



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**“DESCONTROL: EL PRIMER PROGRAMA DE
DIBUJOS ANIMADOS PRODUCIDO EN MÉXICO (2005-2006)”**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

JULIO CÉSAR TORRES LIMA

ASESORA: ELINA HERNÁNDEZ CARBALLIDO



CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO, 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Contenido

Agradecimientos	4
Introducción	5
Capítulo 1. Breve historia de los dibujos animados en México	7
1.1 Caricatura e historieta (los orígenes)	7
1.1.1 El surgimiento de los dibujos animados	21
1.2 La caricatura en México	32
1.3 Los dibujos animados en México.....	41
1.3.1 Los dibujos animados para televisión abierta en México	46
Capítulo 2. La creación del programa <i>Descontrol</i>	50
2.1 Breve historia de TV Azteca	50
2.2 <i>Reviéntame</i> : El programa piloto que dio origen a <i>Descontrol</i>	53
2.3 Cambios en la producción e inicio de transmisiones	57
2.3.1 La animación de <i>Descontrol</i>	58
2.3.2 <i>Rating</i> , ventas y cuadro	59
2.3.3 ¿ <i>Descontrol</i> político?	62
Capítulo 3. El proceso de producción	65
3.1 Preproducción	65
3.2 Producción	69
3.3 Postproducción	72
Capítulo 4. Cese de las transmisiones de <i>Descontrol</i>	75
4.1 Cambios durante su etapa al aire	75
4.2 Salida del aire	78

4.3 Situaciones que propiciaron la desaparición del programa	81
4.3.1 Falta de patrocinadores desde meses antes del cese de transmisiones .	81
4.3.2 <i>Rating</i> insuficiente a consideración de los ejecutivos de la empresa e inadecuadas decisiones de programación	82
4.3.3 Cambio en la manufactura de las animaciones	82
4.3.4 Intereses personales en la producción	83
Conclusiones	86
Propuestas	90
Fuentes de consulta	93

Agradecimientos

A mi madre, María Rafaela Sibila Lima Aguilar, por su esfuerzo de tantos años y su amor incondicional. Por su apoyo y consejos. Por hacer que todo esto sea posible.

A mi padre, Cornelio Torres Roa. Nellos: este es un logro de ambos, porque siempre vas conmigo.

A mi esposa, Martha Patricia Sánchez Díaz, por ser la compañera de mi vida, mi cómplice y mi otra mitad. Soy afortunado por caminar a tu lado.

A mi hermano, Joel Alejandro Torres Lima, porque no dejo de aprender de él, de su madurez, determinación, independencia y valor ante la vida. Gracias, Joy.

A Zita Guerra Vega: una verdadera hermana para mi. Con tu llegada la familia se hizo más fuerte. Gracias por todo.

A mi maestra y asesora, Elina Hernández Carballido. Gracias por tu paciencia, apoyo, guía y confianza.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, por ser la institución más generosa, noble y humana a la que he tenido el orgullo de pertenecer. Siempre le estaré agradecido por brindarme una formación de calidad que me ha permitido crecer como persona.

A Omar Ochoa Cadena y a la producción de *Descontrol* por la oportunidad de aprender de ellos. Por los buenos recuerdos y las valiosas experiencias que adquirí gracias a ellos.

A todos los artistas de la caricatura, historieta y animación que se mencionan en este trabajo. Sus obras, pasión y talento son una enorme inspiración.

Julio César Torres
Ciudad Universitaria, México, 2014

Introducción

Al hablar de los medios masivos de comunicación en nuestro país debemos reconocer el papel protagónico que tiene la televisión en la mente de un sector mayoritario del público mexicano. Entre la infinidad de producciones que han llegado a los televisores mexicanos a lo largo de más de medio siglo incluso es posible identificar ciertos géneros que ya cuentan con una verdadera tradición y de los que muchos de nosotros recordamos al menos un par de ejemplos. Esto se debe a que las telenovelas, las transmisiones deportivas, programas de comedia e incluso los musicales de manufactura mexicana son vistos actualmente como algo común.

Sin embargo, existe un género dentro de la producción televisiva en el que los creadores nacionales no habían incursionado formalmente y esto ocurrió apenas en el año 2005: se trata de los programas de dibujos animados tanto producidos como transmitidos en México. Lamentablemente, pocos televidentes (y aún menos investigadores) ubican el valioso antecedente que el programa *Descontrol*, de TV Azteca, significó para la historia de los dibujos animados en nuestro país. Quizá una de las razones para esa miopía y desinterés por este hecho sea que las “caricaturas” de otros países, pero dobladas al español, han sido vistas desde hace décadas por generaciones enteras de mexicanos, y durante el tiempo que *Descontrol* estuvo al aire fue, al margen de la calidad de sus contenidos, considerado por mucha gente como una *caricatura* más. Por ello, un punto que el presente trabajo busca enfatizar es que la relevancia de esta producción mexicana trasciende por mucho su valor meramente comercial o de entretenimiento. Esto quedará en evidencia al conocer las condiciones en que surgió y fue transmitido el programa, además de sus características particulares.

Presentaremos un estudio de *Descontrol* en su contexto histórico y haremos una exploración de sus características particulares. Revisaremos elementos básicos para una mejor comprensión del tema, como el origen de la caricatura, el cómic, la historia de la animación y los dibujos animados en México. También realizaremos un repaso de la historia de TV Azteca y conoceremos el proceso de producción de *Descontrol*, desde el programa piloto al que debe su origen hasta algunos de sus aspectos técnicos.



Figura 1. Algunos de los personajes que aparecieron en *Descontrol*
Fuente: *Es Comic! / Producción Descontrol*

La presente investigación busca ser un referente y quizá un punto de partida para otras investigaciones más extensas en el ámbito de la animación en México pero,

principalmente, se propone señalar la (hasta ahora subestimada) importancia de esta producción mexicana: todo un parteaguas digno de ser tomado en cuenta por los estudiosos de los dibujos animados.

Otro aspecto importante del presente trabajo es que, mediante el estudio de un caso real, ejemplifica las circunstancias que suelen rodear las producciones televisivas de la actualidad en México: algunos de los procesos que intervienen directamente en el lanzamiento de un nuevo programa, su comercialización, su éxito y los factores que suelen influir en el cese de sus transmisiones o “salida del aire”.

Mi intención al realizar esta investigación fue aprovechar mis experiencias en la elaboración de *Descontrol* para ofrecer un punto de vista desde el interior del proceso de producción televisiva. Son varias las interrogantes que uno como espectador suele plantearse sobre la elaboración de los programas de TV y aquí busco ofrecer algunas respuestas, sin caer en dogmas y aclarando que en algunos casos se trata de apreciaciones personales, pero que pueden ayudar a una mejor comprensión de cómo se maneja la producción de contenidos televisivos en nuestro país.

Una reflexión importante que me dejó el presente trabajo se refiere a la necesidad de que, ya sea como productores de contenidos audiovisuales o como consumidores de los mismos, es necesario exigir y exigirnos contenidos de calidad, propositivos y sin temor a romper paradigmas. Ello no tiene que estar peleado con la búsqueda del éxito comercial, pero para alcanzar ese balance es necesario que quienes intervenimos en esta industria busquemos estar mejor capacitados, actualizados y conscientes del impacto social de los productos culturales que hacemos llegar a las pantallas.

Esta tesina señala también la constante necesidad de que, como profesionales de los medios de comunicación, busquemos lograr un equilibrio entre nuestra formación académica y lo que aprendemos “allá afuera”. Nuestra universidad, a través de sus docentes, nos brinda invaluable herramientas teóricas, señala la importancia de la ética profesional y nos hace reconocer nuestra responsabilidad social al trabajar en los medios masivos de comunicación; sin embargo, es nuestra tarea aprovechar esos sólidos cimientos para enriquecer nuestro desempeño laboral. Ésa, considero, es la gran diferencia entre un egresado de ciencias sociales y uno de cualquier otra área que trabaje en los medios, teniendo una capacitación exclusivamente técnica. Reconocer la importancia de esa visión humanista puede llevarnos a tener cada vez mejores contenidos en los medios. Por nuestra parte, es preciso estar actualizados en nuestras respectivas especialidades y perder ese miedo a lo nuevo. Conocer nuevas tecnologías y adquirir conocimientos técnicos nos dará además una ventaja en el cada vez más competitivo mundo de la comunicación. El reto es constante, pero tenemos bases firmes. ¿Estamos dispuestos a afrontarlo?

Capítulo 1. Breve historia de los dibujos animados en México

1.1 Caricatura e historieta (los orígenes)

Para poder hablar de una “historia de los dibujos animados” en nuestro país o cualquier parte del mundo, es necesario conocer los antecedentes de éstos. Estudiar el proceso de evolución de las manifestaciones artísticas que tendrían como resultado la aparición de los primeros dibujos animados. Es preciso entonces remitirnos a los conceptos de “caricatura” e “historieta”.

Primeramente aclaremos que, aunque algunas personas utilizan indistintamente los dos conceptos como sinónimos, eso constituye un error. El término “caricatura” se deriva del vocablo italiano *caricare* (que significa “cargar” o exagerar los rasgos –por ejemplo, de una persona o de un sector social fácilmente identificable-). De este modo, una caricatura se distingue por remedar, exagerar e incluso ridiculizar las facciones y aspecto de un individuo, con un habitual objetivo humorístico. “Es el aspecto que desmerece del modelo original lo que caricaturiza a la persona o cosa por lo grotesco, o ridículo que pueda resultar”, menciona el filólogo y periodista español Martín Alonso Pedraz¹. Esta ridiculización, que para algunos pudiera parecer frívola, caprichosa y prescindible, desde un enfoque psiquiátrico desempeña una función trascendental para que el ser humano pueda enfrentar su mundo y relacionarse con la sociedad de una forma saludable. Entre los autores que han defendido esta postura está el psiquiatra estadounidense Robert Jay Lifton, quien señala que “la burla y la caricatura son signos peculiares de un nuevo tipo de hombre moderno que está intentando trascender el horror y el absurdo de su mundo cultural.”²

Pero motivar hilaridad no es la única herramienta con que cuenta la caricatura para ayudarnos a interpretar la realidad, ya que también (y en no pocas ocasiones) se utiliza para mover a la reflexión o señalar los defectos morales de un gobernante o figura pública, al presentar una imagen grotesca de éste, aunque sin sacrificar totalmente su parecido físico.

A propósito de esto, hemos de identificar el nacimiento de la caricatura política en la Francia del siglo XIX, ya que en esa época y región comenzaron a realizarse obras alusivas a diversos temas de interés público pero, sobre todo, que retrataban y cuestionaban las acciones de personajes poderosos en aquella época como Luis Felipe (último rey de Francia) y Napoleón III (segundo emperador de los franceses, en 1852). La caricatura entonces se constituía en portavoz de la opinión popular, hecho sin precedentes que representaría un parteaguas para la actividad artística, que de ese modo se vería ligada al quehacer periodístico. A partir de ese momento se empiezan a popularizar en distintas partes del mundo estos dibujos, donde figuras públicas son puestas en tela de juicio, analizadas de forma crítica (y generalmente humorística) ante los ojos de su sociedad.

¹ Martín Alonso, *Enciclopedia del Idioma T. 1*, México, Ed. Aguilar, 1988, p. 947

² Robert Jay Lifton, “El hombre proteico”, en *Partisan Review*, invierno de 1968, p. 13

Ocupémonos ahora de la palabra “historieta”. Debemos entender por ésta a la serie de dibujos que conforma un relato, no importando si contiene texto o no. También se suele llamar así a los libros o revistas conformados por dichos relatos. La definición más extendida del término “historieta” entre los especialistas se debe a Scott McCloud: “ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencia deliberada con el propósito de transmitir información y/o obtener una respuesta estética del lector”³. Debemos mencionar, sin embargo, que la anterior definición no es aceptada del todo por algunos teóricos, ya que permitiría incluir en dicha categoría otros tipos de obras (como las fotonovelas) y no sólo a los dibujos. Pero refiriéndonos exclusivamente a estos últimos para efectos de nuestra investigación, podemos hacer otra precisión, y es que, si bien la caricatura suele identificarse como la unidad de una historieta, ésta (la caricatura) puede ser autónoma, teniendo significado por sí misma, tal como ocurre, por ejemplo, con la caricatura política tradicional.

La palabra “historieta” es utilizada en diversos países de habla hispana como Cuba, España, México y Argentina, aunque también cuenta con sinónimos dependiendo de la región (por ejemplo, en España también se les conoce como “tebeos”, y una parte de la población de México y Chile les llama “monitos”). En otros idiomas se les denomina: *comics* (inglés), *quadrinhos* (portugués), *fumetto* (italiano), *bande dessinée* (francés), *lianhuanhua* (chino mandarín), *manhua* (chino cantonés), *manhwa* (coreano) o *manga* (japonés). Caso digno de mención es el del término *comix*, adoptado por algunos movimientos contraculturales que partieron de la denominación inglesa, trasladándolo posteriormente a otras lenguas.

A propósito de la historieta en su contexto cultural, cabe resaltar que ésta no siempre fue un arte respetado: incluso durante mucho tiempo ni siquiera se le concibió como arte. Sucede que durante un periodo considerable, la historieta fue ubicada como un “subproducto cultural”, apenas digno de análisis sociológicos; pero eso cambiaría al llegar la década de los sesenta en el siglo pasado, con personalidades como el periodista y escritor Francis Lacassin (Francia, 1931-2008) y el dibujante *Morris*, cuyo verdadero nombre era Maurice de Bévère (Bélgica, 1923-2001). Es a estos creadores que se debe la difundida concepción de la historieta como el “novenno arte”, aunque se trate de una manifestación cultural más antigua que los que son considerados octavo y séptimo arte (fotografía y cine, respectivamente).

Sobre la relación entre las artes, es claro que en muchas ocasiones se influyen unas a otras e incluso se complementan al crear corrientes artísticas, como fue el caso del surrealismo (con obras representativas lo mismo en la pintura que en la literatura y el cine). No obstante, el legado más notorio de otras artes en la historieta se podría atribuir a la literatura y el cine. Este último, sin embargo, también se ha visto influido por la estética de la historieta, al igual que campos de la actividad humana tan populares como la moda, la publicidad y el diseño.

³ Cfr. *Enciclopedia Universal Esacademic* [en línea], dirección URL: http://enciclopedia_universal.esacademic.com/74163/Historieta, [consultado el 28 de junio de 2013].

Volviendo a los términos empleados para referirse a las historietas, cabe mencionar que en inglés también se les conocía como *funnies* en el caso de las tiras de prensa, mientras que la palabra *cartoon* actualmente designa a los dibujos animados. Dicha palabra proviene del vocablo italiano *cartone* (“cartón”) y son los italianos quienes emplean *fumetto* (“globo”) para referirse a las historietas, debido precisamente a los globos o bocadillos que utilizan. Pero un cómic no es necesariamente cómico, de ahí que en Francia utilicen el referido término *bande dessinée* (“tira dibujada”), concepto emparentado con el *comic strip* del inglés (en español: “tira cómica”).

En cuanto a las palabras empleadas en Asia, y hablando concretamente de las historietas japonesas, pese a que también se les ha llamado *gekiga* (“imágenes dramáticas”), son más comúnmente llamadas *manga* (“imágenes grotescas”), término popularizado por el artista Osamu Tezuka⁴. Los vocablos *manhwa* (en coreano) y *manhua* (del cantonés) son derivadas de aquella popular palabra japonesa. Vale la pena señalar que para el cómic norteamericano los nipones usan el término *komikkusu*.

Para nuestro idioma, “historieta” (del latín “historia”, que a su vez proviene del griego *histor*, que significa juez), solía ser el término más utilizado, pero eso cambiaría a partir de los años setenta, cuando se popularizó en los países de habla hispana el anglicismo “cómic”⁵.

Sobre las principales características de la historieta y particularidades que abarcan desde su elaboración hasta su comercialización, se puede identificar tres grandes escuelas o corrientes a nivel global: la estadounidense, la franco-belga y la japonesa. Dichos estilos trascendieron su naturaleza regional y marcaron pautas para la producción de historietas en distintos países, debido lo mismo a sus aportaciones estéticas que a su innovación en los modelos de distribución (recordemos que la faceta de negocio también resultó central en la popularización de este arte).

Para identificar algunas de las cualidades más representativas de las tradiciones referidas, habremos de mencionar que la escuela estadounidense fue la primera en constituir una verdadera industria, además de innovar con el uso deliberado de *globos* en los diálogos y encabezar la producción mundial de historietas durante la primera mitad del siglo XX.

La tradición franco-belga se debe a las obras originadas en Bélgica, Francia y Suiza, escuela que también ha gozado de gran popularidad en el resto de Europa (para el año 2005 representaba el 7% de la producción editorial francesa). Tiene entre sus historietas más representativas obras como *Astérix*, *Barbarella* y *Tintín*, mientras que entre sus artistas destacan Moebius, Cosey y Lauzier.

⁴ Trajano Bermúdez, *Mangavisión, guía del cómic japonés*, Editorial Glénat (Biblioteca del Dr. Vértigo No. 1).

⁵ Cfr. *Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española* [en línea], dirección URL: <http://lema.rae.es/drae/?val=c%C3%B3mic>, [consultado el 23 de octubre de 2013].

Al hablar de la tradición japonesa una marcada diferencia cultural es lo primero que salta a la vista, ejemplo de ello es que sus historietas o *manga* deben ser leídas de derecha a izquierda, al igual que el resto de la literatura nipona. También hay que destacar el hecho de que en Japón existe *manga* para todas las edades y tiene una gran demanda. En cuanto a su estética predominante se observa lo que ya señalaba el teórico Scott McCloud: “El efecto máscara”, que consiste en la representación de ambientes realistas con personajes caricaturescos.

A propósito de la caricatura y volviendo específicamente al contexto de su elaboración en el quehacer periodístico, ocurre que algunos autores la clasifican por géneros como el cartón “blanco”, de opinión, cartón político, etc. Sin embargo, todos los estilos han sido asimilados en la labor periodística.

Estudiosos de la caricatura la han clasificado de distintas formas, partiendo generalmente de la viñeta, que se define como la representación encuadrada más simple con la que se transmite un mensaje. Por su parte la historieta, debido a su estructura, es más larga, aunque esto no necesariamente implica que éstas últimas sean las más complejas, ya que eso depende de la cantidad de ideas que el artista puede plasmar en un solo cuadro, como ocurre con el cartón de opinión.



Figura 2. Pintura rupestre de Lascaux, Francia
Fuente: Wikiartmap⁶

Es pertinente mencionar que hay quien identifica el origen de la historieta en las pinturas rupestres, como las de las grutas de Lascaux (Francia) o aquellas que encontramos en China o Italia. Se menciona que, al relatar historias a través de imágenes, bien podrían considerarse como el primer antecedente de la historieta moderna. Bajo esa óptica, obras como los frescos y relieves aztecas, griegos o

⁶ Wikiartmap; *Cueva de Lascaux, France / Aquitaine* [en línea], dirección URL: http://statik.wikiartmap.com/img/125111-Lascaux_03-y-480.jpg, [consultado el 12 de abril de 2011].

egipcios, también podrían mencionarse como representantes de la historieta primigenia.⁷

A las historietas realizadas durante la Edad Media en Europa (elaboradas en superficies como vidrieras y tapices), se sumarían los “manuscritos iluminados”, que bien podrían identificarse como los primeros libros de historietas. *Las Cantigas de Santa María*, que datan de entre 1260 y 1270, elaboradas en el taller de Alfonso X “El Sabio”, son a menudo nombradas como el manuscrito medieval más cercano al cómic actual. *Las Cantigas*, junto con la Biblia Maciejowski (Francia, 1250), son la primeras historietas con texto al pie que además incluyen viñetas, tiras y tienen extensión de más de una página. Todo esto se complementa con su sentido de lectura occidental (de izquierda a derecha) y un formato de novela gráfica.

No obstante, existen estudios como el de Javier Arévalo⁸, que conceptualizan a la historieta como resultado de la revolución industrial aunada a la política occidental, desarrollándose de forma simultánea a la evolución de la prensa (primer medio masivo de comunicación). Bajo ese precepto, sólo se podría llamar historieta a un producto que contara con la cualidad de haber sido reproducida por medios mecánicos para después ser masivamente difundida, lo que ligaría su origen con la imprenta y la caricatura moderna:

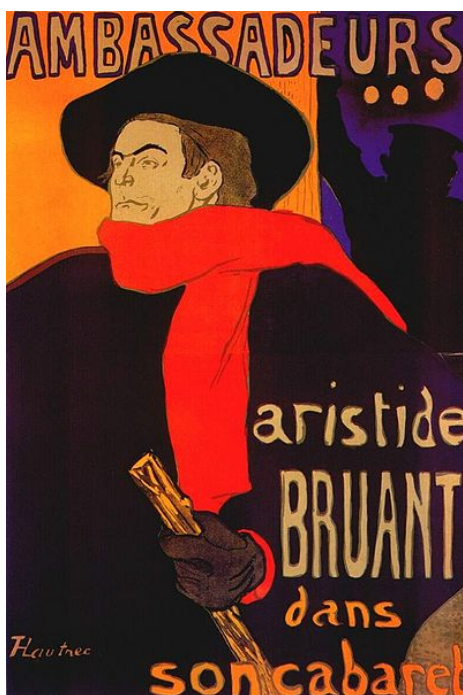


Figura 3. Litografía de Toulouse-Lautrec
Fuente: Studyblue⁹

El espacio pequeño y condicionado que se le asignó en la prensa escrita desarrolló su lenguaje gráfico y estilístico que con una gran economía de trazos daba un mensaje o varios que despertaban la reflexiva atención de los lectores¹⁰.

Aunque Gutenberg introdujo la imprenta a Occidente desde 1446, no se contó con la tecnología para reproducir masivamente un dibujo sino hasta 1796, cuando el alemán Alois Senefelder (1771-1834) inventó la litografía. El nombre de esta nueva técnica proviene de los vocablos griegos *lithos* (piedra) y *graphe* (dibujo). La principal ventaja del procedimiento con respecto a los ya existentes (como el grabado), es que hacía posible imprimir directamente sobre una página sin necesidad de alguna otra acción humana intermedia, debido a la utilización de planchas resistentes a prensados múltiples.

⁷ ABC Color; *Las Historietas* [en línea], dirección URL: <http://www.abc.com.py/articulos/las-historietas-1010800.html>, [consultado el 4 de marzo de 2014].

⁸ Javier Arévalo Zamudio; *Imágenes Visuales / México*, Ed. Proyecto Multimedia-UPN. 1994. p.27.

⁹ Studyblue; *History of Graphic Design Midterm* [en línea], dirección URL: [http://classconnection.s3.amazonaws.com/812/flashcards/852812/jpg/lautrec_ambassadeurs__aristide_bruant_\(poster\)_18921349397857809.jpg](http://classconnection.s3.amazonaws.com/812/flashcards/852812/jpg/lautrec_ambassadeurs__aristide_bruant_(poster)_18921349397857809.jpg), [consultado el 13 de abril de 2011].

¹⁰ *Ibid.*, p. 28

Sobre el sustancial avance que la litografía significó con respecto a otras técnicas empleadas para reproducir dibujos en aquella época, Luis Felipe Cabrales Barajas, académico de la Universidad de Guadalajara, menciona que “aunque a lo largo del siglo XIX siguieron utilizándose técnicas como el grabado en cobre y madera – xilografía-, la invención de la litografía revolucionó e inyectó nuevos bríos a la industria editorial. Facilitó la realización de tirajes elevados y redujo costos, al tiempo que se pusieron en marcha estrategias como la distribución de documentos gráficos a través de periódicos y revistas, con lo cual se avanzó en la democratización del acceso a obras artísticas.”¹¹

El caricaturista inglés William Hogarth con sus *Ciclos morales* (que mostraban la carrera de un personaje en una decena de grabados), constituyó el antecedente para el trabajo del franco-suizo Rodolphe Töpffer, considerado el fundador de la historieta moderna debido a su *Histoire de monsieur Jabot* (obra publicada en 1833), que sería complementada con seis álbumes más. Su *Ensayo sobre fisonomía* (1845) se considera el primer texto que aporta una teoría de la historieta.

Las historietas en forma de libro llegaron a constituir toda una tradición, pero el modelo de desarrollo que terminaría adoptando esta forma de expresión en Europa, sería el de las revistas gráficas de periodicidad semanal y mensual. En el año 1830 la revista *Le Caricature* se convirtió en pionera de la caricatura política como la conocemos, cuando lanzó una campaña contra Luis Felipe “El Rey burgués”, en la que empleaba dibujos satíricos realizados por artistas como Gustave Doré o Daumier. Posteriormente *Le Charivari* retomaría ese ejemplo, pero suprimiendo la crítica de carácter político y adoptando un perfil propio como revista de humor.

Surgiendo como una versión inglesa de *Le Charivari*, la revista *Punch* (1841) eventualmente se consolidó como un elemento detonante para la expansión a nivel mundial de las historietas. Dicha publicación británica, que se vendía cada mes, tuvo el acierto de dirigirse a un público ignorado hasta el fenómeno de la revolución industrial: la niñez. Aunado a lo novedoso del enfoque adoptado por *Punch*, la revista presentaría contenidos de gran calidad: obras de artistas como John Tenniel, quien ya era reconocido por su trabajo como ilustrador del libro *Alicia en el País de las Maravillas*, de Lewis Carroll.

Para darnos una idea del impacto que la revista inglesa tuvo en aquella época, podemos rescatar lo que el reconocido escritor de ciencia ficción H.G. Wells menciona en sus memorias: “yo estoy convencido de que mi propia vida sexual comenzó con la admiración inocente y directa de los cuerpos hermosos, tal como se me aparecían en las ilustraciones de aquellas divinidades políticas de Tenniel en *Punch*, y que mi primer indicio de deseo fue provocado por ellas y por las reproducciones de la estatuaria griega que adornan el Palacio de Cristal”¹². La

¹¹ Carlos Herrejón Peredo (coordinador); *La formación geográfica de México*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. 2011. p. 130.

¹² H.G. Wells, *A propósito de H.G. Wells y su obra / La Máquina del Tiempo*, Colombia, Grupo Editorial Norma S.A. 1991, pp. 57-58

cautivante influencia de los recursos estéticos manejados por aquella publicación sobre los jóvenes es uno de los fenómenos característicos que aún se puede encontrar en los modernos cómics de nuestros días, a pesar de que hoy se cuenta con diversos medios de comunicación que proveen múltiples estímulos sensoriales a sus audiencias.

El éxito alcanzado por *Punch Magazine* fue tratado de emular en distintos países siguiendo el modelo establecido por aquella publicación. De ese modo, la revista *Fliegende Blätter* (1848) surgió en Alemania y en ella debutó Wilhelm Busch que posteriormente crearía una historieta de vanguardia para su tiempo: *Max und Moritz* (1865). Incluso surgió una versión nipona de *Punch*, llamada precisamente *Japan Punch* (1862), pero quizá uno de los principales legados de dicha publicación británica es haber servido de inspiración para los artistas norteamericanos, que a su vez hicieron de las revistas *Puck* (1871), *Judge* y *Life* espacios genuinos de innovación para los cómics, donde además nacerían las carreras de artistas tan importantes para el género como George Herriman y Richard Fenton Outcault.

Algunos autores consideran al 16 de febrero de 1896 como la fecha de nacimiento del cómic¹⁴, y esto responde a que justamente ese día se publicó la tira de prensa *The Yellow Kid and his new Phonograph*, de Outcault para el *New York Journal*. La gran aportación de esta tira fue que a la estructura de sus relatos (secuencias de imágenes), agregó textos contenidos en los ya mencionados globos o “bocadillos”. En ese mismo año y gracias a la aparición en Inglaterra de la revista *Comic cuts* se popularizaría el nombre con que ese género es ahora mundialmente conocido.



Figura 4. *The Yellow Kid*, de Outcault
Fuente: *Lo Schermo*¹³

No obstante, la innovación de los globos realizada por artistas norteamericanos, se adoptaría en el continente europeo hasta el año de 1908 en *Les pieds nickelés* de Forton y su uso generalizado se observaría una vez terminada la Primera Guerra Mundial con la obra de Alain Saint Ogan *Zig et Puce* (1925). Previamente, la costumbre en Europa era simplemente colocar los textos necesarios al pie de las ilustraciones.

¹³ Gianluca Testa, *Lo "Yellow Kid" potrebbe tornare a Lucca* [en línea], dirección URL: <http://www.loschermo.it/articoli/view/15905>, [consultado el 14 de enero de 2012].

¹⁴ Cfr. *Edad de Oro del Cómic*, en Utopía Cómics [en línea], dirección URL: http://www.utopiacomics.com/comic_que_comunica/queescomics/03.htm, [consultado el 23 de octubre de 2013].

En la primera mitad del siglo veinte, fueron los estadounidenses quienes marcaron de forma determinante la pauta en cuanto a producción y experimentación en el terreno del cómic. Quizá una de las razones por las que Estados Unidos se consolidó en aquella época como el epicentro del género se podría encontrar en el hecho de que, durante la llamada “época dorada” de la prensa norteamericana, los dos magnates del país en lo que a editoriales se refería (Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst), usaron como herramienta en su rivalidad por las ventas de periódicos, la estrategia de incluir historietas en ellos. Esta decisión tiene una explicación muy sencilla: en un país con una cantidad de emigrantes que se disparaba exponencialmente, la forma de llegar a ese mercado era a través de los dibujos, los cuales hacían del periódico un producto atractivo aún para quienes no hablaban inglés.

Inicialmente, los cómics de la prensa norteamericana eran simples gags de una viñeta con carácter unitario y “auto-conclusivo”, cualidad que mantendrían aún después de convertirse en tiras tras la aparición de *The Yellow Kid*. Los elementos que daban continuidad a este tipo de obras eran sus protagonistas o algún personaje característico (también resultaba habitual que las tiras fueran nombradas igual que dicho protagonista). Debido al éxito que llegaban a tener las tiras y sus personajes, no faltaron editores que plagiaran esos protagonistas para incluirlos en sus publicaciones, hasta que se instituyó legalmente que si una serie o personaje cambiaba de periódico, debía también cambiar su nombre. Para el año de 1914, el magnate de la prensa estadounidense Randolph Hearst creó el Kings Feature Syndicate, organización que después sería copiada por sus competidores al surgir el United Features Syndicate y otras tantas. La función principal del Syndicate fue la de una agencia encargada de distribuir las tiras entre las publicaciones de un mismo dueño, responsabilizándose también de su inclusión en periódicos de otros países. De este modo, los *syndicates* se constituyeron en las primeras editoriales de cómics.

Junto con la obra de Outcault (*The Yellow Kid*), entre las historietas pioneras de la prensa norteamericana se podría mencionar a *Little Jimmy* (1904) de James Swinnerton, la cual presentaba a un niño que siempre perdía sus encargos tras ser enviado a la tienda, y del artista Rudolph Dirks, *Katzenjamer Kids* (1912), que tenía como protagonistas a una pareja inspirada en *Max y Moritz* de Wilhelm Busch.

La creación de *The Yellow Kid* impulsó a los periódicos a innovar en cuanto a recursos técnicos de impresión con el objetivo de volver a las historietas lo más atractivas posible y de ese modo tener una ventaja decisiva en el naciente mercado. Una muestra de lo anterior, es que al formato tradicional de sábana utilizado por los periódicos estadounidenses (en el que se presentaban historietas de una o media página), se decidió agregar tintas de colores. El cambio más significativo y lógico sucedería poco tiempo después, al surgir los suplementos que únicamente contenían historietas, además de tener diferente periodicidad en cuanto a su publicación. Dicha evolución hizo posible la creación de obras atrevidas, ávidas de aprovechar y explorar las posibilidades del nuevo formato, experimentando con distintos ritmos, usos del color y sombras. Ese nuevo tipo de historietas engendraría verdaderos clásicos, como *Krazy Kat*, creada en 1907 por

George Herriman (1880-1944) o la aportación del artista Winsor McCay: *Little Nemo in Slumberland* (1905).

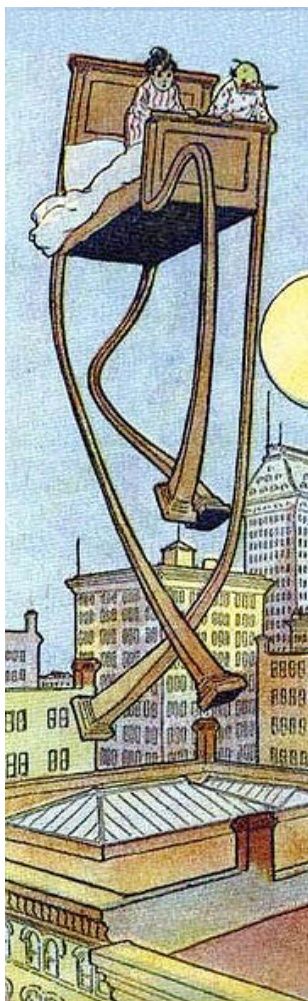


Figura 6. *Little Nemo* y sus ambientes oníricos
Fuente: Wikimedia¹⁶



Figura 5. (Arriba) Viñeta de *Krazy Kat*: “Ignatz” le arroja un ladrillo y ella lo interpreta como señal de amor.
Fuente: Tebeosfera¹⁵

Quizá el más influyente de esos dos artistas fue McCay porque sentó algunas de las bases, aún antes que el cine, del lenguaje visual moderno, empleando planos y *raccords*¹⁷, convirtiéndose además en uno de los pioneros de los dibujos animados, como veremos más adelante. Resulta sobresaliente que apenas seis años después de la publicación de *La interpretación de los sueños* de Sigmund Freud, su obra *Little Nemo* presenta a un niño inmerso en su mundo onírico, al tiempo que aporta al cómic una estética modernista propia de la corriente *Art déco*. McCay experimentó con gráficas y narrativas nunca antes vistas en ese género creativo, arriesgándose con nuevos recursos expresivos como metamorfosis, alteración drástica de las proporciones y cambios de estado tanto en objetos como personajes, elementos que posteriormente serían “comunes” en el surrealismo.

En cuanto al cómic creado por George Herriman (*Krazy Kat*), nos topamos con una estructura narrativa recurrente hacia una misma situación con algunas variantes: “Krazy Kat”, la protagonista, está enamorada de un ratón llamado “Ignatz” y, aunque éste la rechaza arrojándole ladrillos, ella interpreta la acción como muestra de amor. También hay un perro comisario que, enamorado de “Krazy Kat”, encierra a “Ignatz” en la cárcel. Debido a la forma en que esta obra juega con el orden racional y lógico de acontecimientos, lenguaje y

¹⁵ Félix López, *Krazy Kat / La Gata Loca* [en línea], dirección URL: http://www.tebeosfera.com/obras/series/krazy_kat_herriman_1916.html, [consultado el 20 de abril de 2012].

¹⁶ *Little Nemo* [en línea], dirección URL: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/8f/Little_Nemo_walking_bed_detail_colour.jpg, [consultado el 28 de octubre de 2012].

¹⁷ Enlace o continuidad de un plano a otro sin que se produzca ningún salto. Hay por movimiento, color, luz, contenido, sonido e incluso por combinación de algunos de estos aspectos. *Cfr. Glosario* [en línea], dirección URL: <http://www.xtec.es/~xripoll/glosario.htm>, [consultado el 2 de octubre de 2013].

situaciones para constituir una obra que raya en la simpleza, el absurdo y lo infantil, la corriente artística del Dadaísmo (que por aquella época estaba en boga) idealizó a la serie por su folklore totalmente estadounidense y la identificaron como “puro humor dadá americano”¹⁸.

Resulta importante hacer referencia a tres obras que fueron consideradas de vanguardia: por un lado tenemos la historieta de Gustave Veerbeek, *Upside Downs* (1903), que se imprimía de modo que al leer una página había que invertir la hoja para poder seguir leyendo el revés de ésta; también están las series *Wee Willis Winkies World* y *Kinder Kids* (1906), de la autoría de Lyonel Feininger, pintor, profesor y miembro fundador de la escuela Bauhaus, en Alemania. Feininger innovó en el uso no-naturalista del color además de incorporar al cómic el recurso de antropomorfizar a personajes no humanos.

Aún así, las tiras que gozaron de mayor popularidad en aquella época eran francamente limitadas en cuanto a la variedad de sus temáticas. Presentaban situaciones en las que imperaba el humor físico del *slapstick*²⁰ o la problemática de los protagonistas para adaptarse a un contexto de modernidad y costumbres liberales (situación sintomática de los vertiginosos cambios que experimentaba aquella cada vez más consolidada sociedad de consumo).

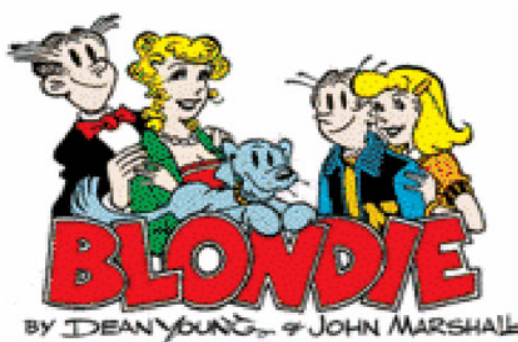


Figura 7. *Blondie*, de Dean Young, tira conocida en nuestro país como *Lorenzo y Pepita*
Fuente: *Matinee Classics*¹⁹

Se solía emplear grupos de personajes, como integrantes de alguna familia o pareja, en la que el conflicto se originaba entre padres e hijos, entre cónyuges o se planteaba la agrídulce relación entre dos amigos de personalidades opuestas. Algunos ejemplos de estas obras son: *Mutt and Jeff* (1907), tira de Bud Fischer que comenzaría a publicarse diariamente, *Polly and her pals* (1912) de Cliff Sterret, *Little Orphan Annie* (la famosa *Anita la Huerfanita*), que saldría a la venta por primera vez en 1924, creación de Harold Gray que más adelante daría pie a una serie radiofónica, un musical de Broadway e incluso una película. Por último tenemos a *Blondie*, publicada en 1930 y de la inspiración de Dean Young, tira que en México fue conocida como *Lorenzo y Pepita*, gozando de cierta popularidad.

¹⁸ Cfr. *Biblioteca digital de literatura universal* [en línea], dirección URL: <http://www.sld.cu/sitios/bibliodigital/temas.php?idv=4700>, [consultado el 23 de octubre de 2013].

¹⁹ *Blondie and Dagwood* [en línea], dirección URL: http://matineeclassics.com/radio/1939/blondie_and_dagwood/, [consultado el 28 de octubre de 2012].

²⁰ Tipo de comedia en el que los golpes, caídas y “pastelazos” son los principales detonantes de la risa en la audiencia. Trinidad Guzmán González, *The impact of lexical anglicisms in Spanish film magazines: a case study across time* [en línea], dirección URL: http://www.let.leidenuniv.nl/hsl_shl/anglicisms.htm, [consultado el 12 de noviembre de 2011].

Al percatarse del público fiel que habían conseguido ya las tiras de prensa, Randolph Hearst decidió recopilarlas por primera vez en marzo de 1897. De este modo, durante la primera década del siglo XX se publicaron al menos setenta recopilaciones que reunían a las series más populares de la época.

Algunos identifican esta etapa como el “periodo de gracia” del que normalmente gozan las nuevas artes, en el que suelen existir individuos poderosos económicamente que, al darle su voto de confianza a las obras apoyándolas, contribuyen a crear un legado para generaciones venideras. Es así como actualmente se cuenta con estos valiosos testimonios de los inicios del cómic en su etapa industrial.

No obstante, la gran depresión económica de 1929 obligaría posteriormente a plantearse una renovación de las tiras, interrumpiendo de este modo la inicial época de experimentación y florecimiento artístico que tuvo el cómic de prensa.

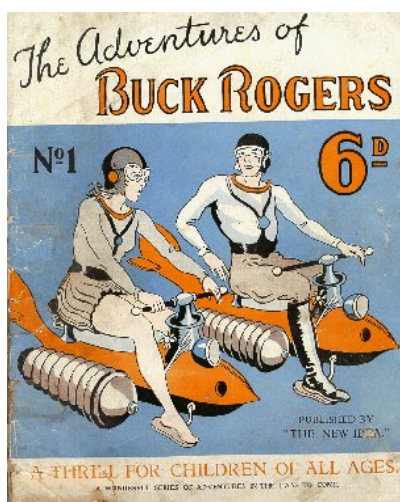


Figura 8. El primer número de *Buck Rogers*, publicado en 1929
Fuente: *Geeks of Doom*²¹

Los contenidos que pudieran contener algún tipo de crítica social fueron ahora considerados una amenaza para las instituciones, por lo que se hicieron a un lado al igual que los elementos que pudieran significar un gasto extra. De este modo, las innovaciones artísticas también se vieron frenadas: todo se tuvo que subordinar a la búsqueda del entretenimiento (aquello que podía asegurar ventas masivas entre una sociedad que principalmente buscaba evasión). Y aunque ya existían importantes obras que se centraban en la comedia como *Thimble theater* (1919), cómic que vería el nacimiento del personaje “Popeye”, de Segar, o la serie *Li'l Abner* (1934) del artista Al Capp, en años subsecuentes predominarían aquellas publicaciones que mostraran aventuras.

La consecuencia directa fue que el mayor éxito en ventas durante aquel periodo lo tendrían series como *Wash Tubbs* (publicada en 1924 por el artista que introdujo el plano general al cómic, Roy Crane), *Buck Rogers* (1929), tira futurista ilustrada por Dick Calkins que actualmente es reconocida por introducir en estas obras (y en la cultura popular) el concepto de exploración espacial -siguiendo los pasos de la obra literaria de Julio Verne y H.G. Wells-, también hay que resaltar a *Dick Tracy* (1931) de Chester Gould, quien junto con las obras antes mencionadas conseguiría que para 1934 el género de aventuras se encontrara plenamente consolidado entre las tiras de prensa.

Aquel año también sería importante porque es justamente en 1934 cuando la mancuerna *Chicago Tribune / NY Syndicate* comenzó a distribuir *Terry y los piratas*

²¹ Frank Miller looking to captain Buck Rogers / *Geeks of Doom* [en línea], dirección URL: http://www.geeksofdoom.com/2008/12/20/frank-miller-looking-to-captain-buck-rogers/2008-12-20-buck_rogers, [consultado el 2 de agosto de 2013].

(*Terry and the Pirates*), obra de Milton Caniff cuya relevancia reside en que se nutrió de recursos narrativos empleados por el cine, adaptando elementos como el plano americano y los contracampos. Caniff utilizaba además un efecto de claroscuro que, mientras reducía al mínimo los trazos empleados, creaba una atmósfera “realista”, ya que recordaba la iluminación empleada por el cine de aquella época.



Figura 9. Viñeta de *Terry y los piratas*, en su versión como tira diaria, publicada en 1936
Fuente: Pepo Pérez²²

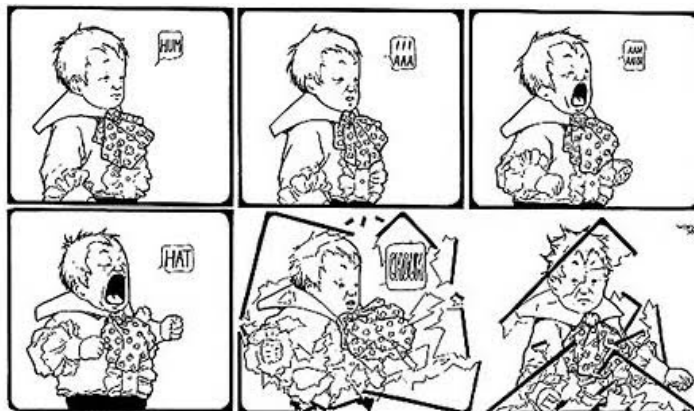


Fig. 10. *Little Sammy Sneeze*, de Winsor McCay
Fuente: HUHS Library Media Center²³

En el caso de este artista, un equivalente de los planos-secuencia del cine trasladados al lenguaje del cómic, podría encontrarse en su forma de centrar la atención del lector a lo que sucedía en las viñetas, haciendo a un lado todo rastro de aquel metalenguaje con el que Winsor McCay había experimentado en tiras como *Little Samy Sneeze* (1904-1906).

A decir del periodista Santiago García:

En *Terry y los piratas*, la viñeta es una ventana impermeable que define los límites del cuadro dibujado, y lo que sucede en ella, como lo que sucede en la pantalla, es una simulación de la realidad (...) se acabaron todas aquellas incursiones que jugaban con

²² Milton Caniff y el modelo cinematográfico / *Es muy de cómic* [en línea], dirección URL: <http://pepoperez.blogspot.mx/2010/05/milton-caniff-y-el-modelo.html>, [consultado el 10 de marzo de 2013].

²³ *Visual literacy: A Grammar* / HUHS Librería Media Center, *Lessons* [en línea], dirección URL: <http://libguides.huhs.org/content.php?pid=219026&sid=3073438>, [consultado el 10 de marzo de 2013].

las convenciones del medio. Ahora sólo importaba ser testigos de una peripecia que se desenvuelve ante nuestros ojos sin que ningún elemento formal nos distraiga.²⁴

Pero, quizá la aportación más importante de Milton Caniff al mundo del cómic, fue que estructuró su discurso de modo que las historias se conectaban. Así, las historias presentadas en las tiras diarias se conectaban con las dominicales sin que estas últimas perdieran sentido al leerse por separado. Esta verdadera proeza, en la que se abandonaban los *gags* repetitivos en favor de la continuidad narrativa, se consiguió a petición del Syndicate y se constituyó en toda una política editorial imitada por sus competidores, con el objetivo último de crear fidelidad en los lectores y por ende, un incremento en las ventas.

Resulta paradójico pero, fue justamente la gran crisis económica de 1929 la que propició la consolidación del cómic norteamericano debido a que las publicaciones del Kings Feature Syndicate invadieron el mercado europeo, teniendo a *Le Journal de Mickey* (1934) como punta de lanza.

Ante el embate norteamericano sólo ofrecieron resistencia revistas como *Coeurs Valliant* o *Junior*, que antes de la invasión cultural estadounidense ya incluían una historieta de aventuras que persiste hasta nuestras fechas: *Tintín*. Pero quizá el único territorio que realmente se opuso fuertemente (con la historieta *Beano*, de 1938), fue Gran Bretaña, mientras que los países nórdicos de Europa se convirtieron con rapidez en un fértil mercado para los americanos.

De vuelta a Estados Unidos, el escritor y dramaturgo Leon Harrison Gross (mejor conocido como Lee Falk) también realizó importantes aportaciones al género de aventuras al crear los personajes y realizar guiones para *The Phantom* (1936) y *Mandrake the magician* (1939), pero en aquel año también iniciaría una nueva etapa en el cómic, que persiste hasta nuestros días y es incluso influencia para las temáticas de otros medios masivos, como el cine y la televisión: el surgimiento de los *comic books* de superhéroes.

Aunque la estructura narrativa de los cómics de superhéroes resultaba similar a la del género de aventuras (historias de ficción que tenían continuidad de un

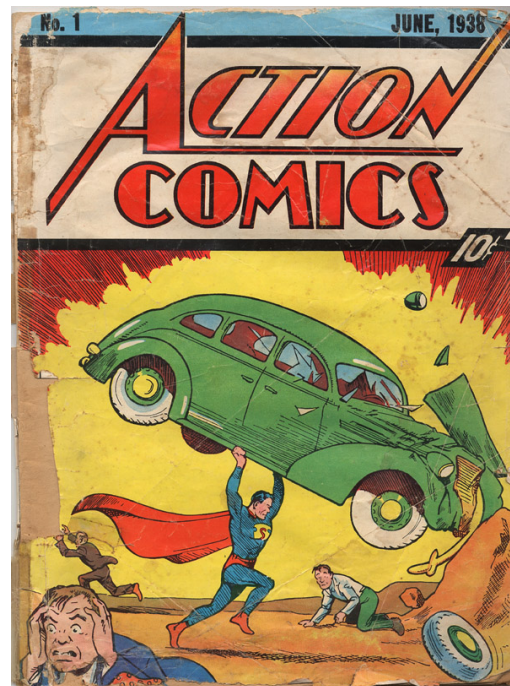


Figura 11. La primera publicación en que apareció Superman
Fuente: DocStoc²⁵

²⁴ Santiago García, *La novela gráfica*, España. Ed. Astiberri. 2010, pp. 98-99

²⁵ *Superman No.1 (1938)* / DocStoc [en línea], dirección URL: [http://www.docstoc.com/docs/58853576/Superman-No1-\(1938\)](http://www.docstoc.com/docs/58853576/Superman-No1-(1938)), [consultado el 12 de noviembre de 2010].

número a otro de la serie y protagonistas carismáticos con una doble identidad que solían ocultar con algún disfraz o máscara), el factor representativo de este nuevo género serían los superpoderes, que darían pie a historias con batallas de proporciones épicas. Estas obras también presentaban a supervillanos como personajes antagónicos, además de que propiciaron una posterior experimentación artística y narrativa (ejemplo de esto son los episodios que presentan universos alternos).

Se terminaría entonces lo que muchos identifican como la edad de oro del cómic norteamericano, para iniciar una nueva etapa llena de posibilidades. Mundos fantásticos de una riqueza creativa que sólo el cine se acercaría a recrear, logrando una visión cada vez más cercana a la concepción original del autor valiéndose de los avances tecnológicos propios de cada época en cuanto a efectos especiales y animación digital.

Actualmente, la industria de la historieta es un negocio con múltiples vertientes tanto en lo referente a sus estilos y temáticas como a sus posibilidades de comercialización. Haciendo un repaso por sus géneros encontramos los de aventuras, bélicos, ciencia ficción (con subgéneros como el *mecha*, originado en Japón, que presenta principalmente robots), historietas cómicas, eróticas y hasta pornográficas como el *Hentai* (otra aportación japonesa), género fantástico, histórico, sentimental y de terror por mencionar las principales temáticas. Por supuesto, también existen autores que realizan mezclas de dos o más géneros.

En lo referente a la variedad de métodos de comercialización y difusión que actualmente presenta la historieta, debemos destacar el papel preponderante que han jugado las nuevas tecnologías en esta evolución. Una muestra de ello es que a las tradicionales presentaciones de la historieta en forma impresa, se han sumado sus versiones digitales, de difusión por internet (conocidas también como *e-cómics* o *webcómics*). Estos nuevos canales de difusión han impulsado a una creciente comunidad de artistas profesionales y amateurs en todo el mundo para dar a conocer sus trabajos entre todos aquellos interesados en esta forma de expresión. El “novenio arte” se ha vuelto, entonces, más democrático mientras sus publicaciones se han vuelto más flexibles, instantáneas y de mucho mayor alcance²⁶.

Un claro ejemplo de la magnitud y sofisticación que ha alcanzado la industria de la historieta y su mercadotecnia, se encuentra cada año en la ciudad de San Diego, en California, Estados Unidos. En aquella localidad y desde 1970 se viene realizando una de las convenciones más grandes sobre prácticamente todo lo que tiene que ver con el noveno arte: *Comic-Con*, evento que anualmente convoca a miles de visitantes de distintos puntos del orbe, quienes con meses de anticipación reservan boletos de entrada y hospedaje para los 4 días que dura la convención.

²⁶ A principios del 2012, Apple incluyó una sección de cómics en su iBook Store, lo que incrementó tremendamente el potencial de difusión para esos trabajos artísticos considerando que, para inicios de 2013, el número de cuentas en iTunes era de 575 millones, repartidas en 119 países. *Cfr. Apple now adding 500,000 new iTunes accounts per day* [en línea], dirección URL: <http://appleinsider.com/articles/13/06/14/apple-now-adding-500000-new-itunes-accounts-per-day>, [consultado el 6 de septiembre de 2013].

No obstante, debemos mencionar que si bien dicho evento estadounidense es el principal de su tipo en el continente americano, se trata apenas del cuarto en importancia a nivel mundial: la primera posición corresponde a Japón con su *Comiket*, la segunda a Francia, donde se organiza el Festival Internacional de Comics *Angoulême*, y en tercer lugar tenemos el *Lucca Comics and Games*, de Italia.

Pero existen consecuencias lógicas de que un evento como *Comic-Con* se desarrolle en Estados Unidos, país famoso a nivel global entre otras cosas por su industria del entretenimiento (con Hollywood como punta de lanza), y son esos detalles los que hacen a la convención americana una referencia obligada: resulta que es en *Comic-Con* donde se suelen presentar a nivel mundial las principales películas relacionadas con el mundo de la historieta, además de videojuegos y una enorme cantidad de lucrativos productos, a la par de conferencias impartidas por reconocidos artistas y personalidades del mundo del entretenimiento. La ciencia ficción, superhéroes y animación, siempre están presentes en *Comic-Con*.

1.1.1 El surgimiento de los dibujos animados

Empecemos por definir el término “animación”: la palabra se deriva del Latín *anima*, que a su vez se refiere a la “fuerza vital” dentro de cada criatura, concepto que los cristianos han identificado como “alma”. Por tanto, “animar” sería tanto como “dotar de alma” a lo que de otro modo sería un objeto inerte.

Para la Asociación Internacional del Cine de Animación (ASIFA, por sus siglas en francés), animación es “toda creación cinematográfica realizada imagen por imagen. Se diferencia del cine de toma directa por el hecho de proceder de una fuente mecánica generada por medios fotográficos, parte de la creación en estudio de los objetos que serán proyectados en la pantalla. El cine de animación crea imágenes por medios diferentes al registro automático. Los hechos que aparecen en el cine de animación tienen lugar por vez primera cuando son proyectados en la pantalla”.²⁷ En la presente investigación tomaremos como base ésta última definición, ya que, pese a haber sido redactada hace más de cuarenta años, sigue teniendo vigencia aún en ésta era donde predomina el estilo de animación digital por computadora.

La animación se entiende entonces como la sucesión rápida de una serie de dibujos, figuras (por ejemplo, de arcilla) u objetos modelados por computadora que crean en el espectador la ilusión de movimiento gracias a la “permanencia de la visión”. Aunque aún hoy en día existen teóricos y textos de cine que se refieren a dicho fenómeno como “permanencia retiniana”, desde la primera mitad del siglo pasado se demostró que la particularidad no ocurre en la retina, sino en el cerebro.

Pero remontémonos ahora a los antecedentes de la animación. Los primeros intentos de capturar el movimiento mediante dibujos se dieron prácticamente desde la prehistoria, como lo demuestran algunas pinturas rupestres que datan del

²⁷ *ASIFA-News*, Association Internationale du Film d'Animation, mayo, 1969, Anec, p. 4. *Cfr. ASIFA* [en línea], dirección URL: <http://www.asifa.net/>, [consultado el 12 de diciembre de 2000].

paleolítico. Dichos dibujos presentan animales con múltiples patas en un intento, se piensa, de representarlos corriendo.

Otro ejemplo célebre data de hace 5,000 años y se trata de una vasija hallada en la zona arqueológica de Shahr-e Sūkhté, en Irán. El mencionado objeto presenta en los costados una secuencia de cinco imágenes en la que se observa una cabra saltando, pero, aunque se ha citado como uno de los primeros ejemplos de animación, en realidad no lo es en un sentido estricto al no existir dispositivo o aparato alguno que cause esta ilusión a la vista del observador.



Figura 12. Secuencia encontrada en la vasija de Shahr-e Sūkhté
Fuente: Animak²⁸

El registro más antiguo que se tiene de un medio mecánico para producir ilusión de movimiento se ubica en China, unos 180 años después de Cristo, y se trató de la primera versión de lo que posteriormente sería conocido como Zoótopo. Mucho tiempo después, y previo al surgimiento del cine, serían creados el Fenaquistiscopio y el Praxinoscopio (apareciendo ambos en el siglo XIX).



Figura 13. Función de "linterna mágica"
Fuente: Skulls in the Stars²⁹

Acerca de este último invento, cabe señalar que se debe al francés Émile Reynaud, quien ya desde el año 1888 (antes de que los hermanos Auguste y Louis Lumière patentaran el Cinematógrafo -1894-) ofrecía espectáculos con otra de sus creaciones: El "teatro óptico". Reynaud desarrolló este ingenioso aparato que además fue el primero en utilizar una película perforada para su arrastre mecánico. Se trataba de un sistema impulsado manualmente que proyectaba imágenes a una velocidad de 15 cuadros por segundo, a través de un conjunto de lentes y lámparas, funcionamiento inspirado en otro aparato previamente existente: la "linterna mágica", invento cuyo principio suele atribuirse al jesuita Atanasius Kircher (1602-1680).

El uso de la "linterna" como un elemento que definió buena parte de los espectáculos ópticos grupales a finales del siglo XVIII queda ejemplificado con los

²⁸ *História animácie / Animak* [en línea], dirección URL: http://animak.org/historia_animacie/, [consultado el 28 de octubre de 2013].

²⁹ *Phantasmagoria: How Étienne-Gaspard Robert terrified Paris for science / Skulls in the Stars* [en línea], dirección URL: <http://skullsinthestars.com/2013/02/11/phantasmagoria-how-etienne-gaspard-robert-terrified-paris-for-science/>, [consultado el 28 de octubre de 2013].

llamados *horror shows* o *phantasmagoria shows*. En ellos, diversas imágenes horribles eran proyectadas ante una atemorizada audiencia: entre nubes de humo el público veía figuras de fantasmas y demonios que se movían por las paredes. Estas proyecciones causaban una profunda impresión entre la gente de la época, que gustosa pagaba por ver semejante maravilla. El toque de misterio se incrementaba al colocar el proyector en un sitio donde el público no pudiera verlo, frecuentemente detrás de una pantalla translúcida.

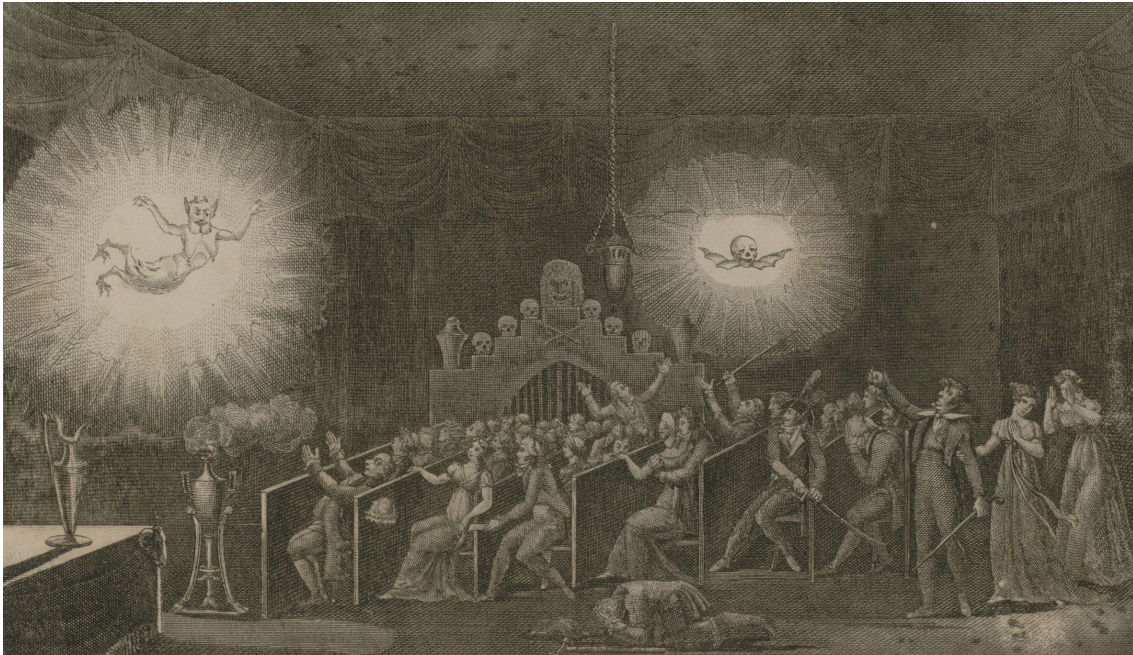


Figura 14. Función de “phantasmagoria”
Fuente: Skulls in the Stars

Uno de los más famosos *showmen* de *phantasmagoria* fue Étienne Gaspard Robertson (1763-1837), originario de Bélgica. Utilizaba una linterna especial, montada en ruedas y llamada “phantascope” o “fantascope”, que podía rápidamente moverse hacia adelante o hacia atrás para aumentar o disminuir las imágenes proyectadas en la pantalla, como si éstas se vieran a través de un moderno lente *zoom*.³⁰

Todos estos artefactos previos al nacimiento del cine, utilizando medios tecnológicos y a partir de imágenes secuenciales, ya producían asombro en el espectador, quien era testigo de cómo los dibujos “cobraban vida” ante sus ojos. Sin embargo, sería hasta la llegada del “séptimo arte”, que la animación comenzaría a desarrollarse verdaderamente.

El (considerado por muchos) primer dibujo animado en la historia del cine data del año 1900 y se trata de *The Enchanted Drawing*, creado en Estados Unidos por el inmigrante inglés James Stuart Blackton (1875-1941). La obra es una combinación de distintos dibujos con acciones fluidas de un ser humano a cuadro. Su trama, aunque sencilla, presenta algo que parece muy adelantado a la época: una cara dibujada en papel, interactúa con su dibujante (Blackton). Este último

³⁰ Manuel Rodríguez Bermúdez, *Animación: una perspectiva desde México*, UNAM, 2007, p. 21

también produjo la película y fundó Vitagraph Studios, pero fue Edison quien se encargó de su distribución. Otro aspecto en el que *The Enchanted Drawing* resultó innovadora, es que se trató de la primera animación en registrar sus derechos legales (*copyright*) ante las leyes estadounidenses.

Una acotación importante: debido a que no presenta la animación tradicional de una secuencia de dibujos fotografiados uno por uno con sutiles modificaciones, *The Enchanted Drawing* no es considerado por algunos estudiosos como dibujo animado. En cambio, dichos teóricos suelen otorgar el título de “primer dibujo animado” a otra obra del mismo Stuart Blackton: *Humorous Phases of Funny Faces*, de 1906. La controversia responde, entonces, puramente a una cuestión de forma.

De cualquier modo, el principal atractivo del recién descubierto arte de los dibujos animados, fue que sus personajes conseguían proezas inimaginables para un actor de carne y hueso (como alargarse, cambiar de tamaño, enrollarse sobre sí mismos y fragmentarse para posteriormente recuperar su forma original, entre otros tantos ejemplos). A partir de ese momento ya sólo la imaginación marcaría los límites de las historias a desarrollar.

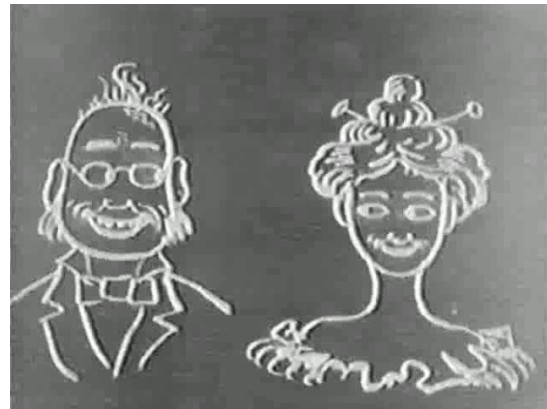


Figura 15. Fotograma de *Humorous Phases of Funny Faces*
Fuente: N+2³¹

Pero hagamos un paréntesis para identificar las técnicas más conocidas de animación a nivel mundial, comenzando con la que, pese al surgimiento de nuevas tecnologías, como el modelaje 3D por computadora, sigue siendo la forma más popular: la ya mencionada “animación tradicional”.

Recordemos que inicialmente las animaciones se realizaban dibujando cada fotograma, cuadro por cuadro. Ese proceso artesanal implicaba fotografiar cada dibujo, hasta que los estadounidenses John Randolph Bray (1879-1978) y Earl Hurd (1880-1940) patentaran el “procesamiento de celdas” o papel acetato, en la segunda década del siglo XX. De ese modo, los dibujantes podían trabajar sobre un material transparente que hacía posible los fondos intercambiables, ahorrando una gran cantidad de trabajo y tiempo que a su vez redituó en un incremento en la cantidad de animaciones producidas por los estudios.

Un excelente ejemplo de este proceso de animación del que hablamos se puede observar en el cortometraje de la serie *Popular Science* que Paramount le dedicó a

³¹ *Humorous Phases of Funny Faces* - J. Stuart Blackton (1906) / N+2 [en línea], dirección URL: <http://nmas2.blogspot.mx/2012/03/humorous-phases-of-funny-faces-j-stuart.html>, [consultado el 24 de octubre de 2013].

los estudios Fleischer en el año 1939³². Para aquella época, la empresa de animación se había mudado de Nueva York a Miami, Florida y en el corto se ilustra de una forma muy amena el flujo creativo para la caricatura *Aladdin and his wonderful lamp*³³, protagonizada por “Popeye el Marino”, personaje que también en México gozó de gran popularidad.

Otro tipo de animación de la que hablamos brevemente en este trabajo es la denominada *stop motion*, y consiste en fotografiar figuras, esculturas o modelos a escala haciendo sutiles cambios en su posición, que varían de un cuadro a otro para dar como resultado movimientos fluidos en pantalla. Dentro de esta categoría entra la animación de figuras de plastilina y arcilla (en inglés, *claymation*).

Una técnica parecida es la “pixelación”, excepto que en ella se fotografía objetos reales e incluso personas (no maquetas o esculturas). Artistas como el animador escocés Norman McLaren (1914-1987) son considerados pioneros de esta técnica, ampliamente utilizada en *videoclips* musicales.

Walt Disney utilizaría al realizar algunas escenas de su película *Blancanieves* (1937) la siguiente técnica, llamada “rotoscopia”, que consiste en dibujar sobre la fotografía de un actor real. Dicho proceso no está exento de controversia, ya que algunos cuestionan su valor artístico o si siquiera se trata de una animación “verdadera”.

Incluiremos en nuestra lista la “animación de recortes” o *cutout animation*, que como su nombre lo indica, emplea figuras recortadas, que pueden ser lo mismo dibujos que fotografías. En esta animación también se fotografía objetivos con pequeñas variantes de un cuadro a otro hasta recrear el movimiento deseado.

Finalmente, tenemos un tipo de animación que en años recientes se ha vuelto el más explorado y explotado desde el punto de vista comercial: la animación computarizada.

Es importante precisar que dicha técnica no sólo produce animaciones tridimensionales: actualmente se siguen realizando obras bidimensionales, lo mismo por motivos artísticos que por optimizar tiempo, además de que su elaboración demanda menos capacidad o cálculos por parte de la computadora (cálculos que son conocidos como *renders* en el mundo de la realización multimedia).

La evolución a pasos agigantados tanto en *software* (programas computacionales) como en *hardware* (equipos físicos de cómputo), ha permitido una sofisticación tal en los gráficos por computadora que al comparar dos películas animadas, separadas por apenas algunos años en su realización, resulta relativamente fácil distinguir cuál es la más reciente debido a su superioridad en

³² Cfr. *Animation in the 1930s* [en línea], dirección URL: <http://www.youtube.com/watch?v=RxJOw5O0h8o>, [consultado el 23 de octubre de 2013].

³³ Cfr. *Popeye - Aladdin and his wonderful lamp (Full length video)* [en línea], dirección URL: <http://www.youtube.com/watch?v=WtoKDEufmw8>, [consultado el 23 de octubre de 2013].

detalle y realismo en cuanto a texturas. Dichos avances se deben en gran parte a las fuertes sumas de dinero invertidas cada año por los principales estudios cinematográficos para el desarrollo de programas altamente especializados: existe por ejemplo, software desarrollado exclusivamente para animar cabello, líquidos o arena, además de estar divididos en categorías como modelado, animación, iluminación y textura. Un ejemplo de esto es la creación de *Fitz*: software para animar cabello, especialmente desarrollado por la casa de animación Pixar para su película del 2001 *Monsters Inc.* Dicho avance tecnológico aceleró además los tiempos de *render*, de semanas, a sólo unas horas.

Aunque se puede hablar de una gran cantidad de técnicas de animación, todas ellas se relacionan con estos métodos principales y cada una es representada por talentosos artistas. Cientos de ellos han contribuido al desarrollo de este medio de expresión que ahora, con realizaciones en 3D, alta definición y sonido envolvente, nos parece tan común, pero que en los inicios del cine, realmente cautivaba a las audiencias.



Figura 16. *Monsters Inc.*, de Pixar
Fuente: *Wallpaperdot.net*³⁴

Procedamos ahora a identificar los que a nuestro juicio son los trabajos más representativos en la historia de la animación: obras de gran importancia por su innovación y aportaciones al género. De antemano sabemos que la lista resultará un tanto subjetiva, debido a que tanto estudiosos como aficionados de la animación podrían sugerir algunas obras adicionales, sin embargo, procuraremos argumentar de la mejor forma posible el por qué estas producciones nos parecen dignas de una mención especial.

Empecemos por hablar de un caso europeo que ilustra estupendamente la revolución que significó el inicio de la producción de dibujos animados unos años después de lo realizado por Blackton y su empresa Vitagraph Studios. La referencia obligada, si se quiere hablar de los orígenes de la animación en el viejo continente, es sin duda Emile Cohl (1857-1938), cuyo nombre verdadero era Émile Eugène Jean Louis Courtet, caricaturista francés injustamente olvidado en varios textos sobre historia del cine. Dicho artista trabajó durante principios del siglo XX dibujando tiras cómicas para distintos periódicos de la época hasta que un día también llegó a la siguiente conclusión: “puesto que el movimiento cinematográfico es un engaño a los ojos mediante cierto número de imágenes sucesivas y puesto

³⁴ *Disney Boo Scares* [en línea], dirección URL: <http://www.wallpaperdot.net/wallpapers/2013/07/Disney-Boo-Scares-1024x1024.jpg>, [consultado el 28 de octubre de 2013].

que las fotos de la película captan cualquier impresión, debe ser posible reemplazar la fotografía por el dibujo y obtener el mismo resultado físico, pero creando con el lápiz a seres de fantasía.³⁵

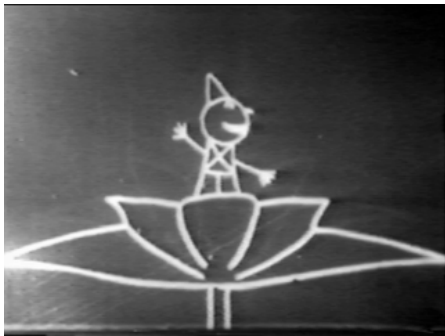


Figura 17. Fotograma de *Fantasmagorie*
Fuente: CubaCine³⁶

Bajo esa premisa, seguida de un arduo proceso de ensayo y error, Cohl realizó obras que impactaron al público de la época, como *Fantasmagorie* (1908), considerado el primer corto animado realizado en Europa.

La forma en que Cohl se involucró con el mundo del cine es tema de controversia, aunque la versión más difundida pertenece casi al terreno de la leyenda: se cuenta que en una ocasión se percató de que los Estudios Gaumont (pioneros de la animación en el continente europeo) habían plagiado su obra para beneficiarse económicamente, por lo que, decidido, fue a reclamar pero, después de recibir una oferta de dichos estudios, terminó trabajando para estos como guionista y creativo.

Otro caso interesante es el del cortometraje *Gertie the Dinosaur*, del año 1914 y obra del artista Winsor McCay (a quien ya habíamos mencionado por ser el creador de la historieta clásica *Little Nemo in Slumberland*).

Sucedió que, a la par del trabajo que realizaba para el magnate William Randolph Hearst en uno de sus periódicos, McCay creó un cortometraje con el que ofrecería espectáculos de vodevil (entretenimiento característico de la época). Tuvo la idea entonces de combinar su presencia en el escenario con la proyección de un dinosaurio (dibujado por él mismo) que obedecería sus órdenes, interactuando con él para, como gran final, desaparecer tras la pantalla mientras una versión caricaturizada de sí mismo era transportada por el animal prehistórico hasta que ambos salían de cuadro.

Inicialmente el cortometraje duraba 5 minutos, aunque, ante el éxito de McCay fuera del periódico, su jefe Randolph Hearst, molesto, lo presionó para que redujera sus presentaciones. Fue entonces que el productor y distribuidor William Fox (1879-1952), un inmigrante húngaro cuyo verdadero nombre era Wilhelm Fuchs y quien posteriormente sería fundador de la actual 20th Century Fox, convenció a McCay de filmar una versión extendida de *Gertie* y proyectarla en múltiples salas de exhibición. Es así como al corto original se añadió una *intro*, títulos intermedios (para suplir las órdenes que McCay daba en vivo al dibujo) y un nuevo final para una duración total de 12 minutos.

³⁵ René Jeanne y Charles Ford; *Historia Ilustrada del Cine*, Madrid. Ed. Alianza. 1992 p.39

³⁶ *De la linterna mágica a 'Fantasmagorie' / El aporte de Disney* [en línea], dirección URL: <http://www.cubacine.cult.cu/sitios/revistacinecubano/digital21/articulo54.htm>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

La trama resultante presentaba primero en acción real a un grupo de dibujantes cuyo auto sufría una ponchadura y mientras ésta era reparada entraban a un museo. Ahí observan el esqueleto de un dinosaurio, lo que da pie a una apuesta entre McCay y un amigo: si el artista es capaz de hacer que un dinosaurio se mueva y obedezca sus órdenes, el amigo habrá de invitarle una cena. Después de pasar meses elaborando miles de dibujos, McCay logra su cometido (en esta parte del corto se presenta la animación original con cuadros de texto –las órdenes al dinosaurio- intercalados), y el corto termina nuevamente con actores reales que disfrutaron la cena invitada por el amigo.

Gertie the Dinosaur ha sido reconocido por varias generaciones de animadores como una inspiración y uno de los mejores cortometrajes de su tipo en la historia. Además de la serie de adelantos técnicos y estéticos que presentaba, resalta una cualidad que ninguna de las animaciones predecesoras había conseguido: un protagonista con verdadera personalidad, esto es, una creación que realmente genera simpatía y hasta cariño en el espectador.



Figura 18. Cartel publicitario de *Gertie*
Fuente: Animacões!³⁷

La trascendencia de esta obra de McCay también se debe a que su trabajo constituye un eslabón entre el tipo de animación de *Humorous Phases of Funny Faces* o *Fantasmagorie* y el que posteriormente presentarían artistas como Walt Disney. De hecho, las producciones de este último también se verían fuertemente influenciadas por el estilo de *Gertie*, y McCay no sólo sería un ejemplo a seguir para los artistas de occidente: también para la figura más importante de la animación japonesa, Osamu Tezuka (1928-1989).

Pero no sería en Norteamérica, Europa o Asia donde se realizaría el primer largometraje de animación. Ese honor corresponde a Sudamérica, porque en 1917 se produjo en Argentina *El Apóstol*, película de dibujos con duración de 60 minutos.

Como sucedió en Estados Unidos, el artista pionero no fue originario del país donde alcanzó la fama: en el caso de *El Apóstol*, su creador, Quirino Cristiani (1896-1984), había nacido en Santa Giuletta, Italia, pero emigró junto con su familia a Buenos Aires desde 1900.

El Apóstol era una cinta silente en blanco y negro, escrita, producida y dirigida por Cristiani, con la particularidad de ser una sátira política dirigida a Hipólito

³⁷ *Gertie the Dinosaur* - Winsor McCay (1914) / Animacões! [en línea], dirección URL: <http://grandesanimacoes.blogspot.mx/2013/08/gertie-dinosaur-winsor-mccay-1914.html>, [consultado el 6 de septiembre de 2013].

Yrigoyen, el entonces presidente de Argentina. Desafortunadamente ya no existen copias conocidas del film, porque algunas fueron destruidas para reciclar el celuloide y fabricar peines (práctica común en aquellos años) y las restantes se perdieron con el incendio de un laboratorio en los años cincuenta. Hasta ahora, el único material que se ha encontrado son algunas imágenes aisladas que dan constancia de aquel largometraje animado que sería el primero de su tipo en la historia.

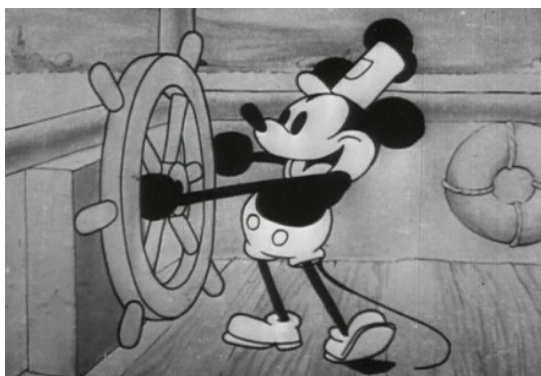


Figura 19. Fotograma de *Steamboat Willie* (1928)

Fuente: *Paper Blog*³⁸

Hablemos ahora de un cortometraje histórico por ser la primera animación sonora: se trata de la celeberrima producción de los estudios Disney, *Steamboat Willie*. Estrenado el 18 de noviembre de 1928 y con una duración de 7:45 minutos, la obra es protagonizada por un personaje considerado todavía por muchos como el más famoso de la animación a nivel mundial: "Mickey Mouse".

Este corto tuvo tal éxito que Disney decidió sonorizar varias de sus producciones anteriores y a partir de entonces todas sus realizaciones tendrían sonido. Por su parte, los demás estudios intentarían emular el avance tecnológico presentado por *Steamboat Willie*.

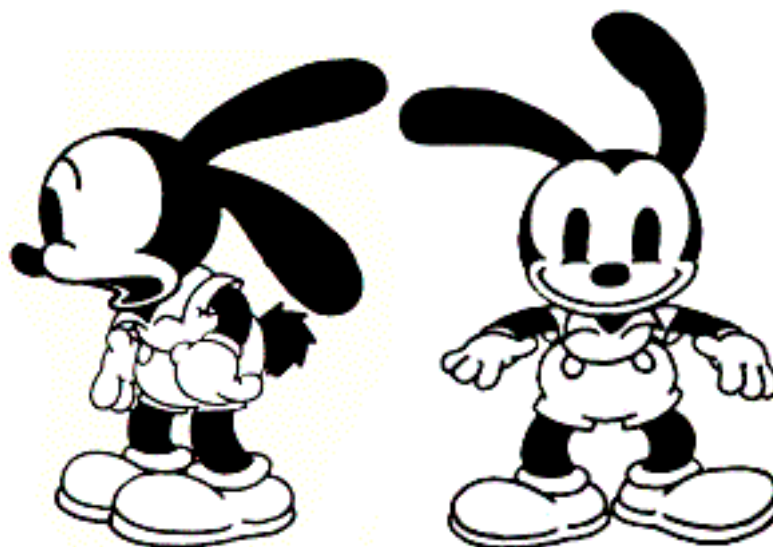


Figura 20. *Oswald the lucky rabbit*, personaje creado por Ub Iwerks
Fuente: *Jornal de Londrina*³⁹

Hagamos un paréntesis para mencionar que existe una polémica sobre el origen de "Mickey Mouse", que en esa aventura fuera dirigido por el mismo Walt Disney (1901-1966) y Ub Iwerks (1901-1971). Se dice que este último fue el verdadero creador del famoso ratón y para ello se inspiró en

³⁸ *Las 1000 caras del cine de animación (Películas clave del cine de animación) / Paper Blog* [en línea], dirección URL: <http://es.paperblog.com/las-1000-caras-del-cine-de-animacion-peliculas-clave-del-cine-de-animacion-343183/>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

³⁹ *Descoberto desenho de Disney mais antigo que Mickey Mouse / Jornal de Londrina* [en línea], dirección URL: <http://www.jornaldelondrina.com.br/online/conteudo.phtml?id=1197058>, [consultado el 14 de enero de 2012].

otro personaje que dibujó para Disney, pero del que los estudios habían perdido los derechos y no recuperaron sino hasta el 2006: *Oswald, el conejo afortunado*.

Ahora bien: casi dos años después del estreno de *Steamboat Willie*, Iwerks realizó para la compañía Celebrity Productions Inc. el primer cortometraje animado a color y con sonido, llamado *Fiddlesticks* (estrenado el 16 de agosto de 1930). La obra fue distribuida por la Metro-Goldwyn-Mayer y tenía como protagonista a “Flip the Frog”, además de estar influenciada por la serie de animaciones *Sinfonías Tontas* que Ub Iwerks había venido dibujando para Disney poco antes.

El honor de realizar el primer largometraje de animación a color y con sonido le corresponde precisamente a los estudios Disney. Se trató de la cinta *Blanca Nieves y los siete enanos* (estrenada el 21 de diciembre de 1937), con una historia basada en el cuento clásico de los hermanos Grimm y que aportó además en el aspecto tecnológico el uso de la cámara multiplano. Gracias a este adelanto, que consistía en una cámara móvil montada verticalmente sobre una estructura de hasta siete capas de ilustraciones, se podía lograr efectos nunca antes vistos en la animación: profundidades de campo y elementos dentro del cuadro que se movían de forma independiente.

Después de hitos en la historia de la animación como los mencionados anteriormente, vendrían infinidad de producciones en todo el mundo, muchas de ellas con importantes aportaciones al género. Un ejemplo de ello sería la interacción de dibujos animados con actores reales, algo que, teniendo como primer antecedente *The enchanted drawing*, ha sido recurrente y perfeccionado con el transcurrir de los años. Desde ejemplos notables como *Alice's Wonderland* (1923), *Mary Poppins* (1964), *Pete's Dragon* (1977), *Who framed Roger Rabbit?* (1988), *Cool World* (1992) o *Space Jam* (1996) hasta las más recientes *The Smurfs 1 & 2* (2011 y 2013 respectivamente) o la cinta hollywoodense dirigida por el mexicano Guillermo del Toro *Pacific Rim* (2013), entre muchas otras.

Mención aparte merecen trabajos poco convencionales dentro del cine comercial, como los realizados por Tim Burton al producir *The Nightmare before Christmas* (1993) y dirigir tanto *Corpse Bride* (2005) como *Frankenweenie* (2012), cintas en las que se empleó lo mismo *stop-motion* que variantes de *claymation*. De características similares son las animaciones de los personajes “Wallace & Gromit”, creados por el británico Nick Park. Y no olvidemos que esta técnica de animación también se ha utilizado en programas de televisión, como *Pingu* (serie realizada entre 1986 y 2006 que fue transmitida en México por el canal Once del IPN) o *Celebrity Deathmatch*, una creación de Eric Fogel para MTV Networks que se produjo de 1998 al 2007.

Pero sin duda el tipo de animación preponderante en la industria del entretenimiento actual es la realizada por computadora, y lo es no sólo por el número de producciones realizadas enteramente con esta herramienta, prescindiendo de actores y locaciones, sino porque gracias a la animación 3D cada año se logran impresionantes efectos visuales que de otro modo serían imposibles o bien, extremadamente costosos.

Tres obras se podrían considerar claves en la historia de la animación por computadora aplicada al entretenimiento: la primera es la película de ciencia-ficción *Futureworld*, realizada en 1976, en la que por primera vez se presenta una mano y un rostro generados por computadora, desarrollados por Edwin Catmull y Fred Parke, ambos graduados de la universidad de UTAH, Estados Unidos.

El siguiente caso es *ReBoot*, la primer serie de televisión producida totalmente en computadora, que constó de 47 capítulos de 23 minutos cada uno, producida en Canadá en el año de 1994 y que sería transmitida en México por la señal XHGC de Televisa durante esa misma década.

Por último, en lo referente a ejemplos destacables de animación 3D o, como se le conoce en países de habla inglesa, *CGI* (siglas de *Computer-Generated Imagery*), hablaremos del primer largometraje realizado enteramente por computadora y que marcaría el camino para todas las producciones de este tipo, que cada año recaudan millones de dólares en todo el mundo. Nos referimos a la cinta *Toy Story*, la primera de la mancuerna Disney/Pixar, que se estrenó el 22 de noviembre de 1995.

El rotundo éxito financiero de la película constituyó un factor clave para que los demás estudios apostaran por este tipo de tecnologías aplicadas al entretenimiento. La cinta, con un presupuesto de 30 millones de dólares, recaudó casi 362 millones a nivel mundial.

Sobre la enorme popularidad de la animación en nuestros días gracias al cine y la cultura popular, el investigador Manuel Rodríguez nos ofrece una interesante conclusión en el libro *Animación: una perspectiva desde México*: “¿Por qué el auge del cine de animación? Podríamos responder de esta forma: hay una nueva generación de espectadores que demanda este producto y, lo más importante, ha surgido una generación de productores que se han formado en el mundo colmado de mensajes audiovisuales. Esta generación conoció en medio de los vestigios de la cultura pop y ha recuperado de los movimientos contraculturales el gusto por los cómics, el cine *underground*, la literatura alternativa y la más pura y cruda comercialización: lo que ayer era vanguardia contracultural, hoy se vuelve valor del mercado.”⁴⁰

Una vez realizado este breve repaso de algunos de los ejemplos más representativos en la historia de la animación a nivel mundial, sólo resta precisar que la selección estuvo limitada únicamente a la industria del cine y televisión como entretenimiento, porque es este ámbito el que atañe a nuestro tema de estudio, pero es necesario aclarar que dejamos fuera deliberadamente otros lucrativos negocios como el mundo de los videojuegos, donde las imágenes generadas por computadora son un elemento básico. De igual modo, la animación ha constituido una invaluable herramienta en campos tan importantes como la industria, la medicina y la enseñanza en general.

⁴⁰ Manuel Rodríguez Bermúdez; *op cit.*, pp 12-13.

1.2 La caricatura en México

Antes de estudiar cualquier tipo de animación hecha en nuestro país es preciso rastrear las primeras muestras de lo que suele constituir la unidad básica de la historieta, para de ahí empezar a comprender el muy particular caso de la evolución de casi dos siglos que llevaría a un programa de televisión como *Descontrol*. Se requiere entonces estudiar la caricatura mexicana y su desarrollo, un recorrido fascinante en el que numerosos artistas han contribuido produciendo un sinfín de obras que, sin duda, son por sí mismas un retrato de nuestra identidad nacional.

Empecemos por mencionar que previo a la publicación del libro *La historia de un país en caricatura*⁴¹, del “monero” Rafael Barajas “El Fisgón”, se creía que la primera caricatura mexicana había aparecido en 1826 en el periódico literario, político y cultural *El Iris* de la Ciudad de México. Se trata de una litografía con el título de “Tiranía”, obra del dibujante, pintor y litógrafo italiano Claudio Linati de Prevost (1790-1832), sin embargo ahora sabemos que antes de ésta se realizaron una gran variedad de caricaturas que solían plasmarse sobre hojas volantes o pegarse en las paredes para criticar a funcionarios de la época. No obstante, pese a que ni Linati era propiamente un caricaturista ni *El Iris* fue una publicación humorística, sí podemos llegar a la conclusión de que “Tiranía” fue la primera caricatura en ser publicada por un medio periodístico en nuestro país.

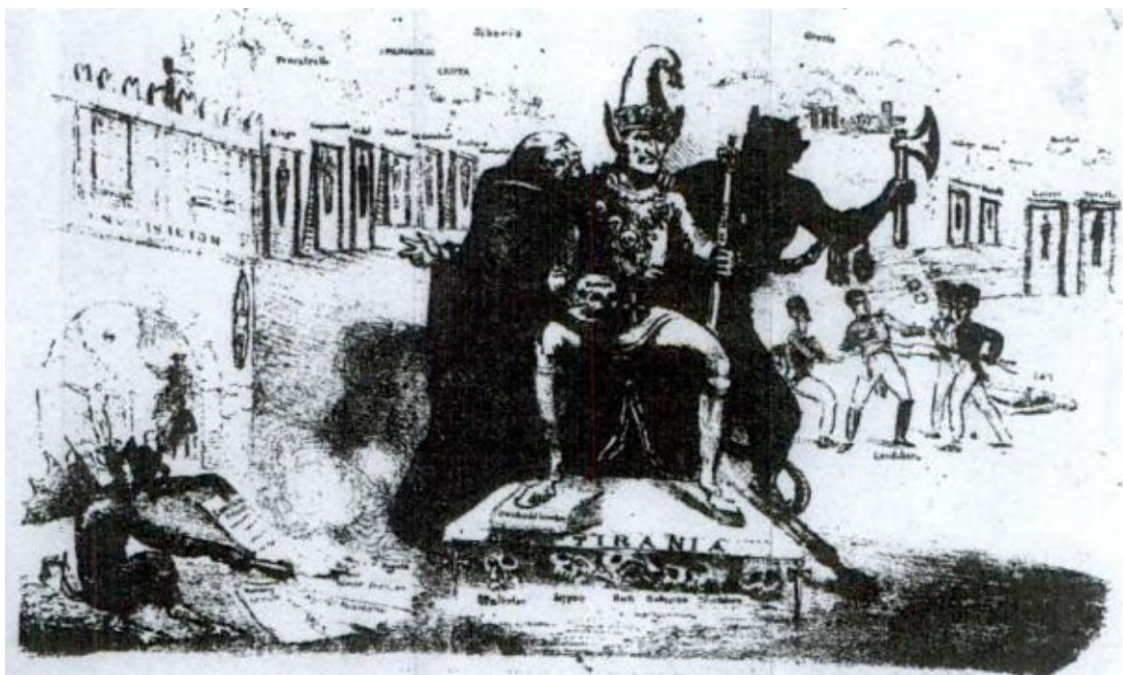


Figura 21. Claudio Linati, *Tiranía*, en *El Iris*, 1826⁴²

⁴¹ Rafael Barajas (“El Fisgón”); *La historia de un país en caricatura (1829-1872)*, México, Conaculta. 2000.

Esta nueva posibilidad de difundir obras artísticas con un contenido informativo resultó especialmente eficaz dadas las condiciones en que se encontraba México, como bien lo apunta el investigador Luis Felipe Cabrales:

La técnica litográfica fue la plataforma para comunicar información visual en una etapa en que ésta era relativamente escasa y, además, desarrollaba un importante cometido en una sociedad con alto índice de analfabetismo: en 1895, 82.1% de la población mayor de 10 años no sabía leer ni escribir.⁴³

Tomando en cuenta estos antecedentes, se deduce que el origen de la caricatura difundida por medios masivos en nuestro país está directamente relacionado con la actividad política y las publicaciones que a ella hacían referencia.

Pero remontémonos al año 1876, mismo en que Porfirio Díaz asume el poder e inicia un proceso en el que un pequeño sector de la población se hace cada vez más rico, mientras la pobreza y el descontento son crecientes en el pueblo mexicano. La desigualdad social, miseria e injusticias alcanzan entonces un punto intolerable, que tampoco pasaría desapercibido para la clase ilustrada de aquella época.

Es así como, pese a la fuerte represión por parte del gobierno de Díaz, los caricaturistas se las ingenian para, desde el anonimato, apoyar al movimiento contra la dictadura convirtiendo sus dibujos en verdaderas armas ideológicas. Durante años los redactores y artistas tuvieron que resistir persecuciones, amenazas y encarcelamientos que pretendían, de ese modo, eliminar toda muestra de inconformidad hacia el gobierno. En ese contexto tan hostil, la caricatura resistió e incluso floreció con grandes exponentes que hasta muchos años después serían debidamente reconocidos por sus aportaciones no sólo periodísticas, sino también estéticas.

Sobre este fenómeno histórico, el “monero” José Hernández opina que “la gran tradición de la caricatura política en México se puede entender porque también hay una gran tradición de abuso del poder”⁴⁴, y precisamente gracias a ese género han surgido artistas cuya obra ha sido influencia para generaciones enteras de creadores, que siguen incursionando en múltiples temáticas y ya no sólo en la política.

Ejemplo de dichos artistas emblemáticos son los grabadores como José Guadalupe Posada, que colaboraron con periodistas críticos de la dictadura, difundiendo sus obras en publicaciones como el *Gil Blas Cómic* (1895-1897) y *El Diablito Rojo* (1906-1911), donde aparecerían por primera vez las clásicas

⁴² Raúl Cabello Sánchez; Litografía, Manual de apoyo para el taller, Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM, México, 2008, p. 13

⁴³ Carlos Herrejón Peredo (coordinador); *op cit.*, p. 131.

⁴⁴ Transcripción de parte de una entrevista para el programa de radio *Tiempo de Análisis*, producido por Radio UNAM y la FCPyS, transmitido el miércoles 27 de febrero de 2013 por Radio UNAM (860 AM).

calaveras de Posada, tan representativas de la cultura mexicana⁴⁵. La misma calavera “Catrina” nace como una crítica al comportamiento arribista y aspiracional de la sociedad mexicana, según sugiere el investigador Miguel Jairzhinio López: “La ‘Calavera Garbancera’ de José Guadalupe Posada, que a la postre se convertiría en ‘La Catrina’, tuvo su origen e inspiración en las jovencitas de clase baja que vendían garbanza en los mercados de la ciudad de León, Guanajuato (...) en el fondo es una crítica hacia esas mujeres de clase baja que tratan de imitar el atuendo de las mujeres de clase alta (...) Posada en ese grabado en particular se está riendo de la pérdida de identidad y de una imitación que no se ha dejado de hacer ni antes ni después.”⁴⁶

Pero continuando con los inicios de la caricatura, la escritora e investigadora Adriana Malvido hace una precisión importante en su ensayo “Industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones”: “Todas las versiones del inicio de nuestra historieta coinciden en que ésta empieza a germinarse cuando la cigarrera “El Buen Tono” decide insertar en cada cajetilla desde 1880 Historia de una mujer, serie de 102 litografías ejecutadas por un pintor catalán de nombre Eusebio Planas”⁴⁷. Aunque la caricatura política ya tenía una historia previa y antecedentes bien documentados, *Historia de una mujer*, por la estructura que posee, es una obra más cercana al tipo de historieta que ya se podía observar en otras partes del mundo. Como sucedía con las tiras francesas y españolas, se trataba de viñetas ilustradas en las que los textos se situaban en la parte baja, ya que aún no se extendía el uso del “globo” que caracterizaría posteriormente a dichas obras. Una cualidad importante de las litografías que presentaba “El Buen Tono” y también se encuentra en las historietas, es que se ofrecía a los consumidores historias por capítulos (esto es, que tenían continuidad narrativa de una publicación a otra).

Por supuesto, el notable incremento en ventas que registró la tabacalera a raíz de aquellas historias incluidas en sus productos, la llevó a adoptar dicha estrategia de comercialización durante largo tiempo y, hacia 1922, publicaría una nueva serie creando además al que sería considerado el primer personaje original de la historieta mexicana: “Ranilla”, un regordete fumador y protagonista de diversas aventuras que los lectores podían seguir al comprar recurrentemente más cajetillas de cigarros. El diseño de “Ranilla” se debe al dibujante Juan Bautista Urrutia, artista mexicano que gracias a ello se convertiría en referencia obligada para todo estudioso de la historieta en nuestro país.

⁴⁵ Rafael Barajas Durán (“El Físgón”); *Posada: mito y mitote. La caricatura política de José Guadalupe Posada y Manuel Alfonso Manila*, México, Fondo de Cultura Económica. 2009.

⁴⁶ Juan Carlos Talavera; “La Catrina inicia la celebración del centenario luctuoso de Posada”, *La Crónica*, México, D.F., 18 de enero de 2013. Cfr. [en línea], dirección URL: <http://www.cronica.com.mx/notas/2013/723596.html>, [consultado el 23 de octubre de 2013].

⁴⁷ Adriana Malvido; *Industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones*, *Revista Mexicana de Comunicación*, número septiembre – octubre de 1989.



Figura 22. “Ranilla”, de Juan Bautista Urrutia
 Fuente: Portal Académico del CCH⁴⁸

Un dato curioso es que, tiempo después, obedeciendo a una alianza comercial entre “El Buen Tono” y la Cervecería Moctezuma de Orizaba, las aventuras de los personajes creados por Urrutia se verían modificadas: no importa en qué problemas se vieran involucrados, siempre los resolverían fumando un cigarro, (obviamente, de “El Buen Tono”) o tomando cerveza Moctezuma.

Para el año 1911, con Porfirio Díaz en el exilio, nuestro país inicia la turbulenta época del caudillismo. En ese contexto cobran cada vez mayor popularidad los periódicos de gran formato y en ellos se empiezan a publicar historias como *El Chupamirto*, del dibujante mexicano Jesús Acosta Cabrera.

Hay que mencionar que para inicios de aquel siglo ya existía una variedad de semanarios en nuestro territorio que contenían historietas y, tiempo después, gracias a los avances tecnológicos de la prensa y la adopción de la rotativa, que daría un gran impulso al periodismo industrial, los diarios se ven en posibilidad de pagar los derechos para publicar tiras cómicas de otros países (Estados Unidos, principalmente) e incluirlas en su contenido. La influencia de aquellas obras extranjeras pronto empezaría a notarse en las creaciones de los artistas mexicanos quienes, en más de una ocasión, basaron sus obras en personajes norteamericanos. Un ejemplo de esto es la parodia de *Educando a papá* que se realizó en nuestro país, apareciendo en 1925 con el nombre de *Mamerto y sus conocencias*.

Las historietas comenzarían a tomar más y más fuerza en la prensa mexicana y, para 1928, *El Universal Gráfico* publica por primera vez *Adelaido El Conquistador*, creación del egresado de la Academia de San Carlos, Juan Arthenack (1891-1940), artista pionero de los dibujos animados en nuestro país y de quien hablaremos más adelante.

Sería en 1936 cuando aparecería en nuestro país la primera revista de publicación semanal que ofreciera a sus lectores material original totalmente hecho en México y no sólo adaptaciones de las historietas de otra nación: se trató de *Chamaco Grande*. Pero pronto se creó otra revista para hacerle competencia, con el título de *Pepín* y que se vendió ininterrumpidamente hasta 1955. Adriana Malvido menciona al respecto: "la década de los treinta es importante porque aparecen las historietas desprendidas de los diarios y dentro de revistas

⁴⁸ *Las historietas en la década de 1920 / Programa de Cómputo para la Enseñanza, Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM* [en línea], dirección URL: http://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/prof/matdidac/sitpro/hist/mex/mex2/HMIICultura_Vid a/Comic1920-2.htm, [consultado el 2 de octubre de 2012].

autónomas como *Pepín y Chamaco*, los géneros se diversifican y de su origen cómico empiezan a surgir los héroes, el terror, la ciencia ficción y un género que perdura hasta la fecha y cuyo éxito no sólo se desborda en la historieta sino también en la televisión mexicana años después: el melodrama⁴⁹. En esta época, además, inician sus carreras escritores cuyos textos, plasmados en las historietas, los llevarían gradualmente a convertirse en figuras de gran peso dentro de aquella industria, como fue el caso de la llamada por muchos, “Reina de las Historietas”, Yolanda Vargas Dulché de la Parra, quien fue autora de más de 60 historias, algunas de las cuales fueron además adaptadas para televisión y cine⁵⁰.

No obstante, la verdadera época de oro de la historieta mexicana, se da en los años cuarenta. En aquella década aparecen obras que pasarían a ser prácticamente de culto para una legión de fieles seguidores. Estamos hablando de revistas como *Los Superlocos* de Gabriel Vargas y, la creación de Germán Butzé, *Los Supersabios*. Dichas publicaciones tenían además entre sus características principales algo que actualmente ha caído en desuso: eran totalmente realizadas por un solo autor. Esto significa que todo el contenido de la revista en cuanto a historia y dibujos era concebido por la misma persona. Como hemos dicho, esta costumbre iría desapareciendo poco a poco al acelerarse el proceso de industrialización y especialización de la historieta. Debemos señalar también que es justamente para la revista *Pepín*, en 1947, que Gabriel Vargas crea *El señor Burrón o vida de perro*⁵¹, obra que se convertiría en *La Familia Burrón*, clásico indiscutible de las historietas en México.

Para la siguiente década el desarrollo de trabajos originales en nuestro país sufriría un cierto estancamiento, debido a que editoriales importantes en aquella época, como Novaro, se dedicaron principalmente a reimprimir y adaptar cómics estadounidenses (algunos ejemplos son *Superman* o *El Sorprendente Hombre Araña*). Aun así, en este contexto de franca pelea por el mercado con los personajes extranjeros, aparecieron otras historietas originales concebidas por mexicanos. Por ello, también se ha llamado “época de plata”⁵² de la historieta a la etapa entre los años 1950 y 1960.

⁴⁹ *Idem.*

⁵⁰ El Museo de Arte Popular en la Ciudad de México, reconociendo la relevancia de esta creadora, le dedicó una exposición homenaje llamada *Yolanda Vargas Dulché, contadora de historias*, misma que pudo ser visitada del 24 de noviembre de 2012 al 31 de marzo de 2013. Cfr. Arturo Cruz Bárcenas; *Yolanda Vargas Dulché, una de las mujeres más leídas en México*, La Jornada [en línea], dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2012/11/22/espectaculos/a08n1esp>, [consultado el 22 de noviembre de 2012].

⁵¹ Cfr. Carlos Monsiváis; “Gabriel Vargas: La herejía violenta”, *Revista de la Universidad de México*, No. 77, 2010 [en línea], dirección URL: <http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/7710/pdf/77monsivais.pdf>, [consultado el 22 de noviembre de 2012].

⁵² Cfr. *Breve historia del cómic* [en línea], dirección URL: <http://www.spidermex.com/documento.php?num=1>, [consultado el 23 de octubre de 2013].

En cuanto a la década de los sesentas, aunque los personajes norteamericanos seguían poco a poco permeando en la cultura popular de nuestro país y siendo cada vez más preferidos por la niñez (como fue el caso de los cómics de Walt Disney), en general se podría decir que el espíritu transgresor, experimental y desenfadado de la época se trasladó incluso a las historietas, que gradualmente iban ganando públicos específicos (esto gracias a que la percepción de que los libros de historietas eran sólo para niños fue comenzando a desaparecer). Un ejemplo de ello es la aportación a la historieta de nuestro país que realizó el polifacético artista chileno Alejandro Jodorowsky cuando en 1966 ideó la serie de *Aníbal Cinco*, misma que fue ilustrada por el dibujante mexicano Manuel Moro Cid y publicada por la editorial Norma.

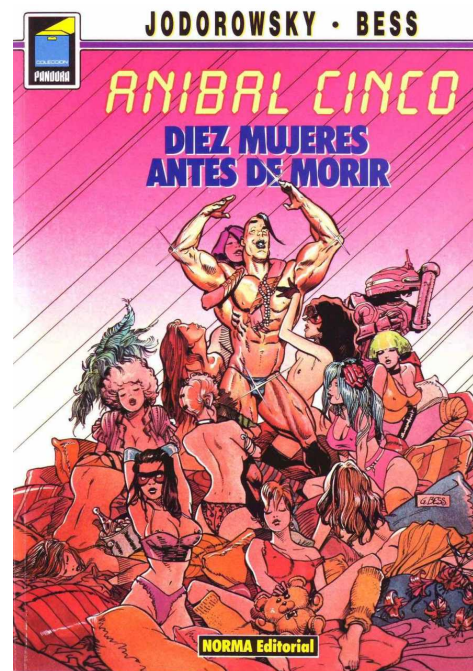


Figura 23. *Aníbal Cinco*, de Jodorowsky
Fuente: Comic Vine⁵³



Figura 24. *Los Supermachos*, de "Rius"
Fuente: Ezequiel Cruz Romo⁵⁴

Resultaría injusto hacer un repaso de las historietas y caricaturistas más representativos de México sin hablar de Eduardo del Río ("Rius"), artista con una vasta trayectoria de incuestionable relevancia que además se ha mantenido en activo hasta la actualidad.

Nacido en Zamora, Michoacán en el año de 1934, el también escritor e historietista se vale de sus personajes para transmitir contenidos con una ideología liberal y contestataria, acuñando un estilo propio e irreverente que se volvería todo un contrapeso para el lenguaje institucional de un PRI que en aquella época y por décadas venideras ostentaría un gobierno inamovible. A pesar de que sus dos primeros libros fueron publicados a finales de los sesenta (*Cuba para principiantes*, en 1966 y *La joven Alemania*, de 1968), es propiamente a partir de la década de los setenta que

⁵³ *Anibal Cinco #1* / *Comic Vine* [en línea], dirección URL: <http://www.comicvine.com/anibal-cinco-1-diez-mujeres-antes-de-morir/4000-237184/>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

⁵⁴ Ezequiel Cruz Romo; *La Caricatura en México. Humor y Realidad* / *Storify*. Cfr. [en línea], dirección URL: <http://storify.com/EzequielPXR/la-caricatura-en-mexico-humor-y-realidad>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

comienza a ser un autor ampliamente reconocido y respetado por buena parte de los lectores en el país: un público fiel que ha crecido junto con él, mientras nuevas generaciones lo siguen descubriendo.

Sin duda una de las obras más importantes y exitosas en la carrera de “Rius” sería la historieta *Los Supermachos*, con la que se acercó al pueblo mezclando humor y política. Dicha publicación alcanzó un inusitado éxito que se tradujo en tirajes semanales de 250 mil ejemplares (algo francamente extraordinario para aquella época). Pero la popularidad que “Rius” había alcanzado tampoco pasó desapercibida para el gobierno, que intervino para que la editorial despojara de los personajes al caricaturista, optando este último por crear un nuevo cómic llamado *Los Agachados*, con el que seguiría teniendo una enorme aceptación entre la población y cuya influencia (gracias a la variedad de temas que trató de 1968 a 1981) se percibe en prácticamente todos los libros que ha publicado posteriormente.

Pero cambiando el tono y refiriéndonos ahora a las historietas con un perfil exclusivamente humorístico producidas en los años ochenta, tomemos el caso de la ya desaparecida editorial Arjoma, responsable de publicar un cómic llamado *Videorisa*, que teniendo un personaje recurrente (“El Cácaro”), se dedica a hacer parodias de películas y series de televisión de la época. A la par de dicha publicación, Arjoma también editaba *Simón Simonazo* y *El Loco Max*, que junto con *Videorisa* tendrían dos factores comunes: humor irreverente y un vocabulario que resultaba todo un retrato del caló empleado por miles de jóvenes residentes del D.F. de aquellos años. Sin duda, diálogos que estaban muy distantes de los que se podía encontrar en publicaciones dirigidas únicamente al público infantil.

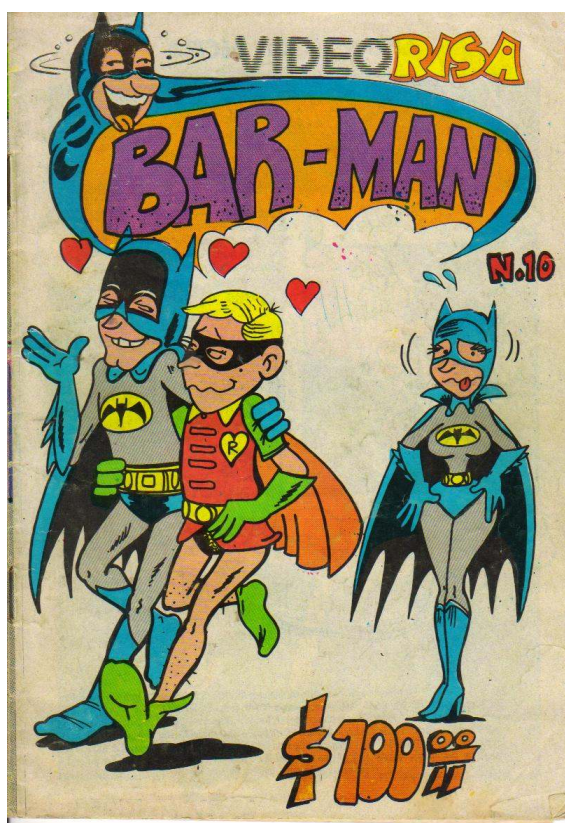


Figura 25. *Videorisa* tuvo su auge en los ochentas
Fuente: Mercado Libre⁵⁵

Ya en la década de los noventa una maniobra de *marketing* diseñada para reestablecer la popularidad de un personaje de cómics, conocido a nivel mundial, también haría eco en México. Se trató de *La Muerte de Superman*, acontecimiento que propició un renovado interés por el mundo del cómic entre el público. Dicha historia fue impresa en nuestro país por Editorial Vid y a raíz del éxito de ésta,

⁵⁵ *Videorisa* No. 10 / Mercado Libre [en línea], dirección URL: http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-430720157-comic-videorisa-no-10-batman-la-parodia-barman-ed-arjoma-_JM, [consultado el 29 de octubre de 2013].

comenzaron a editarse en territorio mexicano nuevas versiones de diversos cómics protagonizados por personajes de gran arraigo en la cultura popular estadounidense. También es de resaltar que como consecuencia de este nuevo *boom* de la historieta comenzaron a aparecer más tiendas especializadas en venta de cómics y artículos relacionados con éstos en varias partes de la República.



Figura 26. *La muerte de Superman*
Fuente: *Fans Choice Comics*⁵⁶

poderoso, además de a narcotraficantes en un universo habitado por animales antropomorfos. El surgimiento de esta historieta propició también la creación de “Cygnus Studio”, productora de cómics que refrescaría esta actividad en el país al reunir en un momento a algunos de los más talentosos creadores del medio como Salvador Vázquez, Giovanni Barberi, Carlos García Campillo y María Elena Salas.

Pero además del surgimiento de “Cygnus”, se crearon otros estudios en diferentes partes del territorio nacional. Tal fue el caso de “Estudio Entropía”, que se estableció en Guadalajara. Actualmente con el nombre de “Estudio Paltik” fueron sus artistas quienes crearon y dieron a conocer *Xiuhcoatl, la serpiente de fuego*, un cómic muy peculiar que tiene como protagonistas a una serie de superhéroes basados en la mitología mexicana.

Desafortunadamente, la etapa de prosperidad anteriormente referida, no se extendió del todo a las publicaciones que presentaban creaciones de artistas mexicanos, cuya situación continuaba siendo precaria. Esto llevó a la revista *¡Ka-Boom!*⁵⁷ a intentar rescatar varias historietas originales realizadas en el país a través de recopilaciones y números especiales, pero a pesar de los diferentes contenidos y autores que reunían, dichas ediciones no lograron obtener el éxito esperado.

Sin embargo, los personajes representantes del cómic nacional seguirían apareciendo, y para 1994 el artista Edgar Delgado crea *Ultrapato*, cuya historia nos presentaba a un pato que gracias a un par de guantes extraterrestres adquiría superpoderes. Con estas habilidades el protagonista combatía a un enemigo igualmente

⁵⁶ *La muerte de Superman* / *Fans Choice* [en línea], dirección URL: http://www.fanschoicemcomics.com.ar/dc-comics-la-muerte-de-superman-mega-pack-completa_1614xJM, [consultado el 29 de octubre de 2013].

⁵⁷ La editorial, del mismo nombre, ha publicado a su vez importantes historietas mexicanas, como *Karmatrón* y *los Transformables* (1986). Actualmente la empresa mexicana promueve sus creaciones en línea, al igual que diversos cómics digitales. Cfr. [en línea], dirección URL: <http://www.ka-boom.com.mx>, [consultado el 16 de septiembre de 2013].

De igual modo debemos resaltar que, entre los artistas del cómic mexicano en la década de los noventa, también existieron creativos que trabajaron de manera independiente. Un ejemplo de ellos es Leopoldo “Polo” Jasso, quien publica en *Psycomix* las aventuras de “Cerdotado”, personaje que Jasso creara desde sus años en la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Cerdotado surge con las características de un cómic subterráneo de autor: no pertenece a ninguna de las grandes editoriales comerciales, además de que presenta historias que el mismo guionista dibuja y entinta.



Figura 28. Primer número de *Meteorix 5.9 No aprobado*
Fuente: Jorge Break / Facebook⁵⁹



Figura 27. *Xihcoatl*, No. 3, serie de 1996
Fuente: Estudio Paltik⁵⁸

Hablando de otros casos representativos del cómic mexicano de inicios del siglo veintiuno, destacaremos el caso de *Meteorix 5.9 No Aprobado*, historieta independiente de ficción creada a inicios del año 2000 por Jorge Break, que se puede considerar el principal ejemplo de lo que aficionados al cómic en nuestro país han llamado “Mexi-manga” o “Manganaco”: estilo híbrido del cómic japonés y el estadounidense, pero con diálogos picarescos, modismos y una gran cantidad de dobles sentidos característicos del mexicano. El estilo resultante aportó a *Meteorix* una frescura que lo hizo mantenerse en el gusto de los lectores durante 7 años.

⁵⁸ *Xihcoatl, la serpiente de fuego* / Estudio Paltik [en línea], dirección URL: <http://www.estudiopaltik.com/html/descargas.html>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

⁵⁹ *Meteorix 5.9 No aprobado* / Facebook [en línea], dirección URL: <https://www.facebook.com/Meteorix5.9NoAprobado>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

En años posteriores y hasta nuestros días, el quehacer de los ilustradores mexicanos ha evolucionado a la par del resto del mundo, auxiliados en gran parte por las nuevas tecnologías con las que se cuentan, en la que artistas de todo el mundo pueden compartir sus obras con profesionales y aficionados en prácticamente cualquier parte del orbe. Y en cuanto a la caricatura política, podemos constatar que no sólo ha perdurado sino que se ha fortalecido al grado de ser un elemento de peso en varias de las publicaciones actuales. En nuestros días existen revistas como *El Chamuco*, que difunde principalmente caricaturas de contenido político, gozando de gran aceptación entre los lectores.

1.3 Los dibujos animados en México

Como mencionamos anteriormente, los eventos donde se proyectaban dibujos y se les daba movimiento de forma mecánica (como los *phantasmagoria*) fueron uno de los antecedentes directos del cine de animación. Pues bien, en nuestro país este tipo de espectáculo se conoció hasta 1805 con la llegada del empresario alemán Andrew Oehler, quien realizó en la ciudad de México presentaciones muy parecidas a las que Étienne Gaspard Robertson organizaba en París por aquella época. Sin embargo, “Oehler no contó con que todavía había residuos de la mentalidad de la Santa Inquisición. Después de la segunda exhibición se empieza a correr la voz de que están exhibiendo imágenes espantosas en un lugar público en la ciudad de México y el gobierno lo apresa, lo manda a la cárcel y después de muchas peripecias es liberado al aclarar que simplemente era una ilusión óptica y mecánica de proyección de imágenes. El hombre se va a Filadelfia despotricando contra México, y se olvida de esa etapa mexicana.”⁶⁰

Esta anécdota es un buen ejemplo de la “preparación y entrenamiento como espectador”, por así decirlo, que recibió el público en México y otras partes del mundo antes de la llegada formal del cine. Este planteamiento se ve apoyado por la afirmación que hace al respecto el académico José Antonio Rodríguez: “Yo dudo mucho de la veracidad de la famosa anécdota de la proyección de los Lumière, la de que los espectadores se levantaron cuando una locomotora se acerca a la pantalla. También habría que acudir a las fuentes primarias, a ver si realmente hubo crónicas de ese hecho, porque yo creo que el espectador del siglo XIX, con la linterna mágica, con los cosmoramas, con las máquinas enciclopédicas, como se le llamaba a las linternas mágicas, ya tenía conocimiento del engrandecimiento visual de la pantalla, del movimiento, del sonido, de la luminosidad y de la oscuridad. El espectador ya estaba preparado para el cine. En México, ochenta años antes de que llegue el cine, tenemos proyección de imágenes.”⁶¹

Pero fue hasta 1820 cuando la proyección de imágenes en movimiento comenzó a ser algo cotidiano en nuestro país y, una vez superado el “trauma” inicial por parte de la sociedad mexicana de principios de aquel siglo, las funciones se ambientaron con música, decorados, iluminación e incluso esencias aromáticas.

⁶⁰ Manuel Rodríguez Bermúdez; *op cit.*, p 23.

⁶¹ *Ídem.* pp. 24-25

En cuanto a cuál se considera el primer trabajo de animación hecho en México, resulta complicado identificar una obra reconocida con ese título de forma unánime; algunos investigadores mencionan que debió tratarse de un anuncio publicitario proyectado en cine y otros más lo identifican como un “comercial” en los inicios de la televisión mexicana. Incluso hay personas que aportan datos a manera de anécdota, lo que lamentablemente carece de una documentación adecuada que haga irrefutable dato alguno.

El investigador Manuel Rodríguez menciona en su libro *Animación: una perspectiva desde México*, que “las primeras noticias que se tienen sobre la exhibición de películas de animación en el país datan del año 1907. *El Entreacto*, de Ciudad de México, consigna el jueves 14 de marzo la exhibición, en la Sala Pathé, de un film intitulado *Retrato animado por el cinematógrafo*. En *El arcón de las vistas: cartelera del cine mexicano, 1896-1910* de Juan Felipe Leal, Eduardo Barraza y Carlos Flores, se menciona otra exhibición de cine de animación, ocurrida ese mismo año: *Siluetas animadas*, proyectada en el Teatro Riva Palacio el 16 de agosto. El 27 de ese mes, en el mismo teatro, se exhibió *El charlatán del movimiento*.”⁶²

Sobre el creciente interés del público mexicano hacia el cine de animación, el director Carlos Sandoval Bennet opina que se debió principalmente a la llegada a nuestro país de personajes como “Mickey Mouse”, “Mutt y Jeff”, “El Gato Félix” y “El Conejo Oswald”, que con sus graciosas aventuras cargadas de situaciones absurdas y desafíos a las leyes de la física, cautivaron a los primeros espectadores de esta nueva forma de entretenimiento en nuestro territorio.⁶³

Uno de los primeros artistas mexicanos en buscar emular la técnica de animación que ya para entonces la casa Disney dominaba, fue precisamente Juan Arthenack. Oriundo del Distrito Federal y con una sólida formación como pintor y caricaturista, empezó a publicar en periódicos como *El Imparcial*, *Excélsior*, *El Universal* y *El Universal Gráfico*, desarrollando en estos últimos su estilo personal para la elaboración de tiras cómicas. Arthenack creó algunos de los referentes históricos del cómic en México como *Don Prudencio y su familia*, además de la ya mencionada *Adelaido el conquistador*. Su principal contribución a la animación en nuestro país consistió, según cuenta Esperanza Vázquez⁶⁴, en elaborar una breve secuencia animada para una cinta en la que él mismo actuó: *El rompecabezas de Juanillo*. Era el año 1919 y, además de encarnar al personaje protagónico (“El Bruja”), el egresado de la Academia de San Carlos hizo posible que un personaje desplazara varias letras que al final formaban la palabra “Excélsior”.

También digno de mención es el intenso trabajo de animación que desarrolló a partir de 1927 el cinefotógrafo Miguel Acosta, quien “realizó las primeras películas animadas (en nuestro país) con duración de treinta segundos, haciendo más de

⁶² *Ibidem*. p. 123

⁶³ Laura Núñez Rodríguez y Martha Verónica Ocampo Franco; *El cine de animación en México*, tesis de licenciatura, FES-Aragón, UNAM, México, 1996, p. 33.

⁶⁴ Manuel Rodríguez Bermúdez; *op cit.*, p. 124.

doscientas producciones”⁶⁵. Desafortunadamente no se cuenta con información más detallada sobre este otro pionero de la animación mexicana. Tampoco se sabe a ciencia cierta el tipo de historias que presentaban sus producciones y por ello, este tipo de datos sobre los iniciadores de la disciplina en nuestro país, a falta de más fuentes fidedignas, se ha manejado principalmente como algo anecdótico, lo cual resulta lamentable.

Posiblemente el primer proyecto mexicano para una cinta de dibujos animados y protagonizada por personajes nacidos en el cómic se deba a Salvador Pruneda (1895-1986) que, a partir de su tira *Don Catarino y su apreciable familia*, empezó a desarrollar una obra que algunas fuentes reportan que sí se concluyó⁶⁶, esto habría sucedido en 1934 y desafortunadamente no existe registro de que se conserve alguna copia de la misma.

Lo cierto es que, entre las primeras animaciones que se han conservado y catalogado están varios cortos realizados principalmente por estudiantes universitarios, trabajos que incluso han sido vistos en otras partes de América Latina y Europa.

En cuanto a la consolidación de las primeras empresas mexicanas de animación se podría decir que, si bien se tienen documentados algunos intentos de agrupar a los artistas de esta disciplina (como AVA-Color en 1935 y Caricolor en 1943), la primera compañía en establecerse con relativo éxito en nuestro país y desarrollar una labor más consistente, formalizando un nivel de producción aceptable para insertarse en la naciente industria fílmica mexicana, fue Caricaturas Animadas de México. Fundada en 1947 por Claudio Baña, Leobardo Galicia y Jesús Sáenz, la nueva empresa contrató a varios de los animadores formados en Caricolor, lo que significó un acierto al aprovechar la valiosa experiencia con que estos ya contaban. Pero quizá la principal innovación de esta compañía fue que empezó a utilizar procesos y tecnologías que ya eran un *standard* en la época:

Se comenzaron a utilizar las micas de acetato, se aplicó una técnica de coloreado más eficaz y se puso en práctica algo que ya era muy común en los estudios de animación en el mundo: la técnica del *shooting on two's*, o sea, fotografiar dos cuadros de película por dibujo.⁶⁷

Entre las producciones más representativas del trabajo realizado en Caricaturas Animadas de México destacaremos el *Noticiero Cómic* (1947), parodia de los noticieros cinematográficos de la época que enfrentó un problema con el que *Descontrol* también se encontraría, incluso más de medio siglo después: los guiones de comedia sobre hechos cotidianos perdían algo de su vigencia por el tiempo que tomaba realizar las animaciones. Por supuesto, el caso de éste noticiero era mucho más notorio, porque requería un trabajo de tres a cuatro

⁶⁵ Laura Núñez Rodríguez y Martha Verónica Ocampo Franco; *op cit.*, p. 34.

⁶⁶ Manuel Rodríguez Bermúdez; *op cit.*, p. 125.

⁶⁷ *Ídem*. p. 130.

meses por episodio (los cuales duraban apenas unos cuantos minutos, como se acostumbraba entonces).

Para el investigador y académico Manuel Rodríguez la aportación más significativa de aquella empresa en cuanto a diseño y creación de personajes fue la animación de un mosco que apareció en el largometraje de 1949 *El diablo no es tan diablo*, producido por Alfredo Ripstein Jr. y dirigida por Julián Soler. Es en esta cinta donde se puede observar por primera vez en el cine de nuestro país la interacción entre un personaje animado y “acción en vivo”.

Dentro de este breve recuento vale la pena reconocer también el trabajo que animadores mexicanos desarrollaron para empresas extranjeras, como fue el caso de Fernando Ruiz, quien trabajó para los estudios Disney como asistente de animación en la cinta *La Espada en la Piedra* (1963). Los hermanos César y Ángel Cantón, por su lado, fundaron la compañía Kinemma y trabajaron en distintos proyectos para la empresa estadounidense Hanna-Barbera.

Existen varios ejemplos del esfuerzo que tanto empresarios como artistas de la animación en México realizaron durante décadas para hacer de esta actividad un negocio reconocido y redituable aunque, lamentablemente, éstos trabajos realizados mayoritariamente para cine, tuvieron el inconveniente de no consolidar una corriente capaz de dar un impulso definitivo a nuestra animación en el mercado nacional y, ¿por qué no?, entre el público extranjero. Baste recordar que durante la llamada “época de oro” del cine mexicano, el principal mercado para las distribuidoras mexicanas era Latinoamérica.

Actualmente la competencia por espectadores es mucho mayor, con distintas reglas y recursos tanto para la producción como la comercialización, y las distintas instituciones designadas por el Estado (IMCINE y sus antecesores: Banco Cinematográfico, CONACITE y CONACINE) no han sido lo suficientemente acertadas para hacer frente a las demandantes condiciones de la industria cinematográfica mundial. Si bien se ha financiado proyectos de cierto éxito, también se ha apostado por muchas películas francamente mediocres en lo que a explotación comercial se refiere. De modo que, dentro de esta serie de pruebas y errores, los dibujos animados mexicanos y el impulso a su desarrollo han sido de los menos favorecidos.

El lado positivo de este escenario es que, pese a las carencias en cuanto a apoyos presupuestales y la usual falta de confianza por parte de algunos inversionistas en ese tipo de proyectos, se ha podido llevar a buen término producciones muy importantes para la historia de la animación en México.

El primer largometraje mexicano de animación fue *Los 3 reyes magos*, realizado en 1974, pero estrenado hasta 1976 con buena respuesta del público. La cinta fue dirigida por Adolfo Torres Portillo y el ya mencionado Fernando Ruiz, quienes desarrollaron la historia basada en un idea original de la escritora Rosario Castellanos (que, por cierto, no recibe crédito en pantalla⁶⁸). Se trató de un

⁶⁸ *Ibidem*. p. 136.

proyecto apoyado por instancias tanto gubernamentales como privadas (Conacine y Cinsa, respectivamente). Las razones principales por las que la película, de 80 minutos de duración, tardó 2 años en ser finalizada, fueron principalmente de naturaleza financiera.

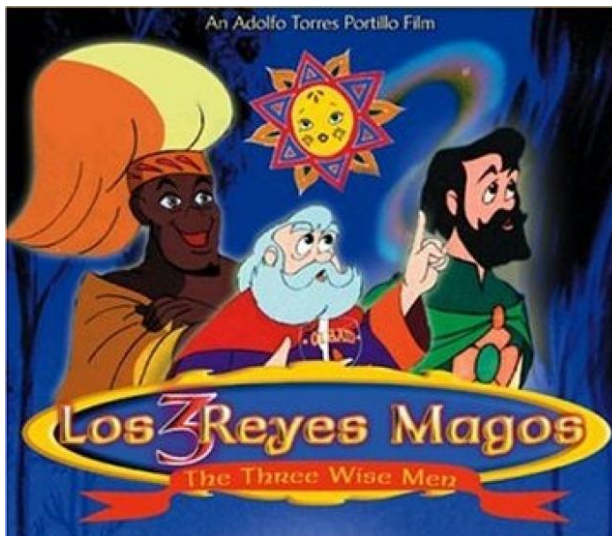


Figura 29. Póster promocional de la cinta *Los 3 Reyes Magos*

Fuente: *Listas / 20 Minutos*⁶⁹

presupuesto predeterminado (sin mencionar el tener que satisfacer otras tantas exigencias que casas productoras y estudios suelen formular). Pero a esto se agrega que es usualmente el director de animación quien supervisa el diseño de todos los personajes que aparecerán en la película (sus “actores”) y, sobre todo, él es responsable directo de que se imprima credibilidad a una escena (lo que, en este contexto, no necesariamente equivale a “realismo”). Esto es, que la obra logre el efecto deseado al transmitirnos determinados estados de ánimo: que la iluminación y las texturas de cada escena sean las adecuadas, que la música y los efectos sonoros apoyen la historia que se pretende contar (recordemos que la construcción de la pista sonora en una animación parte desde cero, ya que no hay grabación de audio en el set). No olvidemos, además, que para el caso de las animaciones donde existen diálogos, es también el director quien suele elegir aquellas voces que, considera, van más de acuerdo a cada personaje. En resumen, el director de animación es quien comanda a ese ejército que trabaja en la cinta para, mediante una constante comunicación con cada área, crear una pieza dramática convincente, representada por actores inexistentes en el plano físico (salvo, quizá, por quienes aporten sus voces), que se desenvuelven en escenarios inventados. Sin duda, una empresa nada sencilla.

Volviendo a nuestro recuento tenemos que, después de *Los 3 reyes magos*, podemos ubicar otros títulos relevantes como *Los Supersabios* (1978) y *Tlacuilo* (1984), pero en la historia de la animación mexicana bien merece mención aparte

⁶⁹ *Películas animadas mexicanas / 20Minutos.es* [en línea], dirección URL: <http://listas.20minutos.es/lista/peliculas-animadas-mexicanas-354310/>, [consultado el 8 de abril de 2013].

El Héroe, de Carlos Carrera (1994). Se trató de un corto de 5 minutos de duración que, al ser premiado con la Palma de Oro al Mejor Cortometraje en el festival de Cannes, puso a la animación realizada en nuestro país en un nuevo nivel de reconocimiento internacional.

Para el investigador Manuel Rodríguez la gran virtud de *El Héroe* fue que su personaje es ejemplo típico “de la nueva escuela de animación mexicana, que verá en la segunda mitad de la década de los noventas una mayor participación de instituciones, escuelas y animadores”⁷⁰. Rodríguez identifica en producciones de esa época (como *Sin sostén* -1998, dirigido por René Castillo- y *Largo es el camino al cielo* -dirigido en el mismo año por José Ángel García Moreno-) una serie de personajes sombríos en ambientes urbanos deprimidos y “atormentados por las exigencias de la vida cotidiana”, lo cual podría decirnos mucho del estado de ánimo de toda una población en aquel punto específico de la historia.

Gracias al impulso que aquel corto premiado de Carlos Carrera dio a la animación en México y a factores como incentivos estatales a la producción, las condiciones mejoraron en cierta medida para que se concretaran producciones como *Magos y Gigantes* (2003), *Imaginum* (2005) y *El Agente 00-P2* (2010), las tres realizadas por Ánima Estudios, *La leyenda de la Nahuala* y *Nikté* (2007 y 2009 respectivamente) de Animex al igual que *AAA La película: Sin límite en el tiempo* (2009), *Brijes*, de Santo Domingo Animación (cinta que es además la primera de dibujos animados 3D hecha en nuestro país), *Héroes Verdaderos: Independencia* y *La Revolución de Juan Escopeta* (las cuatro del 2010) y más recientemente *El Santos vs. La Tetona Mendoza*, producida en el 2012 por Peyote Films y con un guión de Augusto Mendoza, precisamente uno de los escritores de *Descontrol*.



Figura 30. Póster promocional de la cinta *El Santos VS la Tetona Mendoza*
Fuente: santosvstetona.com⁷¹

1.3.1 Los dibujos animados para televisión abierta en México

Ya desde 1952, año en que se transmitía *El Club Quintito*⁷² en la frecuencia concesionada al ingeniero Guillermo González Camarena (XHGC -canal 5-), se

⁷⁰ *Ibidem*. p. 150.

⁷¹ *El Santos VS la Tetona Mendoza / Poster* [en línea], dirección URL: <http://santosvstetona.com/images/poster.jpg>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

venían presentando las llamadas “barras” de programación destinadas a cierto tipo de público. Estas barras estaban calculadas con base en las edades de la audiencia, y como en aquella época los dibujos animados que se transmitían estaban orientados exclusivamente al público infantil, el horario más accesible para llegar a esos televidentes era por las tardes. A la par, los anunciantes se percataron de que tenían en sus manos una gran cantidad de consumidores manipulables. Quizá por esto, los horarios de la “barra infantil” se fueron ampliando, llegando en ocasiones a ser tan largos como en las temporadas vacacionales, en que la programación infantil empieza desde las 7:00 a.m. y termina hasta las 8:00 p.m., sobre todo en canales de gran penetración y potencial de comercialización, como el 5 de Televisa.

La producción mexicana de dibujos animados para televisión tiene décadas de existencia y entre los principales ejemplos de ello podemos mencionar las animaciones hechas para productos que se han publicitado en aquel medio, como Rayovac, Vitacilina, Bardahl, Choco Milk o Quick, además de cápsulas para el público infantil como las de *Cantinflas Show* o *La Isla de Kolitas* en los ochentas.

En este punto conviene referirnos a uno de los principales antecedentes de las cápsulas animadas que se han elaborado en nuestro país con la finalidad de ser transmitidas directamente por televisión: *La familia Telemiau* (1972), serie de seis cortometrajes que lamentablemente, por su nivel técnico, no eran competencia para la calidad que presentaban producciones como *Don Gato y su pandilla* (*Top Cat*), animaciones que actualmente son verdaderos clásicos, recordados por varias generaciones de mexicanos.

Pero sería hasta enero del año 2005 cuando se produce en México *Descontrol*, un programa de dibujos animados semanal con duración de media hora, formato sin precedente para las producciones de animación realizadas en el país. Paradójicamente, *Descontrol* no es realizado por la televisora privada con mayor tradición e infraestructura en hispanoamérica (Televisa), sino por su competencia, TV Azteca, que anteriormente había tenido importantes aciertos al arriesgarse a transmitir contenidos novedosos, como fue el caso de *Los Simpson*, programa que aún después de casi dos décadas, sigue reportando altos niveles de *rating*.

Motivados probablemente por esa clase de resultados que, al hacer a la televisora pionera en nuevos contenidos, le reportaron enormes ganancias (como fue también el caso de la primera generación de *La Academia* en el rubro de los *reality shows*), los ejecutivos de la televisora del Ajusco decidieron dar luz verde al programa de animación, no sin antes realizar sustanciales cambios al proyecto original presentado por sus creadores.

Aunque más adelante estudiaremos a detalle el caso de *Descontrol*, es importante mencionar por ahora que poco después de la innovación que dicho programa representó para la televisión mexicana se produjeron otras realizaciones con características similares, como *La gruta del Alux*, de la empresa Topico's, que

⁷² Cfr. *Club Quintito* [en línea], dirección URL: <http://www.youtube.com/watch?v=4UjidP0fwr0>, [consultado el 23 de octubre de 2013].

se transmite desde julio del 2005 a nivel regional para la península de Yucatán. Se trata de una caricatura que entre otras virtudes tiene la de ofrecer un reflejo de la herencia maya, patente en la cultura popular de los mexicanos de aquella región.



Figura 31. *La gruta del Alux*, de Topico's
Fuente: Sergio Neri⁷³

Otro ejemplo más difundido de los programas posteriores a *Descontrol* en cuanto a producciones de animación para televisión de al menos media hora de duración



Figura 32. *El Chavo animado*, realización de Televisa y Ánima Estudios
Fuente: Armando Villaseñor⁷⁴

elaboradas en México, es la emisión *El Chavo animado*, realizada por Televisa y Ánima Estudios. Se trata de un programa que llegó a las pantallas el 22 de octubre

⁷³ Sergio Neri; *La Gruta del Alux* [en línea], dirección URL: <http://blog.sergioneri.com/?p=87>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

⁷⁴ Armando Villaseñor; *El Chavo animado* / *Multipress* [en línea], dirección URL: <http://multipress.com.mx/television/kids-choice-awards-mexico/attachment/el-chavo-animado-960x310/>, [consultado el 30 de octubre de 2013].

del 2006. La primera temporada de esta serie estuvo basada en guiones ya existentes que alguna vez fueron protagonizados por actores reales, aunque, por la naturaleza del formato, esta vez se pudo agregar nuevos elementos, como trabajar con escalas reales (los tamaños proporcionales entre niños y adultos, que antes eran prácticamente los mismos) o la posibilidad de presentar diversos escenarios de acuerdo a la “imaginación” de los personajes (recurso narrativo del que carecía el programa original). El lanzamiento y programación habitual de *El Chavo animado* fueron apoyados por una intensa campaña publicitaria. Este programa se sigue transmitiendo en la actualidad a través de los canales de Televisa y por el canal de TV por cable Cartoon Network a otros países.⁷⁵

⁷⁵ Para el 2013, la serie contaba con 128 episodios repartidos en seis temporadas. *Cfr. El Chavo Animado* [en línea], dirección URL: http://es.wikipedia.org/wiki/El_Chavo_animado, [consultado el 1 de agosto de 2013].

Capítulo 2. La creación del programa *Descontrol*

2.1 Breve historia de TV Azteca

Para comprender mejor la trascendencia de un programa como *Descontrol*, es necesario enmarcarlo en su contexto dentro de la historia de la televisión mexicana, y para ello habremos de realizar un recuento de las transformaciones y evolución que tuvo su empresa productora, desde los orígenes y hasta su situación actual.

XHDF-TV, el canal 13 de televisión abierta en México, inició operaciones el 1º de septiembre de 1968 con la transmisión del informe de gobierno del entonces presidente Gustavo Díaz Ordaz, posteriormente dejó de transmitir formalmente para realizar pruebas de imagen y sonido, reiniciando actividades el 12 de octubre de ese mismo año con motivo de la inauguración de los Juegos Olímpicos en México.

También en ese año, el canal es concesionado a Cadena Radio Continental (hoy Grupo Radio Centro), propiedad de Don Francisco Aguirre Jiménez. El equipo de este empresario contaba con 13 locutores de radio, conocidos como los “13 locos”⁷⁶; ellos realizaban múltiples labores: instalaciones, diseño y montaje de escenografía, guiones, producción y, por supuesto, conducción de los programas.

La empresa tenía 42 empleados en total y sus instalaciones se encontraban en el sótano de la Torre Latinoamericana. Únicamente contaban con un pequeño estudio (que ellos mismos bautizaron como “el clóset”) y dos cámaras en blanco y negro.

El equipo necesario para que el canal entrara en operación fue importado del continente europeo: llegó desde Inglaterra al puerto de Veracruz para de ahí trasladarlo a la Ciudad de México por carretera; proceso que ciertamente resultaba todo un espectáculo, porque camiones con rollos gigantes de cable recorrieron aquella distancia.

En cuanto a los contenidos, la totalidad las transmisiones de aquellos primeros años eran en blanco y negro, conformando una programación que incluía pequeños noticiarios, cápsulas deportivas, algunos concursos, musicales y tiempo después series estadounidenses como *La Isla de Gilligan* o *Los Thunderbirds*.

Posteriormente las instalaciones del canal se cambiaron a la calle Mina, número veinticuatro, atrás del teatro Blanquita. Ahí ya se contaba con tres pequeños estudios y un elevador que también empleaban para subir escenografías.

A pesar de los esfuerzos de Aguirre Jiménez y su gente para hacer crecer poco a poco Canal 13 y volverlo una emisora exitosa, en marzo de 1972 el gobierno

⁷⁶ Cfr. Héctor García; *TV Azteca, Historia de México y Procesos de Comunicación II* [en línea], dirección URL: <http://mexicoycomunicacion.tripod.com/azteca.htm>, [consultado el 24 de octubre de 2013].

federal decide retomar la operación de la frecuenciaXHDF-TV, absorbiendo el canal a través de Banca Somex, con la intención de tener un papel más activo en aquel medio de comunicación y utilizarlo como herramienta de difusión masiva institucional. En ese momento se implementaron algunas normas operativas que años después serían inimaginables para el modelo comercial de televisión que se terminó por imponer y tanto apoyaría al gobierno: estaba prohibido incluir en la publicidad del canal productos como cerveza, licor y tabaco, además de que sólo se podrían comercializar 4.5 minutos por cada 30 de transmisión. Sin duda un esquema racional, pero muy alejado del enfoque que la industria de la televisión privada actual posee, al concebir ese medio primeramente como un negocio cuyo objetivo es generar dinero, además de constituir una herramienta de poder político, control social y condicionamiento cultural.



Figura 33. Logotipo del Instituto Mexicano de la Televisión
*Fuente: Roberto Montoya*⁷⁷

Es hasta mediados de los ochentas, específicamente el 15 de mayo de 1985, cuando se crea la señal XHIMT-TV (Canal 7), que en un principio tenía por misión resaltar los valores nacionales, así como difundir una selección de eventos culturales y deportivos. Es también en ese año que se constituye el Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión), agrupando inicialmente los canales 7, 13 y 22. Sin embargo, tan solo un lustro después, Imevisión únicamente quedaría comprendido por el canal 13, debido a la desincorporación de los canales 7 y 22.

Sucedió que el canal 7 fue puesto en venta para ser explotado comercialmente y mientras ese proyecto se consolidaba, sus transmisiones eran meramente una repetición de la señal de Canal 13; en cuanto al Canal 22, éste conservó un perfil cultural a petición expresa de 800 intelectuales miembros de "la comunidad cultural de México"⁷⁸.

La era de Imevisión llegaría a su fin el 18 de julio de 1993 cuando, después de permanecer más de dos décadas bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión abierta regresa a la iniciativa privada. Cabe mencionar que durante ese tiempo se consiguió producir algunos programas que gozaron de relativo éxito, pese a competir por el público con Televisa y tener un presupuesto ínfimo en comparación con la televisora privada. No obstante, ello no fue suficiente para impedir la transacción comercial. Así, el Canal 13 y su red nacional fueron desincorporados junto con Canal 7 y sus distintas repetidoras al interior del país, además del Canal 2 de Chihuahua. La forma en que el gobierno mexicano llevó a cabo el proceso de desincorporación implicó hacer una serie de cambios en la situación legal de los canales, ya que varios de ellos (específicamente los de la red

⁷⁷ Roberto Montoya Martínez; *Todo tiempo pasado fue mejor, según Montoya / Crítica Política* [en línea], dirección URL: <http://www.criticapolitica.mx/15923>, [consultado el 4 de julio de 2012].

⁷⁸ Cfr. *Informe de Rendición de Cuentas de la Administración Pública Federal 2006 – 2012* [en línea], dirección URL: http://corporativo.canal22.org.mx/documento/Informe_Rendicion_de_Cuentas_TVMETRO.pdf, [consultado el 24 de octubre de 2013].

7), tenían el estatuto de “permisionados”, hecho que impedía su venta, debido a que la legislación en materia señalaba claramente que sólo aquellos canales que fueran concesionados podían ser cedidos por el Estado mediante su respectiva operación de compra-venta. El gobierno “crea, entonces, una serie de empresas paraestatales -la más grande llamada Televisión Azteca- para que se conviertan en concesionarias de los canales que conforman las redes 13 y 7”⁷⁹. Una vez modificado el panorama, se procede a poner en venta dos cadenas nacionales: la del 13 (compuesta por 90 canales) y la del 7 (que contaba con 78 canales).

El proceso de privatización de ese conjunto de canales que anteriormente fueran administrados por el gobierno, se consolidó después de una aparentemente extensa e intrincada maniobra de licitación por la que debieron contender cuatro distintas sociedades empresariales, resultando ganador y convirtiéndose en posterior comprador el grupo Radio Televisora del Centro, dirigido por el entonces joven empresario Ricardo Benjamín Salinas Pliego, propietario asimismo de la creciente cadena de tiendas de artículos electrodomésticos Elektra. Se trató de una operación por 650 millones de dólares y la adquisición consistió en un “paquete de medios” que incluyó, además de las citadas cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Operadora de Teatros, S.A. (COTSA) y los legendarios Estudios América, todas ellas empresas en posesión del Estado por aquel entonces. Desde ese momento, lo que una vez fue conocido como Imevisión se convertiría en la inicialmente modesta TV Azteca.

La transición a la iniciativa privada se dio de forma gradual en términos operativos, comenzando con las instalaciones y personal con que ya contaba Imevisión. Los equipos poco a poco se fueron modernizando con inversiones que a la fecha suman millones de dólares y se decidió incorporar a una base de trabajadores de la antigua Imevisión (varios de ellos incluso continúan laborando para TV Azteca en la actualidad).

En cuanto a la producción, se decidió conservar algunos de los programas con mayor tradición y arraigo entre los televidentes, como *A quien corresponda* y *DeportTV*, que en la actualidad se siguen grabando y transmitiendo, aún después de incontables modificaciones a sus características originales. También se decidió incorporar figuras relativamente conocidas del elenco de Televisa a las filas de la nueva empresa que le haría competencia. De ese modo se integran personajes como Pati Chapoy, que eventualmente se convertiría en uno de los rostros distintivos de TV Azteca.

El caso de Chapoy y particularmente su programa *Ventaneando*, viene a colación porque, junto con *Los Simpson* y *DeportTV* (cuando aún laboraba en la empresa el comentarista José Ramón Fernández) se convirtieron en las producciones “punta de lanza” para empezar a posicionarse en las mentes de la población mexicana como una genuina competencia de Televisa por el *rating*. Inicialmente, lo que éstas producciones tendrían en común era ofrecer contenidos y puntos de vista distintos

⁷⁹ Cfr. *Cronología e Historia mínima de la televisión mexicana (1928-1996)* [en línea], dirección URL: http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_television.htm, [consultado el 10 de febrero de 2013].

y novedosos en comparación con lo que la empresa de Azcárraga solía ofrecer a sus televidentes.

2.2 Reviéntame: El programa piloto que dio origen a Descontrol

Se puede identificar claramente el concepto inicial a partir del que se desarrolló la emisión televisiva de animación que sería conocida como *Descontrol*. Fue el guionista y creativo de televisión Marco Antonio Lagarde Bedolla quien, en el año 2004, decide presentar a ejecutivos de TV Azteca el proyecto de una serie animada llamada *Reviéntame*.

Al respecto, Lagarde menciona: “*Reviéntame* fue concebido como una caricatura con un argumento principal de principio a fin, al que se le sumarían historias alternas. Siempre he tenido un gran aprecio por el trabajo de creativos como Matt Groening (creador de *The Simpsons*), Trey Parker, Matt Stone (creadores de la serie animada *South Park*) y Seth MacFarlane (guionista, animador y creador de series como *Family Guy* y *American Dad!*), donde grupos sociales como los amigos o familia pueden hacer una crítica del mundo que los rodea



Figura 34. Los personajes protagonistas de *Reviéntame*, con “Alex Lora”
Fuente: Marco Lagarde / DVD demo: Episodio Piloto

sin ser moralistas y jamás perder su principal virtud: hacer reír. Así que decidí tomar un espacio común en Latinoamérica: los edificios habitacionales conocidos como multifamiliares, tomar a 5 pubertos y sus familias disfuncionales para así enfrentarlos a una realidad fársica como lo es la realidad latinoamericana.”⁸⁰

Al ser cuestionado sobre su experiencia en los medios de comunicación y lo que le llevó a producir un programa de animación, Lagarde respondió:

Tengo ya 12 años trabajando. Comencé en medios impresos como crítico de cine y literatura, luego seguí como articulista y coeditor de cultura en cine y música en internet, cuando comenzaba ese medio. Después entré a Televisa, más tarde en Promofilm para Telemando y luego en TV Azteca. En Televisa en un principio entré a *Toma Libre*: un programa de corte juvenil e irreverente, el cual representaba para mí un reto creativo, porque cada emisión debía de superar a la anterior, en un intento por mostrar el mundo de los adolescentes hasta donde la censura lo permitiera y, en otras ocasiones, había que encontrar la forma de burlar la censura. El mayor éxito que se produjo en cuanto a *rating* con esa emisión fue llevar a Facundo (el conductor) al *spring break* en Cancún, el cual yo ya había presenciado cuando viví y trabajé un verano allá, por lo que me pareció una buena idea mostrarlo al público mexicano.

⁸⁰ Entrevista realizada a Marco Lagarde en noviembre del 2005.

Tiempo después colaboré en *El Espacio de Tatiana*, un programa infantil que se transmitía los fines de semana por el Canal 5, el cual fue una gran experiencia, ya que tenía que crear historias para niños donde éstos pudieran quedarse con un nuevo aprendizaje sin que dicha enseñanza fuera tan evidente como para que los pequeños sintieran que eran educados en su tiempo libre. Esta situación despertó mi interés por escritores de los siglos XIII, XVII y por los trabajos de muchos estudiosos actuales del guionismo.

Aquí cabe hacer un paréntesis para mencionar que actualmente existe entre muchos de los creativos de la televisión mexicana un creciente interés por lo que tienen que decir los llamados “gurús del guionismo”, la mayoría de ellos, con gran influencia en la industria hollywoodense del entretenimiento. Por ello, autores como Robert McKee, Syd Field, Linda Seger y Michael Hauge cuentan con cientos de devotos lectores entre las filas del guionismo nacional.

Quizá una de las razones para que se produzca este fenómeno es la necesidad de “asegurar” el éxito comercial en un negocio donde se mueven millones de dólares y la competencia es cada vez mayor con la aparición de nuevos canales de TV, tanto en sistemas de cable y satélite como por internet. Las enormes ganancias en juego hacen que los ejecutivos busquen escritores especializados, familiarizados con las tendencias que ya han funcionado en la meca del cine.

Para ilustrar dicho punto, baste recordar una conversación que tuve hace tiempo con el creativo de televisión y guionista Héctor Octavio Valdés⁸¹, donde ponía como ejemplo la preparación de un pastel que quedaba delicioso, pero la siguiente vez no, porque no se seguía una receta exacta. El buen sabor dependía de la casualidad. Por ello, para lograr siempre un buen resultado era necesario tomar nota con precisión de los ingredientes utilizados y la forma de prepararlo. En otras palabras: cuando se tiene un método y se sigue al pie de la letra, un resultado positivo tiene muchas más probabilidades de producirse.

De igual modo, para lograr un programa exitoso, es necesario tomar en cuenta una serie de pasos y requisitos que se deben cumplir. Dejar de confiar en la suerte y las corazonadas.

Si bien en el caso de la industria televisiva es muy difícil asegurar un éxito, trabajar de acuerdo a un sistema estudiado y organizado puede reflejarse en puntos de *rating* y, sobre todo, en utilidades para la televisora.

Pero volvamos a la experiencia que nos relata Marco Lagarde:

Después de una serie de proyectos en los que pude intervenir, como los antes citados, se me presentó la oportunidad de trabajar con Eugenio Derbez, uno de los mejores comediantes de México. Eugenio había trabajado ya por varios años con un equipo de escritores en un formato de sketches. Se trataba de un grupo ya consolidado donde todos tenían un estilo similar de hacer comedia. El proyecto en cuestión para el que fui convocado requería tomar a dos personajes preexistentes de aquellos sketches e inventar una serie. Junto con otro guionista realizamos un proyecto con “Ludovico” y

⁸¹ Conversación sostenida con el entonces Director Creativo de TV Azteca, en el año 2009.

“Federica”, personajes inspirados en otra pareja que ya hacía con anterioridad el también comediante Héctor Suárez. (...) el propósito fue transformar y enriquecer a dicha pareja para que fuera útil en una serie y capaz de sostener una historia con estructura. Se procedió a definir mucho mejor el perfil de cada personaje, darles matices e incluso crearles todo un universo. Fue así que se creó *La Familia P. Luche* como serie para la televisión. Tras esta experiencia me fui a trabajar a la empresa Promofilm, una productora audiovisual argentina donde fungí como asesor mexicano. Esto finalmente no duró, ya que poco después tuve la oportunidad de hacer una serie animada.⁸²

Es durante su estancia fuera de México cuando Marco Lagarde entra en contacto con la empresa colombiana de animación Conexión Creativa, dirigida por Hernán Zajec. “Cuando conocí sus tiempos de entrega, calidad y costos, vi que era factible realizar series animadas en México, así que regresé para intentarlo. Conexión Creativa llevaba ya varios éxitos de series animadas en Latinoamérica y esa experiencia les permitía cumplir con los tiempos programados y dentro del presupuesto necesario para que México diera el paso e iniciar una producción propia de series animadas”.⁸³

Una vez contempladas las etapas a seguir en cuanto a producción de la animación para el piloto, Lagarde decide conformar un nuevo grupo de escritores adecuado para este tipo de programa. A la mayoría de estos creativos Marco ya los conocía desde sus días en Televisa, y entre ellos estaban Armando García, José Ramón Menéndez, José Miguel Núñez y Emiliano Flores.

Se trataba de “poner a todos en sintonía” ya que era un formato pionero en México y, como tal, ofrecía una serie de nuevos retos y posibilidades, por ello era necesario que cada uno de los escritores, además de aportar su talento y creatividad, entendiera bien las características del nuevo programa. Ocurre que las situaciones que se pueden presentar en un programa de animación pueden ser mucho más variadas que aquellas en donde intervienen actores de “carne y hueso”, pero el tiempo para lograr su realización suele ser mucho mayor.

Para el diseño de los personajes de *Reviéntame* se recurrió a Es Cómico!, empresa mexicana dedicada al dibujo, animación y diseño establecida originalmente en León, Guanajuato. Entre los principales trabajos realizados por Es Cómico! se encuentran el cortometraje de animación *Memo Monedas* (premiado en el Festival Pantalla de Cristal del 2005 y el Festival Internacional de Cine Tercer Milenio del mismo año), además de spots animados para distintas dependencias a nivel regional.

Ahí se crearon los personajes que posteriormente fueron animados por Conexión Creativa, compañía que, bajo el mando de Zajec y Maribel Echeverri, previamente había conseguido un éxito considerable en Latinoamérica con las caricaturas *Betty Toons*, basadas en la también exitosa telenovela *Bety la fea*.

⁸² Entrevista realizada a Marco Lagarde en noviembre del 2005.

⁸³ *Ídem*.



Figura 35. Es Cómico! realiza *Memo Monedas* en el 2005

Fuente: Es Cómico!⁸⁴

Bono y el mismo Alex Lora, por mencionar algunos de ellos.

Un elemento de gran importancia para este tipo de producciones es contar con buen sonido, tanto en las voces como en música y efectos. El audio para el episodio piloto de *Descontrol* lo realizó originalmente la empresa Bond Studios, dirigida por André Bresán. De este modo, para febrero del 2004, en un lapso de aproximadamente tres meses se logró tener terminado el primer (y hasta ahora, único) capítulo de *Reviéntame*, titulado “Alex Lora y sus carnales”.

En dicho episodio conocemos a los protagonistas: “Piro”, “Rafa”, “Kita”, “El Sobres” y “El 16”, cinco chavos provenientes de una colonia popular que se proponen ir al concierto de Alex Lora a como dé lugar. Para lograr su objetivo se ven envueltos en una serie de enredos que los llevan a interactuar con personajes famosos, como Michael Jackson, Luciano Pavarotti, “El Padrino”, Bono y el mismo Alex Lora, por mencionar algunos de ellos.

A este tipo de situaciones nada convencionales y difíciles de lograr con actores reales, de acuerdo a los presupuestos de la televisión mexicana, nos referimos cuando hablamos de las posibilidades que ofrece un programa de animación.

En cuanto a las dificultades que se presentaron para que *Reviéntame* pudiera salir al aire en televisión abierta, se puede afirmar que no fueron pocas, y pese a varios acercamientos con la gente de TV Azteca desde finales del 2003 y buena parte del 2004, además de exhibiciones de prueba que aportaron resultados favorables ante un público muestra (llamado también *focus group*⁸⁵), los ejecutivos de la televisora decidieron por el momento no transmitir *Reviéntame*. No obstante, aquel piloto les da la idea de crear un concepto distinto, que constituiría un nuevo programa: *Descontrol*.

⁸⁴ Web de Memo Monedas! / Es Cómico! [en línea], dirección URL:

<http://escomic.blogspot.mx/2005/11/web-de-memo-monedas.html>, [consultado el 30 de octubre de 2013].

⁸⁵ Un *focus group* es una forma de investigación cualitativa en la que se le pregunta a un grupo de personas su actitud hacia un producto, concepto, anuncio, idea o envase. Se realizan preguntas de forma interactiva y a los participantes se les permite hablar entre sí. En mercadotecnia los *focus groups* son una herramienta muy importante para conocer las opiniones de los consumidores hacia los nuevos productos. En particular, los *focus groups* permiten a las compañías que desean lanzar un nuevo producto probar su aceptación antes de que salga al mercado. Esto provee una información muy valiosa sobre la potencial aceptación del producto.

2.3 Cambios en la producción e inicio de transmisiones

Marco Lagarde habla del surgimiento de *Descontrol*: “se trató de una serie totalmente diferente. Los directivos, tras conocer el piloto de *Reviéntame*, solicitaron que se desarrollara a la par un proyecto donde los personajes principales fueran la gente famosa de diferentes disciplinas. Finalmente decidieron dar luz verde a *Descontrol* y, dependiendo de los resultados, podría salir al aire *Reviéntame*. Parecía una apuesta lógica: no se habían hecho series animadas en México y los famosos serían un buen gancho para atraer al público, que no estaba tan familiarizado con la animación nacional en TV. A partir de esto, también Televisa, por medio de Roberto Gómez Fernández, comenzó la producción de *El Chavo animado* y las animaciones de *Huevo Cartoon*, dirigidas por los hermanos Gabriel y Rodolfo Rivapalacio vendieron la primera temporada a Telemando”⁸⁶.



Figura 36. Vicente Fox estaba contemplado originalmente para ser incluido en *Descontrol*
Fuente: Producción *Descontrol*

En cuanto a *Descontrol*, debido a que su equipo de producción tal como estaba inicialmente no conseguía tener la dinámica requerida por los ejecutivos de TV Azteca, se decide incorporar al proyecto a Omar Gabriel Ochoa Cadena, quien a partir de ese momento ocupa el puesto de productor general, quedando Marco Lagarde como el productor creativo.

Omar se integró a la producción unos días antes de que se presentara el nuevo proyecto. Yo no conocía la forma de trabajo, ni la infraestructura y procesos de TV Azteca, pero él, en cambio, había laborado desde hace varios años como asistente de producción y coordinador, así que supongo que nos complementamos. Él también nos ayudó con la edición del piloto.⁸⁷

Omar Ochoa se había iniciado como productor en TV Azteca apenas en el 2003, pero lo respaldaban años de experiencia trabajando para esa televisora, a la que ingresó en 1996 como asistente producción, desempeñándose a partir de entonces en varios puestos que incluían el de productor en línea para emisiones como *Tempranito*, programa de revista que se transmitía los fines de semana, y el de director de cámaras de *Insomnia*, programa enfocado en la publicidad que salía al aire entre semana, en horario nocturno.

Una vez al frente de la producción, Ochoa decidió reunir un equipo de gente joven pero con experiencia previa en medios de comunicación, de este modo se integran Sergio Rojas Villarello como gerente de producción, Verónica Cabello Vargas como coordinadora administrativa y Omar Bailón Aguilar como editor, por mencionar a algunos de ellos.

⁸⁶ Entrevista realizada a Marco Lagarde en noviembre del 2005.

⁸⁷ *Ídem*.

También se decide estandarizar el procedimiento para la producción de cada episodio: la animación de los guiones (cada uno compuesto por entre 6 y 9 *sketches* en promedio) se realizaría en un tiempo máximo de 6 semanas. Para la edición y postproducción se adquirió una computadora marca Apple que sería utilizada exclusivamente por esa producción con el propósito de hacer más flexibles los horarios de trabajo y a la larga reducir los costos en ese rubro. Aquí cabe hacer una precisión técnica para mencionar que el programa de edición elegido desde un inicio fue Final Cut Pro de Apple, y esto resulta relevante porque la producción de *Descontrol* también fue pionera en el uso de este sistema en TV Azteca, precedente destacable debido a que, en la actualidad, casi todas las producciones de aquella empresa emplean el mencionado *software*. Para el diseño y postproducción de audio de los primeros episodios se recurre a la empresa Mystic Sound, especializada en doblaje y musicalización de series de televisión para cadenas como FOX y Warner Brothers, además de firmas como Disney.

2.3.1 La animación de *Descontrol*

A petición de los directivos de TV Azteca se comienzan a elaborar diseños de personajes basados en las características físicas de gente famosa (actores, cantantes, conductores y políticos). Para ello se decide seguir con Es Comic!: ellos conceptualizan 90% de los personajes de *Descontrol* y, después de la aprobación de estos por parte de la televisora, se comienzan a animar los primeros episodios del programa en Colombia.

Existe una particularidad con respecto a la manufactura de la animación por parte de las empresas especializadas y es que la mayoría de ellas cobra por segundo realizado. Sin embargo, para que fuera viable el surgimiento de *Descontrol*, se tuvo que llegar a un acuerdo con los animadores colombianos y este consistió en que se les pagara por capítulo, a un precio que ninguna de las empresas mexicanas con las que se tuvo contacto pudo igualar. Tal fue la razón principal por la que se decidió hacer esa etapa del programa en otro país. Cabe resaltar que el que ese aspecto de la producción no se hiciera en México fue objeto de algunas críticas por parte de ciertos televidentes (lo cual quedó patente en diversos foros de discusión en internet dedicados a comentar la televisión en nuestro país), pero el motivo de esa decisión, como ya se expuso, fue principalmente económico y no porque se considerara que en México no hubiese los medios o el talento suficiente para elaborar animación de calidad.

Se trató de un proceso controvertido pero necesario para demostrar que era factible cumplir con los tiempos de producción y lograr una serie animada con las características de *Descontrol*. Como veremos más adelante, poco tiempo después la animación de los personajes también sería realizada en su totalidad por mexicanos. Esto resulta importante porque después de las primeras transmisiones de *Descontrol* se observaría un auge en las producciones de animación mexicanas, tanto para cine como para TV y por ello se puede considerar a esta emisión de TV Azteca un parteaguas para la animación en nuestro país.

2.3.2 Rating, ventas y cuadro

Omar Ochoa, productor de *Descontrol*, es enfático en su opinión sobre lo que hace que un programa tenga éxito en TV Azteca: “aquí nos califican tres cosas: *rating*, ventas y cuadro.”⁸⁸

El *rating* se ha convertido en la principal medida del éxito de un programa y, por ende, de su rentabilidad. Se trata de una cifra a partir de la que se infiere la cantidad de espectadores de un programa de televisión.

Dicha cifra se mide con “audímetros” (también conocidos en inglés como *people meters*; esto es, “medidores de audiencia”). Un audímetro es un dispositivo que se conecta a un determinado número de televisores para registrar las preferencias de sus usuarios en forma automática y permanente. Sin embargo, hay que mencionar que el uso de estos aparatos es un método considerado por algunas personas como poco fiable, ya que la relativamente escasa cantidad de ellos que son utilizados significa que cada espectador con un audímetro representa a varios miles de personas.

El *rating* que puede alcanzar un programa depende en gran medida de a qué tipo de público va dirigido y a qué hora se transmite, ya que distintos segmentos del público suelen ver televisión a diferentes horas (por ejemplo, las amas de casa lo hacen generalmente por las mañanas). Para obtener buen *rating* también juega un papel muy importante la promoción que se le dé a un programa, y esto incluye los *spots* y menciones que hace una televisora sobre el programa en cuestión dentro de sus transmisiones habituales, además de la promoción alterna a lo que se puede ver en las pantallas de televisión, como notas de prensa, reportajes y entrevistas en otros medios de comunicación (radio, prensa, internet y cine, por ejemplo). Actualmente las televisoras también recurren a los “espectaculares” y publicidad móvil como la que se pone en el exterior de los autobuses.

Como se ha visto, son diversos factores los que intervienen en la obtención de un alto *rating*, pero aún así no se podría hablar de una “receta mágica” para obtenerlo. Es común que las preferencias del público se modifiquen como consecuencia, entre otras cosas, del abuso de fórmulas preestablecidas, por ejemplo, al saturar a la audiencia con *reality shows* y “telejuegos”.

Si un programa logra buen *rating*, esto generalmente significa que la empresa que lo realiza podrá establecer un alto costo por anunciarse en él. Por otro lado, aunque tradicionalmente, y casi desde los inicios de la televisión, la forma de anunciarse en ese medio ha sido a través de cortes comerciales y menciones en los programas, en la actualidad hay nuevas tendencias que se suman a los métodos referidos para estimular el consumo entre el auditorio.

En el caso de *Descontrol*, desde un inicio se planteó la posibilidad de realizar anuncios utilizando la modalidad de marketing conocida como “producto

⁸⁸ Entrevista realizada a Omar Ochoa en noviembre del 2005.

integrado”, esto es, hacer que los personajes interactúen con un determinado producto ó marca mediante la inclusión de éstos en los *sketches*.

Hacer esto posible resultaba más fácil en la teoría que en la práctica, ya que antes de que el programa fuera aprobado para ser incluido en la programación de TV Azteca no se sabía qué anunciantes se interesarían por la emisión, sobre todo porque ninguno de ellos se había publicitado antes en un programa de animación hecho en México, al ser este un pionero en la televisión abierta a nivel nacional. Y no sólo eso: la producción debía conocer qué productos se incluirían en las caricaturas al menos dos meses antes de la primera emisión al aire (tiempo promedio que tomaba la realización de un programa, desde la idea original hasta verlo en pantalla). Esto resultaba virtualmente imposible, debido a que los ejecutivos de las televisoras acostumbran dar “fecha de aire” a un programa avisando a la producción a veces con sólo una semana de anticipación e informándoles en ese momento quiénes serán sus anunciantes.

La forma de resolver esto fue relativamente sencilla: se pidió a los artistas que dejaran algunos espacios en los dibujos para poner logotipos a modo de espectaculares y carteles en las calles o ciudades caricaturizadas. Una vez con esas partes de la animación disponibles, se trabajó en postproducción para hacer propuestas con logos de posibles anunciantes y realizar demos de ventas, que la empresa se encargó de mostrar a sus clientes. De ese modo, aunque el primer programa no estuviese 100% terminado (principalmente por detalles de edición, contenidos y audio), se podía tener un buen apoyo en los demos para promover la comercialización de *Descontrol*.

Gracias a esto, la compañía de telefonía celular Unefon y el ungüento Vitacilina se mostraron igualmente interesados en patrocinar de forma exclusiva el programa. Al final se llegó a un acuerdo y ambos estuvieron dispuestos a anunciarse con aparición alternada de sus logos, firmando un contrato por 27 programas. Este hecho aseguró la “luz verde” e inicio de transmisiones de *Descontrol*.

A diferencia de *Reviéntame* (el proyecto que le dio origen), como en *Descontrol* los protagonistas serían casi exclusivamente personajes famosos, resultaba fundamental que las caricaturas tuvieran similitud con individuos existentes en la vida real. La calidad en los dibujos resultó entonces un factor de peso para que los ejecutivos aprobaran el nuevo programa, y a eso se refiere Omar Ochoa cuando habla de “cuadro”: lo atractivo que puede ser un programa para el público basándose en la calidad del contenido, tanto en video como en audio. En otras palabras, lo que vemos en pantalla y nos cautiva al grado de hacernos permanecer con el televisor sintonizado en ese canal durante toda la emisión.

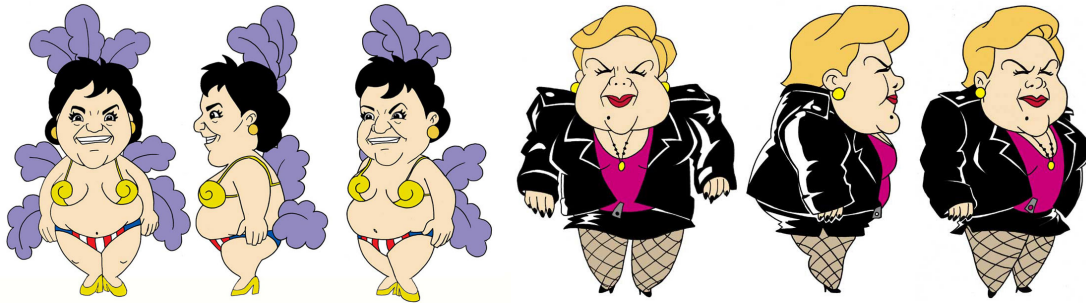


Figura 37. “Carmen y Paca: Polechía Súper Especial” (personajes creados por Daniel Vázquez, basados en la actriz Carmen Salinas y la cantante “Paquita la del barrio”) fueron de los primeros personajes en ser creados para *Descontrol* y aparecieron desde el primer capítulo, obteniendo gran aceptación por parte del público
Fuente: Producción *Descontrol*

En este punto considero conveniente para el propósito de esta tesina compartir mis experiencias de primera mano sobre la realización del programa *Descontrol*. Me integré a la producción encabezada por Omar Ochoa Cadena en noviembre del 2004, aproximadamente dos meses antes de que el primer capítulo saliera al aire. La experiencia laboral con la que contaba en ese momento incluía haber trabajado de forma intermitente durante ocho años para Televisa como asistente de producción y edición en distintos programas, además de en la edición y postproducción de un largometraje llamado *Sobreviviente*, dirigido por Jesús Magaña Vázquez, cinta que entre otros premios consiguió el de mejor película en el Festival Pantalla de Cristal del 2004.

A propósito de los premios Pantalla de Cristal, sucedió que tras pocos meses de trabajar para TV Azteca, recibí la notificación de que mi trabajo previo en un par de medimetrajes independientes estaba nominado para obtener tres de estos premios: Mejor Edición y Mejor Realización de Audio, por *Peces de Asfalto* y Mejor Colorista, por *Sangre Circular*, ambos dirigidos por el cineasta Rafael Rangel.

Resultó que afortunadamente me fueron otorgados dos premios: por edición y color. Este hecho me ayudó a recibir un mayor grado de confianza por parte del productor de *Descontrol*, lo que reeditaría en una mayor libertad por mi parte para intervenir en el producto terminado. La forma en que se presentaba la publicidad dentro del programa, se armaban los *spots* y se realizaba la postproducción dependía en buena parte de las iniciativas y propuestas que pudiera formular, aunque la decisión final siempre recaía en el gerente de producción, Sergio Rojas, y en Omar Ochoa.

También es preciso señalar que en la época que me integré a *Descontrol* existía la necesidad de utilizar un sistema de edición no-lineal⁸⁹ distinto al AVID, cuyo uso era predominante en TV Azteca y Televisa por aquellos años, para reducir los

⁸⁹ Edición de video y/o audio mediante una computadora, donde la información es digitalizada. Se trata de una forma de edición que comenzaron a utilizar las principales televisoras en México durante la década de los noventa.

costos del programa. Por ello se eligió Final Cut, *software* que yo ya usaba desde unos años antes. En ese contexto asumí el puesto de editor junto con Omar Bailón Aguilar, al mismo tiempo que desempeñaría el papel de postproductor del programa, de manera individual.

Como miembro de la producción, una de las primeras tareas que se me asignó fue la de “crear una imagen para el programa”, esto es, diseñar elementos como un logotipo y cortinillas, además de seleccionar los colores que distinguirían a la emisión. En honor a la verdad he de decir que, al no ser diseñador ni haber tomado clases formales en esta disciplina, me fueron de gran utilidad herramientas como LiveType (que entonces manufacturaba Apple) para hacer propuestas creativas.

Una vez que al equipo de producción nos fue comunicado por parte de los directivos una fecha tentativa de inicio de transmisiones, procedimos a preparar *demos* para prensa y publicidad, además de *spots* en versiones de diez y treinta segundos en los que se incluía la leyenda “próximamente” para ser incluidos en la programación regular de TV Azteca.

Otro elemento importante para arrancar con *Descontrol* fue contar con un tema musical que distinguiera a la emisión. Para ello, la televisora contactó al grupo de ska mexicano *La Tremenda Korte*, que en ese momento estaba firmado con la disquera Warner Music. Aquella agrupación cedió un tema instrumental de su autoría llamado originalmente “Antinazi/Peace”, que ya había sido editado previamente como “lado B” de su sencillo “Tanto amor me marea”. Los músicos decidieron además poner voces a una nueva versión; se trató de una letra hecha especialmente para el programa. El tema de la emisión estaba listo.

2.3.3 ¿Descontrol político?



Figura 38. Ejecutivos de la televisora decidieron no incluir en el programa a los personajes basados en Vicente Fox y Martha Sahagún
Fuente: Producción Descontrol

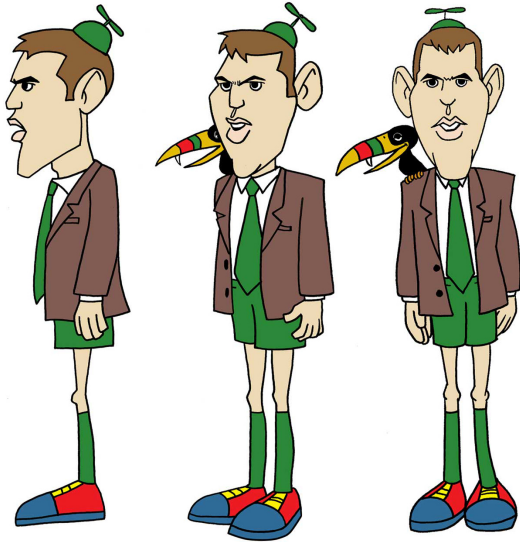


Figura 39. Los *sketches* con el “Chamaco Verde” tampoco salieron al aire, por decisión de TV Azteca
 Fuente: Producción *Descontrol*

En un principio, al realizar el diseño de los personajes para *Descontrol*, también se pensaba incluir a los políticos más representativos de los principales partidos en México, o bien a personajes que sencillamente “fueran noticia”. Esto aplicaría también para expresidentes y para el propio mandatario en turno, Vicente Fox Quesada, junto con su esposa. Sin embargo, ejecutivos de la empresa, al ver el tipo de parodia que presentaban los *sketches*, pidieron a la producción no incluir al presidente ni a su cónyuge, además de “no meterse” con el “niño verde” (Jorge Emilio González) ni con su familia, bajo el revelador argumento de que aquella familia realizaba importantes alianzas económicas con Grupo Salinas.

Como ejemplo de los *sketches* políticos cuya emisión fue cancelada, podríamos hablar de *Panucho*: una parodia del cuento clásico *Pinocho*, donde Vicente Fox aparece como el títere que busca “ser un presidente de verdad”. En ese *sketch* también aparecen Diego Fernández de Cevallos como “Geppetto”, “Martita Grilla” y “El hada”, representada por Ernesto Zedillo, que vuelve presidente a “Panucho” con su varita, cuya magia reside en “el poder de la alternancia”.

La decisión final con respecto al espinoso tema político fue que sólo se harían parodias con ese tono si la caricaturización de los personajes reales no afectaba los intereses económicos y postura institucional de TV Azteca. En otras palabras: los políticos propensos a ser incluidos en la emisión serían generalmente personajes del PRD o el PRI (por no estar en el poder en ese momento, pero además existía la instrucción de no ridiculizarlos abiertamente), con ellos se incluiría a jefes de Estado extranjeros como George Bush, Hugo Chávez y Fidel Castro. Es preciso señalar que los contenidos de cada nuevo capítulo de *Descontrol* debían obtener al menos tres distintas autorizaciones: la del productor del programa (Omar Ochoa), la de los ejecutivos del canal, a quienes se enviaba una copia cada semana para su aprobación, y la del Gobierno de la República a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. A este organismo se hacía llegar una copia de cada nueva emisión antes de ser programada, se trata de un requisito para cada producción de las televisoras desde hace décadas.

También sobre el contenido político de *Descontrol* podemos señalar que buena parte de éste ya había sido realizado meses antes de que Televisa lanzara un programa de parodia, aprovechando el clima electoral del 2006, titulado *El privilegio de mandar*, pero como el programa de TV Azteca fue autorizado por la empresa para salir al aire un par de meses después, la percepción de un gran sector del público fue que Azteca había copiado a Televisa la idea de hacer

sketches protagonizados por políticos. También hay que resaltar que en el caso del programa de Televisa, resultaba relativamente más sencillo realizar los contenidos (ello quedaba patente en el hecho de que en muchas ocasiones trataban en el programa eventos ocurridos esa misma semana) mientras que, por la naturaleza del flujo de trabajo en la producción de *Descontrol*, los *sketches* no podían ser tan actuales. Con eso se puede inferir que actualmente sigue siendo más fácil realizar contenidos con actores reales porque se pueden grabar incluso el mismo día de su transmisión, a diferencia de la animación, cuya creación (siguiendo un esquema como el utilizado en *Descontrol*) toma semanas enteras.

Para cuando finalmente se define la fecha de “aire” que tendría *Descontrol* ya se contaba con 12 guiones animados, de los cuales, por supuesto, se tuvieron que suprimir los *sketches* que incluían “personajes prohibidos”. Así, el lunes 31 de enero del año 2005, a las 21:30 horas, por el canal 7 de televisión abierta en el D.F. y por la red Azteca 7 a nivel nacional, se transmitió el primer programa de *Descontrol*.

Capítulo 3. El proceso de producción

3.1 Preproducción

Generalmente los programas de televisión atraviesan por un proceso de “preproducción”, en el que se llevan a cabo los pasos necesarios previos a la grabación o transmisión en vivo. En el caso de *Descontrol*, hablamos de todo lo que se hacía antes de la elaboración de las animaciones y grabación de voces finales.

Recordemos que cada emisión de *Descontrol* se componía de varios *sketches*⁹⁰ de duración variable, esto con el propósito de ordenarlos según se requiriera para ajustarse a los tiempos solicitados por la empresa en cuanto a los bloques y duración total del programa. Cada guión estaba compuesto usualmente por entre cinco y nueve *sketches*, esto porque, aunque la duración entre un episodio y otro no solía variar tanto, la duración de los *sketches* sí era distinta dependiendo de la historia a tratar, por ello había programas que tenían menos o más *sketches* según el trabajo entregado por los escritores.

Sobre el proceso creativo, Omar Ochoa, productor general del programa, comentó: “el planteamiento de cada capítulo comenzaba con una lluvia de ideas en la que el grupo de escritores analizaba propuestas individuales e ideas para los posibles guiones”⁹¹. Eran sesiones de varias horas en las que se buscaba apuntalar las ideas que cada escritor pudiera tener, con el propósito de ayudarlo a lograr un guión bien estructurado –con personajes bien definidos, buen ritmo, desarrollo y “remate”⁹²-. Previo a este tipo de sesiones, es común que los escritores sólo cuenten con los argumentos (esto es, la idea central de la que partirá el guión) aunque, en algunas ocasiones, los escritores presentaban un guión terminado y de acuerdo con los comentarios o sugerencias recibidas podían hacerle modificaciones. También es cierto que presentar un guión terminado no necesariamente implica que un *sketch* será aprobado para su realización y eventual transmisión, por ello es más común que los escritores prefieran presentar sólo los argumentos.

Acerca del equipo de escritores con que contó *Descontrol*, Marco Lagarde comenta:

Miguel Núñez había terminado apenas la universidad, pero su talento lo convirtió en un jefe de escritores insuperable. Emiliano Flores también había terminado la universidad y él estaba en el proyecto de Televisa *Incógnito* que era una continuación de *Toma*

⁹⁰ En comedia se conoce como *sketch* a una representación o escena corta cuya duración comúnmente fluctúa entre 1 y 10 minutos. Cfr. *Sketch* [en línea], dirección URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Sketch>, [consultado el 24 de octubre de 2013].

⁹¹ Entrevista realizada a Omar Ochoa en noviembre del 2005.

⁹² Por “remate” los escritores se refieren a la resolución del conflicto planteado en el guión, en este caso solía tratarse de una frase o situación cómica.

Libre, su irreverencia fue un gran elemento en el programa. José Ramón Menéndez, había trabajado con la Gerencia Creativa de TV Azteca en los proyectos que estaban desarrollando y su humor ácido lo hizo idóneo para el proyecto. Poco después se integró Augusto Mendoza, quien ha ganado varios premios como guionista, cuatro premios de IMCINE y dos de la SOGEM.⁹³

También sobre este escritor debemos resaltar que en el 2011 Mendoza fue reconocido con el premio Ariel que otorga la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas. Tal distinción fue compartida con el actor y productor Diego Luna en la categoría Mejor Guión Original por la película *Abel*. La trayectoria de Augusto Mendoza y su tipo de humor fueron elementos que le llevaron a ser contratado como guionista del largometraje de animación *El Santos contra la Tetona Mendoza*⁹⁴, del 2012.

Siguiendo con el tema del talento creativo en *Descontrol* mencionaremos que, una vez que el guión de un *sketch* estaba totalmente terminado y aprobado por el jefe de escritores (Núñez), se incluía en la estructura de un episodio completo y se hacía llegar al productor, normalmente vía correo electrónico. El productor leía cada *sketch* y tenía la última palabra sobre si se ordenaba la animación de éste, o sería descartado. Eso en más de una ocasión significó aprobar la animación parcial de un episodio cuando no era aprobado uno o más *sketches*, aunque usualmente bastaba con modificar o suprimir algún *gag*⁹⁵ para no desperdiciar trabajo creativo y ahorrar tiempo.

Para que el productor decidiera aprobar un guión o rechazarlo intervenían dos factores principales: la censura y el “nivel de comicidad”, elementos que, por supuesto, significaban una fuerte carga de subjetividad. El primer factor casi siempre tenía que ver con la prohibición de tratar temas como relaciones sexuales, palabras “altisonantes” u homosexualidad aunque, como ya se mencionó, también se “recomendaba” no satirizar a algunos políticos y, muy especialmente, no hacerlo con el presidente. Tampoco se debía incluir en los *sketches* símbolos patrios como el escudo nacional, la bandera o el himno, esto por disposición oficial. En cuanto al grado de comicidad que se adjudicaba a un *sketch*, es claro que se trataba de un parámetro por demás subjetivo, porque una sola persona decidía lo que, a su juicio, resultaría hilarante para millones de televidentes.

Cuando un guión era aprobado, se enviaba a las personas encargadas de grabar el “audio de referencia” para su posterior animación. Éste consistía en un archivo sonoro realizado por actores de doblaje con el propósito de que la empresa de animación pudiera, apoyándose en el guión, inferir el tipo de reacciones y

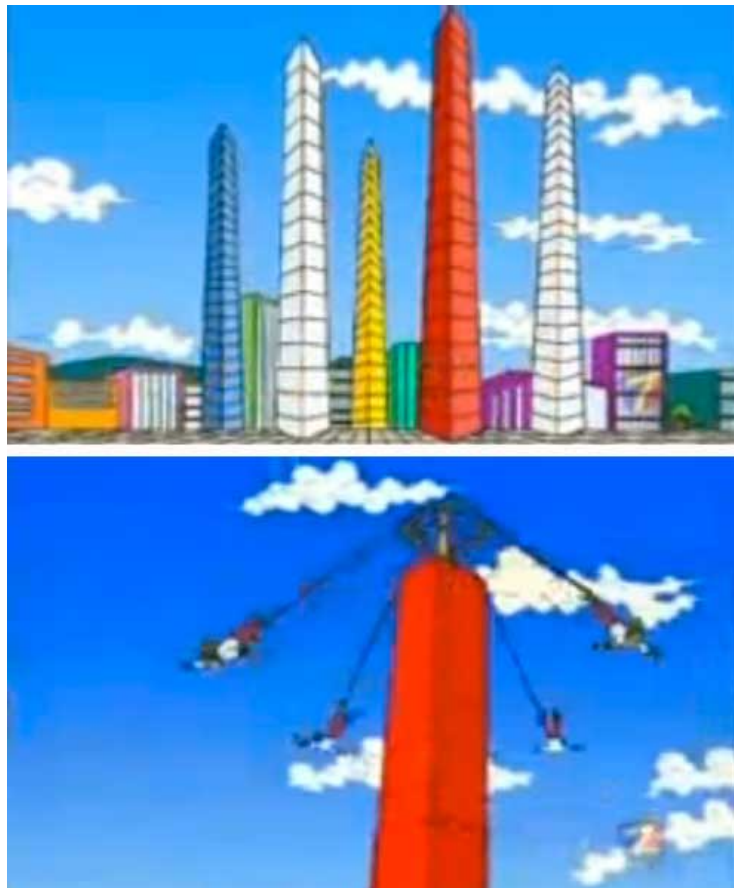
⁹³ Entrevista realizada a Marco Lagarde en noviembre del 2005.

⁹⁴ Así lo afirmó la productora de la cinta, Lynn Fainchtein en una entrevista que se puede observar en los extras del DVD de la película, producido por Peyote Films en colaboración con Videocine. Cfr. Peyote Films y Átomo Films; *El santos vs la Tetona Mendoza*, México, 2013, DVD.

⁹⁵ Efecto cómico rápido e inesperado en un film u otro tipo de espectáculo. Cfr. *Real Academia Española*; *Gag* [en línea], dirección URL: <http://lema.rae.es/drae/?val=gag>, [consultado el 24 de octubre de 2013].

expresiones que debían tener los personajes, el tiempo que debían cubrir para cada diálogo y hasta la forma en que los artistas tenían que dibujar las bocas mientras dichos personajes hablaban. Cabe mencionar que aquel archivo sonoro no constituía el audio definitivo del *sketch*, y esto se debía a que para agilizar la preproducción, los “audios de referencia” eran grabados normalmente por sólo dos personas, un hombre y una mujer para todos los personajes de ambos géneros. Era en otra etapa que se mencionará más adelante, donde se daba “llamado” a más actores para que grabaran las voces finales.

Mientras el proceso anteriormente descrito se llevaba a cabo, había una persona encargada de facilitar el trabajo de los animadores en caso de que los escritores hablaran de algo muy específico en sus guiones: el investigador. Se trata de una figura importante ya que, gracias a él, *Descontrol* podía conservar esa identidad mexicana que tuvo desde su origen sin que en ello afectara la participación de animadores de otra nacionalidad. Una de las funciones centrales del investigador era hacer llegar tanto fotos como video de objetos que no hubiera en Colombia (país donde se elaboraba inicialmente la animación) o simplemente no fueran iguales a los existentes en ese país, pero fueran mencionados en los guiones, por ejemplo, un puesto de tamales o un taxi “ecológico”.



Figs. 40 y 41. Fotogramas del *sketch* “Carmen y Paca VS Café Tacvba”
Fuente: YouTube⁹⁶

El eslabón que representaba el investigador era crucial para que el programa no tuviera una apariencia ajena al “contexto mexicano” que sus historias trataban. Entonces, el hecho de que no existieran contradicciones entre la historia descrita en el guión y lo que se veía en pantalla, era gracias a una oportuna labor de investigación. Resaltamos este punto debido a que pocas veces el espectador

⁹⁶ “Café Tacvba en Descontrol” / *YouTube* [en línea], dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6vRLypLoywc#aid=P92LZktMsww>, [consultado el 10 de marzo de 2014].

repara en que, tan sólo para un *sketch*, hay una labor de investigación detrás, que ayuda a dar credibilidad a la animación, ya sea en cuanto a escenarios, ropa, alimentos, personajes o situaciones.

Como ejemplo de lo anterior, basta el caso de un *sketch* de *Descontrol* (que actualmente se puede encontrar en el portal de videos YouTube) donde al inicio aparecen las Torres de Satélite y después, en un acercamiento, se ve que en lo alto de una de ellas hay unos “voladores de Papantla”. Para los animadores colombianos esta secuencia hubiese sido difícil de lograr en tan (relativamente) poco tiempo de no ser porque había un investigador que se encargó de enviarles material que ilustraba esas estampas, netamente mexicanas.



Figura 42. Póster promocional de la cinta *La revolución de Juan Escopeta*, de Animex (2010)
Fuente: Jorge Calleja⁹⁷

Puebla y liderada por Ricardo Arnaiz, diseñador gráfico egresado de la Universidad Iberoamericana Campus Puebla. Entre los principales trabajos realizados por Animex en aquel entonces se encontraban el piloto *Cazadores de Monstruos* y las cápsulas *Roncho*, *el perro malapata*. Años después, ese mismo estudio produciría los largometrajes animados *La Leyenda de la Nahuala* (2007), *Nikté* (2009) y *La revolución de Juan Escopeta* (2010).

A propósito del cambio de empresa de animación, Omar Ochoa, productor general de *Descontrol*, confirmó que “se tuvo contemplado realizar un trabajo de investigación mucho menor que el que se hacía para Colombia. Esa era una de las ventajas de trabajar con una empresa mexicana: que sabían de qué les hablabas

⁹⁷ Jorge Calleja; *La revolución de Juan Escopeta (soundtrack)* [en línea], dirección URL: <http://jorgecalleja.bandcamp.com/album/la-revolucion-de-juan-escopeta-soundtrack>, [consultado el 30 de octubre de 2013].

cuando mencionabas ‘tacos de canasta’ o ‘Doctor Simi’⁹⁸. Por ello, el trabajo de los investigadores se limitaría casi exclusivamente a proporcionar a Animex material en video al que ellos no pudieran tener acceso por sus propios medios, como algún reportaje, videoclip o nota informativa al que los escritores hicieran alusión.

Antes de realizar cualquier animación completa, la empresa dirigida por Ricardo Arnaiz elaboraba un *storyboard* de cada *sketch*, valiéndose de *key frames*⁹⁹ para presentar al productor una visión aproximada de cómo luciría el producto final. De ese modo Ochoa podía realizar correcciones que serían incluidas en la versión definitiva del *sketch* animado, optimizando así jornadas enteras de trabajo.

Una vez concluidos los procesos anteriormente descritos, se pasaba a la siguiente etapa en la realización del programa.

3.2 Producción

Mientras el proceso de producción para un programa convencional con actores de carne y hueso involucra tomar en cuenta aspectos como uso de cámaras, foros y locaciones, vestuario, iluminación, maquillaje y *catering*¹⁰⁰ con el respectivo personal para cada actividad, la producción de un programa de animación posee otras particularidades, como se podía apreciar en el caso de *Descontrol*.

Un factor crucial en la elaboración de cada episodio era el tiempo de entrega por parte de la casa de animación en turno, el cual solía ser de aproximadamente cuatro semanas para realizar un contenido de entre 20 y 24 minutos de programa. Durante el año que se trabajó con el estudio colombiano, el uso de internet jugó un papel preponderante debido a las distancias y tiempos a los que había que sujetarse. El procedimiento era el siguiente: los guiones y audios de referencia, junto con el material de investigación, se les hacían llegar vía correo electrónico; ellos a su vez animaban dibujando a mano los fondos y personajes pero empleando computadoras con el *software* Adobe Flash para colorear y realizar la mayor parte de los movimientos. Este flujo de trabajo difería del método tradicional de animación, al cual ya hemos dado una revisión en este trabajo, y en el que todo solía hacerse a mano, requiriendo así dibujar un total de entre veinticuatro y treinta cuadros o fotogramas para lograr un segundo en pantalla.

Por supuesto, la exigencia de realizar una determinada cantidad de animaciones para un programa de transmisión semanal y el hecho de no poderse retrasar en la entrega porque ello comprometería la labor de todo un equipo de producción, era una tarea de gran presión y con muy poco margen de error. Por ello, muchas veces los artistas debían trabajar a marchas forzadas y echar mano de un

⁹⁸ Entrevista realizada a Omar Ochoa en noviembre del 2005.

⁹⁹ En este contexto, el término alude a dibujos que se usan como referencia de las tomas y escenas principales que tendrá la animación.

¹⁰⁰ Servicio de alimentos y bebidas, usual en grabaciones y filmaciones.

pequeño ejército de animadores *freelance*¹⁰¹ que, aunque era variable para cada episodio, solía componerse de unas 20 personas en total para el caso de Conexión Creativa.

Es preciso señalar que en la actualidad la industria de la animación cuenta con poderosas herramientas para aligerar sus cargas de trabajo, a favor de un mayor desarrollo creativo y resultados de mucha mejor calidad. Por ejemplo, hoy en día existe *software* como Cari, abreviación de *Caricature* y juego de palabras en honor de su creador, Cary Phillips, quien lo desarrolló especialmente para la empresa Industrial Light & Magic del cineasta George Lucas. Dicho sistema le valió Phillips un Oscar por Avances Técnicos en 1999¹⁰².

Otros programas de cómputo ampliamente utilizados en la actualidad para realizar dibujos animados son: Toon Boom, el ya mencionado Adobe Flash y After Effects para trabajar animaciones 2D, además de Lightwave y Maya para los contenidos en 3D, siendo estos dos últimos de los más recurrentes en el cine para trabajos de animación y que además, a la fecha, se emplean para lograr diversas secuencias de efectos especiales en películas con actores reales, con ejemplos que abarcan desde la ciencia ficción y el terror hasta el género de acción.

Al igual que en tantos campos de la actividad humana, el desarrollo de procesadores de cómputo cada vez más poderosos y plataformas de “rendereo” cuyas capacidades se incrementan exponencialmente año con año, ha redituado en una mayor producción de contenidos animados, no sólo de los que son hechos para cine por los grandes estudios, sino por parte de artistas independientes a nivel global. Resulta cada vez más evidente el hecho de que el público en general ya está acostumbrado a las películas y series animadas e incluso desde hace un tiempo se ha dado un auge de las escuelas que capacitan a los futuros artistas de animación en México.

Volviendo al caso de *Descontrol*, una vez concluido el proceso de manufactura de la animación, La Banda Creativa (nombre que adoptó la empresa colombiana Conexión Creativa) generaba un archivo digital comprimido de cada *sketch* y lo *subía* a un servidor para que, por medio de un *FTP*¹⁰³ lo pudiéramos descargar en México y continuar con la etapa de producción.

¹⁰¹ Trabajadores independientes que se suelen contratar por proyecto, algunas veces sin siquiera un contrato de por medio.

¹⁰² Cfr. *Awards for 1999*, *Internet Movie Database* [en línea], dirección URL: <http://www.imdb.com/event/ev0000003/1999>, [consultado el 14 de mayo de 2010].

¹⁰³ Protocolo de transferencia de archivos que permite la conexión entre dos computadoras, usando por lo general el puerto 21 para conectarse (aunque se pueden usar otros puertos). Por medio del protocolo de transferencia de archivos se puede *subir* y *bajar* archivos entre el cliente y el host. Cfr. *Utilización de F.T.P y Telnet* [en línea], dirección URL: http://www.adslayuda.com/servidores-utilizar_ftp_y_telnet.html, [consultado el 10 de julio de 2012].



Figura 43. El uso de computadoras es predominante en el proceso actual de animación. En la imagen, la forma en que trabajaba Es Comic! para *Descontrol*: al diseñar personajes basados en gente famosa, los artistas se basaban en videos y fotografías que obtenían a través de internet

Fuente: Es Comic! / Producción Descontrol

Una de las ventajas previstas al realizar el cambio de estudios de animación a favor de una empresa mexicana fue que, aunque internet seguiría ocupando un lugar importante en la interacción con Animex, el papel de dicha red ya no sería crucial gracias a que se redujo la distancia física entre TV Azteca y el nuevo proveedor, que para entonces ya contaba con oficinas en la Ciudad de México.

Ya en posesión de los *sketches* animados con audios de referencia, el personal de producción en Azteca procedía a elaborar dos copias en VHS con código de tiempo visible en pantalla: una para la persona que realizaba el “diseño de audio”¹⁰⁴ y otra para Mystic Sound, la empresa donde se grababan las voces definitivas de los personajes, esta vez con varios actores de doblaje.

Cuando se grababan las voces finales por un lado y se tenía completo el diseño de audio por el otro, se realizaba una última mezcla de dichos elementos antes de iniciar la postproducción.

¹⁰⁴ Consiste en agregar y mezclar cada efecto de sonido necesario para la caricatura además de elegir la música para cada situación.

3.3 Postproducción

Sobre la labor de postproducción en un programa de televisión se pueden decir muchas cosas, y encuentro este proceso particularmente familiar debido a que he desempeñado tareas tanto de edición como de postproducción en video desde hace varios años. Los primeros trabajos que realicé fueron para la empresa Televisa, donde ingresé como asistente de producción a finales de 1991; ahí tuve oportunidad de involucrarme en varios de los aspectos que componen la producción de un programa de televisión, pero el área en que me especialicé y a la que he dedicado buena parte de las siguientes dos décadas fue determinada por mi eventual contratación como asistente de edición en aquella televisora.

El trabajo de edición a mediados de los noventa en Televisa aún se hacía mayoritariamente de forma lineal, utilizando cintas de video D3, formato digital de media pulgada actualmente obsoleto para los standards de TV comercial. Los sistemas de edición no lineal, liderados por la marca AVID, apenas se empezaban a introducir en el sistema de trabajo ante la actitud reacia de una gran cantidad de editores y operadores de “la vieja guardia”. En pocas palabras, y como sucede con prácticamente todas las actividades, las innovaciones se suelen ver con cierta desconfianza y hasta como una amenaza para algunos trabajadores.

Finalmente los sistemas de edición y postproducción no-lineal terminarían por imponerse en la empresa propiedad de Emilio Azcárraga. Este avance permitió que algunos miembros de los equipos de producción, que anteriormente teníamos restringida la operación de “los aparatos” (labor que correspondía sólo a los ingenieros), ahora tuviéramos la posibilidad de capacitarnos dentro de la misma empresa, para nosotros mismos realizar la edición y postproducción de nuestros programas.

El hecho de que los magnates de las telecomunicaciones adoptaran estas tecnologías no obedecía a una simple moda, sino a la necesidad de agilizar procesos y, sobre todo, reducir costos sin sacrificar la calidad de lo que se podía observar en pantalla. Así, los nuevos formatos digitales, con su mayor resolución, versatilidad y toda una gama de nuevas posibilidades, llegarían a refrescar la apariencia de los contenidos y a mejorar exponencialmente la calidad de éstos, al menos en lo que a aspectos técnicos se refiere.

La adopción del sistema AVID por parte de Televisa, junto con la progresiva reducción en los precios de los equipos no-lineales de edición, resultaron un impulso para difundir una variedad de programas de cómputo que diversas compañías comenzaron a fabricar. Entre el *software* de uso más difundido en México poco antes del año 2000 estaban Media 100, Adobe Premiere, Edit, Speed Razor, equipos Silicon Graphics y hasta las estaciones de trabajo ES3 y ES7 de Sony, que poco después serían discontinuadas.

Para cuando TV Azteca decidió sumarse a la inclusión de sistemas no-lineales en sus procesos de trabajo, esos equipos ya eran utilizados por una gran cantidad de compañías productoras independientes y agencias de publicidad. La empresa

propiedad de Ricardo Salinas comenzó por utilizar algunas “islas de edición”¹⁰⁵ con el sistema Edit y posteriormente empezó a introducir equipos AVID. Actualmente se ha difundido en aquella televisora el uso del sistema Final Cut Pro, de Apple.

En el año 2000, cuando oficialmente dejé de laborar para Televisa y comencé a trabajar en la empresa Burst Video Profesional (dedicada principalmente a la venta y renta de equipo, que además contaba con un área de postproducción), tuve la oportunidad de conocer distintos equipos y asistir a varias “expos”, pero una de las experiencias más provechosas para mi, fue que se me encomendó aprender a utilizar la primera versión de Final Cut Pro, entonces recientemente llegada a México, con el propósito de ofrecer asesorías a los nuevos clientes y demostraciones a los clientes potenciales. Dicho *software*, aunque ya había sido presentado oficialmente en la NAB¹⁰⁶ de 1999, en Las Vegas, se comenzó a utilizar masivamente en nuestro país después del 2000, principalmente por los resultados que ofrecía y su bajo costo en comparación con AVID, el líder indiscutible de los no-lineales en aquella época.

Tiempo después, gracias a la experiencia que pude adquirir en el uso de Final Cut Pro, se me presentó la oportunidad de trabajar con el productor Omar Ochoa en TV Azteca. Él, como recordaremos, encabezaba una de las producciones pioneras en el uso de ese sistema en la empresa del Ajusco.

De ese modo me integré a la producción de *Descontrol*, formando parte del equipo que llevó a las pantallas de TV un programa que, además de ser pionero en ese formato de dibujos animados en México, también fue de los primeros en el uso de Final Cut Pro para televisión abierta.

Para procesar los audios que se generaban en el proceso de producción se utilizaba el software Pro-Tools, de la compañía Digi Design, ahora propiedad de AVID. Se trata del programa de cómputo líder en la actualidad para la industria del audio a nivel mundial.

Dentro del trabajo usual de postproducción para cada episodio de *Descontrol*, se tenía que cumplir con una serie de disposiciones de la empresa referentes a la duración que debía tener cada programa y cada “bloque” (esto es, el espacio entre un corte comercial y el siguiente). Dichas duraciones solían cambiar de una semana a otra de acuerdo a los compromisos adquiridos por TV Azteca en cuanto a ventas, o incluso como respuesta al tipo de programación que tuviera Televisa para ese día, muestra de la competencia por el *rating* que existe a diario entre ambas empresas.

Los formatos en cuanto a cintas de video que se utilizaban para cada episodio de *Descontrol* eran Mini DV y Betacam Digital principalmente, aunque también por

¹⁰⁵ Estaciones de trabajo que usualmente cuentan con una computadora, bocinas, un monitor de video y un dispositivo para captura de material. En algunos casos también pueden ser utilizadas para realizar postproducción de video y audio.

¹⁰⁶ Convención que cada año realiza la National Association of Broadcasters donde se presenta lo último en tecnología aplicada a la industria de la televisión.

aquella época TV Azteca empezó a implementar una política llamada *Tapeless*, que buscaba la gradual eliminación del uso de cintas en la elaboración de los programas, para utilizar sólo tarjetas y discos duros como unidades de almacenamiento de todo material audiovisual.

En cada nueva emisión se empleaban cortinillas, *bumpers*¹⁰⁷, plecas y *spots* que, entre otros productos, publicitaban servicios de telefonía celular, como los que ofrecía Unefon, ya desde entonces una de las empresas de Grupo Salinas.

Cuando el programa se encontraba terminado, se grababa en una cinta Mini DV y se “ingestaba” en un servidor para que el “master”¹⁰⁸ lo pudiera someter a un control de calidad en el que se supervisaban los parámetros *standard* manejados por la televisora en cuanto a niveles de audio y video antes de aprobar su emisión. Este proceso idealmente se realizaba los viernes de cada semana para que el programa saliera al aire el lunes siguiente. Se menciona que “idealmente” porque, como es habitual para el trabajo en televisión, se labora contra reloj e intervienen múltiples factores que suelen modificar los horarios de forma intempestiva: en numerosas ocasiones el último bloque del programa se terminaba de revisar en el “master” tan solo un par de horas antes de su transmisión.

Los lunes de cada semana se entregaba una copia del programa en VHS¹⁰⁹ a la oficina de Radio, Televisión y Cinematografía ubicada dentro de las instalaciones de TV Azteca, además de una copia al ejecutivo de ventas de la empresa a cargo del programa. Si ninguno de ellos presentaba objeción alguna, el programa se transmitía sin modificaciones adicionales, aunque también se dieron casos en que alguna de estas áreas solicitaba cambios y estos se hacían a escasas horas de la transmisión programada.

Por último es preciso aclarar que, si bien existían tiempos bien definidos para cada etapa de la producción, el personal de las distintas áreas nunca se encontraba trabajando en el mismo episodio a la vez, de modo que cuando en postproducción empezábamos a trabajar en el capítulo 6, ya se encontraba en producción el capítulo 7 y en preproducción el capítulo 8, un dato que pareciera obvio, pero que es necesario resaltar, ya que el trabajo para TV pocas veces baja en cuanto a intensidad. Así es el trabajo de producción: pocos días de descanso y muchas ocasiones en que se debe trabajar noches enteras, fines de semana o días festivos. Incluso, cuando se pretende vacacionar en fin de año o semana santa, usualmente se debe dejar un “colchón” de programas, lo que significa menos horas de sueño y comidas más rápidas. Tal suele ser el precio de trabajar en un programa de televisión. Un precio que muchos pagamos durante años y otros lo hacen durante prácticamente toda su vida laboral.

¹⁰⁷ Avances de lo que el público podrá ver en el siguiente bloque del programa.

¹⁰⁸ Departamento donde se lleva un control de cada programa que saldrá al aire.

¹⁰⁹ Personalmente, *Descontrol* fue el último programa en que llegué a requerir cintas de video en formato VHS, que hoy más bien son dignas de un museo, tras la popularización y utilización masiva de los dispositivos digitales.

Capítulo 4. Cese de las transmisiones de *Descontrol*

4.1 Cambios durante su etapa al aire

Parte del “entrenamiento informal” de todo televidente incluye habituarse a los cambios que llega a presentar su emisión favorita. Dichos cambios, por supuesto, sólo suelen observarse en aquellos programas que alcanzan cierta permanencia al aire y llegan a concentrar un auditorio fiel que, con su preferencia, hace posible que la producción se mantenga a flote.

Se trata de cambios que obedecen a múltiples factores y el público suele estar poco consciente sobre los motivos reales que los desencadenan. Lo que el televidente sí nota y ante lo que reacciona es aquello que puede observar en su pantalla: cambios de escenografía, diseño gráfico, elementos de postproducción, alteraciones al elenco, modificaciones en la duración de un programa, cambios en los días de transmisión o incluso cambio a otro canal. La respuesta del *rating* a estas modificaciones constituye el termómetro del que se valen tanto creativos como ejecutivos para determinar la “salud” de un programa o para darlo por “desahuciado” y proceder a su remoción de las barras de programación.

Nos referimos entonces a decisiones puramente mercantiles que poco tienen que ver con la pretendida “magia” que nos venden las televisoras en sus *spots*. Decisiones donde quien manda es el *rating* pero también los clientes que se anuncian en los espacios publicitarios de cada emisión.

Podríamos inferir que el peso que llegan a tener tanto las ventas como el *rating* es variable durante la vida de un programa, considerando que, si un programa inicia con alto *rating* tiene mayores posibilidades de sobrevivir el primer mes, pero si en su emisión inaugural el *rating* es francamente “malo” (apreciación subjetiva y sujeta a las expectativas del ejecutivo en turno), nuestro hipotético programa bien podría tener sus días contados e incluso ser “debut y despedida” de la emisión. Casos como este se han dado y sin duda se seguirán dando en las principales televisoras de nuestro país. ¿Por qué? Si somos realistas, debido principalmente a lo que se podría denominar como “caprichos” de unos cuantos que tienen el poder de ordenar ese tipo de cambios y a que la normatividad interna de las televisoras así lo permite en México, caso muy distinto a lo que ocurre, por ejemplo, en Estados Unidos, donde una vez que se firma una temporada por determinado número de capítulos se suele respetar (con sus excepciones) el número de episodios acordados, los cuales también es común que se transmitan en su totalidad, respetando compromisos previamente adquiridos.

Esa facilidad con que las televisoras mexicanas pueden, literalmente de un día para otro, cancelar la transmisión de un programa tiene repercusiones serias. Aquí me permito hablar no sólo del televidente, que simplemente se encuentra con que el programa que deseaba ver ya no será transmitido: me refiero principalmente a las repercusiones para los empleados de producción (usualmente *freelance*), quienes ven terminado un contrato laboral en el que, por cierto, no suelen contar

con prestaciones como seguro social o liquidación alguna¹¹⁰. Ese tipo de contratos y esas condiciones son el pan de cada día para la mayoría de los empleados de producción en la TV de nuestro país, pero ya hablaremos de ello más adelante.

En el caso particular de *Descontrol* podemos identificar dos grandes etapas muy notorias en pantalla por las que pasó la emisión y, por otro lado, cambios que podrían parecer menores pero fueron igualmente importantes para el programa, modificaciones sobre todo de orden logístico y técnico.

La primera etapa, que abarcó desde la elaboración del programa piloto hasta el final de la primera temporada, fue seguida por el ya mencionado cambio de estudio de animación. No obstante, en esa primera etapa también se hicieron importantes cambios que involucraron al diseño sonoro del programa: primero lo hacía Mystic Sound y después corrió a cargo de Animex. También en esa etapa inicial hubo diversos cambios de horario e incluso variantes en los patrocinadores.

El cambio en la estética visual del programa no fue bien recibido por un importante sector de los televidentes, que ya eran fieles a *Descontrol* y estaban acostumbrados a determinada apariencia en los personajes¹¹¹. Como es lógico, al inicio del programa se contó con una mayor libertad creativa en cuanto a la conceptualización de los personajes, y el siguiente estudio de animación tuvo que apearse a los dibujos previamente utilizados, con muy poco margen de innovación, aunque esto no impidió que se notara un cambio en el estilo de las animaciones. A veces los cambios resultan afortunados y otras tantas no, pero lo que debemos considerar es que durante toda la vida del programa la última palabra la tuvieron los ejecutivos de TV Azteca, empezando por el entonces director de entretenimiento, Guillermo Zubiaur.

A esos primeros cambios que saltaban a la vista se sumó la sustitución en los actores de doblaje que interpretaban a todos los personajes, de igual modo, todos los efectos de sonido y música incidental se sustituyeron para utilizar la “librería”¹¹² de la nueva empresa. Sobre las voces, vale la pena mencionar que la primer empresa de audio con que se trabajó (Mystic Sound) era propiedad de Adrián Fogarty, quien es también un veterano actor de doblaje y aportó su voz a personajes emblemáticos de la emisión, como “El Cuau”, “Paca” y el narrador de cada historia.

¹¹⁰ Sólo hasta hace pocos meses Televisa empezó a registrar a sus trabajadores de producción en el IMSS, aunque a la par hizo aún más rígido su sistema de contratación.

¹¹¹ Esta afirmación se basa en numerosos comentarios que llegaron al correo electrónico proporcionado en el mismo programa y en la cantidad de críticas que se realizaron en internet sobre ese proceso. Cfr. *DESCONTROL 2da. TEMPORADA!!!* [en línea], dirección URL: <http://escomic.blogspot.mx/2006/04/descontrol-2da-temporada.html>, [consultado el 8 de febrero de 2012].

¹¹² El catálogo de elementos, en este caso de audio, de los que se dispone habitualmente para realizar el diseño sonoro de cada programa. Actualmente suelen ser archivos digitales, pero anteriormente se echaba mano de cintas e incluso discos de vinilo.

En cuanto a los patrocinadores de la emisión, habría que mencionar que las marcas que llegaron a anunciarse como producto integrado no variaron demasiado durante el escaso año y medio que el programa duró al aire. Si bien en algunas emisiones se anunciaron Unefon y Vitacilina al mismo tiempo, también hubo semanas en las que se alternaban, apareciendo en la emisión una sola marca con la ocasional contratación de “plecas”¹¹³ donde se anunciaba el estreno de alguna película. Otro caso de relativo éxito que tuvo la comercialización de *Descontrol* fue cuando el departamento de ventas de la televisora tuvo la iniciativa de publicitar un servicio de mensajería SMS valiéndose de la creciente popularidad de algunos de los personajes del programa: se trataba de la venta de tonos para teléfono celular que consistían en fragmentos de audio extraídos de las emisiones, archivos que el cliente recibía a cambio de enviar un mensaje de texto a determinado número. Otra variante eran los “Chororóscopos”, textos cortos a manera de horóscopos semanales que para ser recibidos por el comprador también era preciso que éste enviara mensajes de texto. Para promover dichos servicios, como editor y postproductor, me fue encomendado realizar cortinillas que fueron incluidas en varias de las emisiones de *Descontrol*. Aquellos productos de mensajería instantánea tuvieron cierta demanda pero, por razones administrativas de carácter interno, beneficiaron más a las finanzas del departamento de ventas que a la propia producción de la emisión, algo que sin duda puede parecer contradictorio y hasta absurdo para quienes no estamos familiarizados con la contabilidad de una televisora.

Sobre el tiempo que *Descontrol* permaneció al aire tampoco hay que perder de vista que un factor determinante para que TV Azteca aprobara la segunda temporada del programa fue la promesa por parte del ejecutivo de ventas asignado a la producción de que se contaría con el patrocinio de al menos dos marcas, y aunque así fue por un tiempo, la presencia de los anunciantes fue disminuyendo gradualmente, hecho que indudablemente contribuyó a la desaparición de *Descontrol*.

Por último tenemos que mencionar otro cambio radical que, sumado a los anteriormente expuestos, detonó un verdadero “descontrol” entre la audiencia y aceleró el eventual cese de transmisiones del programa: la segunda temporada se empezó a transmitir los lunes, pero con un horario que denominaron “sorpresa”, por lo que algunas veces se programaba a las 9:30 p.m. y otras a las 11:30 p.m. Incluso hubo ocasiones en que el programa no se transmitió debido a que en su horario se pasaba algún partido de fútbol, por ejemplo.

Tomando en cuenta las transformaciones que tuvo el programa en un periodo tan corto (cambios que a la producción le tomaron meses, pero que el espectador tuvo que asimilar en sólo un par de semanas), no sorprende que la mayor parte de la audiencia que la primera temporada de *Descontrol* había logrado consolidar se empezó a perder. Esto se reflejó en un *rating* cada vez menos estable y con

¹¹³ Cintillos. En este caso, elementos gráficos creados a petición del departamento de ventas. Suelen estar animados y aparecer en la parte inferior de la pantalla, además de tener una duración de entre 5 y 15 segundos en su mayoría.

tendencia a la baja. En ello ahondaremos un poco más adelante en nuestro estudio.

4.2 Salida del aire

Además de las modificaciones al esquema original de *Descontrol*, la televisora del Ajusco implementó una serie de variantes en su ritmo de producción, como preparación para uno de los eventos más importantes en cuanto a audiencia no sólo de la TV mexicana, sino de los medios a nivel global: la copa mundial de futbol.

Resulta lógico que, debido a los enormes niveles de *rating* que alcanzan los eventos de esta magnitud (otro caso es el de las olimpiadas), el presupuesto destinado para anunciarse durante sus transmisiones por TV sea más alto que la mayoría de lo que reciben los demás programas el resto del año. Las marcas crean sus estrategias de promoción incluso con años de anticipación y una de las consecuencias directas al interior de las televisoras es que los ejecutivos de éstas “descuidan” varios de los programas.

En realidad, ese aparente abandono por parte de las empresas de telecomunicaciones hacia varias de las emisiones de su programación habitual es un fenómeno cíclico que se puede observar al menos cada dos años, con cada nueva olimpiada o mundial de futbol. Se trata de una suerte de depuración en la que los programas menos favorecidos por la audiencia suelen ser “sacrificados” a cambio de incluir en los canales programas especiales sobre el evento en turno. Algunas producciones regresan una vez finalizado el evento deportivo, usualmente después de estar alrededor de un mes en *standby*, pero otras sencillamente nunca vuelven a las pantallas.

Con *Descontrol* ocurrió que, tras la serie de cambios a los que hicimos referencia, y una vez aprobada por parte de los ejecutivos la realización de la segunda temporada, se ordenó además la animación de una serie de cápsulas que llevarían por título “Descontrolando Alemania”, en referencia al mundial de futbol que se realizó en 2006.

La idea original de dichas cápsulas fue de Omar Ochoa, productor de *Descontrol*, que ante la inminente suspensión del programa (debido a que los programas con resúmenes deportivos se transmitirían por las noches) propuso a los ejecutivos esas animaciones cortas como una forma de que el programa se mantuviera vigente en la mente del televidente y “actual” por el tema del futbol.

Sobre las características de “Descontrolando Alemania” se puede agregar que se trataba de historias breves con una duración muy variable (de entre uno y cinco minutos). El propósito era programarlos como *fillers*, esto es, como una especie de “rellenos” para ajustar los tiempos entre distintas emisiones programadas por TV Azteca. Los personajes de *Descontrol* que se volverían recurrentes en aquellas nuevas animaciones serían sobre todo los relacionados con el futbol, como “El Cuau”, “Faitelchon”, “Joserra”, “Ego Sánchez” y “El Diego”. Incluso, previendo que eventualmente se produjera un número importante de cápsulas, el productor

solicitó que se diseñaran nuevos personajes, entre los que figuraban integrantes de la selección mexicana de fútbol para aquel año.



Figura 44. Fotograma de la *intro* para las cápsulas “Descontrolando Alemania”, donde “El Cuau” era un personaje recurrente

Fuente: *Producción Descontrol*

Así, se elaboraron ocho cápsulas de prueba y fueron presentadas a los ejecutivos, que aprobaron la transmisión de las mismas, aunque no solicitaron la realización de nuevas animaciones.

Cabe recordar que la realización de mini-historias en forma de cápsulas no era una labor a la que los estudios de animación Animex fueran ajenos, ya que antes de tomar la estafeta con *Descontrol* habían producido para el canal Locomotion de Miami varios episodios de *Roncho el Perro Malapata*, personaje creado por el

propio Ricardo Arnaiz, fundador y director de Animex. Varias de las aventuras de Roncho incluso se pueden encontrar actualmente en el portal de videos YouTube.

De este modo, con algunas cápsulas “fútboleras” aprobadas y la promesa informal por parte de los ejecutivos de que el programa regresaría una vez finalizado el mundial, el último capítulo original de *Descontrol* fue transmitido en televisión mexicana el lunes 5 de junio del 2006, por Azteca 7 en su red nacional.

Por supuesto, en ese momento la mayor parte de la producción de Omar Ochoa no sospechaba que aquel había sido el fin del programa, sobre todo porque poco tiempo después varios capítulos fueron repetidos en diversos horarios y días, lo que ocurrió durante un periodo considerable (un año y cinco meses para ser precisos). De esas emisiones irregulares no quedó registro formal (salvo, probablemente, las bitácoras del master) debido a que se recurrió a ellas como una forma de cubrir tiempos no previstos. En lo personal, como postproductor de *Descontrol* me tocó hacer varias reediciones de programas ya transmitidos para cubrir determinados tiempos solicitados por la empresa.

Haciendo un balance sobre el trabajo de producción del programa, tenemos que se animaron 63 guiones completos, de los cuales 58 fueron transmitidos, algunos en más de una ocasión. El material suprimido lo fue principalmente debido a su sátira política, publicidad involuntaria o simplemente porque quienes juzgaban el contenido antes de salir “al aire” consideraban “de mal gusto” algunas escenas. Claro ejemplo de esto último es un *sketch* donde se hablaba de un “ataque con lluvia dorada”. Se trató de un argumento que el productor autorizó para su animación y, después de todo el trabajo invertido, finalmente el mismo Omar Ochoa decidió que no se transmitiera, por su directa (y gráfica) referencia a la orina.

Además de todo esto, debemos precisar que en contadas ocasiones se decidió respetar las estructuras originales de los guiones animados y lo usual más bien era

armar los programas con *sketches* tomados de al menos tres guiones distintos; esto como resultado de los subjetivos filtros ya mencionados, pero también por motivos prácticos, como la expresa petición por parte de quienes diseñaban la programación de cubrir tiempos precisos. Ejemplo de esto es cuando se nos solicitaba que el programa estuviera compuesto por cuatro bloques y entre todos sumaran exactamente 23 minutos con 35 segundos, tiempo que, unido al *carrier*¹¹⁴ de publicidad, resultaría en un total de 40 minutos.

Otra forma en que los contenidos de *Descontrol* se mantuvieron vigentes durante algún tiempo aún después de salir del aire fue mediante la utilización de ciertos *sketches* en otros programas, como *Va que va* y *Tempranito*, emisiones que, al hablar de personajes del espectáculo, contaban con un buen pretexto para incluir esporádicamente fragmentos del programa de animación (y de paso, llenar tiempo de “aire” sin que eso implicara un incremento a los gastos de aquellas producciones).

Precisamente esa cualidad de incluir a personajes de la farándula en sus contenidos bien le habría valido una segunda oportunidad de emisión a *Descontrol* al ser transmitido por Azteca América (la señal en Estados Unidos de la televisora propiedad de Ricardo Salinas), pero el gran inconveniente para que eso ocurriera fueron las rígidas leyes de *copyright* en la unión americana. Jamás se pudieron transmitir los programas tal como se presentaron en México porque todos ellos contenían alusiones a actores o películas estadounidenses.

Aquí resulta conveniente recordar quién o quiénes solían evaluar los contenidos del programa porque, aunque parezca absurdo, en más de una ocasión se llegaron a animar guiones completos para después ser descartados por la misma persona que había autorizado su producción. Estas graves erratas se podrían atribuir principalmente a descuidos, confusiones y mala organización al interior de la producción.

En la junta previa a la autorización de los guiones usualmente estaban presentes el productor general (Omar Ochoa), el productor creativo (Marco Lagarde) y el grupo de escritores de la emisión. Ahí cada uno aportaba sus puntos de vista sobre por qué era o no conveniente solicitar la animación de un guión, aunque la última palabra siempre la tenía Ochoa. Aún así, en más de una ocasión sucedió que, lo que inicialmente al productor general le parecía una historia divertida y digna de realizarse, una vez animada le parecía “demasiado irreverente” (como sucedió con el *sketch* de la “lluvia dorada”), razón por la que un contenido podía ser suprimido de la versión final del programa.

Otro filtro para los contenidos era el dispuesto por los ejecutivos de TV Azteca a través de la gerencia creativa del canal. Había un “creativo” encargado de observar de principio a fin cada programa antes de ser enviado al master. Comúnmente, el representante de la gerencia creativa solicitaba las correcciones que él consideraba pertinentes de acuerdo a los criterios de censura previamente

¹¹⁴ Pauta preestablecida de anuncios comerciales que se transmiten durante todo el día, entre un bloque y otro de cada programa.

acordados, pero también solicitaba cambios con la intención de mejorar el “ritmo” del programa e incrementar su efecto cómico o simplemente supervisaba los cortes necesarios para ajustarse a los tiempos requeridos por la empresa, mismos que nos eran notificados usualmente el mismo día de la transmisión del programa.

4.3 Situaciones que propiciaron la desaparición del programa

Sería complicado y probablemente erróneo identificar a una sola razón como la causante del cese de transmisiones de *Descontrol*, sobre todo porque, como ya se ha visto, además de las razones económicas, la suerte de la emisión se vio influenciada por valoraciones puramente subjetivas por parte de algunos empleados de TV Azteca. Una vez señalado esto, a continuación esbozaremos algunas situaciones que podrían haber propiciado la desaparición del programa de dibujos animados que nos atañe en este trabajo.

4.3.1 Falta de patrocinadores desde meses antes del cese de transmisiones

En este caso, nos referiremos no al número y variedad de comerciales que componían el *carrier*, sino a la publicidad incluida en el contenido del programa. Si bien nunca fueron muchos los anunciantes que aparecían a lo largo de una sola emisión (el número máximo fue de cuatro en algunos episodios), lo cierto es que a nivel coordinación de producción y área de ventas no existió la cooperación suficiente para conseguir nuevos anunciantes sin perder a los que desde un principio creyeron en el proyecto.

Desafortunadamente la poca efectividad en las labores de las áreas mencionadas pudo deberse a que subestimaron la importancia de un adecuado plan de ventas para la permanencia al aire de *Descontrol*, error que se evidencia al hacer comparaciones con otras producciones de la misma empresa que han representado notables casos de éxito en cuanto a ingresos, como fue el caso de la segunda generación de *La Academia*, que al transmitir su episodio final contó con decenas de anunciantes. Durante aquella emisión diversos productos fueron mencionados y aparecieron en reiteradas ocasiones dentro del contenido del programa. Lo mismo ocurre, por ejemplo, con las finales de fútbol o la conclusión de una telenovela con gran *rating*, donde el precio de un espacio publicitario se eleva enormemente¹¹⁵.

Hemos tocado, entonces, un tema que también es de suma importancia y no debemos perder de vista para explicar el cese de transmisiones de *Descontrol*: su *rating*.

¹¹⁵ Nos podemos dar una idea de esto con los precios que estableció Televisa en el 2012 para un *spot* de 20 segundos según el horario y canal. *Cfr. Televisa, Plan comercial* [en línea], dirección URL: http://www.televisaplancomercialtv.com/compra_libre.php, [consultado el 7 de septiembre de 2011].

4.3.2 *Rating* insuficiente a consideración de los ejecutivos de la empresa e inadecuadas decisiones de programación

Descontrol enfrentó desde un principio la difícil misión de mantener un buen *rating* aún cuando se le programaba a la misma hora que a programas como *Otro Rollo*, que en su momento llegó a ser la emisión “más fuerte” del canal 5 de Televisa (competencia directa de Azteca 7, donde se transmitía *Descontrol*). De igual modo, los episodios finales de telenovelas y partidos de fútbol programados a la misma hora, siempre resultaron en un bajo *rating* para la producción de dibujos animados.

Ante esto, la decisión de los directivos del canal fue modificar en varias ocasiones el horario de transmisión de *Descontrol*, buscando “atinarle” al horario más adecuado según cada circunstancia. De este modo, “a tuestas”, se buscó posicionar al programa en el gusto de la audiencia.

El resultado de esta serie de cambios viscerales fue que sólo algunas emisiones tuvieron buenos índices de *rating*, pero en general éste era muy variable, con tendencia a la baja.

Si hemos de tomar en cuenta los comentarios que llegaban al correo electrónico del programa y diversas opiniones que se podía encontrar en foros de internet, se podría concluir que esos horarios intermitentes, más que beneficiar al programa, le afectaron enormemente. La razón principal para tal afirmación es que al generar ese tipo de incertidumbre resulta sumamente difícil conformar un público leal. Algunas veces, incluso, las decisiones para cambios de horario eran tan abruptas que se tomaban el mismo día de transmisión, por lo que el horario elegido no coincidía con el de los *spots* que presentaba el canal, y quien quisiera ver el programa debía correr con suerte, porque no podía saber si lo habían emitido una hora antes o lo transmitirían una hora después de lo que la empresa había anunciado (en algunas ocasiones, el programa sencillamente no se transmitía, sin explicación alguna de por medio). Aunque, cuando a la producción le era posible, procuraba avisar con tiempo al televidente sobre los cambios de horario, lo cierto es que en numerosas ocasiones esas modificaciones fueron ordenadas de última hora, estando basadas en “estrategias” que más bien eran corazonadas sobre lo que haría la competencia.

4.3.3 Cambio en la manufactura de las animaciones

Como se mencionó anteriormente, la decisión por parte del productor de sustituir el estudio de animación donde se “maquilaban” los *sketches* del programa, resultó francamente contraproducente.

Si bien se buscaba simpatía para esta decisión, apelando al sentimiento patriótico de la audiencia al presentar al estudio mexicano como mejor opción que el colombiano en todos los sentidos, la verdad es que, aunque los gastos en animación se redujeron (a decir de la administradora de la producción, Verónica Cabello Vargas), los tiempos al interior del proceso de producción no variaron significativamente. Esto último lo pude apreciar personalmente como integrante de la producción, ya que al encargarme de la edición y postproducción de la emisión

pude constatar que la optimización del tiempo no mejoró realmente: una vez elaboradas las animaciones no se lograba agilizar las etapas que venían después en la cadena de producción del programa.

Pero otro aspecto clave de esta situación fue que la apariencia de los personajes también se modificó porque, aunque TV Azteca es la dueña de los derechos para los personajes que se elaboraron, *Ánima Studios* tenía un estilo distinto que le fue permitido plasmar en los personajes por parte del productor del programa y los directivos de la empresa.

Como recordaremos, junto con este cambio de imagen, también se dio un cambio en el estudio que realizaba el sonido del programa. Las voces, música e identidad sonora de la emisión se modificaron debido a que *Ánima Studios* tenía una división que se encargaría de ello y logró vender a TV Azteca el “paquete completo”.

De este modo, para la última temporada de *Descontrol* los televidentes observaron, de una semana a otra, un programa muy distinto al que conocían.

El “cambio de cara” en *Descontrol* era patente incluso en el ritmo de las animaciones. Esto es importante porque, aunque el editor puede hasta cierto punto mantener un estilo consistente, la mayor parte del efecto cómico de cada *sketch*, además de en el guión, recae en el “ritmo” de las propias animaciones.

Sobre la reflexión anterior hay que aclarar que, como seres humanos, solemos tener noción y un cierto entrenamiento en cuanto a ritmos. Sabemos, aunque sea de forma inconsciente, cuando algo está “desfasado”. Para un músico, por ejemplo, esto es algo perfectamente consciente: conoce la importancia de la cadencia y las pausas. Pues bien, este ritmo del que hablamos, cambió de forma notoria en la última temporada de *Descontrol* y bien pudo contribuir, junto con los elementos que se han mencionado, a que el programa poco a poco perdiera popularidad.

“Con esto nos hundimos o nos levantamos”, fue la reflexión del productor, Omar Ochoa Cadena, al hablar de los drásticos cambios que había aprobado para la emisión en su última etapa. Los resultados son ya conocidos, porque el público no recibió bien la propuesta.

4.3.4 Intereses personales en la producción

Aunque en este punto entraremos de lleno al terreno de la franca especulación y es virtualmente imposible cuantificar el porcentaje en que este tipo de factores contribuyó a la cancelación del programa, considero oportuno mencionar que, como integrante de la producción, tuve oportunidad de apreciar una serie de dinámicas que afectaron, cuando menos, mi desempeño dentro de la empresa.

Como se mencionó anteriormente, al productor de *Descontrol*, Omar Ochoa, le fue asignado este programa después de una temporada en que Marco Lagarde, creativo y productor inicialmente propuesto, no pudiera consolidar el proyecto, debido, en palabras del propio Ochoa, a su “falta de experiencia en el área de producción”, escaso conocimiento de los procesos al interior de la empresa y la

falta de un equipo de producción consolidado. En otras palabras, era ajeno al sistema de trabajo en el canal y le resultaba complicado involucrarse en cuestiones administrativas. Esto es algo que se debe tomar en cuenta porque lo recomendable es que todo productor tenga cierto grado de conocimiento en cada área de producción y, de no ser así, estar dispuesto a suplir su falta de pericia con un equipo capaz, confiable y con experiencia en sus respectivos campos. Usualmente, si no se cumple este requisito, es complicado que una emisión pueda tener el éxito deseado.

Sucedió entonces que Omar Ochoa tenía aquellas cualidades de las que Lagarde carecía, gracias a que, al desempeñar diversas labores de producción durante más de diez años en la misma empresa (TV Azteca) y haber fungido como director de cámaras en *Insomnia* (programa producido por Alejandro Delgado), conocía bien los procesos y áreas del canal, además de la organización adecuada de un equipo de producción. En pocas palabras, estaba preparado y dispuesto para lanzarse como productor.

Ochoa cuenta que la forma en que le propusieron el proyecto fue prácticamente una casualidad, ya que, al visitar la empresa (en aquella época también solía trabajar de forma externa, como suelen hacer los *freelance* en ese medio¹¹⁶), uno de los ejecutivos lo reconoció y le pidió que se reuniera con él en su oficina. “Ahí me habló del proyecto, me hizo saber el estancamiento del mismo y me propuso tomar las riendas del programa, lo que acepté, porque además no tenía nada (de trabajo) en ese momento”, comenta Omar Ochoa.

Aunque el flamante productor “mantuvo a flote el barco” por varios meses, al ganar confianza y experiencia en su nuevo puesto, Ochoa eventualmente se interesó por presentar proyectos propios, con los que se sintiera más identificado. Tal fue el caso de *Difícil de Creer*, un programa muy distinto a *Descontrol* en el que no había dibujos animados, pero que, al ser idea de Omar Ochoa, comenzó a tener su preferencia desde la etapa de gestación del proyecto, incluso a costa del programa de animación que ya estaba al aire.

El motivo de esta afirmación es que, durante el último trimestre del programa, el productor se distanció notablemente del proceso de realización. Un ejemplo de esto es que, como postproductor, una de mis funciones consistía en hacerle llegar a Ochoa un DVD con el programa que habría de transmitirse cada semana para que emitiera sus observaciones, solicitando posibles correcciones y cambios. Sin embargo, durante esas últimas semanas al aire, pude notar que el productor en varias ocasiones no revisó el video, a pesar de tenerlo con días de anticipación. Entiendo que la responsabilidad de tener a cargo un programa de televisión es muy grande y suele demandar mucho tiempo, pero destinar media hora a la

¹¹⁶ Recordemos que estos trabajadores independientes laboran por proyecto y cobran por honorarios sin tener usualmente una estabilidad económica. Es común que sus contratos (en caso de que los haya) sean renovados cada cierto tiempo por parte del patrón con el propósito de que el empleado no genere antigüedad en el empleo. De igual modo, lo habitual es que no reciban varias de las prestaciones de un trabajador incluido en una nómina (vacaciones pagadas, aguinaldo, etc.). La principal compensación para esa situación suele ser un sueldo sustancialmente mayor que el de un empleado “de planta”.

semana a revisar el contenido de tu único programa al aire bien podría calificar como una necesidad apremiante, desde mi punto de vista.

Lo cierto es que las bajas ventas del programa, el variable *rating* obtenido y la situación personal de quienes estaban a cargo de la emisión, al sumarse, constituyeron razones suficientes para la desaparición de la emisión y, como miembro de la producción de *Descontrol*, son las que puedo identificar por experiencia personal.

Conclusiones

Actualmente, cuando al televidente promedio se le pregunta por un programa de animación llamado *Descontrol*, son pocos los que recuerdan esa emisión. Incluso existió un programa con el mismo nombre, realizado en Miami, que presentaba jóvenes bailando en trajes de baño al ritmo de música popular. Aquella producción fue llevada a las pantallas mexicanas por Televisa durante varios años y, ciertamente, durante más tiempo de lo que duró la producción homónima de TV Azteca. ¿Entonces, por qué ocuparse en un programa así? ¿Qué tiene de relevante un programa que estaba a punto de quedar en el olvido y que algunos opinarían que pasó sin pena ni gloria por la TV mexicana? La respuesta ha quedado plasmada en esta investigación, donde además hemos constatado que la animación mexicana tiene una gran tradición, con creadores realmente talentosos (algunos incluso adelantados a su época) que creyeron firmemente en esa forma de expresión.

Descontrol significó un valioso antecedente y eso lo hace digno de ser tomado en cuenta por todo estudioso de la animación en nuestro país. Esto se vuelve especialmente importante porque muchos podrían considerar, de forma errónea, a las producciones de Televisa o Topico's como las pioneras en ese formato.

Recordemos que *El Chavo Animado* tuvo un importante apoyo económico por parte de la empresa de Emilio Azcárraga Jean, tanto a nivel producción como en lo referente a *marketing*, mientras que la creación de Topico's, *La gruta del Alux*, empezó a transmitirse muy poco tiempo después de la producción de TV Azteca, pero a nivel local (lo que no le impidió gozar de gran popularidad en aquella región del país, con herencia maya). Por esto, como una forma de contrarrestar las a veces injustas "versiones oficiales", se debe dejar constancia de esa producción en la que TV Azteca, aún con los serios desaciertos que ya se han señalado, tuvo la virtud de arriesgarse y ser la primera en ese formato de animación mexicana en televisión. El mayor problema en todo caso, fue que, en un medio donde las utilidades económicas mandan, el lugar en la historia y el legado cultural que se pudiera dejar dentro de un ámbito artístico pasa a segundo término.

Otro asunto que hemos establecido en esta investigación es que, si bien durante la primera temporada de *Descontrol* estuvo involucrado un estudio colombiano en la realización de la emisión, eso no desmerece en modo alguno su condición de programa pionero en la TV de nuestro país. Así como los estudiosos de la animación mundial están de acuerdo en considerar argentino al primer largometraje de animación de la historia (*El Apóstol*, de 1917) pese a haber sido realizado por el italiano Quirino Cristiani, es válido sostener la nacionalidad de *Descontrol* como una producción mexicana. Capital, empresa, escritores, actores de doblaje y equipo de producción son tan solo algunos de los elementos mexicanos que le dan ese *status* al programa.

La experiencia de *Descontrol* también nos dejó valiosas enseñanzas a nivel producción y hay elementos centrales que, considero, deben conservarse: existe un camino trazado, con muchos aspectos que pueden ser mejorados, pero ese sendero ya está abierto para los que vienen después y deseen transitarlo.

Conviene reflexionar en lo que sí se hizo bien y lo que es necesario corregir, más allá de apasionamientos, filias o fobias hacia una empresa.

Algo que definitivamente rescato es la importancia de tomar decisiones con base en elementos sólidos y un adecuado panorama. Por ello es importante conocer el contexto en que nos desenvolvemos, tener una óptica lo más amplia posible. Conocer no sólo el negocio y el esquema de producción, sino también estar consciente del valor artístico, social y hasta histórico de lo que se está haciendo.

Por supuesto, en lo referente al éxito televisivo no creo en fórmulas mágicas, pero sí en el valor de la preparación, curiosidad, el profesionalismo, humildad, ética y el trabajo arduo en equipo bajo un liderazgo responsable. A veces se acertará y a veces habrá descabros pero, para quien esté atento, siempre habrá un aprendizaje.

Con el caso de *Descontrol* hemos podido constatar la necesidad que tienen las empresas de telecomunicaciones de formular proyectos a largo plazo, además de dar seguimiento a las políticas que se implementan después de un adecuado análisis. Desafortunadamente, este problema no es exclusivo de la industria del entretenimiento y ocurre en distintos ámbitos, no sólo en la iniciativa privada, sino en las instancias estatales. Es preciso crear estrategias eficaces y no sólo seguir ciegamente las tendencias internacionales. Un ejemplo desafortunado de esto es lo que ha sucedido en TV Azteca durante varios años: a petición expresa de su dueño, Ricardo Benjamín Salinas Pliego, se ha impuesto entre los empleados distintas políticas corporativas que en su momento estuvieron en boga, esto por influencia de varios asesores a los que Salinas ha recurrido y en quienes ha depositado su confianza. El gran inconveniente es que, poco tiempo después de implantar un sistema, el empresario normalmente decide cambiar todo y adoptar una nueva política laboral que, por supuesto, todos sus empleados deben acatar mientras hacen a un lado la anterior. Parece un chiste de mal gusto pero, acciones como esta, improvisadas y sin rumbo fijo, más allá de significar gastos para Salinas Pliego, afectan a los productos televisivos que este ofrece al público y explica mucho de la calidad en los contenidos que tienen los medios de nuestro país.

Eso nos lleva a otro tema que involucra a las aparentemente insalvables diferencias entre la televisión cultural y la televisión comercial en México. Y es que, al ya no laborar en TV Azteca puedo constatar, ahora como funcionario público, que el concepto que un gran sector de la población tiene de las producciones “culturales” es que son aburridas y elitistas. Esto aplica muy especialmente para la oferta en televisión, radio y artes escénicas como la danza y la ópera. La verdad es que, si bien el Estado tiene la obligación de realizar contenidos asequibles que vinculen a la gente con el quehacer cultural y la educación, se requiere también de un mayor compromiso por parte de los concesionarios del espectro radioeléctrico en la formación de un público inteligente y participativo. Lamentablemente, es evidente que la televisión comercial ha favorecido desproporcionadamente el consumo y el entretenimiento vacío. Esto debe cambiar si queremos evolucionar como sociedad y desarrollarnos como país.

Un medio por sí mismo no es “bueno” o “malo”. Satanizar a la televisión resulta maniqueísta, cuando en otros países e incluso en el nuestro existen ejemplos de producciones culturales de calidad, que no insultan la inteligencia del público y, por el contrario, le ayudan a construir un criterio más amplio. En esa dirección, considero, debemos enfocar nuestros esfuerzos como profesionales de los medios.

Atrás debe quedar esa costumbre de que los programas que se mantengan al aire durante años sean los que no tienen otra virtud que aportar enormes ganancias a los magnates de las telecomunicaciones. Ellos, por supuesto, no van a cambiar este esquema por voluntad propia: nos corresponde a nosotros como público demandar contenidos edificantes, bien hechos y que estimulen nuestro pensamiento. En última instancia, siempre se tendrá la opción de apagar el televisor como una forma de ejercer presión sobre los emporios (ahí es donde más les duele, en la cartera). Un golpe así los haría cambiar su programación más rápido de lo que la mayoría imagina, pero todo depende de que seamos capaces de romper con los hábitos de consumo que se nos han implantado.

En cuanto a la situación actual de quienes alguna vez participamos en la producción de *Descontrol*, las cosas no han cambiado demasiado para la mayoría en lo referente a dinámicas de trabajo. Omar Ochoa actualmente es productor de *Difícil de Creer*, su creación, y *Al Extremo*, un programa que ha tenido gran éxito entre la audiencia de Azteca América. Ambas producciones, de acuerdo a los intereses de Grupo Salinas, no demandan demasiados recursos económicos y sí reportan importantes ingresos en comparación con lo que la empresa invierte en ellos. Dichos programas televisivos se basan en el uso de contenidos realizados por terceros, como videos tomados de YouTube, documentales y películas (eso sí, debidamente etiquetadas como “crestomatías”¹¹⁷). También en esas emisiones trabajan varios de los empleados que hicieron posible *Descontrol*, como algunos escritores, editores y asistentes.

En lo referente a quien esto escribe, hace poco más de tres años dejé de trabajar en TV Azteca para ingresar al servicio profesional de carrera como jefe de departamento de medios audiovisuales en el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Esto ha sido una experiencia realmente enriquecedora, que me ha llevado a reflexionar sobre la enorme responsabilidad de quienes laboramos en los medios masivos de comunicación, un asunto al que, lamentablemente, pocos de los involucrados en ellos conceden importancia.

La gran ventaja de quien ha recibido una preparación con enfoque humanista es que le es más fácil volverse consciente de su responsabilidad social. Como profesionales de la comunicación poseemos valiosas herramientas de análisis sobre el discurso de los medios y su impacto en la cultura de un país. Eso es algo que siempre agradeceré a nuestra UNAM, el formarme como un individuo pensante, crítico y capaz de reconocer su papel en los mensajes que emite. En

¹¹⁷ Colección de escritos selectos para la enseñanza. En el contexto televisivo, fragmentos de video utilizados para ilustrar una producción y cuyos derechos pertenecen a un tercero. Cfr. *Real Academia Española* [en línea], dirección URL: <http://lema.rae.es/drae/?val=crestomat%C3%ADa>, [consultado el 7 de marzo de 2014].

pocas palabras, la Universidad me ha permitido asumirme, más que como mano de obra dentro de un aparato ideológico, como un elemento que puede y debe intervenir de forma positiva en el acontecer de nuestra sociedad.

El estar consciente de esa deuda que tengo para con la comunidad me ha llevado a interesarme por nuevas formas de contribuir a la formación cultural y educativa de mis semejantes, además de involucrarme con su bienestar en un contexto global. Por ello actualmente, además de mi labor dentro del organismo cultural más importante del país, Conaculta, colaboro esporádicamente con la asociación civil Grupo de Estudios Ambientales, A.C.¹¹⁸ y realizo junto con un buen amigo el *podcast*¹¹⁹ de difusión cultural *Theobroma*, que se puede descargar vía iTunes¹²⁰. Dicha emisión, gracias al invaluable apoyo del editor y programador Joel Alejandro Torres, cuenta ahora con su propio sitio web¹²¹, donde adicionalmente se publica contenido sobre arte, cultura, ciencia, tecnología y humanidades. Sé que el alcance poblacional de estas pequeñas acciones no se compara con el de las producciones de una empresa como TV Azteca, pero si cada persona decide prepararse y producir sus propios contenidos, eso puede realmente cambiar a una sociedad para bien. Por último, debo agregar que he constatado la simpatía que estas iniciativas que he referido han provocado entre varias personas con intereses similares a los míos: individuos que, al igual que Joel, gustosos y de forma generosa, han colaborado conmigo. Eso para mi es una gran satisfacción, además de una motivación para continuar.

“Es un gran error no hacer nada por creer que se hace poco. ¡Haz todo lo que puedas!”

- Sydney Smith (1771-1845), escritor inglés.

¹¹⁸ Asociación civil sin fines de lucro que desde 1977 busca contribuir a la sustentabilidad de la vida en el planeta y a la resolución de problemas socioambientales. *Cfr. ¿Qué es GEA?* [en línea], dirección URL: http://geaac.org/index.php?option=com_content&view=article&id=240%3Aque-es-gea&catid=25%3Athe-project&Itemid=27, [consultado el 24 de octubre de 2013].

¹¹⁹ El *podcasting* consiste en la distribución de archivos multimedia (normalmente audio o vídeo, que puede incluir texto como subtítulos y notas) mediante un sistema de redifusión (RSS) que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que quiera, generalmente en su tiempo libre. No es necesario estar suscrito para descargarlos. *Cfr. Podcasting* [en línea], dirección URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Podcasting>, [consultado el 24 de octubre de 2013].

¹²⁰ *Cfr. Theobroma Podcast* [en línea], dirección URL: <https://itunes.apple.com/mx/podcast/theobroma/id594399252?l=en&mt=2>, [consultado el 24 de octubre de 2013].

¹²¹ *Cfr. Theobroma, promiscuidad ideológica y cultura sin dolor* [en línea], dirección URL: <http://theobroma.mx>, [consultado el 7 de marzo de 2014].

Propuestas

Lo primero que recomiendo hacer, no sólo a quienes participamos en *Descontrol*, sino a todo interesado en obtener provecho de un emprendimiento, es rescatar las experiencias clave del proceso y estudiar los casos de éxito que se han documentado en esa área. Por lo tanto, es preciso estar familiarizados con una herramienta que suelen recomendar los especialistas en desarrollo organizacional y que, en lo personal, me ha sido muy útil en distintas situaciones: el análisis FODA, que consiste en identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para nuestra organización. Ese es el punto de partida hacia una mejora continua que, por supuesto, demanda dar seguimiento a nuestro proyecto, hacer un constante monitoreo de los avances y estancamientos además de realizar modificaciones al plan de trabajo cuando sea necesario, pero siempre sobre la base de una estrategia previamente definida.

Esto nos brindará la posibilidad (evocando la anécdota del pastel a la que hizo referencia Héctor Valdés) de “apuntar la receta”: saber cuáles han sido nuestros aciertos, con el propósito de seguir por ese camino y, por otro lado, señalar nuestras fallas para eliminar su frecuencia. Este sistema es el que nuestra memoria es tan importante, aplicado a la producción televisiva, sin duda sería altamente benéfico (y tampoco nos caería mal aplicarlo como país). Sin embargo, para lograr todo ello también se requiere visión, honestidad y un exhaustivo ejercicio de autocrítica. ¿Seremos capaces de hacerlo? Tal vez debamos considerar que con ello no sólo nosotros saldremos beneficiados. El hecho de documentar nuestras experiencias para después compartirlas será también muy útil para quienes desean aprender de otros casos para mejorar el desempeño en sus respectivas actividades. Se trata de hacer a un lado el egoísmo y salir de nuestra zona de confort. Nos conviene ver a las generaciones que nos suceden como un estímulo para mejorar en nuestras respectivas actividades. No se trata de poner obstáculos a quienes desean recorrer el camino que tanto nos costó transitar, sino de allanarles en lo posible su trayectoria al tiempo que nosotros mismos nos superamos.

De igual modo, hablando de la necesidad de prepararnos cada vez más y ubicar nuestras carencias para poderlas suplir, a todo estudiante de comunicación le aconsejaría que, como un complemento a su preparación académica, busque capacitarse a nivel técnico, porque el mercado competitivo así lo demanda. Hay mucha gente allá afuera que tiene una buena formación teórica y en los medios abundan quienes saben operar un programa de computadora, iluminar un escenario u operar una cámara, pero son relativamente pocos quienes cuentan con habilidades en ambos aspectos: el teórico y el “práctico”. Al equilibrar nuestro conocimiento en ambos flancos nuestras expectativas de encontrar un trabajo bien remunerado se elevan, y eso es importante en nuestro contexto porque lamentablemente son muchos más los egresados cada año de las escuelas de comunicación que la cantidad que los medios pueden contratar con un sueldo decoroso. Preparémonos para las oportunidades y estemos listos para crearlas.

A propósito de oportunidades, es importante resaltar el hecho de que cada año surgen nuevos eventos donde los entusiastas de la creación audiovisual pueden

tener un escaparate para sus obras. Actualmente, una gran variedad de festivales (no sólo de animación sino de video y audio en distintas modalidades) animan a los realizadores a participar en ellos. Esto también ofrece las condiciones para foguearse en el medio profesional y hacer un constante sondeo de la calidad de los trabajos que están presentando nuestros colegas.

Específicamente en el caso de los animadores mexicanos, sería provechoso que, además de adquirir habilidades en la tan en boga animación 3D por computadora, se dieran la oportunidad de visitar otras técnicas que se han mencionado en este trabajo (ya hablamos del ejemplo de Tim Burton y sus obras, que se han vuelto de culto para muchos aficionados al cine). Echar mano de otros recursos narrativos nos da flexibilidad creativa y hace que nuestra mente contemple nuevas posibilidades, tanto para la creación de historias como para modificar el concepto mismo que tenemos de nuestra actividad. Romper paradigmas, pensar en diferentes modos de hacer las cosas, conocer el esquema que otros han respetado por años y luego romperlo para buscar otros rumbos. Sólo eso hace posible la evolución en un arte.

Por otro lado, es mucho lo que las grandes televisoras podrían hacer para impulsar la animación mexicana, empezando por apostar de forma contundente por lo que tienen que ofrecer los artistas nacionales. Realizar más y mejores producciones, además de crear empleos para la gente verdaderamente creativa (que actualmente no tiene muchas oportunidades), le brindaría a estas personas una plataforma de expresión. Estas hipotéticas producciones televisivas bien podrían ser una inspiración para quienes inician en el terreno de la animación o para los que simplemente tienen curiosidad sobre en qué consiste esa labor.

Por último, hablando de productos culturales de los medios masivos y ruptura de paradigmas, quiero referirme a nuestra enorme necesidad de tener un criterio más amplio como sociedad. Precisamos tener verdadera libertad de expresión y que la censura no sea una mera herramienta del poder económico para callar voces disidentes. Es fundamental para toda sociedad evolucionada que los artistas puedan criticar lo que les parece injusto: señalar los abusos del poder y ¿por qué no? ridiculizar a quien lo ostenta (recordemos que precisamente con esa intención surgió la caricatura política) como una forma de catarsis. Esta válvula de escape para el descontento social puede significar, al mismo tiempo, una chispa que al alcanzar las conciencias detone el cambio en una sociedad. Es claro que precisamente por esto, por el peligro que representa la crítica para quienes tienen el poder, es que existe la censura, más allá de los discursos moralistas con los que se intenta justificar. La historia ha demostrado que son los artistas quienes, en muchos casos, dan voz al sentir popular.

Estoy consciente de que sugerir que las televisoras cedan espacio a opiniones que contradicen sus intereses puede sonar pueril o “demasiado idealista”, pero no por eso se debe dejar de insistir en ello. Comparto el punto de vista de Herbert Marcuse cuando señala que “la libertad intelectual significaría la restauración del pensamiento individual absorbido ahora por la comunicación y adoctrinamiento de masas, la abolición de la 'opinión pública' junto con sus creadores. El timbre irreal

de estas proposiciones indica, no su carácter utópico, sino el vigor de las fuerzas que impiden su realización.”¹²²

Ese vigor, que sigue tan vigente o aún más que cuando el filósofo y sociólogo alemán escribió su “Hombre unidimensional”, sólo se puede comenzar a minar expandiendo nuestra percepción del mundo, informándonos, opinando, expresándonos en todas las formas posibles y, por supuesto, atreviéndonos a hacer las cosas de modos diferentes. El caso de *Descontrol* es una muestra de que aún se puede innovar en muchos ámbitos, sentando nuevos precedentes que se inscriban en la historia, pero debemos estar dispuestos a perseverar y aprender de nuestros errores.

¹²² Herbert Marcuse; *El hombre unidimensional*, Editorial Planeta Mexicana, 1993, p. 34

Fuentes de consulta

Bibliografía

1. ALONSO, Martín; *Enciclopedia del Idioma T. 1*, México, Ed. Aguilar, 1988, p. 947
2. ARÉVALO ZAMUDIO, Javier; *Imágenes visuales 1*. Fascículos del curso de educación para los Medios. UPN, México, 1994, 46 pp.
3. BARAJAS DURÁN, Rafael (“El Fisgón”); *La historia de un país en caricatura (1829-1872)*, México, Conaculta. 2000, 376 pp.
4. BARAJAS DURÁN, Rafael (“El Fisgón”); *Posada: mito y mitote. La caricatura política de José Guadalupe Posada y Manuel Alfonso Manila*, México, Fondo de Cultura Económica. 2009, 548 pp.
5. BERMÚDEZ, Trajano; *Mangavisión, guía del cómic japonés*, Editorial Glénat (Biblioteca del Dr. Vértigo No. 1)
6. CABELLO SÁNCHEZ, Raúl; *Litografía, Manual de apoyo para el taller*, México, Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM, 2008, 104 pp.
7. GONZÁLEZ REYNA, Susana; *Manual de redacción e investigación documental*, México, 2ª Edición, Trillas. 1980, 180 pp.
8. HERREJÓN PEREDO, Carlos (coordinador); *La formación geográfica de México*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. 2011, 312 pp.
9. JEANNE, René y FORD, Charles; *Historia Ilustrada del Cine*, Madrid. Ed. Alianza. 1992, 343 pp.
10. LIFTON, Robert Jay; “El hombre proteico”, en *Partisan Review*, invierno de 1968, p. 13
11. MARCUSE, Herbert; *El hombre unidimensional*, Editorial Planeta Mexicana, 1993, 288 pp.
12. RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, Manuel; *Animación: una perspectiva desde México*, UNAM, 2007, 234 pp.
13. WELLS, H.G.; *A propósito de H.G. Wells y su obra / La Máquina del Tiempo*, Colombia, Grupo Editorial Norma S.A. 1991, 245 pp.

Hemerografía

1. MALVIDO, Adriana; “Industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones”, *Revista Mexicana de Comunicación*, septiembre – octubre de 1989.

Tesis consultadas

1. NÚÑEZ RODRÍGUEZ, Laura y OCAMPO FRANCO, Martha Verónica; *El cine de animación en México*, tesis de licenciatura, FES-Aragón, UNAM, México, 1996, p. 33

DVDs consultados

1. LAGARDE, Marco / CONEXIÓN CREATIVA; *Reviéntame* (Demo: Episodio piloto), México, 2004.
2. PEYOTE Films y ÁTOMO Films; *El santos vs la Tetona Mendoza*, México, 2013.

Programas de radio

1. *Tiempo de Análisis*, “La Caricatura en México”, Conducido por Jesús Flores, producido por Radio UNAM y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, transmitido el miércoles 27 de febrero de 2013 por Radio UNAM (860 AM).

Fuentes electrónicas

1. *Anibal Cinco #1 / Comic Vine* [en línea], dirección URL: <http://www.comicvine.com/anibal-cinco-1-diez-mujeres-antes-de-morir/4000-237184/>, [consultado el 29 de octubre de 2013].
2. *Animation in the 1930s* [en línea], dirección URL: <http://www.youtube.com/watch?v=RxJOW5O0h8o>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
3. *ASIFA-News*, Association International du Film d’Animation [en línea], dirección URL: <http://www.asifa.net/>, [consultado el 12 de diciembre de 2000].

4. *Awards for 1999, Internet Movie Database* [en línea], dirección URL: <http://www.imdb.com/event/ev0000003/1999>, [consultado el 14 de mayo de 2010].
5. *Biblioteca digital de literatura universal* [en línea], dirección URL: <http://www.sld.cu/sitios/bibliodigital/temas.php?idv=4700>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
6. *Blondie and Dagwood / Matinee Classics* [en línea], dirección URL: http://matineeclassics.com/radio/1939/blondie_and_dagwood/, [consultado el 28 de octubre de 2012].
7. *Breve historia del cómic* [en línea], dirección URL: <http://www.spidermex.com/documento.php?num=1>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
8. CALLEJA, Jorge; *La revolución de Juan Escopeta (soundtrack)* [en línea], dirección URL: <http://jorgecalleja.bandcamp.com/album/la-revoluci-n-de-juan-escopeta-soundtrack>, [consultado el 30 de octubre de 2013].
9. *Club Quintito* [en línea], dirección URL: <http://www.youtube.com/watch?v=4UjidP0fwr0>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
10. *Cómic / Real Academia Española* [en línea], dirección URL: <http://lema.rae.es/drae/?val=c%C3%B3mic>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
11. *Crestomatía / Real Academia Española* [en línea], dirección URL: <http://lema.rae.es/drae/?val=crestomat%C3%ADa>, [consultado el 7 de marzo de 2014].
12. *Cronología e Historia mínima de la televisión mexicana (1928-1996)* [en línea], dirección URL: http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_television.htm, [consultado el 10 de febrero de 2013].
13. CRUZ BÁRCENAS, Arturo; “Yolanda Vargas Dulché, una de las mujeres más leídas en México”, *La Jornada* [en línea], dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2012/11/22/espectaculos/a08n1esp>, [consultado el 22 de noviembre de 2012].
14. CRUZ ROMO, Ezequiel; *La Caricatura en México. Humor y Realidad / Storify* [en línea], dirección URL: <http://storify.com/EzequielPXR/la-caricatura-en-mexico-humor-y-realidad>, [consultado el 29 de octubre de 2013].
15. *Cueva de Lascaux / Wikiartmap, el mapa del arte en el espacio público* [en línea], dirección URL: http://statik.wikiartmap.com/img/125111-Lascaux_03-y-480.jpg, [consultado el 12 de abril de 2011].

16. *De la linterna mágica a 'Fantasmagorie' / El aporte de Disney* [en línea], dirección URL: <http://www.cubacine.cult.cu/sitios/revistacinecubano/digital21/articulo54.htm>, [consultado el 29 de octubre de 2013].
17. *Descoberto desenho de Disney mais antigo que Mickey Mouse / Jornal de Londrina* [en línea], dirección URL: <http://www.jornaldelondrina.com.br/online/conteudo.phtml?id=1197058>, [consultado el 14 de enero de 2012].
18. *DESCONTROL 2da. TEMPORADA!!!* [en línea], dirección URL: <http://escomic.blogspot.mx/2006/04/descontrol-2da-temporada.html>, [consultado el 8 de febrero de 2012].
19. *Disney Boo Scares / Monsters Inc.* [en línea], dirección URL: <http://www.wallpaperdot.net/wallpapers/2013/07/Disney-Boo-Scares-1024x1024.jpg>, [consultado el 28 de octubre de 2013].
20. *Edad de Oro del Cómic*, en Utopía Cómic [en línea], dirección URL: http://www.utopiacomics.com/comic_que_comunica/queescomic/03.htm, [consultado el 23 de octubre de 2013].
21. *El Chavo Animado* [en línea], dirección URL: http://es.wikipedia.org/wiki/El_Chavo_animado, [consultado el 1 de agosto de 2013].
22. *El Santos VS la Tetona Mendoza / Póster* [en línea], dirección URL: <http://santosvstetona.com/images/poster.jpg>, [consultado el 29 de octubre de 2013].
23. *Enciclopedia Universal Esacademic* [en línea], dirección URL: http://enciclopedia_universal.esacademic.com/74163/Historieta, [consultado el 28 de junio de 2013].
24. *Frank Miller looking to captain Buck Rogers / Geeks of Doom* [en línea], dirección URL: http://www.geeksofdoom.com/2008/12/20/frank-miller-looking-to-captain-buck-rogers/2008-12-20-buck_rogers, [consultado el 2 de agosto de 2013].
25. *Gag / Real Academia Española* [en línea], dirección URL: <http://lema.rae.es/drae/?val=gag>, [consultado el 24 de octubre de 2013].
26. GARCÍA, Héctor; *TV Azteca, Historia de México y Procesos de Comunicación II* [en línea], dirección URL: <http://mexicoycomunicacion.tripod.com/azteca.htm>, [consultado el 24 de agosto de 2013].
27. *Gertie the Dinosaur - Winsor McCay (1914) / Animações!* [en línea], dirección URL: <http://grandesanimacoes.blogspot.mx/2013/08/gertie-dinosaur-winsor-mccay-1914.html>, [consultado el 6 de septiembre de 2013].

28. GUZMÁN GONZÁLEZ, Trinidad; *The impact of lexical anglicisms in Spanish film magazines: a case study across time* [en línea], dirección URL: http://www.let.leidenuniv.nl/hsl_shl/anglicisms.htm, [consultado el 12 de noviembre de 2011].
29. *História animácie / Animak* [en línea], dirección URL: http://animak.org/historia_animacie/, [consultado el 28 de octubre de 2013].
30. *History of Graphic Design Midterm / Studyblue* [en línea], dirección URL: [http://classconnection.s3.amazonaws.com/812/flashcards/852812/jpg/laurec_ambassadeurs__aristide_bruant_\(poster\)_18921349397857809.jpg](http://classconnection.s3.amazonaws.com/812/flashcards/852812/jpg/laurec_ambassadeurs__aristide_bruant_(poster)_18921349397857809.jpg), [consultado el 13 de abril de 2011].
31. *Humorous Phases of Funny Faces - J. Stuart Blackton (1906) / N+2* [en línea], dirección URL: <http://nmas2.blogspot.mx/2012/03/humorous-phases-of-funny-faces-j-stuart.html>, [consultado el 24 de octubre de 2013].
32. *Informe de Rendición de Cuentas de la Administración Pública Federal 2006 – 2012* [en línea], dirección URL: http://corporativo.canal22.org.mx/documento/Informe_Rendicion_de_Cuentas_TVMETRO.pdf, [consultado el 24 de octubre de 2013].
33. *¡KA-BOOM! ESTUDIO, S.A. DE C.V.* [en línea], dirección URL: <http://www.ka-boom.com.mx>, [consultado el 16 de septiembre de 2013].
34. *La muerte de Superman / Fans Choice* [en línea], dirección URL: http://www.fanschoicemcomics.com.ar/dc-comics-la-muerte-de-superman-mega-pack-completa_1614xJM, [consultado el 29 de octubre de 2013].
35. *Las 1000 caras del cine de animación (Películas clave del cine de animación) / Paper Blog* [en línea], dirección URL: <http://es.paperblog.com/las-1000-caras-del-cine-de-animacion-peliculas-clave-del-cine-de-animacion-343183/>, [consultado el 29 de octubre de 2013].
36. *Las historietas / ABC Color* [en línea], dirección URL: <http://www.abc.com.py/articulos/las-historietas-1010800.html>, [consultado el 4 de marzo de 2014].
37. *Las historietas en la década de 1920 / Programa de Cómputo para la Enseñanza, Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM* [en línea], dirección URL: http://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/prof/matdidac/sitpro/hist/mex/mex2/HMIICultura_Vida/Comic1920-2.htm, [consultado el 2 de octubre de 2012].
38. *Little Nemo*, Wikimedia [en línea], dirección URL: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/8f/Little_Nemo_walking_bed_detail_colour.jpg, [consultado el 28 de octubre de 2012].
39. LÓPEZ, Félix; *Krazy Kat / La Gata Loca* [en línea], dirección URL:

- http://www.tebeosfera.com/obras/series/krazy_kat_herriman_1916.html, [consultado el 20 de abril de 2012].
40. *Manga* / *Wikipedia. La Enciclopedia Libre* [en línea], dirección URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Manga>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
41. *Meteorix 5.9 No aprobado* / *Facebook* [en línea], dirección URL: <https://www.facebook.com/Meteorix5.9NoAprobado>, [consultado el 29 de octubre de 2013].
42. *Milton Caniff y el modelo cinematográfico* / *Es muy de cómic* [en línea], dirección URL: <http://pepoperez.blogspot.mx/2010/05/milton-caniff-y-el-modelo.html>, [consultado el 10 de marzo de 2013].
43. MONSIVÁIS, Carlos; *Gabriel Vargas: La herejía violenta*, Revista de la Universidad de México, No. 77, 2010 [en línea], dirección URL: <http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/7710/pdf/77monsivais.pdf>, [consultado el 22 de noviembre de 2012].
44. MONTOYA MARTÍNEZ, Roberto; *Todo tiempo pasado fue mejor, según Montoya* / *Crítica Política* [en línea], dirección URL: <http://www.criticapolitica.mx/15923>, [consultado el 4 de julio de 2012].
45. NERI, Sergio; *La Gruta del Alux* [en línea], dirección URL: <http://blog.sergioneri.com/?p=87>, [consultado el 29 de octubre de 2013].
46. *Películas animadas mexicanas* / *20Minutos.es* [en línea], dirección URL: <http://listas.20minutos.es/lista/peliculas-animadas-mexicanas-354310/>, [consultado el 8 de abril de 2013].
47. *Phantasmagoria: How Étienne-Gaspard Robert terrified Paris for science / Skulls in the Stars* [en línea], dirección URL: <http://skullsinthestars.com/2013/02/11/phantasmagoria-how-etienne-gaspard-robert-terrified-paris-for-science/>, [consultado el 28 de octubre de 2013].
48. *Popeye - Aladdin and his wonderful lamp (Full length video)* [en línea], dirección URL: <http://www.youtube.com/watch?v=WtoKDEufmw8>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
49. *¿Qué es GEA?* [en línea], dirección URL: http://geaac.org/index.php?option=com_content&view=article&id=240%3Aque-es-gea&catid=25%3Athe-project&Itemid=27, [consultado el 24 de octubre de 2013].
50. *Raccord* / *Glosario* [en línea], dirección URL: <http://www.xtec.es/~xripoll/glosario.htm>, [consultado el 2 de octubre de 2013].
51. *Sketch* / *Wikipedia. La Enciclopedia Libre* [en línea], dirección URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Sketch>, [consultado el 24 de octubre de 2013].
52. *Superman No.1 (1938)* / *DocStoc* [en línea], dirección URL:

- [http://www.docstoc.com/docs/58853576/Superman-No1-\(1938\)](http://www.docstoc.com/docs/58853576/Superman-No1-(1938)), [consultado el 12 de noviembre de 2010].
53. TALAVERA, Juan Carlos; “La Catrina inicia la celebración del centenario luctuoso de Posada”, *La Crónica*, México, D.F., 18 de enero de 2013. *Cfr.* [en línea], dirección URL: <http://www.cronica.com.mx/notas/2013/723596.html>, [consultado el 23 de octubre de 2013].
54. TESTA, Gianluca; *Lo "Yellow Kid" potrebbe tornare a Lucca* [en línea], dirección URL: <http://www.loschermo.it/articoli/view/15905>, [consultado el 14 de enero de 2012].
55. *Theobroma, promiscuidad ideológica y cultura sin dolor* [en línea], dirección URL: <http://theobroma.mx>, [consultado el 7 de marzo de 2014].
56. *Utilización de F.T.P y Telnet* [en línea], dirección URL: http://www.adslayuda.com/servidores-utilizar_ftp_y_telnet.html, [consultado el 10 de julio de 2012].
57. *Videorisa No. 10 / Mercado Libre* [en línea], dirección URL: http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-430720157-comic-videorisa-no-10-batman-la-parodia-barman-ed-arjoma_JM, [consultado el 29 de octubre de 2013].
58. VILLASEÑOR, Armando; *El Chavo animado / Multipress* [en línea], dirección URL: <http://multipress.com.mx/television/kids-choice-awards-mexico/attachment/el-chavo-animado-960x310/>, [consultado el 30 de octubre de 2013].
59. *Visual literacy: A Grammar / HUHS Librery Media Center, Lessons* [en línea], dirección URL: <http://libguides.huhs.org/content.php?pid=219026&sid=3073438>, [consultado el 10 de marzo de 2013].
60. *Web de Memo Monedas! / Es Cómic!* [en línea], dirección URL: <http://escomic.blogspot.mx/2005/11/web-de-memo-monedas.html>, [consultado el 30 de octubre de 2013].
61. *Xiuhcoatl, la serpiente de fuego / Estudio Paltik* [en línea], dirección URL: <http://www.estudiopaltik.com/html/descargas.html>, [consultado el 29 de octubre de 2013].

Sitios electrónicos consultados

1. ABC Color <http://www.abc.com.py>
2. ACADEMIC www.esacademic.com

3. ADSLAYuda www.adslayuda.com
4. Amazing Spider-Mex, The www.spidermex.com
5. Animações! grandesanimacoes.blogspot.mx
6. Animak www.animak.org
7. Association Internationale du Film d'Animation www.asifa.net
8. Canal 22 www.corporativo.canal22.org.mx
9. Comic Vine www.comicvine.com
10. Crítica Política www.criticapolitica.mx
11. CUBACINE www.cubacine.cult.cu
12. DocStoc www.docstoc.com
13. El Santos VS la Tetona Mendoza www.santosvstetona.com
14. Es Comic! www.escomic.blogspot.mx
15. Es muy de cómic <http://pepoperez.blogspot.mx>
16. Estudio Paltik www.estudiopaltik.com
17. Facebook www.facebook.com
18. Fans Choice Comics www.fanschoicecomics.com.ar
19. Geeks of Doom www.geeksofdoom.com
20. Grupo de Estudios Ambientales A.C. www.geaac.org
21. HUHS Librery Media Center <http://libguides.huhs.org>
22. Internet Movie Database www.imdb.com
23. Infomed, Red de salud de Cuba www.sld.cu
24. iTunes www.itunes.apple.com
25. Jorge Calleja (compositor) jorgecalleja.bandcamp.com
26. Jornada, La www.jornada.unam.mx
27. Jornal de Londrina www.jornaldelondrina.com.br

28. ¡KA-BOOM! ESTUDIO www.ka-boom.com.mx
29. Listas / 20 Minutos listas.20minutos.es
30. Lo Schermo www.loschermo.it
31. Matinee Classics www.matineeclassics.com
32. Mercado Libre México www.mercadolibre.com.mx
33. Multipress Dailynet www.multipress.com.mx
34. N+2 www.nmas2.blogspot.mx
35. Paper Blog es.paperblog.com
36. Portal Académico, Colegio de Ciencias y Humanidades (UNAM) portalacademico.cch.unam.mx
37. Real Academia Española www.lemma.rae.es
38. Revista de la Universidad de México www.revistadelauniversidad.unam.mx
39. Sergio Neri (ilustrador) www.sergioneri.com
40. Skulls in the Stars www.skullsinthestars.com
41. Storify www.storify.com
42. Studyblue www.studyblue.com
43. Tebeosfera www.tebeosfera.com
44. Theobroma, promiscuidad ideológica y cultura sin dolor www.theobroma.mx
45. Tripod www.tripod.lycos.com
46. Universidad de Leiden, Facultad de Humanidades www.hum.leidenuniv.nl
47. Utopía Estudio www.utopiacomics.com
48. Video.com.mx www.video.com.mx
49. Wallpaperdot www.wallpaperdot.net
50. Wikiartmap es.wikiartmap.com
51. Wikimedia upload.wikimedia.org
52. Wikipedia es.wikipedia.org

53. Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya www.xtec.es

54. YouTube www.youtube.com

Entrevistas

1. Entrevista realizada a Marco Lagarde en noviembre del 2005.
2. Entrevista realizada a Omar Ochoa en noviembre del 2005.
3. Conversación sostenida con Héctor Octavio Valdés en el año 2009.