

PUROS CUENTOS

5921

La historia de
la historieta
en México



Museo Nacional de Culturas Populares
Dirección General de Culturas Populares

SEP

PUROS CUENTOS

La historia de la historieta en México



Museo Nacional de Culturas Populares
Dirección General de Culturas Populares

SEP

Secretaría de Educación Pública
Miguel González Avelar, secretario

Subsecretaría de Cultura

Martín Reyes Vayssade, subsecretario

Dirección General de Culturas Populares

Marta Turok, directora

Museo Nacional de Culturas Populares

Ma. Esther Echeverría, directora

Clasif. _____

Adq. _____

Fecha _____

Proced. _____

Proyecto "Puros Cuentos". Coordinación: Alfonso Morales, Ricardo Anguía, Juan Manuel Aurrecochea, Armando Bartra, Gustavo Fuentes, Carmen Giménez Cacho, Betty Perkins, Patricia Ringenbach, Georgina Rodríguez, Roberto Sosa, Carmen Tostado y Begoña Zorrilla.

Difusión: Rosa Ma. Becerra, Blanca Levy, Blanca Robleda y Laura Sánchez.

Visitas guiadas: Delia Arroyo, Leticia Díaz, Reyna Díaz, Ma. Luisa Morales, Ma. Elvira Rodríguez y Guadalupe Vión.

Equipo técnico: Luis Alvarez, Gabriel Becerril, Bernardo Flores, Gabriel Flores, Gustavo Flores, Martín García, Miguel García, Ramón García, Miguel Hernández, José Fco. Ibañez, Salustiano Ledezma, Arnulfo López, J. José Luis López, Rogelio Martínez, Romeo H. Martínez, Francisco Muñoz, Angel Romero y José R. Solís.

Textos: J. M. Aurrecochea, Armando Bartra y Alfonso Morales.

Edición y Diseño: Adriana Cárdenas, Patricia Ringenbach, Begoña Sánchez y Lorena Vázquez.

Impresión: Aristeo Villegas.

Apoyo secretarial: Ma. de los Angeles Aquino y Ma. de los Angeles Martínez.

©1988. Museo Nacional de Culturas Populares
Hidalgo 289, Coyoacán
04100 México, D.F.
ISBN 968-29-1871-5

Derechos reservados conforme a la ley
Impreso y hecho en México.



BIBLIOTECA
CENTRO DE INFORMACION
Y DOCUMENTACION

Dirección General de Culturas Populares

PUROS CUENTOS O DE COMO LOS MONITOS SON SILABARIO, CRONICA Y OTRAS TANTAS COSAS MAS QUE DESCONOCEMOS.

Pasión infantil de casi todos, amor adolescente de muchos, vicio de madurez -secreto y clandestino- de algunos, la historieta mexicana es, sin embargo, la gran desconocida. Nuestra historieta no viste, no da prestigio cultural, no adorna salas y bibliotecas. Es un producto efímero, desechable. Se lleva en el bolsillo trasero del pantalón o en la bolsa del mandado. Se lee en el camión o en el metro. Se manosea y se tira. Se revende. Se alquila. Pasa de mano en mano. Termina en el fogón o en el cuarto de baño.

Para tres generaciones de mexicanos, los monitos han sido silabario y cartilla de lectura, lección de historia y fuente de educación sentimental, acceso a mundos exóticos y materia prima de los sueños, satisfacción vicaria de frustraciones económicas, sociales y sexuales. Las historietas han creado mitos y consagrado ídolos, fijado y dado esplendor al habla popular, ratificado lo mismo el machismo que la fe guadalupana.

Los monitos mexicanos hacen una crónica que se lee de soslayo; son constancia de usos y costumbres multitudinarios pero indocumentados; testimonio impreso de la evanescente sensibilidad popular; registro involuntario de sabiduría e ignorancia que circula en millones de páginas leídas cotidianamente por millones de lectores. Por estas razones, el Museo Nacional de Culturas Populares organizó la muestra "Puros Cuentos", inaugurada en diciembre de 1987: una incursión por el enorme e inexplorado continente de la historieta mexicana.



Con las cédulas utilizadas en el recorrido museográfico por cien años de monitos nacionales se ha armado este folleto, una suerte de catálogo provisional en tanto se editan los resultados de la investigación en dos volúmenes, profusamente ilustrados y de próxima aparición, si la onomatopeya ¡Crack! no se anticipa a nuestros deseos.

Atte.
El Chichicuilote
Vengador.

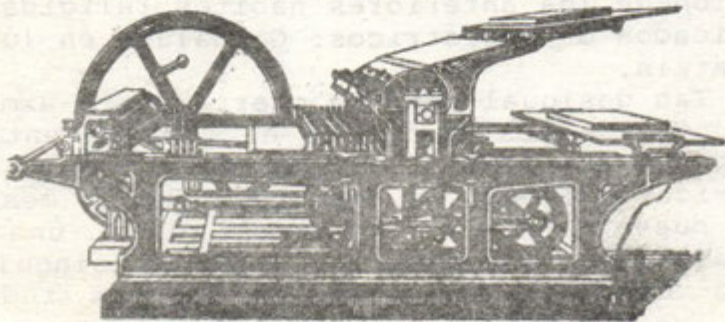


LA MAQUINA O DE COMO A UN ORIGINAL LE NACIERON MUCHAS COPIAS.

En 1439 Johann Gutenberg perfeccionó la imprenta, prodigiosa máquina capaz de reproducir miles de copias a partir de una matriz. La información y el conocimiento, guardados en los libros, pudieron salir de las bibliotecas de los monasterios, castillos y universidades, difundándose entre capas cada vez más amplias de la población.

Esa máquina impresora -traída a la Nueva España por el italiano Juan Pablos en 1539- no se ocupará sólo de la sabiduría clásica, las discusiones teológicas y los nuevos hallazgos de la ciencia, también le dará cabida al entretenimiento de feria, a la tradición oral y a las ensoñaciones y devociones del vulgo: juegos y naipes, romances y aventuras de caballeros andantes, estampas religiosas y profanas, visiones celestiales y terrenales que se siguieron reproduciendo por siglos.

Las técnicas de imprimir y fabricar papel se han desarrollado notablemente durante los 550 años que han transcurrido desde que el impresor de Maguncia dio a conocer su invento. En la actualidad, sin los productos de la industria editorial -periódicos, libros, historietas- la vida social sería inconcebible: son un espacio privilegiado para la imaginación y la crítica, la divulgación y el entretenimiento.



EL NUEVO MUNDO O DE COMO APARECIO LA VIRGEN DE GUADALUPE.

En 1492 Cristobal Colón atravesó los mares del Atlántico y su viaje amplió los horizontes de la cartografía europea. Abiertos a la conquista económica y espiritual, los nuevos territorios despertaron también la fantasía de literatos y grabadores que difundieron visiones del Nuevo Mundo repartidas entre orgías, caníbales, riquezas a flor de tierra y paraísos bajo el dominio de dioses crueles.

De Europa nos llegaron cruces, espadas, caballos, viruela y otros padecimientos y manías del medioevo español. Cuenta la leyenda que los conquistadores cruzaron el Atlántico atraídos por el oro y las especies. También los condujo al Nuevo Mundo el sueño heroico, la búsqueda de El Dorado, del reino de las Amazonas o de la fuente de la Eterna Juventud. Perturbados por la ambición, poseídos por ilusiones de novelas de caballería, los marginados de la metrópoli emprendieron el viaje a través del mar ignoto para realizar una de las guerras más sangrientas de la historia.

Pero la conquista no se hizo sólo mediante la violencia de las espadas. La implantación de la cruz -la conquista espiritual- se apoyó en la difusión de las imágenes que llevaban las verdades de los evangelios y los rostros de los mártires que presidirían la nueva fe, en sustitución de los anteriores hábitos religiosos calificados de idolátricos: Gaudalupe en lugar de Tonatzin.

Tan desigual como la guerra entre armaduras y puntas de obsidiana fue el combate entre las imágenes europeas y las representaciones de la América indígena. Su resultado fue el mestizaje, una nueva manera de mirar el mundo, una forma inédita de reproducirlo. Ejemplo singular de esto son los catecismos en lenguas indígenas

que iniciaron una tradición de gráfica religiosa, a la que se agregaron los cromos, las estampas y los posters de vírgenes, santos y crucificados, y la hagiografía popular que cuenta de apariciones y milagros en páginas de historietas.



LA PARCA O DE COMO NOS SIGUE ESPANTANDO EL PETA TE DEL MUERTO.

En la edad media, hambrunas, guerras y pestes hicieron de la muerte colectiva un episodio natural. Poblaciones arrasadas por espadas, epidemias o desastres naturales, dieron motivo a que la imaginería popular tomara por tema recurrente de sus representaciones a la parca que a siervos y señores igualaba.

En México la muerte ha tenido una alegre suerte. Pasea su osamenta en el primer libro de grabados hecho en México: La portentosa vida de la muerte escrito por fray Joaquín Bolaños en 1792 e ilustrado profusamente por Francisco Agüeros.

Desde entonces, macabra o tragicómica catrina con J.G. Posada, a caballo en El jinete de la muerte, con hábitos monacales en Tradiciones y leyendas de la Colonia, la parca ha sido reiterada protagonista de nuestra imaginería popular; vivido innumerables aventuras como enemiga o consejera de super héroes; ha ejecutado el merecido castigo de los impíos y sido pretexto de las burlas escatológicas de la bruja Hermelinda Linda o Los superfríos, que la trasladan de su gótico reino a la populosa urbe contemporánea.

Igualmente los temas religiosos están presentes en el origen de la gráfica y la literatura popular de nuestro país. La historieta, heredera de estas tradiciones, ha consagrado millones de páginas a la vida de los santos; la imagen de la guadalupana preside portadas de innumerables revistas y su milagrosa aparición en los argumentos de las historietas soluciona tramas, redime pecadoras y ayuda a desesperados personajes.

En los sesentas, Editorial Novaro difunde en sus series Vidas ejemplares e Historia del cristianismo casi todo el santoral cristiano, y José G. Cruz edita en 1954 Apariciones, la re-

vista de la fe. La vida de Fray Martin de Pórrer da motivo a la serie Fray Escoba de Carlos Chacón Jr., que tiene un apoteótico éxito y da lugar a innumerables versiones de la vida del beato de Lima.

En tiempos de crisis, afirma un editor, el público demanda historieta de inspiración católica.



*Dixit: Cogitationem suam in eo cum sit om-
nem terram suo subjugari beatus; huius. Gr 2.*

LA OCA O DE COMO EL PAJARO VOLO DE LO SAGRADO A LO PROFANO.

Para algunos estudiosos el juego de la Oca se remonta a Egipto, mientras que otros opinan que nació en Florencia en el siglo XVI. En las antiguas culturas -China, Egipto, Roma- a la Oca se le relacionaba con la mujer que uno deseaba desposar y también con el ave mensajera del más allá. En su origen, el juego de la Oca tenía un significado augural y adivinatorio. Entretenimiento cortesano, en el siglo XVII se le señala como "malo y traidor" en la península ibérica, por ser utilizado para apuestas y por causar tu multos y riñas. Sufrió transformaciones similares a las de las cartas y naipes: de juegos adivinatorios pasan a ser juegos de azar, para terminar convirtiéndose en pasatiempos infantiles y familiares.

La Oca da origen a las auques catalanas, hojas de tamaño doble folio, con viñetas -por lo general en número de 48- que ilustraban una serie o trataban un tema. Estas hojas eran la forma predominante de la narrativa gráfica europea de los siglos XVII al XIX.

Las auques o aleluyas, como se les llamaba en las regiones de habla castellana, son introducidas en México a finales del siglo pasado por la casa Maucci, con sede en Barcelona. Esta técnica de narrativa, que prefigura al comic, tuvo una influencia definitiva en los ilustradores mexicanos.



LA POLACA O DE COMO LA HISTORIA SE HIZO FARSA
EN LA PRENSA CHICA.



El Padre Cobos, Doña Caralampia Mondongo y la comunidad otra vez en campaña.

En la prensa política decimonónica y en su poderosa gráfica satírica, se encuentra uno de los antecedentes de nuestras historietas. Sea por la permanencia de los males nacionales -la corrupción de los políticos o el empobrecimiento de la plebe-, sea por la reincidencia de los vicios gubernamentales y el filo satírico de sus detractores, en las páginas de la prensa "chica" la historia política del siglo XIX se transforma en un sainete fársico, en una gigantesca historieta cómica. Las primeras caricaturas de esta historieta nacional ilustrada van dirigidas contra el general Santa Anna. En los siguientes capítulos, los litógrafos Santiago Hernández, Constantino Escalante, Alejandro Casarín y José M. Villasana y los escritores Carlos R. Casarín, Vicente Riva Palacio y Antonio Carreón se transforman en músicos de La orquesta (1861-1873) para burlarse cruelmente del presidente Benito Juárez y su gabinete. Desde 1874 el mordaz Ahuizote, comandado por Riva Palacio y Villasana, se enfrenta a Sebastian Lerdo de Tejada y se convierte en adalid de los "Tuxtepecanos" que llevarían al poder a Porfirio Díaz.

En 1879 La patria festiva, dirigida por Irineo Paz, inició la caricatura del primer gobierno de Díaz. A la campaña se suma en 1880 El padre Cobos donde el caricaturista Lira se enfrenta al presidente Díaz y a su lugarteniente Manuel González. De 1885 a 1902 El hijo del Ahuizote, "como su padre matrero y calaverón", es el primer protagonista en la guerra de papel contra la dictadura. Daniel Cabrera encabezó la empresa y colaboraron con él: José M. Villasana, Santiago Hernández y Florencio Castro. El régimen emprende la persecución de los periodistas y, finalmente, El hijo del Ahuizote desaparece, pero Cabrera, quien presume sus cien entradas a la cárcel de Belén, se mantiene en la brecha al publicar El colmillo público (1903-1906) en colaboración con Jesús Martínez Carreón.

VILLASANA O DE COMO SE METIO EL COMIC ENTRE LAS VIÑETAS.

En el siglo XIX no existen profesionales de la historieta, sólo ocasionalmente los dibujantes narran en viñetas secuenciadas integrando textos e imágenes. Sin embargo, el veracruzano José María Villasana (1848-1904) procede sistemáticamente a desarrollar secuencias iconográficas narrativas. Sus primeros trabajos, publicados en 1872 en México y sus costumbres, son ilustraciones de textos de Juan A. Mateos, Luis G. Ortíz, Pedro Landazun, Javier Santa María, Francisco Sosa y Vicente Riva Palacio, y sátiras de costumbres y tipos populares de la época. Algunas de estas ilustraciones, como Consejos a los viajeros del futuro ferrocarril de Veracruz o Las artistas, prefiguraron el lenguaje de la tira cómica que tardó todavía cerca de treinta años en constituirse.

En 1883 Villasana colabora en La patria ilustrada, suplemento de el diario La patria que edita Irineo Paz, y en el mismo año funda la empresa "Villasana, Ignacio Haro y Cía. Editores" que publica el semanario La época ilustrada, en cuyas páginas se difunden profusamente historieta europeas del español Apeles Mestres, del alemán Leus y de los franceses Lafore, Reno ve y Michel.

En 1888 Villasana funda el semanario México gráfico, del que es director y dibujante y para el que realiza numerosas historieta. Algunas, como El pulque, La locomoción y Las extremidades, son planchas analíticas sin unidad espacio-temporal ni estructura dinámica, pero otras como Un recurso, Las tres caídas y La pantera de San Cosme son ya comics narrativos y modernos aunque no empleen globos.



NUESTROS DIBUJANTES

EL SR. D. JOSE MARIA VILLARANA.

(SUUNTO EDITOR PROPIETARIO.)



URRUTIA O DE COMO HACIENDO HUMO NACIO EL HISTORIETISTA.

Juan Bautista Urrutia nace en las calles de Nahuatlaco (hoy República del Salvador) en la Ciudad de México entre 1871 y 1872. Se inicia como dibujante en la litografía Monturiol, donde tiene como maestro a Casimiro Castro. El joven Juan Bautista es contratado por Pugibert en 1899 y su colaboración en el "Buen Tono" se prolonga hasta 1938, año de la muerte del dibujante.

Su trabajo más memorable es la serie de historietas publicitarias que mantiene desde 1903 hasta mediados de los años veintes y está conformada por quinientas piezas diferentes. Por esta magna obra historietística, cuya perseverancia va acompañada de una gran calidad gráfica y literaria, Urrutia ha sido calificado por Francisco Díaz de León como el "último heredero de la imagería popular mexicana".

Juan Bautista Urrutia es el primer historietista profesional mexicano, el suyo es un comic de autor, original e inconfundible y, pese a sus compromisos publicitarios, proyecta generosamente su propia visión del mundo y no la de sus patrocinadores.

Urrutia enfrenta el reto de promover, en cada una de sus historietas, las virtudes de los cigarros "Canela Pura", "Elegantes" o "Mascota" y de la cerveza "Moctezuma" y a la vez cuenta algo gracioso. Su solución es hacer publicidad por reducción al absurdo; sus personajes desenredan las bizarras tramas a fuerza de fumar y beber. Gracias a los productos de "El Buen Tono" y la "Moctezuma" los feos se vuelven guapos, los malos se dulcifican, los enemigos se reconcilian y todas las contradicciones se resuelven en un eterno final feliz.

En 1922, después de cuatro largas series de historietas con los personajes más disímbolos,

Urrutia crea al inefable "Ranilla", que se convierte en el personaje estable de las últimas series del litógrafo. Los poderes sobrenaturales que permiten a este primer superhéroe de la historieta mexicana realizar las hazañas más sorprendentes, provienen, como era de suponerse, de sus hábitos fumatorios pues "Ranilla" es un empedernido consumidor de cigarros "Elegantes".

Según su biógrafo, a Juan Bautista Urrutia sólo se le conocieron dos fobias en la vida: los fotógrafos y el tabaco, del que fue pregone ro incansable.



LILLO O DE COMO EL PERRO AMERICANO SE VOLVIO ADONIS.

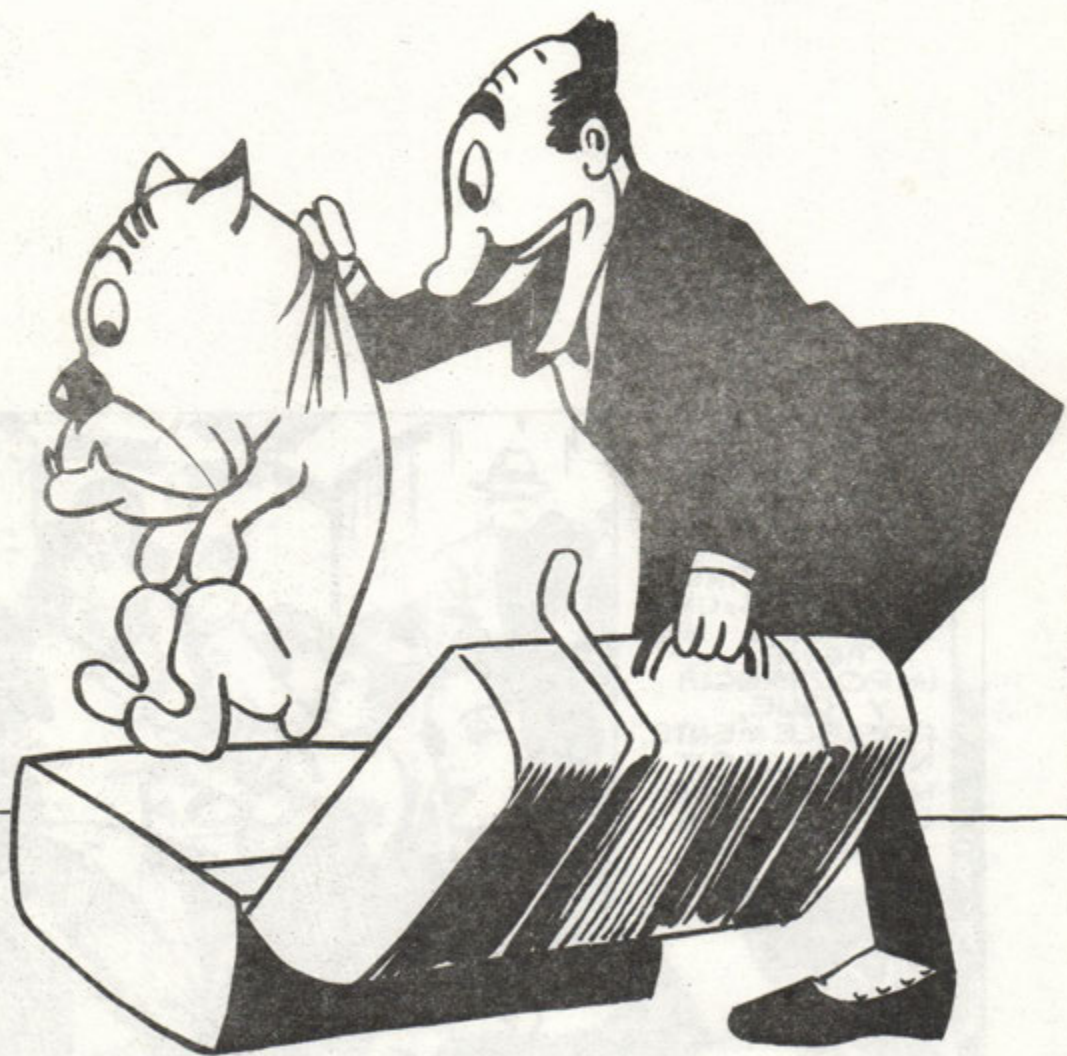
Otro de los pioneros de la historieta fue Rafael Lillo, quien en sus Aventuras de Adonis incorporó el lenguaje del comic norteamericano: globos, líneas de fuerza, onomatopeyas dibujadas, personajes fijos y narraciones seriadas.

El bulldog "Adonis", protagonista de la serie, tiene sus antecedentes en los perros norteamericanos "Beans" de J. Swinnerton y "Tige" de R. Outcalt. Esta historieta, pulcra e inocente, se publica a partir del 5 de julio de 1908 en El mundo ilustrado, pilar de los afanes cosmopolitas y miméticos del editor Reyes Spíndola.

A propósito de los dibujos de Lillo, escribe un anónimo redactor de El mundo ilustrado: "No hay en él vulgaridad, y la estolidez, la inarmonía y la deformidad a que estamos acostumbrados, como único producto del ingenio nacional (en) lo grotesco de las representaciones típicas y lo antiestético de los cuadros de costumbres mexicanas... No hace sangrientas caricaturas, sus dibujos cómicos hacen reír sana y buenamente, sin herir a nadie".

En 1911 Rafael Lillo desmiente a su apolo-gista. Su humorismo abandona los tonos neutros y se hace político. En revistas como El Ahuizote, La risa y Multicolor, se encarga de destru-
zar la figura presidencial de Francisco I. Made-ro en crueles caricaturas e historietas.

A la caída de Victoriano Huerta, en 1914, Lillo abandona el país refugiándose en Cuba.



EL AMOR O DE COMO MARGARITA GAUTIER SE NIEGA MORIR.



¿Qué haríamos los simples mortales sin las ilusiones y desventuras del amor; sin las lágrimas episódicas que se derraman en su honor; sin el poder del sentimiento que todo lo puede - sorte ar los obstáculos del chisme o la posición social- y si no sufrieran merecido castigo quienes intentan engañar la limpia y honrada pasión de las almas enamoradas?

Así como la lectura de folletines románticos alivió en otras épocas la vida de las mujeres enclaustradas por estrictas ordenanzas morales, las historietas de amor mantienen viva la llama de la ilusión en lecturas atrapadas en el aburrido mundo laboral o en el extenuante universo de los deberes del hogar.

Anticipación de la historieta romántica, abuela de las Lágrimas, risas y amor, la serie de estampas litográficas Historia de una mujer deja escuchar los ecos folletinescos de Zola, Balzac y Dumas. Ejecutada por el dibujante catalán Eusebio Planas en 1880, el empresario francés Ernesto Pugibet las reparte entre el público mexicano como cortesía de los cigarros de "El Buen Tono".

A propósito de ella Javier Reynac afirma: "El tema narra la vida y desventuras de Clara, mujer hermosa que se caracteriza por su ambición y su gusto por los placeres mundanos. Su agitado paso por el mundo está repleto de circunstancias chuscas, encuentros y desencuentros. Clara va siempre en pos de la alegría, excitada por un nuevo viaje, a la caza de una nueva víctima que pueda satisfacer sus caprichos.

Es curioso constatar que la complicada trama de Historia de una mujer poco, o nada, ha envejecido. Las actuales historietas de corte amoroso se siguen nutriendo con los mismos ingredientes: odio y amor, ambición y humildad, vicio y virtud, traición y perdón... (es) el espíritu errante de Margarita Gautier, que se niega a morir."

VENEGAS ARROYO O DE COMO SE HIZO LITERATURA PA-
RA EL PLEBEYO.



En el tránsito del siglo XIX al XX, el lenguaje de los comics era apenas un balbuceo y las ediciones del taller de Antonio Venegas Arroyo satisfacían la demanda popular que, años después, se encargó de cubrir la historieta mexicana. "En su época -escribe Antonio Rodríguez- el taller de Venegas Arroyo es considerado la máxima expresión de los plebeyos." De sus prensas surgieron hojas volantes, cuadernillos con canciones de moda, versos para payasos o recetas para pasteles, instrucciones para escribir cartas amorosas, estampas, catecismos, folletines, hojas sensacionalistas que documentan lo insólito, crónicas de sucesos horripilantes y crímenes sangrientos, todo ilustrado con su respectivo grabado. Esta literatura barata, expendida en calles y plazas públicas, daba materia para sueños y chismes, usos prácticos y profesiones de fe; levantó, asimismo, una crónica de modos de vida, apetencias y costumbres.

Del taller destaca la figura gigantesca del grabador José Guadalupe Posada, pero su obra está inscrita en una empresa colectiva, en la que él es tan sólo un artesano más, como lo son sus compañeros de trabajo y oficio -Manilla, Rangel, Valdéz- y también los escritores de los textos: Constancio S. Suárez, Arturo Espinoza, "Chónforo Vico", Ramón N. Franco, Armando Molina, Gabriel Corchado, Rafael Romero y Abundio García.

Las obras de estos trabajadores de la gráfica y la literatura presagian los temas de la historieta mexicana y sus lectores son antepasados de los actuales fanáticos de los comics.

LA ROTATIVA O DE COMO PANCHO Y RAMONA SE VISTIERON DE CHARROS.

En 1896 Rafael Reyes Spíndola al fundar El imparcial, inaugura el periodismo industrial a la mexicana. La rotativa de alta velocidad, el gran tiraje y el precio de un centavo, revolucionaron el periodismo: en adelante los grandes diarios se convierten en mercancías de consumo masivo.

Los respetables vehículos doctrinarios del siglo XIX pasaron a ser, en el siglo XX, portadores de noticias y entretenimiento. A pesar de algunas secciones serias y profundas, para la mayoría de los lectores el nuevo periódico es una vía de escape a la rutina diaria a través de la nota roja, las columnas de chismes, la publicidad espectacular y la sección de sociales que ocupaban la mayor parte de las páginas.

En 1902, también Spíndola inaugura en México la línea de los suplementos gráficos a colores al publicar La ilustración popular, suplemento de El imparcial. De ahí sólo hay un paso a los dominicales con historietas de gran formato y a todo color, y es Spíndola quien lo da en 1911 con la publicación, en su suplemento, de comics importados e historietas antimaderistas realizadas por Carlos Alcalde y Eugenio Olvera.

La obra de Spíndola continúa durante la segunda década de este siglo y la lectura de "Los hijos del capitán" de R. Dirks, "Educando a papá" de Geo MacManus, "Mutt y Jeff" de Bud Fisher, y de sus múltiples variantes, se convierte en el obligado entretenimiento dominical de la familia mexicana.

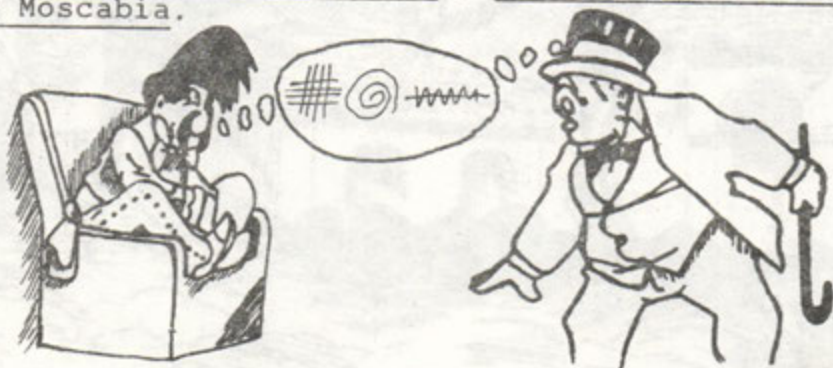
La historieta nacional moderna nace en los años veinte como fenómeno de sustitución de importaciones, siguiendo un itinerario muy parecido al recorrido por el comic norteamericano un cuarto de siglo antes. En esta década se mexicana el nuevo lenguaje y los globos, onomatope-

yas y colores chillantes arraigan entre los lectores.

Los editores, guionistas y dibujantes de los años veinte se enfrentan a un público acostumbrado al modelo norteamericano, y para competir no les queda más remedio que copiar: las historietas mexicanas tuvieron "balloons", fueron "dailies" o "sundays" y eligieron entre la "family strip", la "kid strip" o la "animal strip". Pero diez años de insurgencia revolucionaria no pasaron en vano. El país vivía tiempos de acendrado nacionalismo, de vocación populista y los desarraigados rurales y urbanos fueron invocación permanente.

Así la fundación de nuestra historieta moderna surgió de dos compulsiones divergentes: la imitación del modelo norteamericano y el mexicanismo extremo. El nuevo comic mexicano nació de la tensión entre la irresistible voluntad mimética y la entrañable vocación nacional.

En los suplementos dominicales de El heraldo, El democrata y El universal se publicaron las primeras series duraderas y con personajes estables. Los nombres de Hipólito Zendejas, Salvador Pruneda, Hugo Tilghmann, Jesús Acosta, Andrés Audiffred, Juan Arthenack y Carlos Nevé quedaron definitivamente asociados a Don Cata-rino y su apreciable familia, Mamerto y sus co-nocencias, Nagulas y Laburio, El señor pestaña, Adelaido el conquistador y S.M. Segundo I Rey de Moscobia.



LOS MONITOS O DE COMO LOS CUENTOS SE ENCONTRARON CON SU PUBLICO.

PAQUIN

LA REVISTA PARA NIÑOS DE 8 A 80 AÑOS

★VIERNES★



A mediados de los años treinta, un público inédito -los recién alfabetizados- es descubierto por los empresarios de la industria editorial. Para ellos se inventa una lectura que deja entrar incluso a los que casi no saben leer: la historieta popular.

En aquellos años los legendarios Paguín, Pepín y Chamaco proveen de sueños a los que carecen de todo. Las campañas alfabetizadoras del cardenismo dotan del mínimo abecedario a los mexicanos y Valseca y Herrerías producen los materiales de lectura.

Las aventuras en arrabales promisorios, idílicas vecindades y exóticos cabarets, donde el ascenso social resulta del romance con el "junior" o la niña rica, del hecho heroico, de la abnegación extrema o del simple golpe de suerte, son leídas en remotas rancherías y alimentan el deseo de marchar a la conquista de la urbe.

Una década después, la historieta mexicana alcanzó su auge y los lectores no se conformaron con los dos diarios de monitos. La demanda de nuevas historietas y personajes hace que los autores se multipliquen y se conviertan en auténticas máquinas de producir monitos.



PAQUÍN O DE COMO EL SPIRIT RECORRIÓ PERALVILLO.

"Paquín, el semanario infantil y humorístico me-
jor presentado, y por consiguiente el de mayor
circulación. Abundante material instructivo y
recreativo. Historias a colores, rompecabezas,
anécdotas, dibujos para iluminar, concursos,
trabajos manuales. Los padres de familia saben
lo que ganan sus hijos con la instrucción re-
creativa y moral que reciben con Paquín". Así
reza la publicidad del "Semanario humorístico
para niños de 100 meses a 100 años" registrado
por Francisco Sayrols el 29 de febrero de 1934.

Para el año de la fundación de Paquín, Don
Francisco, autor, entre otros libros del "Trata-
do Teórico Práctico de Correspondencia Comer-
cial Moderna" y el "Manual Práctico de Cobros
por Correo", es uno de los más poderosos edito-
res del país. Prolífico distribuidor -según
Jorge Velazco- de "una serie monstruosa de tex-
tos sobre inducción, perfeccionamiento y perso-
nalidad", como la colección española "Bibliote-
ca del Hombre de Negocios Moderno", y "Libros
Morales sobre la Educación Sexual". Promotor de
libros de derecho, de corte y confección, de
cocina, así como de toda clase de literatura a
precios populares (de 10 ¢ a \$ 6.00): "La lujuria
de los Borgia", "Los rajas", "Los papas y
las libertinas"; novelas de aventuras de Rider
Haggard, Mayne Reid, Fenimore Cooper; literatu-
ra mexicana de Rafael Delgado y Mariano Azuela,
crónicas de la revolución como las "Anécdotas
Villistas" del Ingeniero Elías Torres, etc, etc.

Desde 1931 la Editorial Sayrols, S.A., edi-
ta la revista Amenidades, "Magazine para damas
y hombres de negocios". En 1932 publica Sucesos
para todos, en 1933 La familia y en 1934 Miste-
rio -"para los amantes de la literatura viril"-
y "Ases y estrellas", semanario de cine y depor-
tes.

Para cubrir un amplio espectro de lectores, en 1934 Sayrols compra el semanario infantil Pin-pon, al que le cambia el nombre por el de Paquín en honor a su hijo Francisco. Desde entonces, Paquín publica todos los miércoles, historietas norteamericanas, adquiridas al "King Features Syndicate" y a la "United Service", como "Terry y los piratas", "El agente X9", "El gato Felix" y el "Spirit".

Sayrols es el primer gran importador de historietas norteamericanas y Paquín el vehículo de los "servicios" trasnacionales. Pero algunos historietistas mexicanos ocupan espacios marginales de las revistas de Don Francisco.

Desde 1934 Alfonso Tirado publica "Mr. Mac Cana" en las contraportadas de Paquín y "Las calles de México" en Sucesos para todos. También para esta última Salvador Patiño ("Conejo") realiza, en 1935, "Simplón colilla". A fines de la década de los cuarenta, Editorial Sayrols vende Paquín y los derechos de las historietas norteamericanas que había adquirido, a la cooperativa La Prensa. Esta editorial continúa la línea trazada por Don Francisco, traduciendo coloridos comics norteamericanos y enfrentando "El Spirit" y "El fantasma" a los héroes orgullosamente nacionales de los Chamacos y Pepines.



CHAMACO O DE COMO EL MUNDO TUVO SU PRIMER DIARIO DE HISTORIETAS.

En 1912, a la edad de 10 años, Ignacio "El Chamaco" Herrerías (1902-1944) se inicia en el periodismo escribiendo artículos deportivos para el diario El pueblo, que firma con el seudónimo Gulliver. En 1920 "El Chamaco" edita El décimo, deportivo de espectáculos de corta vida. En 1924 trabaja para El globo, a las órdenes de Palavicini. Más tarde emigra a los Estados Unidos y en Los Angeles, California escribe para la sección de deportes de La opinión y edita El gráfico. En 1932 regresa a México, y mientras trabaja para el diario Excelsior lanza por su cuenta el semanario Mujeres y deportes fundando su propia editorial: Publicaciones Herrerías, S.A. En 1936 comienzan a publicarse en el semanario algunas historietas, como Bruja Rogers de Rafael Araiza.

Los dibujantes le sugieren a Herrerías lanzar una publicación especializada en historietas a semejanza del Paguín de Sayrols. El resultado es un semanario que lleva por nombre el apodo del director: Chamaco (1936-1954). A los pocos meses, siguiendo los pasos de Paguín y Chamaco, aparece Pepín de García Valseca. Herrerías responde a la competencia publicando su revista de historietas dos días a la semana. Valseca sigue sus pasos. Herrerías revira publicando la suya tres veces a la semana y luego todos los días. Pepín no se queda atrás y se convierte en "Diario de historietas gráficas". La guerra por el mercado entre los industriales de la cultura popular está declarada: Herrerías y Valseca se disputan a los dibujantes, aumentan los precios por cartón y llegan hasta el sequestro de los historietistas que quieran cambiar de empresa.

En marzo de 1944 Ignacio Herrerías muere asesinado: "Fue a una cita al Departamento del

Distrito Federal -cuenta el dibujante F. Galindo-, y ahí un redactor de Novedades de nombre Zamarripa le disparó tres balazos por la espalda".

A la muerte del editor, el imperio de "Chamaco" se desmorona. Para 1949, la mayoría de los dibujantes estrellas (Joaquín H. Bassoco, Rafael Araiza, Gaspar Bolaños) abandonan la empresa y el primer diario de historietas del mundo inicia una larga decadencia.

Años después una nueva generación de empresarios reanimará la empresa. Rómulo O' Farril compra Publicaciones Herrerías y en los años cincuenta, transformada en Novedades Editores, recupera el mercado con la introducción de libros de historieta.

La novela semanal, El libro pasional y Libro policiaco, bajo las direcciones de Laura Bolaños y Carlos Vigil conquistan de nuevo a los lectores. En los setenta Novedades lanza dos publicaciones de gran éxito: Chanoc y Alma grande. Así el imperio que construyó "El Chamaco" Herrerías se sostiene hasta los años ochenta en que El libro vaquero rompe records de venta.

Publicaciones Herrerías, S. A. "Chamaco Chico"



PEPIN O DE COMO LA RIQUEZA LLEGO CON LAS "EMPANADAS DE CULTURA".

José María de Jesús Luciano García Valseca (1901-1980) inicia, desde la infancia, una legendaria carrera rumbo al éxito empresarial. A los once años, en su natal Puebla, vende empanadas y charamuscas junto al edificio del Hotel Italia. A la postre lo comprará. Casi sesenta años más tarde, en una fiesta de aniversario de El sol de Puebla (uno de los 37 diarios que con formaron su cadena periodística) el coronel García Valseca declara: "Para mí no tiene precio la satisfacción de que en el sitio donde hace muchos años vendía empanadas de vigilia, hoy venda empanadas de cultura".

En 1935, después de algunos tropiezos -simples anécdotas en la carrera de todo "self made man"- como el intento frustrado de ser diputado por Chalchicomula, Puebla, tiene la atrevida idea de producir una revista de bajísimo precio de venta y de interés para las grandes masas: una publicación con la menor cantidad de texto posible, una revista de historietas. El resultado es el tabloide Paquito, y su éxito inmediato hace que el Coronel publique en el mismo año otra revista de características similares: Paquita y luego, en 1935, imitando al pequeño Chamaço de Publicaciones Herrerías, el famoso Pepín (1936-1956).

Impreso en tinta sepia y editado con técnica de rotograbado pero en papel periódico, Pepín es la base sobre la que se construye el imperio del coronel y un mito en la historia de los tirajes de las publicaciones mexicanas. Enrique Cordero, biógrafo de García Valseca, afirma que cuando la revista se convirtió en diario tiraba 320,000 ejemplares; dibujantes que trabajaron para García Valseca cuentan que la revista llegó, en los años cuarenta, al millón de ejemplares diarios. Lo cierto es que, a las po-



cas semanas de fundado el cuadernillo de historietas, García Valseca instaló un pequeño taller propio y en 1937 una gran imprenta en Tlalnepantla.

Publica, entonces, las revistas Mujercitas, Menos arriba, Farsas y Pinocho (simil de Pepín). En 1941 funda el primer diario deportivo del mundo: Esto, y en 1943, con El fronterizo de Ciudad Juárez, inicia lo que será la cadena de los "Soles", que para 1972 cuenta ya con 37 diarios diseminados por toda la República.

En los años cincuenta Valseca es una leyenda. En el semanario norteamericano Newsweek se publicaron estas líneas: "Ni en los días felices de William Randolph Hearst -propietario de 23 de los 1900 diarios en los Estados Unidos en los treinta- hubo entre nosotros editor periodístico con obra comparable a la de García Valseca."

Para entonces Valseca ha dejado morir a Pepín, sólo sigue editando Paquito con las historietas de Gabriel Vargas. Una vez convertido en Zar del periodismo nacional, cuenta la leyenda que las historietas le daban asco.

LOS MUÑEQUITOS O DE COMO DONALD A COLORES NO PU DO CONTRA MEMIN EN SEPIA.

A fines de los años cuarenta un accidente conduce a la creación de la imprenta más grande de América. Un griego, de cuyo nombre nadie se acuerda, llega a México proveniente de Los Angeles, California, buscando un comprador para los derechos de las historietas de "Walt Disney Productions" y encuentra a Luis Novaro, quien está a punto de abandonar la dirección del periódico La prensa. Don Luis compra los derechos en lengua castellana de los comics de Disney y funda, en poco tiempo, tres empresas: "Sociedad Editora América, S.A.", "Novaro Editores-Impresores, S.A." y "Distribuidores de Publicaciones Universales, S.A. de C.V."

Sus primeras publicaciones son Historietas de Walt Disney y Cuentos de Walt Disney, pero pronto se amplían con la adquisición de los derechos de Tarzán, Superman, Batman, La pequeña Lulú y muchas otras.

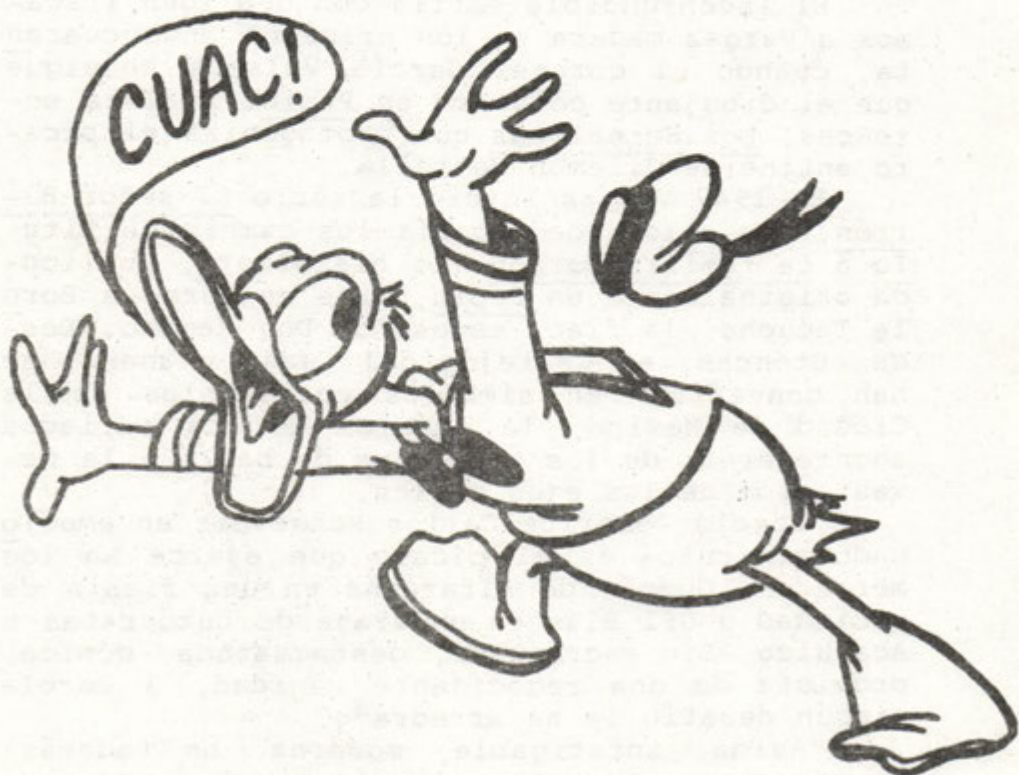
Mientras Pepín y Chamaco están en decadencia y José G. Cruz y Editorial Argumentos apenas inician su relevo en la edición de historietas populares, Novaro se apropia del público infantil y de la demanda de una clase media forjada en el Alemanismo y seguidora de los modelos norteamericanos.

Para los años setenta Novaro ha construido, un imperio cuyas redes se extienden hasta Sudamérica, a donde exporta a través del Pacto Andino.

Novaro no sólo traduce comics norteamericanos, lanza también series de historietas didácticas de factura nacional: Joyas de la mitología, Aventuras de la vida real, Grandes viajes, Legendas de América, Vidas ejemplares e Historias del cristianismo. En 1968, en la colección Tesoro de cuentos clásicos aparece Fantomas, el

héroo de la cita erudita.

En la segunda mitad de los setenta los comics norteamericanos de los que se provee Novaro entran en crisis, lo que asociado con el crecimiento de las editoriales nacionales como RACANA, VID, EJEA y algunos problemas administrativos, pone en jaque a la imprenta más grande de América. En 1986 Novaro vende los derechos de las historietas con las que forjó su imperio y desaparece como empresa. Kalimán, a fin de cuentas derrota a Superman.



VARGAS O DE COMO BOROLA TACUCHE SE LANZO PARA DIPUTADA.

Gabriel Vargas nace en Tulancingo, Hidalgo, el 24 de marzo de 1918. Aún adolescente, dibuja para Sayrols las efímeras Vida de Cristo y Sherlock Holmes. A los diecinueve años realiza para Jueves de Excelsior y con estilo realista, Frank, piernas muertas, saga de gangsters, y El caballero rojo, aventuras de pilotos de combate premonitoria de la inminente segunda guerra mundial. En 1937, para el mismo semanario, crea su primera historieta humorística: Virola y Piolita.

El inconfundible estilo con que identificamos a Vargas madura en los primeros años cuarenta, cuando el coronel García Valseca consigue que el dibujante colabore en Pepín. Realiza entonces, Los Superlocos que protagoniza el pícaro antihéroe Jilemón Metralla.

En 1947 Vargas inicia la serie El señor Burrón, que a los pocos capítulos cambia de título a La familia Burrón. La historieta, publicada originalmente en Pepín, gira en torno a Borola Tacuche, la flaca esposa de Don Regino. Desde entonces, el Callejón del Cuajo y anexas se han convertido en símbolos entrañables de la Ciudad de México, la crónica de sus variados aconteceres: de los maratones de baile a la devastación de los ejes viales.

"Borola -escribe Carlos Monsiváis en emocionado artículo- es el pícaro que ejerce en los mercados. Guzmán de Alfarache en una fiesta de vecindad o Gil Blas en un viaje de burócratas a Acapulco. Sin escrúpulos, desfachatada, cómica, provista de una regocijante vanidad, a Borola ningún desafío la ha arredrado.

"Avida, infatigable, moderna, es (además) el personaje con mayor alegría vital de nuestra magra literatura popular, ya sea como exótica -Briggitte Borolé que baila el cochichí-, como

mujer de negocios o como versión esencializada del político a la mexicana.

"Ella es la bellaquería agradecible que hace desear su triunfo, la catarsis elemental que reivindica y reexamina... A pesar de su irresponsabilidad y de su genio financiero y organizativo, Borola jamás obtiene el triunfo. Genuino pícaro, nunca se enriquece y retorna de modo invariable al punto de partida. Ella, para emplear expresiones que le sean más afines, no ha sido la logrera sino la luchona... Vive jubilosa la trapacería, ignora el remordimiento y la inhibición, es un logro del caos, una anarquista en un medio de asentimientos y diferencias."

Esta empresa, casi epopeya, de sobrevivir en el caos urbano de una familia de clase media baja, se consigue gracias al heroísmo laboral del honrado peluquero Regino y a la desenfadada picardía de Borola. Sus virtudes, aparentemente contrapuestas, se complementan a la perfección, permitiendo que la ejemplar pareja se haya sostenido -entre gritos y sombrerazos- durante los cuarenta años que tiene la serie de escuchar el pulso citadino y los chismes de vecindad.



BUTZE O DE COMO SE HICIERON LOS AGÜJEROS DE LA LUNA.



Tras un paso fugaz por la Academia de San Carlos, Germán Butze Olivier (1912-1974) empieza a realizar dibujos comerciales en los primeros años treinta. Emulando al publicista de El buen tono, Juan Bautista Urrutia, crea a los personajes Memo Migaja y Pinito Pinole para la empresa High-Life. Si en las historietas de Urrutia todo se resuelve fumando, los personajes de Butze todo lo solucionan poniéndose los elegantes trajes del patrocinador.

En 1936 Ignacio Herreriás, necesitado de una tira cómica para el recién fundado Novedades, contrata a Butze quien da inicio a Los Supersabios.

En Los Supersabios no hay referencias explícitas de la realidad inmediata de sus lectores; no es crónica puntual del México de su tiempo. En primera lectura, Los Supersabios parecen una serie escapista de aventuras juveniles y ciencia ficción, cuyos escenarios son el imaginario Picamosco, la Luna, Marte o el centro de la Tierra.

Sin embargo, el verdadero eje de la historieta es la desventura cotidiana de un adolescente, las apreturas económicas, el pago de la renta y los problemas del empleo: la opresiva vida familiar de Panza Pinto Venado quien padece chantajes y palizas de doña Pepita, la más cruel de las madres de la historieta nacional.

Panza existe para ser castigado por su madre y explotado por don Seve, cínico y entrañable villano sin escrúpulos, cuyo único propósito es vivir como millonario sin trabajar. La aventura escapista sirve como contrapunto. Panza acompañará a Paco y Pepe en misiones insospechadas, vencerá al sabio loco Solomillo y se convertirá en héroe de mundos de sueño, sólo para preocupar a su madre y recibir la consiguiente golpiza.

J. G. CRUZ O DE COMO LA HISTORIETA SE DESVELO EN EL WAIKIKI.

José Guadalupe Cruz nació en Teocaltiche, Jalisco en 1917. A los 18 años realizó su primera historieta, "Doctor Benton" para Sayrols. Dos años después, en 1936, dibuja y escribe para Pepín: "Nancy", "Brenty" y "El monje negro". Al año siguiente crea a la superhembra Adelita, que mueve con gran libertad por escenarios de la Revolución Mexicana. Producto de sus frecuentes visitas a los míticos cabarets del México de los años cuarenta y de una personal asimilación del cine negro norteamericano surge el arrabal mexicano, territorio privilegiado de desgarradores melodramas a ritmo de tango.

Con su sombrero de ala ancha, los ojos en penumbra y el cigarrillo apagado entre los labios, José G. Cruz es el amo del arrabal. El dibujante, guionista y editor, fue autor y a la vez personaje, creador de un género y encarnación de sus propios mitos. Cuando José G. Cruz, personificando al aventurero "Manos de oro", y acompañado por Roberto Romaña en el papel de "Carta brava", se traslada de la Kasbah al cabaret Waikiki, donde María Antonieta Pons encarna a Sandra, la realidad y la fantasía se confunden.

La historieta mexicana es una industria y J.G. Cruz se transforma en una máquina de hacer cartones. Del amplio universo de los impresos saquea, gracias al recorte, las imágenes que requerían sus fotomontajes. Las copias se multiplicaron y se hicieron ubíquas. La misma fotografía se repitió en los más diversos escenarios.

A principios de la década de los cincuenta funda Ediciones José G. Cruz y en 1952 dota a sus lectores de un superhéroe a la altura de sus más caras fantasías: El Santo. El enmascarado de plata, trasladado del ring al fantástico

mundo de papel de José G. Cruz, se apropia de todos los mitos religiosos y paganos y en sus argumentos se mezclan todos los géneros literarios. El luchador de papel fascina a los lectores populares deseosos de creer que cualquier sueño es posible y se entusiasman cuando el héroe atómico, con la bendición de la guadalupana, es capaz de derrotar en tres caídas al mismísimo Satán.

Además de dibujante, argumentista, editor, pintor, escultor y escritor de 33 guiones de cine, fue actor de películas argumentadas por él mismo. Al final de su carrera se hizo paladín del anticomunismo y publicó la historieta Traición a la patria. Finalmente se peleó con el Santo por los derechos de la revista. Derrotado por el superhéroe, parte a los Estados Unidos. Actualmente vive en Hollywood dedicado a la pintura.



EL ARRABAL O DE COMO LA HISTORIETA HIZO DEL BARRIO ORIGEN Y DESTINO.

La historieta mexicana de los años cuarenta y cincuenta es flor de fango que crece en el arrabal. Todos sus héroes, víctimas y villanos son de quinto patio y saltan del barrio a la fama o a la perdición.

Las vírgenes de vecindad se corrompen en el "Dancing", se pierden en el "Cabaret" y en todas las Palomillas Bravas del Barrio hay un futuro triunfador del cuadrilátero.

Para un género de vocación urbana y popular como la historieta, el melodrama tremendista es el género por excelencia y el arrabal su escenario perfecto. El mundo es ancho y ajeno, pero el barrio es origen y destino.

Sin domicilio en Metrópolis o Ciudad Gótica, pero pisando terrenos que han sido competencia de sus modelos norteamericanos, los supermanes poderosos y tecnologizados, los batmanes dueños de dobles identidades y defensores del mundo libre, nuestros superhéroes como El Santo, El médico asesino o Black Shadow tienen la obligación de ser, al mismo tiempo, tan mundanos como un luchador que suda sobre el ring y tan divinos como los elegidos que se enfrentan al mal por mandato de la Virgen de Guadalupe, luciendo su máscara por rumbos que dan lo mismo al arrabal que a los bajos fondos del infierno. El propio Santo, que oculta tanto el rostro como la vecindad materna, no reniega de sus orígenes y de vez en cuando se revientan un danzón en el cabaret de moda.

Del barrio son nuestros defensores de la ley: desde Peter Pérez, el genial detective de Peralvillo creado por Pepe Martínez de la Vega, que transitó de la literatura al radio para terminar en la historieta, hasta El Pantera creado por Juan Alba y Daniel Muñoz. Sin quedarse atrás, uno de nuestros famosos criminales, Goyo

Cárdenas, pasará del barrio criminógeno al Palacio Negro y de ahí a la consagración final como guionista de historietas con la serie Lecumberri, donde relata las historias de sus compañeros de barrio y de prisión.

• DE PRONTO, TODO SE BORRO' PARA ELLA: NO EXISTÍA NI LA GENTE QUE LA RODEABA NI EL LUGAR; SOLO EXISTÍA EL BAILE, QUE ERA SU VIDA Y SU PASIÓN...



EL CHARRO O DE COMO LA HISTORIETA CABALGA LO MISMO EN CABALLO QUE EN MOTOCICLETA.

La historieta de a caballo, género entrañable en un país de profundas nostalgias campiranas, entronizó al charro como máximo emblema nacional. Charros son nuestros primeros personajes de los años veinte: Don Catarino, Mamerto, y el apuesto Segundo Primero a quien el guionista Zendejas y el dibujante Neve trasladaron de su comunidad campesina al exótico reino de Moscobia.

Cuando la historieta se hizo realista, los héroes rancheros proliferaron. En 1936 el dibujante tampiqueño Adolfo Marino Ruiz crea El charro negro, arquetipo de nuestros justicieros de a caballo. Por esos años, Zea Salas coquetea con el western en su serie Aguila roja protagonizada por un indio-blanco, y José G. Cruz introduce a la primera heroína montada, la seductora y valiente Adelita.

En los años cincuenta los charros se modernizan y adquieren poderes sobrehumanos, como los del invencible gallo-charro Super Pancho de Sandoval. Esta línea es seguida por Navarro y Valencia, en 1963, quienes lanzan a Supercharro al espacio sideral montado en su caballo "Crillo".

La lista sería interminable, pero cabe destacar a los charros enmascarados como Las calaveras de la justicia, La pantera roja y sobre todo La llanera vengadora, una moderna "Adelita" que cambió el cuaco por la motocicleta.

En los años setenta dos grandes charros de papel renovaron el género: Alma grande, yaqui justiciero creado por Zapiain y continuado por Guillermo Vigil con dibujos de Suárez Lozano, primero y Angel Mora, después; y El Payo salido de la pluma rulfiana de Vigil y dibujado por Fausto Buendía (hijo) y, de vez en cuando, por Antonio Cardoso.

Siguiendo los pasos exitosos de El Payo, los charros se entrometieron en cuestiones de ultratumba y en 1969 Franco Sodja -guionista- y J. Tovar -dibujante- crearon El caballo del diablo. A éste le siguió El jinete de la muerte, también dibujado por Tovar y, por un tiempo, con argumentos de Pedro de Urdimalas.

No podemos dejar fuera a un hombre de a caballo cuyas aventuras no transcurrieron en el Bajío sino en improbables escenarios medievales, se trata de Rolando el rabioso (1953) del genial Gaspar Bolaños, quien agrega al amplio catálogo de las novelas de caballería, capa y espada, un héroe que es mexicana parodia de los furiosos Orlandos y de otros cruzados de legendario galope.



LA SELVA O DE COMO TARZAN SE COLUMPIO ENTRE NUESTRAS LIANAS.

La pretendida superioridad racial del hombre blanco encuentra su máxima ratificación en el mito de Tarzán, creado por Edgar Rice Burroughs en 1912: niño inglés abandonado en Africa, que por la sola fuerza de sus genes se transforma en rey de la selva y terror de la negrada.

En México han sido numerosas las secuelas de Tarzán. Nuestro más exitoso dibujante de héroes selváticos fue, sin duda, Sealtiel Alatraste quien después de realizar Tabor, el hijo de las fieras, fue contratado por la empresa norteamericana Western para dibujar al mismísimo Tarzán de Burne Hogarth.

Pero sin duda el Tarzán más imaginativo fue creado por Joaquín Cervantes Bassoco: Wama, el hijo de la luna, historia ambientada en una selva imposible donde el personaje más normal es un gigante de tres o cuatro metros llamado Etreuf.

"Por no tener documentación -cuenta Bassoco- fue que hice mis mariguanadas. Yo no sabía cómo hacer un gorila o un león, pero recordé que hay pegasos, caballos con alas como los que están en Bellas Artes y pensé en hacer lo mismo."

En la historieta mexicana el llamado de la selva lo encontramos en el mar y en los paisajes exóticos. Este ambiente siempre ha ejercido un fuerte atractivo y a principios de los años cincuenta se inicia una saga de series y personajes casi siempre semi-desnudos que tienen en común la proximidad del mar y un clima cálido que justifica la exhibición de cuerpos atléticos y/o sensuales.

El primer héroe playero y tropical de nuestras historietas fue Piel canela, mulato nacido en Acapulco que inició su aventura con argumentos de Vázquez Dantó y dibujos de Victaleano León. La galería de héroes tropicales se enri-

queció con la aparición de las aventuras de Tongolele, fotomontaje de J. G. Cruz, protagonizado por la más famosa de nuestras "exóticas". Pero la definitiva consagración del género tuvo que esperar hasta 1960, hasta que los talentos del guionista Pedro Zapiain y el dibujante Angel Mora se asociaron para darle vida a Chanoc, personaje creado por Martín de Lucenay como pescador polinesio, pero transformado por Zapiain en tabasqueño luego de los primeros números de la historieta.

A la inversa de Piel canela, Chanoc es una serie que nacionalizó progresivamente sus escenarios, temas y tratamientos y se enriqueció enormemente cuando el pícaro Tzecub Baloyán prácticamente desplaza al héroe positivo de su papel protagónico, dándole a la historieta un giro humorístico y satírico.

En los años sesenta las aventuras en el mar y la selva se multiplicaron, pero ninguna logró igualar la calidad de Chanoc. Zapiain creó otro héroe acapulqueño, Cachorro de león, y junto con la colaboración gráfica de Sixto Valencia le dio vida a Balam. Piel canela encuentra un heredero en El mulato y las formas de Tongolele se prolongan en Rarotonga, historieta creada por el guionista y editor Guillermo de la Parra y el dibujante Antonio Gutiérrez durante un cruce por los Mares del Sur.



EL OJO SALTADO O DE COMO DE TODO HAY EN EL REINO DE LA VISCERA.

En un país nacido a la modernidad a través de una sangrienta revolución y donde la violencia sigue siendo un hecho cotidiano, los tremendos y horripilantes ejercen un particular atractivo.

La nota roja es una de las constantes más profundas de nuestro periodismo popular y las imágenes sanguinarias y escatológicas han sido su complemento gráfico, de las primeras hojas volantes ilustradas con grabados en madera a las historietas Hermelinda Linda, Burrerías, El chichicuilote vengador y El sargento botija.

El comic subterráneo mexicano siempre ha estado en las esquinas y a la luz pública, no es un fenómeno marginal y sus cultivadores, como Rafael "Che" Araiza, se han anticipado con mucho a los grandes del "underground" norteamericano.

Desde Primo ternera y Botija, publicados en Macaco en 1934, pasando por A batacazo limpio, La bruja Rogers, Currito de arrabal y El ingenio Ricardín, aparecidos en Chamaco de 1937 a 1948, y terminando con Papito frito de 1954, Las comadres de 1967 y El mil chambas de 1984, toda la obra de Araiza ha sido una caricatura violenta y desmedida de los héroes más entrañables de la historieta nacional. Sus boxeadores y luchadores, como "Canguro Carey", han practicado una violencia desbordada salpicando el ring de ojos saltados y sesos desparramados; sus mujeres, de prominencias descomunales, han sido una exaltación fetichista de la carne femenina; sus imágenes de maridos oprimidos, como "Papito frito", han llevado el envilecimiento y el sadomasoquismo a extremos inconcebibles; y sus aspirantes a torero, como Currito de la Cruz, han vivido el melodrama arrabalero y lacrimógeno hasta sus últimas consecuencias.

Pero Araiza no está solo en su pasión, también Adolfo Mariño se desborda en algunas de sus series sicalípticas publicadas en Picante durante los años cincuenta. En 1966 Pedro Núñez, Joaquín Mejía y G. González le dan vida a la memorable bruja fodonga Hermelinda Linda, y poco después el mismo Mejía y J. Cabezas introdujeron al desarrapado Aniceto y su panza de pulquero, que fue censurado por la Comisión Calificadora de Revistas y tuvo que transformarse en Burrerías. En la misma línea se mueve El chichicuilote vengador de Lavalle y Galán, superhéroe que cubre su rostro mofletado con una media femenina, y el inolvidable Mamilitas, también de Lavalle. En los últimos años el género de luchadores, llevado a la caricatura, esperpéntica ha vuelto por sus fueros con la revista Espectacular, el mundo de la lucha libre y otros seguidores que recuerdan al fundador Araiza.



EL MITO O DE COMO LA HISTORIETA CONSAGRA Y REPARTE HALOS.

La historieta mexicana ha sido templo de los consagrados. A ella han arribado aquellos ídolos profanos que han conquistado gloria y fama en la pantalla, al micrófono, la televisión o las canchas y arenas deportivas.

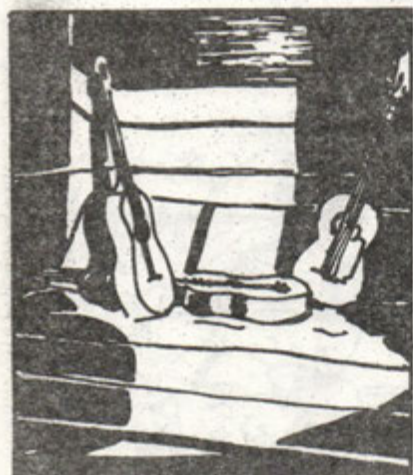
Como en las revistas que se ocupan de chismes del "firmamento artístico", las historietas ofrecen a sus ávidos lectores las biografías íntimas de Pedro Infante, María Félix y Agustín Lara, o inventan amores imposibles entre el trío Los Panchos y Marylin Monroe.

¿Quién reina en esta sagrada capilla? ¿Panchito Villa que inicia su tránsito por la vida de cuadritos en 1936, cuando Ignacio Sierra dibuja su mítica biografía adaptada por el ingeniero Elías Torres? ¿El Santo, cuya épica pasa por el encordado, la historieta y el cine? ¿Pedro Infante, figura pública por excelencia, ídolo permanente y siempre vivo gracias a la televisión y las historietas que reiteradamente reproducen su imagen? ¿Kalimán, que en un principio fue la simple voz de Luis Manuel Pelayo transmitida por Radio Cadena Nacional, para transformarse en los años setenta en el comic más leído en el país y finalmente en estrella cinematográfica, merced a la figura del actor norteamericano Jeff Cooper? ¿Será acaso Oyuki -personaje de Yolanda Vargas Dulché encarnado por Ana Martín en la telenovela más cara de la historia- el ídolo, como todos transitorio, de nuestros días?

Legítimo pasaporte para recorrer con libertad y sin escrúpulos todo tipo de variantes literarias, nuestros ídolos y héroes de historieta abarcan el relato gótico, la novela de caballería y la policiaca, el mundo de los fantasmas y el de los piratas, la ciencia ficción y los fantásticos retornos a los días en que las

pirámides eran recorridas a toda velocidad por El flechador del cielo, a quien Alfonso Tirado, en 1936, traslada de la leyenda a la historia.

¿Y quién si no ellos, nuestros ídolos deportivos, son capaces de convertir en rito de unidad nacional la disputa por un campeonato del mundo?



EL IDOLO O DE COMO EMPATAR EN EL ULTIMO MINUTO
ES HAZAÑA PATRIA.



El género de deportes se desarrolla básicamente en dos vertientes: la épica (Puños de oro, Pies planos y El pirata negro, todas de Joaquín Cervantes Barroco), donde el esfuerzo por meter el gol en el último minuto o por levantarse después de una paliza para propinar el ansiado nocaut al villano del ring, alcanzan proporciones de tragedia griega. Esta vertiente, que es también desarrollada por las historietas de toreros de Francisco Flores (Gitanillo y Chavalillo), encuentra en la pluma del pintor taurino la excelencia gráfica.

La otra vertiente es la versión burlesca, pero entrañable de la anterior: Yolanda, de Alfredo Mariño, sube al ring para derrotar al sucio rudo y agasajar al respetable con sus formas y sus llaves. La mula maicera y Máximo Tops de Abel Quezada, se ríen de cosas y cuadriláteros. En A batacazo limpio, Rafael Ariza, explora con fruición el sadismo implícito en el box y la lucha libre y en Currito de arrabal desmistifica jocosamente el trágico arte de la tauromaquia.



EL PUPITRE O DE COMO LOS MONITOS TAMBIEN ENSEÑAN.

La historieta con fines didácticos patrocinada por el Estado tiene una larga tradición. Combinando el afán de instruir, el humorismo y el atractivo dramático, en los años veinte la Secretaría de Educación Pública editó la revista Pulgarcito; en 1936 el Departamento Autónomo de Agitación y Propaganda lanza Palomilla, la revista que instruye y divierte; en 1939, la productora e importadora de papel publica Piocha; en los años cuarenta la SEP patrocina Figuras; en los setentas Relámpago y en los ochentas Novelas mexicanas, México historia de un pueblo y Episodios mexicanos.

Sin patrocinio oficial, Rius, autor de Los Supermachos (1966), Los Agachados (1969) y de varios libros de monitos, ha demostrado fehacientemente que el humor no riñe con la didáctica y que en la historieta hay lugar para la crítica política.



EPISODIOS MEXICANOS

el encuentro



3 pesos

SEP

EL KIOSKO O DE COMO UN GIGANTE INDUSTRIAL CAMINA SOBRE PIES ARTESANALES.

La historieta es un producto industrial y, en México, la publicación de historietas es una gran industria, con mucho la mayor de la rama editorial.

La industria de la historieta es también un misterio. Es casi imposible saber, a ciencia cierta, cuantos títulos se publican y cuales son sus tirajes. Las series aparecen o desaparecen y aumentan o reducen su periodicidad y sus tiros siguiendo las imprevisibles fluctuaciones del gusto popular. Y las cifras cambian mes a mes, semana a semana, día a día. Pero también hay secreto industrial. Muchos datos son guardados celosamente por las editoriales y otros se deforman premeditadamente.

Pero lo cierto es que las cifras son grandes, pasmosas. Al parecer todos los años se lanzan al mercado alrededor de 500 millones de ejemplares de historietas, lo que representa más del 80% de todas las publicaciones periódicas del país. Más de la mitad de todo el papel que emplea la industria editorial se usa para imprimir historietas.

Los editores son muchos -posiblemente más de cien- pero la mayor parte de la producción se concentra en unas cuantas grandes empresas: VID, EJE, Novedades Editores, Editormex y Promotora K.

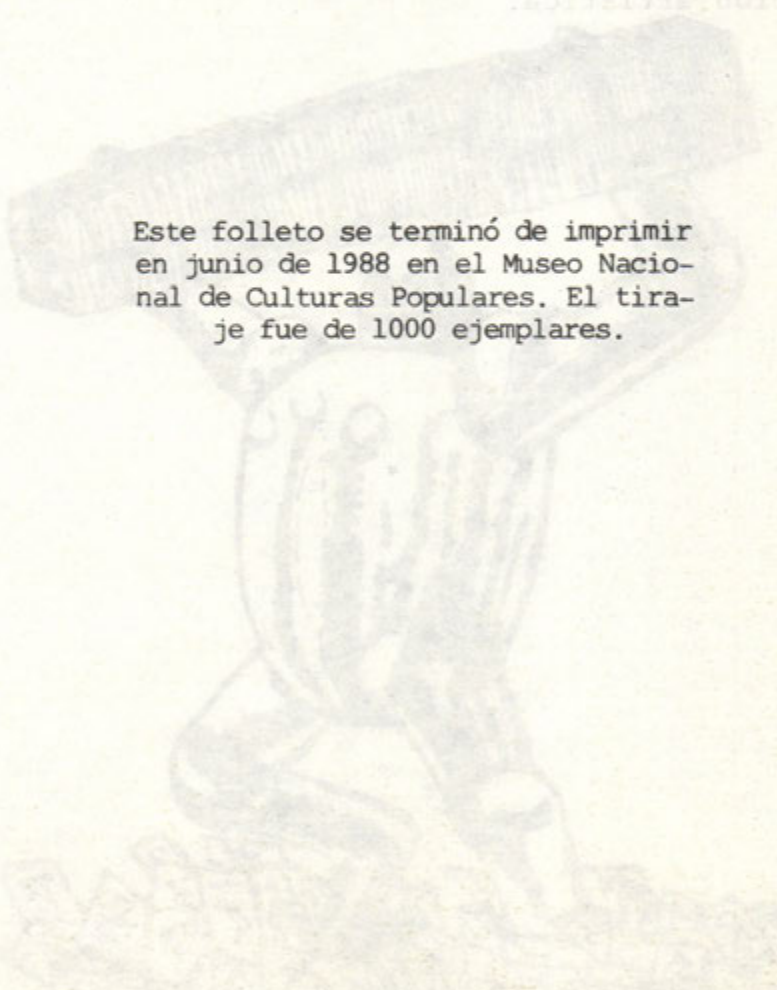
Se estima que de la industria de los monitos nacionales dependen unas 300 000 personas, de las cuales la mitad son voceadores y otros 60 000 trabajadores de taller. Paradójicamente los trabajadores que tienen a su cargo la labor creativa de la historieta representan apenas el uno por ciento del total. Un puñado de dibujantes, portadistas y guionistas conciben y realizan la enorme avalancha semanal de historietas mexicanas.

La Editorial VID, con sus 50 títulos y sus 3 millones de ejemplares semanales, se alimenta de diez o doce argumentistas y alrededor de 30 dibujantes y portadistas.

De hecho la producción mexicana de historietas es un gigante industrial con pies artesanales, una moderna y multimillonaria empresa sustentada en el trabajo creativo de unos cuantos centenares de escritores y dibujantes que trabajan a destajo, bajo las presiones de la entrega semanal y dentro de un marco laboral incierto que no les reconoce los derechos sobre su producción artística.



La Editorial VEO con sus 30 títulos y sus
7 líneas de imprenta se dedica a la edición
de obras de autores nacionales y extranjeros
de historia y literatura.
En hecho la producción mexicana de historia
y literatura; editorial con una especialidad
en una colección y editorial con una especialidad
en el campo creativo de una colección
de escritores y dibujantes que están
en el campo de la creación de la edición
y de la edición de un campo editorial
que no las reconoce los derechos sobre su pro-
ducción artística.



Este folleto se terminó de imprimir
en junio de 1988 en el Museo Nacio-
nal de Culturas Populares. El tira-
je fue de 1000 ejemplares.





Centro de
Información y
Documentación

Alberto Beltrán



078216