/1997.

- *Sexacional de Vacaciones Reventones y Cotorreos*, año VII, n. 394, 17/XII/1997; n. 404, 3/III/1998; n. 379, 9/IX/1997.

- *Sexacional de Cariñosas*, Promocional y, año I, n. 6, 9/I/1998; n. 13, 15/XII/1997; n. 8, 10/XI/1997.

- *Los Sensacionales Maestros y las Chalanas y demás Chambitas*, año VIII, n. 439, 25/IX/1997; n. 455, 31/XII/1997; n.451, 3/XII/1997; n. 454, 24/XII/1997; n.453, 17/XII/1997.

- *Sexacional de Colegialas y Estudiantes*, año I, n. 25, 3/XI/1997; n. 23, 20/X/1997; n. 71, 31/VIII/1998; n. 26, 26/XI/1997.

Editorial TOUKÁN:

- *Yo Confieso...*, año 2, n. 59, 26/I/2000
- *Relatos de Presidio*, año 4, n. 166, 16/XII/1997

- *Bellas de Noche. Cariñosas y seductoras*, año 3, n. 148, 24/III/1998; n. 137, 6/I/1998

- *Revista Semanal de Mujeres en Extásis*,

año 2, n. 88, 19/I/1998.

- *El Libro Siniestro. Relatos de Espanto y Aparecidos*, año 2, n. 71, 24/XII/1997.

- *Delmónicos Erótica*, año 2, n. 72, 10/II/2000.

- *Serpiente Desplumada*, año 1, n. 32, 15/I/1998.

Editorial MULTICOLOR:

- *Todo Pasa de Viernes a Domingo*, año 3, n.13, 19/VI/1997. Año 4, n.1, 1/I/1998.

- *El Solitario, Jinete sin Fronteras*, año VIII, n. 7, 5/III, 1998

- *Intriga Policiaca*, año III, n. 1, 5/I/1998.

Editorial MANGO:

- *Almas Perversas*, año 2, n. 58, 28/I/1998; n. 64, 6/III/1998.

- *Amores y Amantes*, año 3, n. 160, 31/XII/1997

- *La Ley del Revólver*, año 3, n. 168, 21/I/1998.

- *Las Chambeadoras pa' Servirle a Usté*, año 2, n. 106, 29/X/1997; n. 117, 14/I/1998.

- *Consejera Sexual y de otras Intimidades*, año 1, n. 12, 23/XII/1999.

Grupo Editorial VID:

- *Raratonga*, promocional. *El Pantera*, promocional.

DC y Grupo Editorial VID:

- *Batman demon*, 3/VII/1998;
- *Superman*, año XII, núm. 283, 7/VI/1998; n. 282, 17/V/1998.

IMAGE y Grupo Editorial VID:

- *GEN*, n.13, VII/1998;
- *SPAWN*, año I, n. 17, 16/IV/1998;

AMALGAM COMICS y Grupo Editorial VID:

- *Super Soldier*, 19/III/1998

Editorial NOVEDADES:

- *El Libro Pasional*, año XIII, n. 610, 8/XII/1997; n. 618, 2/II/1998; n. 614, 5/I/1998; n. 598, 15/IX/1997.
- *Libro Policiaco*, año XIV, n. 825, 27/I/1998.
- *La Novela Policiaca*, año XXXIX, n. 2056, 8/III/1998.
- *El Libro Sentimental*, año XX, n. 1005, 27/I/1998.
- *El Libro Semanal*, año XLII, n. 2234, 8/I/1998; n.2229, 4/XII/1997.
- *Libro Vaquero*, año XVII, n. 969, 8/I/1998.
- *Vaqueros Indómitos*, año XIII, n. 705, 9/III/1998.
- *Historias de Hospital*, año 1, n. 5, 1/XII/1997; n. 18, 2/III/1998; n. 13, 26/I/1998; n. 11, 12/I/1998; n. 19, 9/III/1998.

Pablo Flores Vázquez coedita con El TROMPO:

- *Historias de Mujeres*, año I, n. 24, 17/XII/1999
- *Víctimas de la Calle*, año I, n. 3, 7/XI/1997; n. 4, 14/XI/1997; n. 9, 19/XII/1997; n. 7, 5/XII/1997; n. 12, 9/I/1998; n. 19, 27/II/1998

Bolaños, Laura. *Novela Ilustrada*.

Bartra, Armando y, Monsiváis, Carlos. *El Cronista del Callejón del Cuajo*.

Monsiváis, Carlos y, Del Río, Eduardo. *Ríus. La Pedagogía de San Garabato*. En la serie: *Calacas y Palomas*. En el programa *Moneros y Monitos* títulos: 1) *El rey del arrabal*, 2) *Lágrimas en sepia*, 3) *Novela ilustrada*, 4) *De Chanoc a Torbellino*, 5) *Con olor a pupitre*, 6) *Los pioneros*, 7) *El cronista del...*, 8) *Cachondos y alucinados*, 9) *La Pedagogía de...*, 10) *La aventura humorística*. De Leopoldo Best, producción y realización; guión e investigación de Juan Manuel Aurrecochea. TV-UNAM, México, 1996 (transmitido por el Canal 40).