

La configuración del campo de la historieta en México¹

María Elena Díaz Esquinca²

Resumen:

La propuesta teórica sobre el campo de producción cultural de Bourdieu brinda instrumentos teórico-metodológicos para abordar el proceso de constitución del campo de la historieta en México, la posible construcción de una autonomía, lo cual permite revalorarla como objeto estético con un lenguaje específico que involucra lo gráfico y literario. Por ello, es imprescindible abordar la historicidad del campo de la historieta para analizar cómo se ha ido configurando el espacio de posibles estéticos donde se plantean los problemas estéticos, géneros, temáticas y los estilos estéticos propuestos, además de la transformación de su público.

De esta manera, se realiza un recorrido a la historia del cómic en México desde sus orígenes dentro de la prensa hasta la situación actual, donde existe un declive de la industria, pero un nuevo impulso en la producción independiente, en la cual se ha impulsado la publicación de la novela gráfica como formato que posibilita la experimentación narrativa y gráfica. Asimismo, se contemplan tanto las transformaciones en la producción y distribución de la historieta como sus consecuencias en el público lector.

La particularidad de la historieta moderna radica en ser producto de las industrias culturales, en específico la editorial, este origen industrial, la hibridación entre gráfica y texto, así como sus fines de entretenimiento, han etiquetado a la historieta dentro de la lectura popular, como una expresión estética menor. Dicha representación ha complicado su legitimación estética.

Palabras clave: Historieta, producción cultural, industrias culturales, campo, estética.

¹ Artículo de Investigación postulado el 20 de noviembre de 2020 y aceptado para publicación el 12 de agosto de 2021.

² Universidad Autónoma Metropolitana. CORREO: mede68@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4310-5860>

Sumario

- **Introducción**
- **De la producción artesanal de la historieta a la industrial en la prensa**
- **El dominio de la lógica comercial en el *comic-book***
- **La construcción de la autonomía y la búsqueda de la experimentación estética**
- **El estado de las cosas...**

La historieta es un medio de comunicación, el cual surge con el desarrollo de las industrias culturales, las cuales se caracterizan por la reproducción masiva de contenido simbólico para su consumo en el mercado³, es decir, sus productos, uno de ellos la historieta, son mercancías y se basan en una producción capitalista. Así, la historieta denominada moderna se originó en la prensa norteamericana a finales del siglo XIX⁴ con fines comerciales, sin embargo, ésta forma parte de las diversas tradiciones de narrativa gráfica, donde se utiliza un lenguaje icónico⁵, pero el cómic contiene ciertas características que lo diferencian de otras formas de comunicación visual.

Así, la historieta o cómic se distingue por la yuxtaposición de imágenes separadas en secuencia con el fin de construir una narración, puede combinar texto e imagen, no obstante, la imagen empuja la narración, y el texto llega a complementar la información⁶. Por esto, Gubern define al cómic como “una estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas”⁷, es decir, la centralidad de imagen en la construcción del relato es lo que diferencia a la historieta de otras formas de narrativa gráfica donde texto e imagen no logran integrarse en una unidad, ni existe la finalidad narrativa, esto posibilita a Romero-Jódar (2013) denominar lenguaje icónico al empleado en el cómic.

³ **Thompson, John B.** *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación.* Barcelona : Paidós, 2016.

⁴ **García, Santiago.** *La novela gráfica.* Bilbao : Astiberri, 2014.

⁵ **Romero-Jódar, Andrés.** *Comic Books and Graphic Novels in their generic context. Toward a definition and classification of narrative iconical texts.* Atlantis, Vol. 35, número 1, 2013, págs. 117-135. (Consulta: 15 de junio de 2020). Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/43486043>

⁶ **García, Santiago.** Op.cit.

⁷ **Gubern, Román.** *El lenguaje de los cómics.* Barcelona: Península, 1979, pág. 107.

Como producto del desarrollo de las industrias culturales desde fines del s. XIX y en el XX, la historieta posee un carácter masivo, con una circulación la cual le permite abarcar a un público heterogéneo⁸, pero también es mercancía, esto es, tiene como finalidad su comercialización, por ello, tiene un valor económico. No obstante, igualmente contiene un valor simbólico, otorgado por todos aquellos quienes comprenden el campo de producción cultural de la historieta, ilustradores, guionistas, editores, pero también por el público de éste, e impulsan la construcción de su legitimidad como forma artística. Por ello, existe una tensión en la historieta como bien económico y simbólico⁹, lo cual repercute en las representaciones sobre ella. De esta manera, la historieta fue vista como subliteratura¹⁰, cuya calidad literaria y gráfica era menospreciada por ser un producto para el entretenimiento de sectores populares opuesta al arte y la literatura “cult”, pues las tramas se basaban en fórmulas narrativas estandarizadas¹¹.

De esta manera, la noción de campo de la historieta puede entenderse como “configuración de relaciones objetivas entre posiciones”¹² estructuradas diferencialmente, ocupadas por agentes individuales o instituciones, estas posiciones están interrelacionadas, jerarquizadas y polarizadas según diferentes recursos¹³. Entonces, ¿quiénes constituyen el campo? Todos aquellos implicados en la producción, distribución y consumo de la historieta, y son estos mismos los que han luchado por su revaloración estética y reconocimiento de sus cualidades artísticas. Entonces, la historia de la configuración del campo conlleva su estructuración en el polo de la gran producción, regido por una lógica económica, y el de la producción restringida, el cual comprende la construcción de una autonomía, donde existen principios de percepción y apreciación propios y diferenciadores, además del predominio del capital simbólico sobre el

⁸ **Thompson, John B.** *op. cit.*

⁹ **Susen, Simon.** Bourdieu and Adorno on the Transformation of Culture in Modern Society: Towards a Critical Theory of Cultural Production. [ed.] Simon Susen y Bryan S. Turner. *The Legacy of Pierre Bourdieu*. London : Anthem Press, 2011, págs. 173-202.

¹⁰ **Lopes, Paul.** *Demanding respect. The evolution of the American Comic Book*. Philadelphia : Temple University Press, 2009.

¹¹ **Zalpa, Genaro.** Comicidad y sociedad. El mundo imaginario de la historieta mexicana. *Caleidoscopio - Revista Semestral De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 1997, vol. 1(1), pp. 9-36.

¹² **Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïs.** *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2012, pág. 134.

¹³ **Thompson, John B.** *op. Cit.*

económico¹⁴. Asimismo, la configuración del campo supone el desarrollo de distintos formatos de publicación y géneros privilegiados por cada polo y con un valor simbólico distintivo.

Para comprender el proceso de constitución del campo y su autonomía es preciso considerar el desarrollo histórico de la historieta, desde sus inicios enfocados a una perspectiva comercial a la actualidad, donde se empieza a valorar sus cualidades estéticas. De esta manera se puede analizar la construcción del espacio de las posibilidades estéticas dentro del campo y cómo se ha configurado en la producción cultural de la historieta.

La realización de este trabajo se basa en la revisión de las fuentes historiográficas sobre el cómic en México y a nivel internacional. Sin embargo, como apunta Alicino (2015) las investigaciones sobre la historieta mexicana como fenómeno cultural, y todavía más sobre su proceso creativo, son todavía limitadas¹⁵, se destacan el estudio pionero de Herner (1979), las investigaciones históricas de Aurrecoechea y Bartra (1988, 1993 y 1994), la de Rubenstein (2004) sobre la censura, los trabajos de la historieta de la década de 1970 de Hinds Jr. y Tatum (1992) y la obra de Campbell (2009), además de diversos estudios sobre el análisis de contenido desde la perspectiva literaria, visual y semiótica. Por ello, a partir de la revisión de los diferentes estudios sobre la historieta se pretende realizar una reconstrucción de los procesos que han configurado el campo de la historieta en México, donde se retoma como marco teórico los planteamientos del campo de producción cultural de Bourdieu.

De la producción artesanal de la historieta a la industrial en la prensa

El desarrollo del campo de producción de la historieta va relacionado con los formatos de publicación en que se ha presentado -tira, *comic-book*, revista, libro-, los géneros narrativos implementados en los relatos, además de la evolución del lenguaje icónico utilizado; todo esto va a constituir del espacio de posibilidades estéticas del campo, el cual, se delimitara los problemas estéticos y brindara las posibles soluciones, tanto

¹⁴ **Bourdieu, Pierre.** *Las reglas del arte*. Séptima. Barcelona : Anagrama, 2018.

¹⁵ **Alicino, Laura.** Historia e historietas en la obra de *Rius*: el cómic como forma de arte. *Confluenze. Revista di Studi Iberoamericani*. Bologna, Vol. 7, núm. 1, 2015, pp. 303-330.

narrativos como gráficos, a resolver dentro del campo¹⁶. Los formatos de publicación limitan y posibilitan el desarrollo de determinados géneros narrativos, la estructura narrativa, la continuidad narrativa y las posibilidades gráficas a implementar para el relato.

Para Romero-Jódar (2013), la historieta se caracteriza por emplear un lenguaje icónico, éste implica la interacción entre los textos escritos en las cajas y en los globos de diálogo con las imágenes de los paneles para transmitir un mensaje. Estos no pueden verse como elementos separados, imagen y palabra se imbrican y son leídas como una unidad icónica, en la cual impera la imagen en la construcción narrativa. Asimismo, se ha ido configurando, a lo largo del desarrollo histórico del cómic, una comunidad discursiva que produce e interpreta este lenguaje¹⁷, la cual va conformando el campo de producción cultural de la historieta, posteriormente, esta comunidad en crecimiento genera la lucha por la autonomía del campo con sus propias reglas de valoración estética¹⁸.

Los inicios de la historieta están relacionados con el desarrollo de la prensa moderna¹⁹, pero tiene como antecedentes la caricatura política y satírica del siglo XVIII. La obra de William Hogarth mostraba la evolución de determinados personajes a lo largo del tiempo²⁰, introducía el concepto de temporalidad en la ilustración, importante dentro de una narración²¹. Otro precedente al lenguaje historietil fueron las caricaturas satíricas de George Cruikshank donde se pueden encontrar globos de diálogo²². Sin embargo, el consenso entre los historiadores es considerar a Rodolphe Töpffer como el iniciador del lenguaje y forma de narración característico de la historieta con *Los amores del Sr. Vieux Bois* de 1827 y *La historia del Sr. Jabot* de 1833, en estas obras de corte satírico se

¹⁶ Bourdieu, Pierre. 2018, *op. Cit.*

¹⁷ Romero-Jódar, Andrés, *op. Cit.*

¹⁸ Bourdieu, Pierre. *Las reglas del arte*. Séptima. Barcelona : Anagrama, 2018.

¹⁹ García, Santiago. *Op.cit.*

²⁰ Gálvez, Pepe. El lenguaje de la historieta. [ed.] Roberto Bergado, y otros. *Cómics: Manual de instrucciones*. Bilbao : Astiberri, 2016, págs. 23-32.

²¹ Romero-Jódar, Andrés, *op. Cit.*

²² Barrero, Manuel. De la viñeta a la novela gráfica. [ed.] Ana María Peppino Barale. *Narrativa gráfica. Los entresijos de la historieta*. México : UAM, 2012, págs. 29-60.

descomponía la acción en diferentes imágenes, las cuales generaban una narración, esto era complementado por apoyaduras de diálogo²³.

En México, las primeras formas de historietas se desarrollaron también en la prensa satírica a mediados del siglo XIX, dentro de estas publicaciones el chiste se descomponía en diferentes imágenes, no obstante, no existían intenciones narrativas²⁴. Así, publicaciones como *El Ahuizote*, *El hijo del Ahuizote*, *El Colmillo Público*, posteriormente en *El Ahuizote Jacobino*, *El Chinaco* y *El Insurgente* fueron los antecedentes del cómic mexicano de la mano de dibujantes como Villasana, Cabrera y Carreón²⁵, quienes usaban imágenes secuenciadas en pequeñas historias de sátira política y crítica costumbrista siguiendo la tradición europea²⁶.

Por consiguiente, se sentaron las bases de una tradición relacionada con la caricatura y la sátira política de la que fue heredero Rius, por supuesto también la revista *El Chamuco*. Es importante resaltar que estas primeras proto historietas se realizaban de manera artesanal con impresiones litográficas, con tirajes reducidos dirigidos a una minoría lectora en un país donde prevalecía el analfabetismo, aunque la gráfica con estilo de caricatura hacía atractivo el texto visualmente para esa mayoría iletrada. No obstante, fue con la introducción de la prensa moderna de tipo comercial con *El Imparcial* de Reyes Spíndola a fines del siglo XIX que se empezaron a desarrollar el lenguaje icónico y las convenciones características de la historieta moderna²⁷.

De esta manera, lo que se conoce como historieta moderna surgió en la prensa estadounidense en 1895 con la publicación en *World* de *Hogan's Alley*, dibujada por Richard Felton Outcault, en el contexto de la competencia por atraer lectores entre los consorcios periodísticos de Pulitzer y Hearst²⁸, es decir, tenía una finalidad comercial. Las primeras historietas publicadas en la prensa tomaron el formato de tiras, la cual presentaba una estructura con una yuxtaposición de imágenes en secuencia para

²³ **García, Santiago.** *Op.cit.*

²⁴ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando.** *Puros Cuentos. La historia de la historieta en México 1874-1934.* México : CONACULTA-Grijalbo, 1988.

²⁵ *Ibidem.*

²⁶ **Bartra, Armando.** *Piel de papel. Los pepines en la educación sentimental del mexicano.* Revista Latinoamericana de estudios sobre la Historieta, Vol. 1, número 2, 2001, págs. 67-90.

²⁷ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando.** *Op. Cit.*

²⁸ **García, Santiago.** *Op. Cit.*

realizar una narración, la tira de prensa se presenta en una página o media página del diario y tiene un propósito cómico²⁹, de ello deriva el nombre de cómic³⁰. Sin embargo, lo anterior llevó a etiquetar al nuevo medio como entretenimiento, es decir, no se contemplaba la posibilidad de contar historias con una estructura narrativa de mayor complejidad o de otros géneros literarios.

Las innovaciones en impresión posibilitaron la publicación en color de las tiras, una novedad en ese momento, y el desarrollo de las rotativas permitía un tiraje de mayor número, llegando a cientos de miles y millones de ejemplares, de esta forma la prensa pasó a tener un carácter masivo y su producción a tener un carácter industrial. Por ello, la historieta moderna es producto del desarrollo de industrias culturales, en específico de la editorial, donde se produce y reproduce contenido simbólico a gran escala con una intencionalidad comercial, vender el mayor número de ejemplares. Entonces, los inicios del cómic dentro de la prensa moderna implicaban el dominio de una lógica económica, y una primera configuración dentro del campo del polo de la gran producción. Ello tuvo repercusiones en la producción del contenido, las condiciones laborales de los creadores, así como en los derechos sobre la obra, pues los derechos de autor y los usos comerciales de su obra no le pertenecían al creador, sino a la editorial o consorcio mediático³¹, lo cuales, se beneficiaban de la concesión de licencias de tramas y personajes a otros medios o para la comercialización de productos, una práctica que se volvería común dentro de las distintas industrias culturales.

Asimismo, la representación de la historieta, con la hibridación de texto e imagen llevó a su categorización como *antilitreratura*, un medio destinado a quien no tenía competencias lectoras desarrolladas, etiquetando al público como limitado en competencias lectoras, desde esta visión la descripción por medio de imágenes demeritaba una narración³². Desmontar estas representaciones del cómic como medio popular costará a aquellos quienes tienen propuestas estéticas innovadoras.

A partir de este primer formato de publicación, la tira de prensa, se empezaron a desarrollar las convenciones conocidas de la historieta en la primera década del siglo

²⁹ Romero-Jódar, Andrés. *Op. Cit.*

³⁰ García, Santiago. *Op. Cit.*

³¹ García, Santiago. *Op. Cit.*

³² García, Santiago. *Op. Cit.*

XX: globos de diálogo, la viñeta, los recuadros explicativos, las onomatopeyas para expresar sonido³³. Asimismo, empezaron a desarrollarse los personajes estables y la serialización, esto es, la continuidad de la historia a lo largo de diferentes tiras.

En las primeras dos décadas del siglo XX surgieron tiras como la serie familiar *Bringing up Father* de George McManus en 1913³⁴, esta última de gran influencia en diferentes series de la historieta mexicana como *Don Catarino y su apreciable familia* de Pruneda, *Mamerto y sus conocencias* de Acosta y Tilghmann hasta la memorable *La familia Burrón* de Gabriel Vargas³⁵. Entonces, dentro del campo del cómic mexicano, la fórmula narrativa de McManus, basada en las disputas matrimoniales, se reinterpretó y apropió en las versiones nacionales, adaptándola al contexto local, donde, incluso, se llegó a superar en ingenio al original en el caso de la obra de Vargas.

En un principio, el formato de tira de prensa se publicaba a color en los suplementos dominicales de los periódicos, por esto, se les conoció como dominicales³⁶. Su éxito dio paso a la publicación de las tiras diarias, las cuales presentaban de tres a cuatro viñetas de manera horizontal impresas en blanco y negro, su público destinatario era preferentemente adulto, a diferencia de las tiras dominicales que iban dirigidos a toda la familia³⁷. La estructura narrativa de las tiras diarias permitió construir una continuidad con la finalidad de enganchar al lector con la historia y asegurar el consumo de la publicación, es decir, la continuidad narrativa surgió como estrategia publicitaria.

En Estados Unidos, la creación de los *syndicates* o agencias informativas permitieron la distribución de las tiras cómicas a nivel nacional e internacional³⁸, esto permitió la importación de ellas y su publicación en México a partir de la década de 1920³⁹. No obstante, existía una amplia producción nacional antes de la adopción de las convenciones del cómic estadounidense. La historieta mexicana, similar al caso estadounidense, prosperó en la prensa moderna, cuya finalidad, a diferencia de la prensa

³³ **García, Santiago.** *Op. Cit.*

³⁴ **García, Santiago.** *Op. Cit.*

³⁵ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando,** 1988, *op. Cit.*

³⁶ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando,** 1988, *op. Cit.*

³⁷ **García, Santiago.** *Op. Cit.*

³⁸ **Guiral, Antonio.** ¿Qué es la historieta? [ed.] Roberto Bergado, y otros. *Cómics: Manual de instrucciones.* Bilbao : Astiberri, 2016, págs. 7-20.

³⁹ **Bartra, Armando.** 2, 2001, *op.cit.*

política del siglo XIX con propósitos propagandísticos, fue comercial a través de grandes tirajes y tenía por objetivo el entretenimiento.

Las primeras historietas propiamente mexicanas se empezaron a publicar en *El imparcial* de Reyes Spíndola, quien pretendía informar y entretener a un público en su mayoría de clase media, esto le permitió construir con consorcio de publicaciones - *El Mundo Ilustrado*, *Mundo Cómic*, los suplementos *La Ilustración Popular* y otros más-, donde la historieta era parte integral del entretenimiento ofrecido. Estos primeros cómics mexicanos intentaban emular las revistas humorísticas europeas como la francesa *Le Rire* o la inglesa *Puck* con historietas de corte costumbristas, ya sea de humor blanco o sicalíptico⁴⁰.

Dentro del contexto de la narrativa gráfica mexicana de principios del siglo XX, se destacó como la primera serie con personajes recurrentes: *Las aventuras de Adonis de Rafael Lillo* en 1908 en las páginas de *El Mundo Ilustrado*. Esta historieta combinaba elementos realistas con caricatura e introducía los globos de diálogo para contar las desventuras de un perro *bulldog* y su dueño⁴¹. Sin embargo, la historieta de Lillo no retrataba las singularidades mexicanas, se limitaba a intentar copiar un estilo estadounidense.

Otra de las primeras historietas mexicanas tenía su origen en las estrategias publicitarias de la compañía cigarrera *El Buen Tono* con la publicación de historietas donde se promovía las virtudes de fumar los cigarros de la empresa. Esta historieta era dibujada por Juan Bautista Urrutia se publicó de 1903 a mediados de la década de 1920. Ésta trataba de una crónica humorística de las costumbres de la Ciudad de México, e introducía al personaje de *Ranilla* que protagonizaba la mayoría de las historias. No obstante, la historieta de Urrutia todavía hacía uso de las apoyaduras y la narración era empujada por el texto, no por la imagen⁴². De esta manera, el campo de la historieta mexicana comenzó a estructurarse en torno al polo de la gran producción, sus inicios obedecían a una estrategia publicitaria para captar lectores por parte de prensa moderna ofreciendo entretenimiento, y también era usada como publicidad.

⁴⁰ Aurrecoechea, Juan Manuel y Bartra, Armando. 1988, *op.cit.*

⁴¹ Bartra, Armando. 2, 2001, *op. Cit.*

⁴² Aurrecoechea, Juan Manuel y Bartra, Armando. 1988, *op.cit.*

En la década de 1910, se incorporaron las convenciones impuestas por la historieta norteamericana, no obstante, por el contexto político, se regresó a la temática política, pero con un carácter reaccionario, es decir, era usada para golpear al gobierno de Madero y la lucha revolucionaria⁴³. Sin embargo, la historieta mexicana moderna realmente inició en la época posrevolucionaria.

En Europa de la década de 1920, en paralelo con la producción industrial de tiras cómicas en la prensa comercial, el artista gráfico Frans Masereel publicó los primeros antecedentes del formato de la novela gráfica contemporánea con las denominadas *picture novels*, donde se narraba sobre las consecuencias de la vida moderna para los más desfavorecidos y la corrupción humana⁴⁴. Masereel utilizó técnicas artesanales de grabado como la xilografía en la producción de su obra, y ésta se publicaba en formato de libro. La intención de Masereel era dirigir su obra a un público obrero, e inspiró al estadounidense Lynd Ward a desarrollar en el mismo formato trabajos como *God's Man* y *Vertigo*⁴⁵. La obra de Masereel y Ward se consideran precursoras de la novela gráfica por artistas-teóricos del cómic como Eisner, McCloud y Campbell, esto debido a la estructura narrativa de sus obras con planteamiento, desarrollo y desenlace⁴⁶. No son historietas como tal, pero estas formas de narrativa gráfica marcaron el antecedente para la futura estructuración del polo de la producción restringida dentro del campo de la historieta.

En el contexto estadounidense, a partir de la década de 1920 se fueron introduciendo otros géneros literarios diferentes a la comedia, las nuevas historias estaban influenciadas por la literatura *Pulp*, literatura de consumo popular con narraciones centradas en la acción para una lectura rápida, cuya finalidad era el entretenimiento. Esto llevó a la introducción de la ciencia ficción, aventura, policiaco, *western*, fantasía, y otros más retomados del *Pulp*⁴⁷. Esta incorporación de otros géneros dentro de la tira de prensa, derivó en el cambio de la estética de la imagen dentro de la historieta a partir del surgimiento del dibujo realista con *Tarzán* de Hal Foster. Así, el

⁴³ Aurrecoechea, Juan Manuel y Bartra, Armando. 1988, *op.cit.*

⁴⁴ García, Santiago, *op. Cit.*

⁴⁵ García, Santiago, *op. Cit.*

⁴⁶ Goldsmith, Francisca. *The Reader's Advisory Guide to Graphic Novels*. Chicago, ALA, 2010,

⁴⁷ García, Santiago, *op. Cit.*

dibujo realista pasaría a dominar como estética dentro de diferentes géneros del campo del cómic, sobre todo la aventura, ciencia ficción, fantasía y romance, y el dibujo de caricatura se limitaría a la comedia. Las convenciones del dibujo realista fueron establecidas por Foster con *Tarzán* y *El príncipe Valiente*, Caniff con *Terry y los piratas* y Raymond con *Flash Gordon*⁴⁸, y éstas fueron apropiadas y reproducidas por los dibujantes mexicanos a partir la década de 1930⁴⁹. Las tiras de aventuras con estética realista y la adaptación de fórmulas del *Pulp* se convertirían en el modelo estético del siguiente formato dominante dentro del campo, el *comic-book*.

En México, a partir de la década de 1920 comenzó la importación de tiras cómicas norteamericanas a través de los *syndicates*, pero los costos e irregularidad de las entregas derivó en un proceso de sustitución de importaciones de contenido simbólico⁵⁰, donde las historietas mexicanas se apropiaron del nuevo lenguaje icónico del cómic para construir narraciones con referencias al contexto local. Así, en 1921 se publicó el primer cómic moderno en *El Heraldo de México*, *Don Catarino y su apreciable familia*, con guion de Hilario Zendejas y dibujo de Salvador Pruneda⁵¹, el cual narra las aventuras de un charro y su familia que migraban a la ciudad, esto en alusión a la problemática de la migración del campo a la ciudad, fenómeno común en dicha década.

Don Catarino tomó la figura del charro en un momento de exaltación nacionalista, utilizó la jerga popular en sus diálogos, pero describía una realidad sentida por amplios sectores, la de los migrantes del campo a la ciudad y su choque cultural con el modo de vida de la ciudad. *Don Catarino y su apreciable familia* fue un éxito, esto lo llevó a pasar de historias autoconclusivas a convertirse en una serie abierta, de serie costumbrista a una comedia de aventuras⁵². Aunque de manera inconstante, pues cambió de espacio de publicación a *El Nacional*, *Don Catarino* puede ser considerada una de las tiras cómicas más longevas, pues se publicó hasta la década de 1940.

Esta primera historieta moderna derivó en la publicación de otras más en diferentes periódicos donde el lenguaje, personajes y contexto hacen referencia a lo

⁴⁸ **García, Santiago**, *op. Cit.*

⁴⁹ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando**. *Puros Cuentos. Historia de la Historieta en México 1934-1950. Tomo III*. México, CONACULTA-Grijalbo, 1994.

⁵⁰ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando**, 1988, *op.cit.*

⁵¹ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando**, 1988, *op. Cit.*

⁵² *Ibidem*.

local. Otra historieta con un charro como protagonista fue *Mamerto y sus conocencias* con guion de Jesús Acosta y dibujo de Hugo Tilghmann, publicada en *El Universal*. Sin embargo, no obtuvo el éxito esperado y lentamente fue desplazada por las importaciones; a diferencia de *Don Catarino* que recuperaba la figura del pícaro, *Mamerto* se burlaba de la incapacidad de adaptación a la ciudad y de la permanencia de las costumbres del campo, es decir, reflejaba la visión del ciudadano sobre los migrantes provenientes de provincia⁵³.

Después del charro, se tomó la figura del lepero de barrio en la historieta de las *Vaciladas de Chupamirto* también de Acosta, publicada en 1928, tampoco tuvo la longevidad esperada. La historieta que mejor adaptó el lenguaje icónico dentro de su estructura narrativa fue *Adelaido el conquistador* de Juan Arthenack, publicada en 1928, porque el *gag* cómico recaía en la imagen y no en el diálogo como sus antecesores, esta tira hacía referencias a la moda de la década de 1920 y la juventud. La popularidad de *Adelaido el conquistador* llevó a Arthenack a publicar la primera revista de historietas en México con dicho título en 1932, aunque este primer intento de *comic-book* sólo duró cien números⁵⁴ puso el antecedente de lo que serían las revistas de historietas.

En la mitad de la década de 1930, la historieta mexicana con el formato de tira va en declive, fue remplazada por las tiras importadas por los *syndicates*, menos costosas y de mayor popularidad entre los lectores del periódico, en su mayoría de clase media que, a contraparte de la exaltación estatal de la mexicanidad, aspiraba a reproducir en sus prácticas sociales el modo de vida estadounidense, esto incluía sus lecturas⁵⁵. Entonces, la historieta mexicana encontraría a su público primero en el formato de revista miscelánea, y a partir de la década de 1950 en el formato de *comic-book*. La aparición del formato de *comic-book* en los años de 1930 implicaría una reestructuración del campo, pues se consolidaría el modo industrial de producción del contenido simbólico en las historietas y la intermedialidad, práctica de llevar un contenido exitoso

⁵³ **Aurrecoechea, Juan Manuel y Bartra, Armando**, 1988, *op. Cit.*

⁵⁴ **Rubenstein, Anne**. *Del Pepín a Los Agachados. Cómic y censura en el México posrevolucionario*. México : Fondo de Cultura Económica, 2004.

⁵⁵ **Aurrecoechea, Juan Manuel y Bartra, Armando**. *Puros Cuentos. Historia de la Historieta en México 1934-1950*. México : CONACULTA-Grijalbo, 1993.

comercialmente a diferentes medios para reproducir ese mismo éxito, es decir, consolida el dominio de la lógica de la gran producción⁵⁶.

El dominio de la lógica comercial en el *comic-book*

En la década de 1930 surgió un nuevo formato de publicación en la historieta: el *comic book*⁵⁷. Este consiste en una revista o cuadernillo engrapado de entre 32 a 64 páginas⁵⁸. Dentro del *comic book* se desarrollaron diversos géneros narrativos: aventura, comedia, romance, terror, misterio, crimen, pues se retomaron en sus páginas las fórmulas narrativas de la literatura *Pulp*, además de las prácticas características de ese tipo de publicaciones⁵⁹. El formato del *comic-book* implicó la transformación del campo, tanto en el contexto estadounidense como en el mexicano con sus respectivas singularidades. El *comic-book* significó la separación del cómic de la prensa, consolidándose como un medio autónomo, en el sentido de que ya no aparecería dentro de otro, la prensa, complementando el contenido simbólico de éste, sino como una publicación donde la centralidad era la historieta misma⁶⁰.

De esta manera, dentro del campo de la historieta se reprodujeron las estrategias de la lógica comercial del *Pulp*. Una de ellas fue el uso de portadas llamativas para atraer la atención de los lectores potenciales. Otra táctica fue la publicación de antologías y la producción de series alrededor de personajes exitosos, la realización de los llamados *spin-offs*, o secuelas de una serie, o simplemente replicar la fórmula narrativa en una nueva historia con personajes y tramas similares, esto atendiendo a la idea de que el éxito genera éxito⁶¹. Asimismo, el *comic-book* reprodujo la estrategia de diversificación de géneros, práctica muy común dentro de las industrias culturales⁶², esto permitió a las editoriales explotar la demanda hasta saturarla, para después pasar al siguiente género, buscando nuevos lectores⁶³.

⁵⁶ Bourdieu, Pierre, 2018, *op. Cit.*

⁵⁷ Guiral, Antonio, *op. Cit.*

⁵⁸ García, Santiago, *op. Cit.*

⁵⁹ Lopes, Paul, *op. cit.*

⁶⁰ García, Santiago, *op. Cit.*

⁶¹ Lopes, Paul, *op. cit.*

⁶² Hesmondhalgh, David. *The Cultural Industries*. Third. London : Sage Publications, 2019.

⁶³ Lopes, Paul, *op. cit.*

Pero, sin duda, lo importante dentro de esta lógica era ofrecer precios bajos por las diferentes publicaciones, esto llevó a baja calidad del papel e impresión. En el caso mexicano, el subsidio al precio del papel, con la creación del monopolio para la producción e importación de este material, llevó a mantener el precio en la década de 1930 y a paulatinas subidas de precio⁶⁴. Los bajos precios de estas publicaciones les posibilitaron ser adquiridas por sectores populares, muchos de ellos recién alfabetizados debido a políticas públicas destinadas para tal fin⁶⁵.

Por último, la práctica distintiva retomada del *Pulp* fue la denominada la *cultura de la recombinación*⁶⁶, la cual se relaciona con la intermedialidad, ésta consiste en la reproducción de un contenido simbólico exitoso en un medio dentro de otro, buscando conseguir el mismo resultado. Así, personajes e historias del *comic-book* pasaban a películas, u otros medios, o personajes de radionovelas o películas tenían su cómic. Esto permitía a las editoriales obtener ganancias a través de las licencias de historias y personajes. Asimismo, por el ritmo de producción vertiginoso para satisfacer la demanda de historietas de los lectores, era práctica común la utilización de fórmulas narrativas exitosas para las historias y personajes. En México se pueden encontrar ejemplos de esta práctica de la recombinación, uno de ellos es la historieta de *Charro Negro* de Mariño, de la cual se hizo una serie de películas con el mismo nombre dirigidas por Raúl de Anda⁶⁷. También puede ejemplificarse con varias historias de Yolanda Vargas Dulché como *Flor de Arrabal* publicada en 1943 en *Chamaco*, historia de la cual se harían distintas versiones, y una película con el nombre de *Ladronzuela* en 1949⁶⁸.

En Estados Unidos, el formato de *comic-book* surgió como reimpressiones de tiras cómicas en 1933, fue hasta 1938 con la aparición de *Superman* en *Action Comics* de la editorial *National*, posteriormente conocida como DC Comics, que se empezaron a crear material y personajes originales para dicho formato. Con el personaje de Superman se creó un nuevo género específico del cómic: los superhéroes⁶⁹. La estética predominante del nuevo formato fue el dibujo realista en las historias de superhéroes, aventuras y

⁶⁴ Rubenstein, Anne, *op. Cit.*

⁶⁵ Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra , Armando, 1993, *op. Cit.*

⁶⁶ Lopes, Paul, *op. cit.*

⁶⁷ Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra , Armando, 1993, *op. Cit.*

⁶⁸ Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra , Armando, 1994, *op. Cit.*

⁶⁹ García, Santiago, *op. Cit.*

romance. La publicación del formato del *comic-book* impulsó el *boom* de la industria, donde el dominio de una lógica comercial que exigía una producción industrial. Esto se reflejó en el proceso de creación, el cual se basaba en una división técnica del trabajo, taylorizada, semejante a una línea de montaje, ello con el propósito de abastecer la demanda a costa de una explotación laboral del escritor y dibujante, quienes eran anónimos, sin control, ni derechos sobre su obra⁷⁰.

Entonces, la historieta fue uno de los principales medios de entretenimiento para los sectores populares por su bajo costo y diversidad de géneros narrativos. Sin embargo, en el contexto de censura y conservadurismo de la Guerra Fría en la década de 1950, presionó a la industria del *comic-book* norteamericano a la autorregulación, llevando a un declive progresivo por la competencia de otros medios de entretenimiento y la transformación de las pautas culturales. Así, el consumo de historietas pasó a ser un mercado de nicho⁷¹. Esto derivó en la reconfiguración del campo, donde la pérdida de hegemonía de la gran producción, abrió el pasó a replantear el contenido narrativo y gráfico del cómic y abrir la posibilidad de constitución del polo de la producción restringida.

En el caso de la historieta mexicana, el formato de revista o *comic book* surgió paralelamente al caso estadounidense, y también conllevó al auge de la industria de la historieta como una de las principales formas de entretenimiento para los sectores populares. Entonces, las revistas de historietas surgieron en un contexto de cambios económicos, políticos y sociales que influyeron en la configuración del campo de la historieta en México. En primer lugar, las políticas públicas de alfabetización iniciadas con los gobiernos posrevolucionarios, además del desarrollo de la escuela pública, llevó al aumento continuo de lectores, tanto por el crecimiento poblacional como por el resultado de estas políticas. Esto aumentó el mercado potencial de lectores. Los apoyos del Estado en los precios del papel facilitaron mantener los costos bajos y accesibles para los nuevos lectores⁷². Asimismo, la imbricación de las relaciones entre políticos y empresarios, permitieron el acceso a recursos para financiar la adquisición de rotativas

⁷⁰ Lopes, Paul, *op. cit.*

⁷¹ Lopes, Paul, *op. cit.*

⁷² Rubenstein, Anne, *op.cit.*

o la facilidad de distribución, sobre todo en el caso del García Valseca, dueño de *Pepín*, y su relación con el monopolio de distribución de la Unión de Voceadores y Expendedores de Periódicos y Revistas⁷³. Las políticas económicas permitieron dentro de los sectores populares un aumento de sus ingresos, con ello la posibilidad de acceder a un entretenimiento de bajo costo⁷⁴.

En este contexto, la primera revista de historietas mexicana fue *Adelaido el conquistador*, publicada en 1932, sin embargo, sólo duró cien números⁷⁵. Posteriormente apareció la primera de las revistas misceláneas que dominarían el mercado, *Paquín* de Editorial Sayrols publicada en 1934. En dicha revista se publicaban en primera instancia contenido importado, pero dado el éxito fue necesario producir con manufactura local. La demanda de *Paquín* llevó a otros a crear su revista de cómics, García Valseca publicó *Paquito* en 1935, pero después editó la revista de mayor éxito en el mercado, *Pepín* en 1936. La otra revista que compitió en el mercado fue *Chamaco* de editorial Herrerías, la cual inició su publicación en 1936, su éxito llevó a la creación del formato chico, *Chamaco chico* en 1937⁷⁶, estrategia editorial inmediatamente replicada por la competencia. Así, las revistas misceláneas de historietas tenían la presentación Grande, de medio tabloide, y la Chica, de un cuarto de tabloide⁷⁷, además se imprimían en sepia para ahorrar costos de impresión⁷⁸.

El éxito del formato de revista provocó pasar de la publicación semanal, a tres veces por semana en 1938, finalmente, la publicación se hizo diaria a partir de 1940. La intensa competencia entre estas tres publicaciones -*Paquín*, *Pepín* y *Chamaco*- dominó el mercado a finales de la década de 1930 y en 1940⁷⁹, el cual presentaba una estructura oligopólica.

Las historietas en México serían conocidas como *pepines*, aludiendo a la revista *Pepín*, éstas se caracterizaban por ser misceláneas, es decir, aparecían diversas

⁷³ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra , Armando**, 1993, *op. Cit.*

⁷⁴ **Rubenstein, Anne**, *op.cit.*

⁷⁵ **Rubenstein, Anne**, *op.cit.*

⁷⁶ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra , Armando**, 1993, *op. Cit.*

⁷⁷ **López Villalba, Maria**. “El primer Barman en español y la asombrosa industria del cómic en México” en Peña Martín y Zaro Vera (coords.). *Traducir a los clásicos: entornos y transformaciones*. Granada, Comares, 2018, pp. 321-339.

⁷⁸ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra , Armando**, 1993, *op. Cit.*

⁷⁹ **Rubenstein, Anne**, *op.cit.*

historietas en cada número, éstas podían ser de ocho a doce páginas, lo que posibilitó la aparición de diversos géneros narrativos -comedia costumbrista y de aventuras, aventura, horror o melodrama-⁸⁰ en cada número. La finalidad de esta diversidad era probar diferentes tipos de relatos para conocer los gustos del público. Al comienzo de estas publicaciones, el público objetivo fue el infantil, sin embargo, los editores no tardaron en descubrir que los principales lectores de estas revistas era adultos, en su mayoría de sectores populares⁸¹. Entonces, la historieta mexicana, a diferencia del cómic norteamericano con un público en su mayoría juvenil, se caracterizó por estar dirigida a lectores adultos y de sectores populares, inclusive con el auge del género del melodrama, el público de ese tipo de relatos era mayoritariamente femenino.

La historieta de formato de revista también implicó un proceso de sustitución de importaciones del contenido simbólico, donde se apropiaban de las fórmulas narrativas, la composición de las viñetas, e incluso el dibujo realista replicó las convenciones gráficas definidas por Foster, Caniff y Raymond, pero adaptándolas al contexto local, a la sensibilidad de los lectores, y a los formatos editoriales impuestos por las publicaciones⁸². Esto originó procesos de reinterpretación, de apropiación del contenido simbólico para crear historietas con lenguaje popular, cuyas temáticas apelaban a la cotidianidad de los lectores o sus anhelos de conocer lugares exóticos. Esto fue posible conforme las editoriales diseñaron estrategias para conocer a su público alentando a la interacción entre editores, autores y audiencia. Por ello, el desarrollo del género de charros, como derivación del *western*, el melodrama centrado en el barrio o vecindad⁸³, la comedia costumbrista con lenguaje popular.

El tamaño reducido -*Chico*- de estas publicaciones tenía la finalidad de ser fácilmente transportable, y obligó a los ilustradores a adaptar al formato el número de viñetas por página y composición de las imágenes. Asimismo, el uso de tonos sepias, característico del cómic mexicano, a diferencia de la impresión a color del cómic estadounidense, llevó a los dibujantes a experimentar con las limitaciones impuestas, esto condujo al uso del medio tono y del fotomontaje, técnica basada en el uso de

⁸⁰ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando**, 1994, *op. Cit.*

⁸¹ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando**, 1993, *op. Cit.*

⁸² *Ibidem.*

⁸³ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando**, 1994, *op. Cit.*

imágenes fotográficas en sustitución del dibujo, aunque se retocaban con dibujo las escenas, produciendo un *collage*⁸⁴. El fotomontaje tenía el propósito de facilitar el trabajo al dibujante, teniendo en consideración el intenso ritmo de producción. En el empleo constante de esta técnica destaca José G. Cruz en sus melodramas y también en el cómic de *El Santo. El enmascarado de plata*, publicado en 1952 y uno de los primeros *comic-books*.

Una diferencia entre el cómic norteamericano y el mexicano es la estructura narrativa de las series, mientras el *comic-book* se caracterizaba por ser antologías de historias auto-conclusivas alrededor de un personaje o género narrativo⁸⁵, la historieta mexicana se distinguía por la continuidad de sus relatos⁸⁶. Las series de comedia y aventura eran narraciones abiertas, cada capítulo terminaba con momentos de tensión, estrategia de los guionistas para retener la atención del lector⁸⁷, Valdiosera con el *Ladrón de Bagdad* y *Simbad el marino* perfeccionó esta técnica. En cambio, los melodramas se caracterizaban por ser historias cerradas, tenían un inicio, desarrollo y conclusión, la trama se desarrollaba en diversos episodios⁸⁸. Estas estructuras narrativas posibilitaron la construcción de tramas con mayor complejidad que las del cómic norteamericano⁸⁹.

Otra distinción notable fue el proceso de producción, mientras en el cómic norteamericano existía una división técnica del trabajo, el caso mexicano fue una producción de tipo artesanal en sus inicios. El dibujante-guionista realizaba todo el proceso⁹⁰, pero conforme la demanda se expandió, los autores de series exitosas constituían equipos de dibujantes, hasta llegar a una mayor división y especialización del trabajo para el dibujo en las décadas de 1960 y 1970⁹¹. La explotación laboral era una constante: con abundancia de carga laboral, largas jornadas de trabajo. Sin embargo, los guionistas y dibujantes tenían una compensación simbólica en la fama adquirida

⁸⁴ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando**, 1993, *op. Cit.*

⁸⁵ **Couch, N. C. Christopher**. "International Singularity in Sequential Art: The Graphic Novel in the United States, Europe and Japan" en Johnson-Woods, Toni (coord.), *Manga. An Anthology of Global and Cultural Perspectives*. Auckland, Continuum, 2010, pp. 204-220.

⁸⁶ **Hinds Jr. Harold y Tatum Charles M.** *Not just for children. The Mexican comic book in the late 1960s and 1970s*. Westport, Greenwood Press, 1992.

⁸⁷ **Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando**, 1993, *op. Cit.*

⁸⁸ **Rubenstein, Anne**, *op.cit.*

⁸⁹ **Hinds Jr. Harold y Tatum Charles M.**, *op. Cit.*

⁹⁰ **Rubenstein, Anne**, *op.cit.*

⁹¹ **Hinds Jr. Harold y Tatum Charles M.**, *op. Cit.*

gracias a la popularidad de las historietas, aunque eso no se reflejaba en mayores ingresos⁹².

Por consiguiente, el campo de la historieta mexicana en la época de los *pepines* fue dominado por la configuración de la gran producción, esto implicaba el dominio de la lógica económica, no del valor estético de las series. En cuanto a las preferencias del público se puede destacar la comedia, ya sea de aventuras con títulos emblemáticos como *Los supersabios* de Germán Butze, o la reinterpretación en forma de parodia de *Orlando el Furioso* en la serie *Rolando el Rabioso* de Gaspar Bolaños, y la comedia costumbrista, donde se ubica la considerada mejor historieta mexicana *La familia Burrón* de Gabriel Vargas. *La familia Burrón*, la historieta más longeva en México la cual sobrevivió al declive de la industria, fue un retrato de las vicisitudes de una familia de clase media baja⁹³, en ella se retrata la pobreza, corrupción y las injusticias sociales en una crítica mordaz, pero también se representan el lenguaje y estilo de vida populares, por ello, su trascendencia dentro del campo y siendo un referente de la crónica de costumbres⁹⁴.

Otro de los géneros narrativos preferidos por los lectores fue el melodrama, las fórmulas establecidas por éste se repetirán en los contenidos simbólicos de otros medios como la telenovela. El dibujo realista imperó en el melodrama, además de todos los géneros de aventura. Se puede considerar a Yolanda Vargas Dulché como la escritora más prolífica en este género, sus relatos aparecieron en sus inicios en *Pepín*, pero con el fin de las revistas misceláneas, sus historias fueron publicadas en formato de *comic-book* con el título de *Lágrimas, Risas y Amor*⁹⁵.

En México, las historietas de aventuras se apropiaban de contenidos importados, los reinterpretaba de maneras creativas de acuerdo con el contexto nacional, generando historias con elementos reconocibles para los lectores. Ejemplo de esta reinterpretación y apropiación fue *Wama* de Cervantes Bassoco, basado en Tarzán, pero con aventuras delirantes con seres antropomórficos. Se tuvo superhéroes a la mexicana como *Kaliman* o *El Santo*, ambos, producto de la intermedialidad, pues se originaron en otros medios.

⁹² Rubenstein, Anne, *op. Cit.*

⁹³ Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando, 1988, *op. Cit.*

⁹⁴ Aurrecochea, Juan Manuel y Bartra, Armando, 1993, *op. Cit.*

⁹⁵ Tatum, Charles, 1992, *op. Cit.*

Una innovación del campo de la historieta mexicana es la producción de historias noveladas, antecedentes de la novela gráfica mexicana, con formato de libro, las historias son cerradas, de ahí provienen *El Libro Semanal*, *El Libro Vaquero* y otros más⁹⁶.

El declive de la historieta mexicana de corte industrial tardó en llegar, supo adaptarse a los intentos de censura de las décadas de 1940 y 1950, pero las revistas misceláneas desaparecieron en la década de 1950, *Pepín* y *Chamaco* en 1955 y *Paquín* en 1951; fueron remplazados por el *comic-book*. Es decir, las historias se publicaron en las revistas especializadas, ya no se publicaban diariamente sino semanalmente, e implicó una multiplicación de publicaciones⁹⁷, se amplió la oferta, entraron otras editoriales, donde destacaron Novaro y Argumentos. En la década de 1960 y 1970, la historieta mexicana llegó a producir según estimaciones de cincuenta y cinco a ochenta millones de ejemplares⁹⁸, contaba con una variedad de géneros los cuales encontraron sus nichos de mercado, aunque se basan en fórmulas narrativas de éxito probado⁹⁹. Sin embargo, como apuntan Hinds Jr. y Tatum (1992), el cómic mexicano desde la década de 1930 a 1980 era una historieta que remarcaba el diálogo sobre la gráfica, ello impidió innovar estéticamente, aunado a los constreñimientos por ahorro de costos, delimitó al espacio de posibilidades estéticas del campo del cómic. Fue a causa del surgimiento del polo de la producción restringida, con cómic alternativo, que se renovarían el campo en términos estéticos.

La historieta mexicana fue de consumo masivo y popular, seguía la lógica económica de la gran producción¹⁰⁰, lo importante era el tiraje. Era la principal fuente de entretenimiento masivo hasta la década de 1980, su consumo no exigía al lector. Sin embargo, la falta de experimentación en el contenido narrativo y gráfico, la competencia tanto de historietas importadas como de otros medios de comunicación como fuente de entretenimiento tuvo como consecuencia el declive de la historieta de corte popular y

⁹⁶ **Bartra, Armando**. Debut, beneficio y despedida de una narrativa tumultuaria. *Globos globales: 1980-2000. Revista Latinoamericana de estudios sobre la Historieta*, Vol.1, número 4, 2001, pp. 225-236.

⁹⁷ **Rubenstein, Anne**, *op. Cit.*

⁹⁸ **Hinds Jr. Harold y Tatum Charles M.**, *op. Cit.*

⁹⁹ **Rubenstein, Anne**, *op. Cit.*

¹⁰⁰ **Bourdieu, Pierre**, 2018, *op. Cit.*

comercial¹⁰¹. No obstante, en la década de 1960, inició un punto de inflexión en el campo de producción cultural de la historieta mexicana, se buscó innovar, tanto en temáticas como en la gráfica, iniciando la configuración de la autonomía, se enfrentarían al estigma de medio de masa con contenido efímero. Fue la lucha por la valoración estética de la historieta.

La construcción de la autonomía y la búsqueda de la experimentación estética

Para Bourdieu (2018), los campos de producción cultural se estructuran en dos polos opuestos, uno de ellos es la gran producción donde prevalece un principio de heteronomía, esto deriva en que los criterios económicos y políticos puedan imponerse en la producción del objeto cultural. El otro polo es la producción restringida, el cual se caracteriza por la constitución de una autonomía, es decir, de normas y criterios de evaluación, apreciación y percepción estética propios, contruidos en el seno del campo, ajenos a los criterios económicos de rentabilidad, por ello, Bourdieu (2018) considera a la producción restringida como una lógica económica invertida, donde lo principal es el valor simbólico entre los agentes del campo.

De esta manera, en la primera mitad del siglo XX, el campo de la historieta fue dominado por el polo de la gran producción, presionado por los imperativos económicos, se representaba a la historieta como medio de entretenimiento, cuestionando su validez estética. Sin embargo, a lo largo de más de cinco décadas desde el surgimiento de la historieta moderna, se fue constituyendo un espacio de posibilidades estéticas, entendido éste como el espacio de posibles tomas de posición estética dentro del cúmulo de géneros posibles, convenciones gráficas, el estilo de dibujo y narración, además de los distintos formatos en los cuales se presenta la historieta. Así, en la década de 1960 comenzó un quiebre dentro del campo, que permitió ir configurando los principios de una autonomía.

Dentro del campo de cómic norteamericano, la censura de la autorregulación limitaba el espacio para la experimentación estética y el público se restringía al sector juvenil. No obstante, el abaratamiento de los costos de impresión posibilitó el desarrollo

¹⁰¹ Bartra, Armando, 3, 2001, *op. Cit.*

de un movimiento en los márgenes del campo, el cual implicaría transformaciones en la producción y distribución de la historieta, esto es el *comix underground*, encabezado por Robert Crumb¹⁰². Este movimiento surgió a partir de las editoriales independientes, lo cual permitió evadir la censura al recurrir a sistemas alternativos de distribución, esto facilitó la transformación de los temas abordados, experimentar con la gráfica, trascender el estancamiento en el género de superhéroes¹⁰³, y finalmente llegar a un público adulto. Ello fue configurando el polo de la producción restringida y los principios de una autonomía.

A diferencia del cómic industrial, el *comix underground* era una producción de tipo artesanal, en la cual, el ilustrador dibujaba y escribía la historia además de poseer la propiedad intelectual de su obra, obteniendo regalías por ello¹⁰⁴. Entonces, se comienza a reivindicar la labor del historietista, otorgándole la categoría de artista. Los tirajes del *comix underground* eran relativamente pequeños, esto rompía con la lógica industrial prevaleciente¹⁰⁵. A mediados de la década de 1970, se gestó un modelo de distribución basado en tiendas especializadas¹⁰⁶, esto aceleró la reestructuración del mercado, dando paso al mercado de nichos. Esto permitió el desarrollo de editoriales independientes y de la historieta alternativa, sucesora del *comix underground*¹⁰⁷. Se abrió la posibilidad de un periodo de experimentación narrativa y gráfica y la constitución de una autonomía, la cual, a través de autores como Will Eisner demandaron el reconocimiento del cómic como arte secuencial¹⁰⁸.

El cómic alternativo propuso un nuevo formato de experimentación: la novela gráfica. Ésta consiste en un formato de libro, presenta una narración con inicio, desarrollo y final. La diferencia de la novela gráfica contemporánea con otros formatos de narración gráfica en libro es el tratamiento del relato, en donde los personajes se transforman¹⁰⁹.

¹⁰² **García, Santiago**, *op. Cit.*

¹⁰³ **Lopes, Paul**, *op. cit.*

¹⁰⁴ **García, Santiago**, *op. Cit.*

¹⁰⁵ **Palmer, David K.** The tail that wags the dog: the impact of distribution in the development and direction of American Comic Book Industry. [ed.] Casey Brienza y Paddy Johnston. *Cultures of Comics Work*. New York : Palgrave McMillan, 2016, págs. 235-249.

¹⁰⁶ **Lopes, Paul**, *op. cit.*

¹⁰⁷ **Palmer, David K**, *op. cit.*

¹⁰⁸ **García, Santiago**. *Op. Cit.*

¹⁰⁹ **Romero-Jódar, Andrés**, *op. Cit.*

También implicó el desarrollo de nuevos géneros narrativos dentro de la historieta: la autobiografía, la crónica periodística, el histórico, entre otros¹¹⁰, lo cuales posibilitan la construcción de tramas complejas o el planteamiento de temáticas con mayor profundidad. Se ha establecido que *Contrato con Dios* de Will Eisner, publicada en 1978 es la primera novela gráfica contemporánea, pues dicha obra presentaba las posibilidades de experimentación gráfica y narrativa dentro de la historieta¹¹¹. A través de la novela gráfica, la historieta ingresó a las librerías y pudo ser reconocida por los críticos literarios, esto fue representado por el premio *Pulitzer* especial concedido a *Maus* de Art Spiegelman en 1992¹¹². Entonces, la historieta ha empezado a construir cierta legitimidad, sobre todo con la estructuración del polo de la producción restringida, pero a cambio de la pérdida del público de sectores populares.

En México, mientras la lógica industrial predominaba en el campo alcanzando la historieta su apogeo en ventas en las décadas de 1960 y 1970, Eduardo del Río, mejor conocido como Rius, retomó la tradición de la crítica política, creó historietas retomando la sátira política y haciendo una crítica incisiva a las prácticas políticas y culturales, es decir, ofreció historias alternativas a la oferta disponible¹¹³. Entonces, se publicó en un primer momento *Los supermachos* en la Editorial Meridiano, con un tiraje máximo de 200,000 ejemplares, en contraste de más del millón y medio de *Kaliman*, la historieta de mayor circulación en ese momento¹¹⁴. Sin embargo, las presiones de censura de la editorial obligaron a Rius a abandonar este primer proyecto¹¹⁵, para posteriormente publicar *Los agachados*. Rius compartió con el *comix underground* la producción de tipo artesanal de su obra, también la visión del historietista como autor, pero su intención era la concientización política y generar una alternativa al cómic industrial, sin embargo, la distribución seguía el patrón industrial en kioscos. No obstante, el tipo de lector de Rius difería del popular de la historieta comercial, en su mayoría eran de clase media, con

¹¹⁰ **Lopes, Paul**, *op. cit.*

¹¹¹ **García, Santiago**, *op. Cit.*

¹¹² *Ibidem.*

¹¹³ **Tatum, Charles**. Rius: comic book writer as social critic and political gadfly. [aut. libro] Roderic A. Camp, Charles A. Hale y Josefina Zoraida Vázquez. *Los intelectuales y el poder en México*. México : Colmex-UCLA, 1991, págs. 765-779.

¹¹⁴ *Ibidem.*

¹¹⁵ **Rubenstein, Anne**, *op. Cit.*

educación media superior y superior¹¹⁶, se prefiguraba una transformación del público lector del cómic. Para Tatum (1991), Rius producía un anti-comic por su oposición a la historieta comercial, por lo tanto, desde el análisis del campo de producción cultural se le puede considerar como el punto de quiebre para la búsqueda de la autonomía en el campo, con ello, la separación de una historieta con intenciones estéticas de la lógica comercial de la gran producción. La estética de la historieta de Rius no sólo retoma la sátira política en cuestión narrativa, también innova en la gráfica con el uso del *collage*, todo ello para realizar contrapuntos con situaciones para suscitar la reflexión del lector¹¹⁷. Para Alicino (2015), se puede considerar a Rius como el creador de la historieta política.

El *comix underground* mexicano se desarrolló de la mano de Jodorowsky, y su *Aníbal 5*, que no prosperó por censura, pero este intento derivó en la paulatina constitución en los márgenes del campo de la historieta alternativa mexicana, mucha de ella desarrollada a través de *fanzines*¹¹⁸. Esta historieta alternativa se consolidaría en la década de 1990 con los *neomoneros*, los cuales publicaban en el suplemento “Histerietas” de *La Jornada*, posteriormente en la revista *El Chamuco*, donde destacan autores como Rafael Barajas, Antonio Helguera y las moneras feministas Cecilia Pego y Cintia Bolio¹¹⁹, quienes retomaron la crítica política de Rius. Otro espacio de desarrollo de la historieta de corte alternativo fue *El Gallito Inglés*, esfuerzo de experimentación gráfica de un grupo de historietistas -Edgar Clément, Ricardo Peláez-, en su estilo remitía a la revista francesa *Métal Hurlant*. De este grupo de innovadores del cómic mexicano surgió la primera novela gráfica, *Operación Bolívar* de Edgar Clément, publicada en 1995, aunque fracasó comercialmente en la venta en librerías por falta de espacios especializados, sembró la semilla para su futuro desarrollo en este formato. No obstante, los lectores del cómic alternativo eran clasemedieros, con un capital cultural relativo a la historieta que les permitía una apreciación diferenciada y diferenciadora del medio, igualmente sus precios están fuera del alcance una mayoría, pues su espacio de ventas

¹¹⁶ Tatum, Charles, 1991, *op. cit.*

¹¹⁷ Alicino, Laura, 2025, *op.cit.*

¹¹⁸ Bartra, Armando, 4, 2001, *op. Cit.*

¹¹⁹ Bartra, Armando, “Lectura de muchedumbres: nacimiento, esplendor y agonía de la gran ballena ilustrada” en *Pepines. Catálogo de historietas de la Hemeroteca Nacional de México*, México, 2019 (Consulta 12 de octubre de 2020). Disponible en: <https://pepines.iib.unam.mx/ensayo/17>

eran las librerías¹²⁰. Entonces, se consolidó un mercado de nicho del cómic alternativo, y con ello las bases de un polo de producción restringida con su autonomía, es decir, sus reglas de apreciación y evaluación.

Las décadas de 1980 y 1990 representaron el declive de la historieta mexicana comercial y popular tanto en tirajes como en contenidos, ejemplo es la publicación de las *Sensacionales*, de corte pornográfico. Asimismo, la globalización de contenidos simbólicos, empujada por la apertura comercial, con la importación de cómic estadounidense, y después del manga japonés, van sustituyendo en los gustos del público de clase media a la producción local¹²¹, pues la industria de la historieta mexicana, como apuntan Bartra (2019) y Hinds Jr. y Tatum (1992), se estancó en fórmulas narrativas, nunca evolucionó en las temáticas y tratamiento argumental y gráfico, eso le impidió competir con temáticas modernizantes y lenguajes icónicos dinámicos como el presentado en el *manga*.

Sin embargo, a pesar de este contexto desolador, se ha ido reconociendo a los historietistas como autores, con derechos sobre su obra, e inició un proceso de revaloración de la historieta como producto de la cultura popular¹²². La novela gráfica ha adquirido reconocimiento como formato de publicación propicio para experimentación estética, se empieza a valorar el potencial narrativo de la historieta, esto tiene como consecuencia la construcción del valor estético, la *illusio* y la legitimidad del medio¹²³.

La industria de la historieta mexicana desapareció, su público también, sin embargo, la apertura comercial con la importación de nuevos contenidos provenientes de Japón con el *manga*, posibilitan construir la base de nuevos lectores, ávidos de la diversidad de géneros, temáticas y estilos mostrada en el *manga*, es decir, se abre la posibilidad de una nueva configuración del campo encabezada por la producción restringida. Así, el encuentro con otro tipo de producción de historietas abrió el interés por la creación de nuevos contenidos en los márgenes del campo a través de los *fanzines* o medios alternativos, brindados por las plataformas digitales -*webtoons*-. Esto lo

¹²⁰ Rubenstein, Anne, *op. Cit.*

¹²¹ Bartra, Armando. 2019, *op. Cit.*

¹²² Bartra, Armando. 3, 2001, *op. Cit.*

¹²³ Bourdieu, Pierre, 2018, *op. Cit.*

ejemplifica las nuevas formas de historietas publicadas en plataformas digitales, muchas de ellas influidas por la estética proveniente del *manga*¹²⁴.

El espacio de posibilidades estéticas y los diversos formatos, ahora incluso digitales, permite mantener viva la historieta, a eso se suma una generación que la reivindica y resalta la importancia del historietista como creador. Estos son los indicios de la construcción de una autonomía, con ello el polo de la producción restringida¹²⁵.

El estado de las cosas...

En la actualidad, el campo de la historieta se ha reconfigurado, ya no existen los tirajes masivos consumidos por los sectores populares, sino los nichos de mercado, donde se estructuran los polos de la gran producción y producción restringida con sus respectivos públicos. Las grandes editoriales de historietas han desaparecido, su lugar dentro del campo de producción lo ocupan los conglomerados editoriales que tienen una rama menor especializada en la novela gráfica, las editoriales estadounidenses que importan sus cómics donde predomina la lógica de la gran producción, y los distribuidores de *manga*, pero en la cual impera el *shonen* y *shojo* destinado al público juvenil.

Debajo de ellos se ubican una miríada de editoriales independientes, éstas son las que producen la historieta mexicana, unas apropiándose de fórmulas de cómic estadounidense o *manga*, otras generando historietas de contenido original, pero apelando al contexto nacional, rescatando la tradición de la historieta mexicana, otras retomando la crítica social iniciada por Rius, unas más experimentando estéticamente con géneros narrativos, incluso con su gráfica. Es decir, la industria se está reconstruyendo a partir de su sobrevivencia en lo alternativo y *underground*, pero estos creadores, también editores, impulsan el reconocimiento del valor de la historieta como objeto cultural, con una riqueza narrativa y estética.

La historia de más de un siglo de la historieta, los encuentros e intercambios con otras tradiciones y la apropiación de elementos de otros medios, han posibilitado la

¹²⁴ **Castelli Olvera, Sarahi Isuki.** “La introducción e influencia del manga en México: El caso de Lorena Velasco Terán. *CuCo Cuaderno de Cómic*. México, No. 8, junio de 2017, pp. 31-53.

¹²⁵ **Bourdieu, Pierre.** *El sentido social del Gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. México : Siglo XXI, 2015.

constitución del espacio de posibilidades, esto es una herencia acumulada la cual brinda y restringe las posibilidades estilísticas, temáticas y narrativas del lenguaje icónico de la historieta¹²⁶. Se puede hablar de la configuración de una autonomía al demandar criterios de evaluación propia para el cómic, la defensa del lenguaje icónico como particular de este medio, la creciente construcción teórica sobre qué se entiende por historieta. Asimismo, las potencialidades estéticas de la novela gráfica han brindado su reconocimiento entre crítica literaria, artística y la academia. El impulso de editoriales en publicar este formato, aunque en tirajes pequeños, es prueba de la revaloración del medio y la construcción de una legitimidad. Igualmente, la inclusión de la narrativa gráfica dentro del apoyo del Estado a la creación artística evidencia esto. Sin embargo, se enfrentan a problemáticas nuevas como la limitada distribución, pues los canales tradicionales dejaron de ser una opción al ya no tener un carácter industrial la historieta mexicana actual, dependen de las ferias del libro, convenciones de cómics y las nuevas formas de promoción brindadas por las plataformas digitales.

Bibliografía

Alicino, Laura. Historia e historietas en la obra de Rius: el cómic como forma de arte. *Confluente*, Vol. 7, Núm.1, 2015, pp. 303-330.

Aurrecoechea, Juan Manuel & Bartra, Armando. *Puros Cuentos. Historia de la Historieta en México 1934-1950*. México, CONACULTA-Grijalbo, 1993.

Aurrecoechea, Juan Manuel & Bartra, Armando. *Puros Cuentos. La historia de la historieta en México 1874-1934*. México, CONACULTA-Grijalbo, 1988.

Aurrecoechea, Juan Manuel & Bartra, Armando. *Puros Cuentos III*. México, CONACULTA-Grijalbo, 1994.

Barrero, Manuel. "De la viñeta a la novela gráfica". En Peppino Barale, Ana María (coord). *Narrativa gráfica. Los entresijos de la historieta*. México, UAM, 2012, pp. 29-60.

Bartra, Armando. "Debut, beneficio y despedida de una narrativa tumultuaria. Globos globales: 1980-2000". *Revista Latinoamericana de estudios sobre la Historieta*, Vol.1, Núm 4, 2001, pp. 225-236.

Bartra, Armando. "Fin de fiesta. Gloria y declive de una historieta tumultuaria". *Revista Latinoamericana de estudios sobre la Historieta*, Vol. 1, Núm. 3, 2001, pp. 147-166.

¹²⁶ Bourdieu, Pierre, 2018, kop. Cit.

Bartra, Armando. "Piel de papel. Los pepines en la educación sentimental del mexicano". *Revista Latinoamericana de estudios sobre la Historieta*, Vol. 1, Núm. 2, 2001, pp. 67-90.

Bartra, Armando. "Lectura de muchedumbres: nacimiento, esplendor y agonía de la gran ballena ilustrada". *Pepines. Catálogo de historietas de la Hemeroteca Nacional de México. Ensayos*, 29 de julio de 2019, disponible en: <https://pepines.iib.unam.mx/ensayo/17> (Consulta: 12 Octubre 2020).

Beaty, Bart. *Comics versus Art*. Toronto, University of Toronto Press, 2013.

Bourdieu, Pierre. *El sentido social del Gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. México, Siglo XXI, 2015.

Bourdieu, Pierre. *Las reglas del arte*. Barcelona, Anagrama, 2018.

Bourdieu, Pierre & Wacquant, Loïc. *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2012.

Castelli Olvera, Sarahi Isuki. "La introducción e influencia del manga en México: El caso de Lorena Velasco Terán y DREM". *CuCo Cuadernos de Cómic*, Núm 8, junio, 2017.

Chávez, Daniel. "La alta modernidad visual y la intermedialidad de la historieta en México". *Hispanic Research Journal*, Vol. 8, Núm. 2, 2007, pp. 155-169.

Couch, Neil C. "International Singularity in Sequential Art: The Graphic Novel in the United States, Europe and Japan". En Johnson-Woods, Toni, (coord.) *Manga. An Anthology of Global and Cultural Perspectives*. Auckland, Continuum, 2010, pp. 204-220.

Gálvez, Pepe. "El lenguaje de la historieta". En Bergado, R., Gálvez, P., Guiral, A. & Redonde, J. (coords.). *Cómics: Manual de instrucciones*. Bilbao, Astiberri, 2016, pp. 23-32.

García, Santiago. *La novela gráfica*. Bilbao, Astiberri, 2014.

Goldsmith, Francisca. *The Readers' Advisory Guide to Graphic Novels*. Chicago, American Library Association, 2010.

Gubern, Román. *El lenguaje de los cómics*. Barcelona, Península, 1979.

Guiral, Antonio. "¿Qué es la historieta?". En Bergado, Gálvez, Guiral & Redondo, edits. *Cómics: Manual de instrucciones*. Bilbao, Astiberri, 2016, pp. 7-20.

Herb, Steven. "Lynd Ward: Graphic Novel Pioneer". *The Horn Book Magazine*, Vol. 87, Núm.2, marzo-abril, 2011.

Hesmondhalgh, David. "Bourdieu, the media and cultural production". *Media, cultura and Society*, Vol. 28, Núm. 2, 2006, pp. 211-231.

Hesmondhalgh, David. *The Cultural Industries*. Londres, Sage Publications, 2019.

Hinds Jr., Harold & Tatum, Charles M. *Not just for children. The Mexican Comic Book In the Late 1960s and 1970s*. Westport, Greenwood Press, 1992.

Lopes, Paul. *Demanding respect. The evolution of the American Comic Book*. Filadelfia, Temple University Press, 2009.

López Villalba, María. "El primer Batman en español y la asombrosa industria del cómic en México". En Peña Martín, Salvador. Zaro Vera, Juan Jesús (coords.). *Traducir a los clásicos: entornos y transformaciones*. Granada, Comares, 2018.

Palmer, David K. "The tail that wags the dog: the impact of distribution in the development and direction of American Comic Book Industry". En Brienza, Casey & Johnston, Paddy (coords.). *Cultures of Comics Work*. New York, Palgrave McMillan, 2016, pp. 235-249.

Romero-Jódar, Andrés. "Comic Books and Graphic Novels in their generic context. Toward a definition and classification of narrative iconical texts". *Atlantis*, Vol. 35, Núm. 1, 2013, pp. 117-135.

Rubenstein, Anne. *Del Pepín a Los Agachados. Cómic y censura en el México posrevolucionario*. México, Fondo de Cultura Económica, 2004.

Susen, Simon. "Bourdieu and Adorno on the Transformation of Culture in Modern Society: Towards a Critical Theory of Cultural Production". En: Susen, S. & Turner, B. S. (coords.). *The Legacy of Pierre Bourdieu*. Londres, Anthem Press, 2011, pp. 173-202.

Tatum, Charles M. "Lágrimas, risas y amor": La historieta más popular de México. *Hispanamerica*, Año 12, Núm. 36, diciembre 1983, pp. 101-108.

Tatum, Charles M. "Rius: comic book writer as social critic and political gadfly". En Camp, Roderick. Hale, Charles. & Vázquez, Josefina Zoraida (coords.). *Los intelectuales y el poder en México*. México, Colmex-UCLA, 1991, pp. 765-779.

Thompson, John B. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós, 2016.

Zalpa Ramírez, Genaro. "Comicidad y sociedad. El mundo imaginario de la historieta mexicana". *Caleidoscopio*, Vol.1, Núm. 1, 1997.