

EL CONSUMO DE HISTORIETAS SENTIMENTALES

Ma. Elena Hernández Ramírez

Es un hecho constatado y constatable que las historietas (o comics) en México tienen una difusión mucho mayor a la de la prensa informativa, y que han sido el único material de lectura para un alto porcentaje de la población nacional.¹ De acuerdo con datos de 1980 y 1981, la producción de historietas en México había alcanzado para entonces los 100 millones de ejemplares mensuales.² Paradójicamente, como lo afirma Paco Ignacio Taibo II, en el universo de la historieta los mexicanos logramos combinar el mayor consumo de historietas por habitante con la historieta de peor calidad en el mundo.

¡...Y sin embargo se venden!

Mucho se ha dicho sobre la deleznable calidad de nuestros comics, siempre desde el punto de vista de los estudiosos de la comunicación y de la cultura. Pero ¿qué sabemos de sus lectores? ¿cuál es la versión de los consumidores de cuentos y novelitas sobre sus “despreciables” gustos?

La historieta mexicana

En la escasa investigación que se ha realizado sobre comics, no se han desarrollado suficientes análisis con relación a las preferencias del público en el mercado de las historietas: ¿cuáles son los públicos reales de cada historieta, o de cada tipo de historietas? ¿qué motivos tienen los lectores mexicanos para seleccionar una u otra historietas? Estos son factores que apenas se han estimado.

La distinción o caracterización de “clases” o “tipos” de comics,

es determinante para una aproximación más explicativa del consumo de historietas en México, pues entre los millones de historietas que se leen cada año, los lectores marcan sus preferencias, y como lo ha dicho Carlos Monsiváis: “Las editoriales consagradas casi íntegramente a traducciones de innegable influencia en la niñez de los sectores dominantes, no compiten, pese a sus millones de ejemplares al mes, con la historieta mexicana: KALIMAN, LAGRIMAS Y RISAS, etcétera”

¿Qué historietas leen los mexicanos, y qué es lo característico en la historieta mexicana?

En un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Guadalajara,³ se encontró que las historietas de mayor tiraje a nivel nacional son las siguientes:

| Publicaciones | Ejemplares al mes: |
|--------------------------|--------------------|
| 1o. EL LIBRO VAQUERO | 6 000,000. |
| 2o. EL LIBRO SEMANAL | 5 600,000. |
| 3o. LAGRIMAS Y RISAS | 4 000,000. |
| 4o. CONDORITO | 3 800,000. |
| 5o. EL LIBRO ROJO | 3 600,000. |
| 6o. EL LIBRO SENTIMENTAL | 3 600,000. |
| 7o. EL LIBRO POLICIACO | 3 200,000. |
| 8o. LA NOVELA POLICIACA | 2 600,000. |
| 9o. NOVELAS INMORTALES | 2 600,000. |

Hasta ahora, el único indicador disponible para estimar el consumo de las publicaciones, es el volumen de edición, el tiraje que las casas editoras reportan en las guías para anunciantes, como Medios Publicitarios de México. Partiendo de tal hecho, se puede afirmar que el cuadro anterior muestra las preferencias de los lectores de historietas en México.

Curiosamente en los títulos mencionados, excepción hecha de CONDORITO, los argumentos siempre giran en torno a las aventuras, al drama y al crimen pasionales. Esto es clave: en fuerte contraste con la visión optimista del comic norteamericano, las historietas mexicanas nos enfrentan a la desazón, al odio y a la muerte.⁴

En definitiva, resulta demasiado general hablar de “la historieta mexicana”; de ese género-madre del cual sin duda se desprenden

clases más específicas. El problema es que, hasta hoy, no han sido ni delimitadas ni estudiadas.

En sus "Notas sobre cultura popular urbana", Monsiváis ha marcado quizás la más certera pauta para el estudio del comic nacional:

Nada fuera de lo común. Las historietas mexicanas demandan de sus lectores la identificación con tramas, personajes, atmósferas. ... Identificarse es no distanciarse, y reafirmar valores, mitigar la angustia del desplazamiento y la marginación (op.cit.:72,73).

En un intento por conocer más de este "medio olvidado", la historieta, revisé el mayor número de estudios y artículos sobre el tema, que estuvieron a mi alcance en la ciudad de Guadalajara.

Es de llamar la atención que sólo algunos de los trabajos presentan clasificaciones tentativas de la historieta como género y, por cierto, cada quien a su manera y partiendo de cero: no se encuentran suficientes puntos de semejanza, como para inferir un modelo generalizable.

Para realizar análisis significativos de los comics, clasificar es indispensable. Después de denunciar lo "enajenante" del medio, la pobreza de su calidad, o cualquiera otra conclusión mattelartiana, queda mucho por entender sobre la potencialidad seductora de los cuentos, y en este renglón el mejor indicador a seguir es el gusto del público.

Por lo anterior, podría ser de utilidad para trabajos específicos sobre el consumo de historietas, intentar definiciones-tipo de aquellas de mayor tiraje, ya enumeradas en este artículo. Este sería un posible punto de partida, pero podría continuarse la tarea definitoria con cada una de las publicaciones, buscando reducir las definiciones a una clasificación manejable, pero precisa.

Quiero empezar, no con El libro vaquero (que es la historieta de mayor tiraje en el país), sino con la historieta que ocupa el segundo lugar en ventas a nivel nacional: EL LIBRO SEMANAL.

EL LIBRO SEMANAL es, por su contenido, una historieta representativa de muchas otras que cautivan al lector de comics; es una publicación muy bien pensada por sus productores, quienes quizás conocen más de gustos populares, que los estudiosos de la comunicación. A continuación describiré ampliamente las características de esta historieta, para proponer enseguida algunas hipótesis que expliquen por qué gusta tanto tal tipo de lecturas.

UNA DESCRIPCION INFORMAL DE *EL LIBRO SEMANAL*

Ni cuento ni novela: *El Libro Semanal* es lo que comúnmente conocemos como *novelitas*.

A diferencia de los cuentos, cuya extensión promedio es de 32 páginas en total, *El Libro Semanal* alcanza y a veces rebasa las 200 páginas exclusivamente para el desarrollo de la historieta narrada. Al finalizar éstas, se presentan al menos 10 cuartillitas extra dedicadas a secciones diversas, más tres o cuatro de comerciales.

El formato de los libros semanales es precisamente el de un libro pequeño: 14.5 por 11 cm. En el lomo aparece el título de la obra, el número de serie y la casa editorial.

Las imágenes de las portadas (generalmente dramáticas o provocativas) son las únicas que se imprimen a colores. El contenido viene en sepia, o por decirlo de otra manera, en blanco y negro.

Como si estuviéramos presenciando una teleserie, la primera ilustración al abrir nuestro *Libro Semanal*, nos da un avance de la trama, sintetizando en un cuadro los significados que dan origen al título de la novela.

En las primeras cuatro o cinco páginas —siguiendo con la típica estructura de las teleseries— se nos introduce simultáneamente a la obra, mientras se dan créditos a quienes les debemos el placer: director general, subdirector; argumentista; autor del dibujo; director artístico....

Presenta no más de dos cuadros por página, pero de preferencia sólo uno. Sobresalen los primeros planos (enfoque a rostros o detalles) y los planos medios (la cámara corta en la cintura de los personajes), aunque no se excluyen escenas en plano general.

La constante en los cuadros es mostrar rostros expresivos y cuerpos, especialmente cuerpos de mujeres (todas jóvenes y exuberantes).

El componente lingüístico

Si por simple curiosidad leemos un libro semanal omitiendo los diálogos de los personajes, es decir, los textos que se escriben en “globos” o “balloons”, veremos con sorpresa que no se pierde la secuencia de la trama: el grueso de la historia lo cuenta el narrador a través de los cuadros al margen de las viñetas, y las conversaciones entre los protagonistas sólo vienen a reforzar el sentido de la narración.

SEDUCTOR DE CASADAS

PROHIBIDA LA REPRODUCCION
TOTAL O PARCIAL DE ESTA
REVISTA.



SU TALENTO CREATIVO Y SU ORIGINALIDAD,
LE HABIAN COSECHADO NO SOLAMENTE TRIUNFOS
PROFESIONALES, TAMBIEN ECONOMICOS.



SU PROGRESO HABIA
SIDO NOTABLE.

PRONTO PODRE COM-
PRARME UN COCHECITO.



IRENE QUIERE UN COM-
PROMISO DE MATRIMONIO Y
YO...CREO QUE NO ME CASA-
RE NUNCA.



85

PREFIERO DEVOTER A
LAS EMPRESAS GRANDES Y
INDIVIDUOS CON MAS
INTERESES.



Por lo general, el lenguaje que usan los argumentistas es mesurado, sin altisonancias. Cuando la historia lo hace necesario, se utilizan los convencionales signos * & \$ % !, cosa que no es demasiado frecuente, incluso podríamos afirmar que el lenguaje empleado es más bien refinado en el contexto de los casos que se cuentan.

Leves pistas para un análisis de contenido

Sin la pretensión de que estas líneas se tomen como el producto de un análisis sistemático sobre el contenido de *El Libro Semanal*, enunciaremos detalles relevantes y constantes encontradas en la publicación, que sugieren caminos para realizar un interesante análisis de contenido.

Los personajes

Las mujeres de *El Libro Semanal* son más bien jóvenes, están en la edad de las pasiones amorosas: de 20 a 30 años. Esto no lo afirmo partiendo de alguna categoría conocida, sino de lo constante en esta historieta (revisé en total 50 títulos).

Ellas son, la mayoría de las veces, bellas y exuberantes (como de cuento), rostros de facciones finas y ojos grandes. Predominan las rubias. Los vestidos, cuando no cortos, sí ajustados y con amplio escote; pero siempre acentuando las cualidades físicas de sus portadoras.

Ellos también son jóvenes y apuestos, y cuando juegan un papel importante, tienen el aspecto maduro y atractivo de un hombre de treinta años. El traje y la corbata les son casi naturales.

Los hombres mayores o son vividores, o son protectores que llegan en el mejor momento a la vida de una mujer.

Jean Franco en su artículo "Quiénes quieren lo que las mujeres realmente quieren"⁵ dice: "el hombre ideal en la novela semanal (*El Libro Semanal*), es el joven profesional o trabajador joven, en quien confiar para formar una familia nuclear, en la cual la esposa también saldrá a trabajar".

Los escenarios

Departamentos lujosos, o al menos acogedores; hoteles lujosos; restaurantes lujosos; viajes -al extranjero- para olvidar, o para encontrarse con el amante. Dinero no falta. Las prendas íntimas también son finas.

MARIBEL DORMÍA TRANQUILAMENTE Y FUE DESPERTADA POR UN TOGLIDO SUAVE EN LA VENTANA.



SIN HACER RUIDO SALIÓ DE LA CAMA Y DEL CUARTO Y BAJO LA ESCALERA. UNA RAYA DE LUZ SE DIBUJABA BAJO LA PUERTA DE LA HABITACION DE MARIBEL.



ALGUN DÍA...
ALGUN DÍA LEON
SERÁ MÍO.



NO ESPERABA VER UN ESPECTÁCULO SEMEJANTE, EN LA QUE FUERA LA PROTAGONISTA A LA QUE CREÍA VIRGINAL: MARIBEL.



POR PRIMERA VEZ EN SU VIDA, SINTIÓ CELOS... ¡DE SU HIJASTRA!



Los temas

En lo que habría que poner mayor atención es en la temática y en la forma de abordarla. El 89% de los lectores entrevistados dijo gustar más de las "historias" de *El Libro Semanal*, que de los "dibujos" o ilustraciones.

Solamente como una pista para ubicarse en la temática recurrente de *El Libro Semanal*, a continuación enlisto los títulos de 50 libros semanales, tomados de un período de dos años de la publicación. La lista permitirá también observar la frecuencia de algunos tópicos, aun cuando sea arriesgado inferirlo solamente de los títulos.

| No. del Libro | Título |
|---------------|---------------------------------|
| 1579 | El play boy |
| 1604 | Matrimonio en peligro |
| 1617 | El secreto de la hermosa Liú |
| 1618 | Pervertidora de su hija |
| 1619 | Por culpa de esa mujer |
| 1620 | Entre la ahijada y el padrino |
| 1621 | El burlador de su honra |
| 1623 | Una madre pecadora |
| 1624 | Viuda, sola y desamparada |
| 1625 | En la hoguera del deseo |
| 1627 | Nunca me quisiste |
| 1628 | Histeria de mujer |
| 1629 | Escandaloso divorcio |
| 1630 | La traición de su mejor amigo |
| 1631 | La tortura de perderte |
| 1632 | La Puritana |
| 1633 | Ese hijo no es mío |
| 1635 | La fiebre del deseo |
| 1636 | No dejaré que nos separen |
| 1637 | Viuda pecadora |
| 1638 | Hijo de padre desconocido |
| 1646 | Tirana de su hogar |
| 1647 | Sojuzgado |
| 1648 | La destructora de mi matrimonio |
| 1650 | Los infieles |
| 1651 | Casquivana |
| 1652 | Mala hembra |
| 1653 | Quiero a tu marido |



TAMBIÉN A ÉL LE HABÍA COSTADO DECIDIRSE, PERO AL FIN EL AMOR LES DIO FUERZAS.



| | |
|------|---------------------------------|
| 1654 | Coqueta, vanidosa y descarriada |
| 1655 | Casada y casi fiel |
| 1656 | Dominado por su hermana |
| 1657 | El ejecutivo |
| 1658 | Plenitud pasional |
| 1659 | Con cuántos me engañas |
| 1660 | El dinero nos perdió |
| 1661 | La amante fiel |
| 1663 | Hijo de laboratorio |
| 1664 | La esposa de mi hijo |
| 1665 | De aventura en aventura |
| 1666 | Los hombres también sufren |
| 1667 | La ambiciosa |
| 1668 | Vidas licenciosas |
| 1669 | La seducción |
| 1671 | Celos turbulentos |
| 1672 | La tentación llegó a casa |
| 1673 | Hombres irresponsables |
| 1674 | Seductor de casadas |
| 1675 | Las divorciadas |
| 1680 | No me ataré a ti |
| 1692 | Deja a tu marido |

Los títulos son sugerentes y permiten encontrar constantes temáticas: infidelidad, pasión, traición, engaño. Pero hay que entrar en los textos. El título crea expectativas que no siempre se cumplen. En “*Ese hijo no es mío*” (no. 1633) y en “*Tirana de su hogar*” (no. 1646), por ejemplo, los títulos y las imágenes de portadas señalan como culpables a quienes en realidad son víctimas en el desarrollo de la historia. Por otra parte, al finalizar el drama o la tragedia, se ofrece una especie de moraleja, que en la mayoría de los casos no es ni necesaria para entender la historia, ni corresponde al desarrollo de la misma. Estas moralejas también invierten la responsabilidad que cada personaje venía mostrando en toda la trama:

En *Tirana de su hogar*, Otilia es una mujer dominante, obstinada. Gerardo planta a Malena para casarse con Otilia. Después de 20 años de matrimonio, aparece la intrusa. Gerardo le grita indignado a Otilia “¡Es mentira que ande yo con ella!”. Pero previene a la muchacha: “Tendrás que irte del despacho” (ya nos cacharon). Otilia aparece cada vez más histérica y dominante en la novela. Gerardo es amenazado por los hermanos de la amante (quien tiene apenas la edad de

su hija mayor) y reclama a Otilia por haberles avisado. "Pero ya me hartaste.... y me divorciaré de ti". Otilia, descorazonada, trata de suicidarse, y Gerardo, arrepentido, regresa a su lado.

Moraleja:

La comprensión y la ayuda mutua son prueba de amor. En la pareja nunca debe existir la desconfianza ni la intolerancia, es importante mostrarse afectuosa, para que así marchen bien las relaciones conyugales.

Jean Franco, en su artículo ya citado, ejemplifica cómo en las moralejas "no hay ninguna lógica narrativa, que podría de alguna manera hacer que esta conclusión siga de manera natural a los eventos" (...) "Con frecuencia —añade— esta moraleja y este final son tan arbitrarios con relación a la secuencia de eventos, que hacen destacar la naturaleza arbitraria de todas las narrativas".⁶

El contenido de los libros semanales merece toda nuestra atención, sin embargo, sólo ha sido materia indirecta para este artículo, al haber despertado la inquietud de conocer por qué la gente gusta de historietas como *El Libro Semanal*.

Más allá de la novela

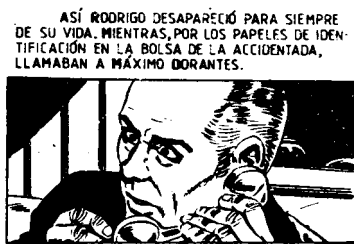
El Libro Semanal no termina con el final del argumento de cada número (sea éste feliz o trágico). Enseguida vienen las secciones en donde se dan consejos y se hace participar a los lectores.

Cómo conocerlo, Cómo no subir de peso, Adquiere tu propia personalidad, son sugerencias que se nos hacen en una sección cuyo título depende del consejo.

LO QUE DICTAN LAS ESTRELLAS, es nuestro horóscopo semanal; o mejor dicho, el horóscopo de "ellas", ya que el astrólogo supone lectores femeninos: "Te sentirás atraída por un hombre mucho mayor que tú. Deja que el tiempo aclare las cosas, Capricornio". Un aspecto significativo, es que casi todos los horóscopos hacen referencia exclusivamente a nuestro lado sentimental.

AVES SIN NIDO es una de las secciones de correspondencia: "Si anhelas encontrar un amigo, un amor, un afecto, escribe a *AVES SIN NIDO*". Se publican de tres a seis cartitas por semana, y es interesante constatar a través de ellas, que los lectores son hombres y mujeres: En una muestra de 20 libros semanales (de números seriados) sumé 37 cartas de mujeres y 35 de hombres. Si bien esto no da la certeza

EL LIBRO
Semanal
 PRESENTA:
¡LOS INFIELES!



de la proporción de público masculino con que cuenta *El Libro Semanal*, sí despierta interrogantes.

Las direcciones de las "Aves sin nido" son de diferentes estados del país, e incluso de El Paso, Texas. Permítaseme ilustrar el tono de la correspondencia.

Quisiera conocer chicos de veinte años en adelante, de corazón humilde, sinceros, comprensivos y sin vicios, que no acostumbre jugar con los sentimientos de una mujer que confía en ellos....

Deseo conocer a alguna chica seria que me pueda comprender y que también necesite a alguien que sepa comprenderla. Tengo veintiseis años de edad y trabajo de agente de ventas. Mis fines son matrimoniales.

CORAZONES DESVALIDOS, es otra sección que invita al público a participar: "*El desahogo de las penas es un alivio. Narra tus penas a CORAZONES DESVALIDOS de El Libro Semanal*".

Las cartas de los "corazones desvalidos" se publican, ignoro si con previas adaptaciones, pero sospecho que sí, ya que en todos los ejemplares que revisé las cartas conservan un mismo estilo. Al parecer no se trata de dar consejos para resolver esos sufrimientos, sino de que el caso que se cuenta sea, por sí mismo, un consuelo y una enseñanza: "a todos nos puede pasar esto".

En el texto de identificación y certificación de *El Libro Semanal* se anota: *Los hechos y personajes de las historias son ficticios, cualquier semejanza con la vida real sería una simple coincidencia.* Me atrevo a pensar que cualquier semejanza con la vida real tendrá que ver con "Corazones Desvalidos".

Hay dos secciones más: una de servicio social, en la cual se exponen —también a manera de confidencias— casos de jóvenes alcohólicos o drogadictos, que han logrado recuperarse con el apoyo de los grupos de integración juvenil o de A.A.

La última sección es también importante. Se trata de *AMORES Y AMANTES CELEBRES*. Por ella nos inmiscuimos en historias como las de "*FRINE: la mujer más sensual de Grecia*" "*El Sahriyar y su esclava Sharazada*", o "*Bárbara Hutton: ¿devoradora de hombres?*".

La selección de estos amores "célebres", también puede decir algo para un futuro análisis de contenido de *El Libro Semanal*.

Finalmente, es necesario enfatizar dos datos fundamentales: el tiraje y la antigüedad de *El Libro Semanal*.



LEONOR, EN SU ENSIMISMAMIENTO NO SE DIO CUENTA DEL TIEMPO QUE HABÍA PASADO.



ESTABAN A LAS PUERTAS DE UN MOTEL DE LAS AFUERAS DE LA CIUDAD.



SE SINTIÓ TAN OFENDIDA QUE LE PLANTÓ UNA BOFETADA, QUE ESTALLO EN EL ROSTRO DE GUILLERMO.





Irene Herner en MITOS Y MONITOS (1979:126) reportó como tiraje de *El Libro Semanal* un dato publicado en la Revista del Consumidor en 1976: Un millón ochocientos mil ejemplares mensuales.

Actualmente, el Directorio de Medios Publicitarios da la cifra de 5 600,000 ejemplares por mes; esto es, un millón cuatrocientos mil semanales. Aun cuando se tratara de cifras “infladas” —en vista de que los Directorios de Medios Publicitarios presentan los datos que ofrecen los editores, y éstos se anuncian para vender sus espacios destinados a la publicidad— los investigadores deberíamos prestar mayor atención a estas populares lecturas mexicanas. Con respecto a la antigüedad, veinte años no son nada, dice la canción, pero *El Libro Semanal* tiene ya casi 35 años de existencia.

Cómo clasificar una historieta

¿Qué clase de historieta es *El Libro Semanal*? ¿Cuántos comics como éste consume el público mexicano?

De acuerdo con Paco Ignacio Taibo II, hay distintos “géneros” de historieta: *de testimonio político; de denuncia; de vida cotidiana; de problemática urbana; de historia, de ciencia ficción; policiaco; surrealista; rosa; erótica y pornocómica.*⁷

El CONAPO distingue entre historietas y fotonovelas, y en ambos géneros encuentra los subgéneros: *rosa, roja y pornocómica.*⁸

Para el italiano Luigi Allegri, las historietas pueden ser: *amari-llas, western, de héroes negros; de espionaje; de distintos supermanes; de horror; de argumento erótico, y fotonovelas.*⁹

Finalmente, Irene Herner propone dividir a las historietas en tres grandes grupos: *infantiles y juveniles; melodramáticas y de héroes y supermanes.* Puntualiza, sin embargo, que casi todas las historietas y fotonovelas son melodramáticas (op.cit.:119).

Las clasificaciones que proponen los autores son virtualmente arbitrarias. Sin duda podemos imaginar lo que sería una historieta “de vida cotidiana”, o bien una historieta “rosa”. Pero, ¿podría establecerse una clara identificación de esas etiquetas con los productos concretos del mercado, con los comics que leemos?...En muchos de los casos sí.

En el caso de *El Libro Semanal*, estoy segura de que no se trata de una historieta ni “rosa”, ni “pornocómica” (pensando solamente en lo que sugieren tales denominaciones). Quizás sería de “vida cotidiana”, pero esto significaría reducir la vida cotidiana a las historias

sentimentales cotidianas que narra *El Libro Semanal*. Sí caería, por supuesto, en el grupo de historietas que Irene Herner llama “melodramáticas”, con una reserva: lo melodramático puede, a su vez, ser clasificado, subdividido.

Por tratarse de una publicación tan leída (5 600,000 ejemplares al mes, más el reciclaje), y por ser además un buen ejemplo de tantas historietas que leemos los mexicanos, vale la pena proponer una clasificación *ad hoc*, que sirva como punto de partida para el análisis de historietas típicamente mexicanas.

Yo denominaría a *El Libro Semanal* una *historieta sentimental*.

LA HISTORIETA SENTIMENTAL podría incluir a todos aquellos comics que operan con la lógica del melodrama y de la tragedia de tipo amoroso.

Melodrama y tragedia, elementos clave.

Los orígenes del *melodrama* se remontan al siglo XVIII: En Francia e Inglaterra —principalmente— surge un tipo de espectáculo popular parecido al teatro, pero con los rasgos y modos de la *feria*.... Por otra parte, vemos que el melodrama de 1800 —según cuenta Jesús Martín Barbero— estuvo ligado a la Revolución Francesa: “a la transformación de la canalla, del populacho en pueblo y a la escenografía de esa transformación (...)”. Las pasiones políticas despertadas y las terribles escenas vividas durante la revolución, exaltaron la imaginación y exacerbaron la sensibilidad de unas masas populares que pudieron al fin darse el gusto de poner en escena sus emociones ... (Martín Barbero, 1987b:124).

No me detendré, sin embargo, a detallar la evolución del melodrama, que hoy día muestra otras facetas; pero claramente podemos ver en la referencia anterior, que el melodrama ha sido desde su origen “espejo de una conciencia colectiva”,¹⁰ y ha derivado de la cultura popular.

Jesús Martín Barbero nos habla de la esencia moral, ética, del melodrama:

Aquí nada de psicología, de estructura psicológica de los personajes, sólo relaciones primarias y sus signos: el Padre, la Hija, la Obediencia, el Deber, la Traición, la Justicia, la Piedad. Y una articulación exacta, elemental entre conflicto y dramaturgia, entre acción y lenguaje. De manera que las aventuras, las peripecias y los golpes teatrales no son expresión de una exigencia moral. Y al fondo, como esquema que contiene el secreto de toda la aventura, y sus mil complicaciones, *la estructu-*

ra familiar en cuanto estructura de las fidelidades primordiales. De ahí que el drama, todo el peso del drama, resida precisamente en que sean esas fidelidades el origen, la causa del suplicio; es decir, de la trama que va del des-conocimiento al re-conocimiento de la identidad de la víctima. El momento del clímax, es “ese instante en el que la moral se impone y se hacer reconocer”. El melodrama puro, afirma P. Brooks, no es más que “el drama del reconocimiento”. De ahí que todas las acciones y todas las pasiones alimenten y se nutran de una sola y misma lucha contras las apariencias, contra los maleficios, contra todo lo que oculta y disfraza, una lucha por hacerse reconocer... (*op. cit.*:71).

Jesús Martín Barbero se refiere al melodrama desde las matrices culturales europeas. No obstante, podemos reconocer —pensando en lo que en México conocemos como melodrama— que hay alguna congruencia entre los conceptos dados por el autor citado y la lógica de los libros semanales: “La estructura familiar en cuanto estructura de las fidelidades primordiales....” y la traición, la infidelidad, el engaño como elementos que vienen a romper con esa estructura....

En un interesante documento de investigación de la empresa TELEVISIA (“Hacia el uso social de la televisión”), encontré definiciones que rigen la producción de las telenovelas (melodramas televisivos), y que bien ilustran aquello a lo que me he referido al hablar de la historieta sentimental, como operante bajo la lógica del melodrama:

....El melodrama es un género “emotivo” que enfrenta conductas (morales), hace énfasis en la anécdota y produce una identificación entre ciertos personajes y el mismo público.... El desarrollo de una acción melodramática hace que el público reciba una conclusión o moraleja. Esta conclusión puede ser explícita o implícita dentro del desarrollo de la trama que se deriva del enfrentamiento de las conductas (TELEVISIA, 1981).

Si bien son perspectivas muy distintas las de Martín Barbero (teórico) y las de TELEVISIA (pragmáticos), al abordar la conceptualización del melodrama, parecen estar de acuerdo al menos en que se trata de una narración emotiva, que lleva al público a la identificación (reconocimiento) y ofrece una carga moral. Martín Barbero apunta además dos elementos fundamentales en el melodrama: Por una parte, es un relato sin temporalidad previsible: se sabe cuando empieza, pero no cuando acabará; es —por otra parte— un género en “donde el autor, lector y personajes intercambian constantemente de posición, intercambio que es confusión entre relato y vida, entre lo que hace el

actor y lo que le pasa al espectador...”(1987b:246), pues el melodrama se enchufa a la vida cotidiana, como algo de lo que está constituida y, como ella, vive del tiempo de la recurrencia y de la anacronía....(Martín Barbero, 1987a:53).

El *melodrama* es una modalidad del *drama*, y éste —el drama— es hijo de la *tragedia*; por ello veremos que hay elementos —si bien intrínsecos a la tragedia— presentes en ambos géneros.

En la antigua Grecia, la tragedia era —en sus orígenes— la oda al macho cabrío (*Tragós*); oda a la vitalidad sexual propia del cabro. La tragedia, cantos de los griegos en loor del dios Baco... más por designios del tiempo se desvirtúa la fiesta: la tragedia no será más un canto al Tragós.

Lo fatal, lo infausto, lo irremediable serán esencia de la tragedia como representación dramática de la miseria humana: ¡La suerte está echada! ¿Quién será capaz de rebasar su propio destino? ¿Qué es la voluntad del hombre, de qué valen todos sus esfuerzos, ante el capricho de los Dioses?

El actor y el coro, una dicotomía que se traduce en el individuo y la sociedad.

La tragedia se basa siempre en el enfrentamiento entre el actor y el coro. La sociedad te observa: aprueba o se opone a tus actos. ¿Qué será más glorioso para el ser individual: aceptar su destino, o revelarse contra él? ...¡Dioses del Olimpo, decidlo!

La historieta sentimental mexicana —decía— incluiría a todos aquellos comics que operan con la lógica del melodrama y de la tragedia de tipo amoroso.

Por razones de raíz, el melodrama exige un final feliz: *Mele* (del griego) nos habla de lo meloso, de lo empalagoso de un drama llamado melodrama. La tragedia no tiene vuelta de hoja. Según el diccionario Porrúa de la Lengua Española, tragedia es: aquella obra dramática de acción grande, cuyo estilo y tono son elevados y su desenlace capaz de infundir terror y lástima....

Una historia sentimental acentúa una u otra lógica, melodrama o tragedia, o ambas.... y el amor —ese sentimiento trágico, por inevitable, y dramático, por impredecible— como centro de gravedad en torno al cual giran todas las acciones de los personajes de esas historietas.

Entre las historietas mexicanas las que llamo *sentimentales* ocupan un gran porcentaje, pero comparten con el resto de ellas las ca-

racterísticas asombrosas que ha descrito Carlos Monsiváis en sus "Notas sobre Cultura Popular Urbana", que ya he citado.

En síntesis, no se puede negar que en los comics mexicanos, los lectores ratifican sus prejuicios, sus conclusiones fatales, sobre la realidad:

El comic mexicano se relaciona orgánicamente con las vidas de sus lectores, y las portadas de lágrimas y rostros contritos, el humor oprobioso, los magos y monstruos urdidos por un niño desmemoriado de diez años, se vinculan (de la manera posible en la crisis económica permanente), con experiencias cotidianas y creencias colectivas (Monsiváis, op.cit.:78).

¿Por qué se leen tanto las historietas o novelitas sentimentales?

Más allá de estar al alcance del bolsillo (pues son relativamente baratas) y de ser productos "hechos a la medida", para ser consumidos por "las masas enajenadas", ¿qué encuentra el lector en las historietas sentimentales? ¿cómo se genera la adicción a los contenidos melodramáticos, en este caso presentados en comics?

Para conocer el sentir del público, lo mejor es acudir a él.

Partiendo del enfoque teórico de "Usos y Gratificaciones" de la comunicación, y después de familiarizarme con los contenidos de El Libro Semanal, realicé algunas entrevistas y una encuesta a 120 lectores asiduos de esta historieta, con el fin de identificar sus motivaciones.

"Usos y Gratificaciones" supone que la gente se expone a los medios de comunicación, porque obtiene cierta satisfacción para algunas de sus necesidades psicosociales; propone que existen necesidades vinculadas a los medios y, por lo tanto, que los medios cumplen ciertas funciones.

El enfoque ha sido muy criticado, entre otras razones, por conceder demasiada conciencia al consumidor con relación al uso que hace de los medios de comunicación. No obstante, y precisamente porque le da importancia al receptor, resulta valioso como primera aproximación para conocer uno de los polos de los procesos de comunicación.

De acuerdo con las funciones sociales que Katz, Blumler y Gurevitch reconocen a los medios de comunicación: *diversión; relaciones personales; identidad y vigilancia del entorno*,¹¹ acepté como un hecho, en la aplicación de los cuestionarios, que son básicamente cua-

tro las necesidades que encuentran una forma de satisfacción en la asidua lectura de historietas sentimentales (o en la exposición a contenidos del tipo *melodramá-amoroso*):

- * Entretenimiento/evasión;
- * Socialización/aprendizaje;
- * Identificación/catarsis, y
- * Experimentación de emociones.

Al analizar los resultados de la encuesta se concluye que El Libro Semanal es, en primer lugar, una fuente de aprendizaje de conductas afectivas para el lector; es, en segundo lugar, un medio que permite al lector identificarse y desahogar tensiones emocionales, y por último —hablando en términos de intensidad— es un medio que proporciona emociones. Todo esto bajo el pretexto del entretenimiento.

El cuestionario que apliqué incluía preguntas cerradas y semi-abiertas, mediante las cuales intenté “medir” niveles de gratificación o satisfacción a las cuatro necesidades mencionadas. Los resultados, por supuesto, no fueron contundentes, sino estimativos. Pero para el objetivo de este artículo no es necesario profundizar en cuestiones metodológicas, ellas pueden consultarse en el reporte general de la investigación.¹²

El lector de historietas sentimentales busca, principalmente, aprender, conocer las relaciones amorosas de los demás, para tener puntos de referencia y valorar sus propias relaciones sentimentales. “¿Qué tan normales somos?”, podría ser la pregunta inconsciente que se plantean los lectores.

Pero el asiduo lector de historietas sentimentales no sólo quiere aprender en cabeza ajena; también espera encontrar semejanza entre sus vivencias y las de los otros. Quiere saber que los demás tienen los mismos problemas que él.

Y no podría ser de otra manera. Es claro que los editores de El Libro Semanal toman en cuenta los problemas sentimentales de sus lectores para retroalimentar la historieta. Esto puede verse en la estructura del libro, en la cual se da cabida a cartas de los lectores, en donde ellos cuentan casos que suponemos verídicos.

“El desahogo de las penas es un alivio”, dicen los editores. Contar las penas propias (a *Corazones Desvalidos*) o saber sobre las ajenas, son las opciones.

¡Así es la vida!

Historietas como *El Libro Semanal*, tienen la particularidad de romper con el esquema europeo de los príncipes azules y las doncellas que serán rescatadas.

A fuerza de repetirlo una y otra vez (nada más hay que ver los títulos), estos comics terminan por convencernos de que la vida no es una novela rosa, ni siquiera en los cuentos.

Jean Franco, a quien he estado citando porque ella escribió un artículo sobre *El Libro Semanal*, dice:

Con este material de *la vida real*, *El Libro Semanal* reconoce implícitamente la relación cotidiana con la violencia, relación no evitable a través de la creación de estructuras de trama romántica.¹³

La autora sostiene que en *El Libro Semanal* se aborda la socialización de las mujeres; socialización entendida como ingreso a la sociedad; a una sociedad en donde la mujer "moderna" sacrifica el romance, el gozo.

Aceptar la realidad tal cual es (la realidad de los afectos), podría ser una de las gratificaciones que *El Libro Semanal* (y quizás, hablando en general, la historieta sentimental) ofrece a sus lectores.

Los lectores saben que en *El Libro Semanal* los finales no son siempre felices, es más, eso es lo que quieren ver: quieren que se haga justicia, que se castigue a los infieles, a quienes nos engañan. Los lectores disfrutan el fracaso y los castigos que sufren los personajes de la historieta que llevan vidas sentimentales libertinas. Eso es desahogo, catarsis.

A través de *El Libro Semanal*, y de algunos otros contenidos melodramáticos ofrecidos por los medios de comunicación, el lector aprende las conductas afectivas deseables, e identifica las reprobables. El lector de estas historietas no espera la realización de sueños imposibles, mediante la identificación con personajes de éxito. El lector acude a esta historieta (así me lo dijeron), porque ¡así es la vida real!

De Carreño a la historieta sentimental

El Libro Semanal es un manual seriado de educación sentimental; basta echar un vistazo a las secciones que lo componen para pensarlo. Un buen número de los lectores encuestados, dijeron que en *El Libro Semanal* encuentran historias como las de la vida diaria, además de

aceptar que toman de la historieta enseñanzas para su vida sentimental.

A fuerza de enfrentarse una y otra vez con historias que terminan en moralejas, el lector probablemente apropia, sin darse realmente cuenta, modelos o valores manejados por los editores en estos dramas. Sin embargo, ante preguntas explícitas, muchos lectores admitieron que El Libro Semanal les da orientación. No le venden al lector gato por liebre, él sabe lo que está comprando.

Corriendo el riesgo de cambiar el sentido original de las palabras de Monsiviáis, me apropio de una de sus reflexiones referida al cine nacional, pero que pudo haber sido dicha con respecto a las historietas sentimentales:

Los devotos de comedias y melodramas no desean soñar, sino ser más astutos y más desinhibidos, *quieren aprender a sufrir mejor*, averiguar cómo son y cómo se divierten quienes son distintos (op.cit.:40).

....¡Nada fuera de lo común!

Para el lector las situaciones planteadas en El Libro Semanal son lo más normal del mundo.

¿A qué llamo situaciones amorosas *normales* en México, en nuestra cultura latina?Quizás la sabiduría popular podría contestar a esta pregunta: “A las mujeres, ni todo el amor, ni todo el dinero”; “Nos tocan de a siete....”; “Tú eres la catedral, mi amor”....

Ciertamente El Libro Semanal no aplaude situaciones como las insinuadas con esos dichos populares; pero sí muestra repetidamente historias de engaño, infidelidad, venganza y desventuras en la vida amorosa.

Jean Franco ha esbozado hipótesis interesantísimas en torno a los argumentos de El Libro Semanal.

Ella sostiene que esta historieta propone el trabajo (la incorporación a la división internacional del trabajo) como opción emancipatoria para que la mujer se libere de esas situaciones violentas y amargas. El romance no es un escape. El Libro Semanal —dice Jean Franco— “invita a las mujeres a verse como víctimas de una trama, la trama del México que ha heredado su tradición del machismo, y así les ha dañado”.

...Si en vez de reconocerse en la trama como víctimas desamparadas, vuelven su resentimiento en contra de su generación anterior de hombres y se separan de esta influencia, entonces pueden tener la esperan-

za de lograr el éxito. El determinismo de que una generación transmite sus defectos a la siguiente, puede ser trascendido y las mujeres pueden iniciar la vida de nuevo como miembros de la fuerza de trabajo.¹⁴

Aunque tiene coherencia la hipótesis de Jean Franco, me pregunto ¿qué pasa si la lógica de las (o los) lectores no da para esta interpretación? ¿qué pasa si en lugar de volver su resentimiento en contra de la generación de hombres machos, asume la lectora que, efectivamente, la vida es como en *El Libro Semanal*, y que no hay vuelta de hoja?...

Pienso que, a pesar de la posible intención feminista de los editores, diferentes lecturas traerían consecuencias diferentes para el usuario de la historieta, entre las cuales estaría la de aceptar estos valores culturales como algo determinado; en otras palabras, la de reconocerse víctima, pero víctima conforme, ante el mal de muchos... Más aún, no se puede aislar la influencia de *El Libro Semanal* sobre sus lectores, de aquella ejercida por otros medios de comunicación, e incluso por otras instituciones como la familia y la propia escuela.

Aunque *El Libro Semanal* pretendiera —como afirma Jean Franco— hacer ver a la mujer su condición de oprimida por el hombre-macho, y le ofreciera la mejor opción de ser oprimida por un patrón (al ingresar a la sociedad como mujer emancipada) ¿qué resultaría de una combinación *Libro Semanal-Telenovelas varias-tradición familiar-películas de Pedro Infante*?

Como cada quien cita a sus clásicos, cito a Monsiváis:

Escapismo es una palabra moralista y regañadora y carece de sentido hablar de *fuga de la realidad* en las clases populares. El lector (en verdad el espectador) de las historietas no huye de realidad alguna. Se limita a no alejarse de su pasado, su presente y su (previsible) futuro. Recuerda a sus padres y sus amigos, se inmoviliza en las atmósferas del taller o la fábrica o el comercio o la oficina, evoca su infancia y la considera un entrenamiento indispensable para la monotonía actual (1983:80).

Leves dosis de adrenalina

Adulterio, amasiato, divorcio o separación del cónyuge (por razones diversas), son algunas de las situaciones que viven los personajes de *El Libro Semanal*.

Hay lectores que encuentran en la historieta casos semejantes a los propios; pero también hay lectores que sólo pueden aceptar estas

situaciones en los cuentos, no en la vida real y menos en la suya. De tal suerte, para el lector que se identifica con los casos contados, la lectura puede ser una remembranza de su historia personal (actual o pasada), y para el lector curioso, el que quiere saber lo que le pasa a la gente de los cuentos, la experiencia de recrear las situaciones emocionantes en su mente, puede resultar excitante, muy a pesar de que en los argumentos se extreme el sexismo y se fomente la homofobia.

Sin embargo, el lector no busca precisamente excitarse con *El Libro Semanal*: el lector quiere entretenerse; necesita aprender; a veces se identifica y, de paso, se emociona con *El Libro Semanal*. Lo que es más no es la intención de los editores que los lectores se entusiasmen mucho, las moralejas de cada Libro Semanal son la evidencia: las historias de amasiato no terminan bien; el adulterio daña a todos, y nos puede dejar “como al perro del hortelano” (L.S. no. 1745 “Se burló de las dos”); en conclusión:

Para llegar a la verdadera felicidad se debe caminar un sendero de abrojos, de espinas, de sufrimientos; sólo así se aquilatará, de lo contrario se caminará de flor en flor como las mariposas, sin encontrar el verdadero amor....¡Luchemos por él si en verdad nos interesa! (L.S. no. 1637, “Viuda pecadora”).

...“Para entretenerme”, ¡Por supuesto!

¿Por qué lee la gente las historietas sentimentales? ¿Por qué lee El Libro Semanal? Como un acto reflejo, los lectores afirman categóricamente que leen cuentos para entretenerse un rato.

Pero, hablando de medios de diversión o entretenimiento como El Libro Semanal (cuyos contenidos recurrentes, sabidos por demás, predecibles, no aportan algo nuevo cada vez al lector) es necesario preguntarse por qué de todas las opciones accesibles de entretenimiento, el lector escoge ésta. No quiero negar con tal pregunta la posibilidad de que al lector sólo le interese perder un rato el tiempo, ¡sencillamente entretenerse!

Sin embargo el entretenimiento puede ser un buen pretexto para buscar seguridad; para afianzar valores, para convencernos de que todo está bien como está. Lo cierto es que, en general, la gente no busca nuevas experiencias en los medios, sino una repetición y elaboración de sus experiencias pasadas, en las que pueda autoproyectarse más fácilmente.¹⁵

Los productores de estos mensajes (en historietas o en cualquier

otro medio) persiguen fines de lucro, y consecuentemente producirán aquello que pueda ser vendido, aquello que prometa ser aceptado por el consumidor.

Por razones históricas, el mexicano es un potencial consumidor de melodramas. Así pues, la industria de la historieta ofrece al público "lo que pide", y encuentra en la vida misma del público, buena tela de donde cortar: sus valores; sus creencias; sus gustos, impresos en la memoria popular, serán repetidos una y otra vez (en formas distintas), ¡a petición del público!

De lo anterior se derivan importantes problemas de investigación para las áreas de la comunicación y la cultura, pues el círculo de la oferta de los medios y la demanda del público se hace vicioso: la gente vive situaciones dramáticas; los medios reproducen —para entretener— escenas vivenciales de la gente, y ésta reafirma sus valores, sus concepciones de la realidad. ¿Concepciones propias?

¿Cuánto retardan los medios de comunicación el desarrollo cultural de los mexicanos, al ofrecerles siempre más de lo mismo: escenas de la vida cotidiana que, si bien son ciertas y muy ciertas, seguramente —como todo— devendrían más temprano que tarde, si no contarán con la ayuda de los medios?

¿Qué tanta de nuestra melodramática sensibilidad "latina" nos viene en la sangre, y qué tanto hemos aceptado a fuerza de repetición?...

NOTAS

1. Cfr. Herner, Irene, 1979:IX y 133; Granados Chapa, 1983:107; Olvera y Gómez, 1982:17, entre otros.
2. Mier, Raymundo, "El consumo de historietas", UNO MAS UNO, 16/JUL. 1981:22.
3. Arredondo Ramírez, Pablo, "Los Medios de Comunicación en Jalisco", CUADERNOS DE DIFUSION CIENTIFICA no. 3, U.de G.,1985.
4. Cfr. Delhumeau, Antonio, 1973:20.
5. Franco, Jean, "Quiénes quieren lo que las mujeres realmente quieren", en SIEMPRE no. 1746 y 1747, diciembre 1986.
6. *Ibidem*.
7. Taibo II, Paco Ignacio, La JORNADA, 24/Ago.,1985:21. En entrevista: "Bronca pretende que la historieta aborde la realidad sin manipular".
8. CONAPO, Ponencia en la Ciudad de México, 1979.
9. Allegri, Luigi, 1978:65.
10. Cita de Martín Barbero, 1987b:124.
11. Katz, Blumler y Gurevitch, 1982:264.
12. Hernández Ramírez María Elena, "Usos y Gratificaciones de la Historieta Sentimental: El caso de El Libro Semanal", TESIS de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad ITESO, 1988.
13. Franco, Jean, op. cit.
14. *Ibidem*.
15. Algunos teóricos norteamericanos, empezando por Paul Lazarsfeld, realizaron diversos estudios sobre el consumo de las comunicaciones, y llegaron a conclusiones como la mencionada, con respecto al apego del público a sus experiencias personales. Cfr. Lazarsfeld, 1953:343.

BIBLIOGRAFIA

Sobre el comic

- ABELLEYRA Angélica (1986) "En revista porno la gente gasta al mes más de 200 millones de pesos" *La Jornada* (10 de abril) p.25.
- ALLEGRI Luigi (1978) "Historieta y estructura narrativa", en Lutzemberger et al, *Cultura, Comunicación de Masas y Lucha de Clases*, Nueva Imagen, México.
- ARREDONDO RAMIREZ Pablo (1986) *Los medios de comunicación en Jalisco*. Cuaderno de Difusión Científica no. 3, Colección Comunicación, Educación y Sociedad, Universidad de Guadalajara.
- BAUR Elisabeth (1978) *La historieta como experiencia didáctica*. Nueva Imagen, México, 1978.
- BLANCO SANCHEZ Jorge Alfredo (1977) "Análisis literario-semiológico de las publicaciones denominadas mini-revistas, conforme a los esquemas estructurales de Tzvetan Todorov, Propp y la teoría del mito en Radin y Levi-Strauss", *Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, Universidad Iberoamericana.
- BOLAÑOS MARTINEZ Victor Hugo (1983) *Impacto de la revista, la gran prensa y la historieta en la conciencia social*. Ciencia, Cultura y Educación, S.A. de México.
- BRUNORI Vittorio (1980) *Sueños y mitos de la literatura de masas*. Gustavo Gili, Barcelona.
- CALVIMONTES Y CALVIMONTES Jorge (1980) "La misión más fácil

- del agente 007. Análisis crítico de una forma de diversionismo”, en *Revista Mexicana de Comunicación Social*, no. 100, UNAM, México.
- CATO Susana (1987) “Los Monitos al Museo: en Culturas Populares”, *PROCESO*, no. 536, (febrero 9).
- CONAPO (1979) “Programa de análisis de contenido de los mensajes sobre sexualidad en las fotonovelas e historietas para adultos que se consumen en México” Ponencia en *Seminario sobre Sexualidad y Medios de Difusión Colectiva en México*.
- DELHUMEAU Antonio, (1973) “Historia cómica de la tragedia”, en *Revista Mexicana de Sociología*, no. 74 (Comics y Televisión), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM (Octubre-Diciembre).
- DURAN SANCHEZ Marco Antonio (1974) “Análisis de contenido de fotonovelas impresas a colores en México, D.F., en relación a la teoría de las necesidades humanas y a los estudios de psicología del mexicano”. *Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UIA, México*.
- FRANCO Jean “¿Quiénes quieren lo que las mujeres realmente quieren?”, *Revista Siempre*, no. 1746 (diciembre 10).
- “Las hijas de Corán Tullido”, *Revista Siempre* no. 1747 (dic/17, 1986).
- GALLO Miguel Angel *Los comics: un enfoque sociológico*, Quinto Sol, México, sff.
- GRANADOS CHAPA Miguel Angel (1983) “Comics, el medio olvidado”, en *Examen de la comunicación en México*, Editorial El Caballito, México.
- GUBERN Roman (1977) “Los comics en la industria de la imagen”, en *Comunicación y cultura de masas*, Península, Libros de Bolsillo no. 508, Barcelona.
- (1981) *El lenguaje de los comics*, Península, Col. de Bolsillo no. 195, Barcelona.
- GUERRA Georgina (1982) *El comic o la historieta en la enseñanza*, Grijalbo, Barcelona.
- GUTIERREZ VEGA Hugo (1973) “Observaciones sobre el cine, la radio, la televisión y las historietas cómicas”, en *Revista Mexicana*

- na de Sociología*, no. 74 (Comics y Televisión), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM, (Octubre-diciembre).
- HERNER Irene (1979) *Mitos y Monitos*, UNAM-Nueva Imagen, México.
- (1984) *Tarzán: el hombre mito*, Posada, México.
- MALVIDO Adriana (1985) “BRONCA pretende que la historieta aborde la realidad sin manipular”, entrevista con Paco Ignacio Taibo II en *La Jornada* (Agosto 24) p.21.
- MALVIDO Adriana-MARTINEZ ARANA, Teresa, (1984) “La historieta en México: un mundo ancho y ajeno”, en *Casa del Tiempo*, no. 42 Universidad Metropolitana, México, (julio) p.p. 19-21
- MASOTTA Oscar (1982) *La Historieta en el Mundo Moderno*, Paidós-Studio no. 30, Barcelona.
- MATTELART, Armand (1980) *Para leer el Pato Donald*, Nueva Imagen, México.
- MOLINA Silvia (1980) “La trama escondida de la novela policiaca”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, no. 100, UNAM (abril-junio).
- MONSIVAIS Carlos (1983) “Cultura Popular: Reír llorando”, en *Política Cultura del Estado Mexicano*, Centro de Estudios Educativos-SEP, México.
- MONSIVAIS Carlos (1982) et al, *El comic es algo serio* EUFESA Colección Comunicación, México.
- OLVERA Oscar-GOMEZ Pablo (1982) “Industria y consumo del mensaje impreso”, en *Connotaciones*, no. 3 AMIC-Ediciones El Ca-ballito, México.
- ORDUÑA REYES, Roberto (1987) “La cultura impresa, ¿formadora de conciencia social en los jóvenes?”, Ponencia en *VI Reunión Nacional de Investigadores de la Comunicación*, Guadalajara, Jalisco, (Febrero).
- ORTIZ Orlando (1982) et al, “Ideología e historieta”, en *El comic es algo serio*, Ed. EUFESA, México.
- QUIROZ Gustavo (1980) “De la novela policiaca a las series televisivas. El sistema de significación del melodrama”, En *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, no. 100. UNAM (abril-junio) P.P.143-1155.

RIO Eduardo Del, (1984) *La vida de cuadritos (guía incompleta de la historieta)*, Grijalbo, México.

ROCHERIEUX Gerard (1982) "La fotonovela en México. De la semiología a la ideología. Hacia una pedagogía de la desmitificación", Ponencia en *II Reunión Nacional de Investigadores de la Comunicación*, México.

SOTRES MORA Berthae (1973) "La cultura de los comics", en *Revista Mexicana de Sociología*, no. 74 (Comics y Televisión), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM, (octubre-diciembre).

TAIBO II Paco Ignacio (1985) "La historieta adulta, bloqueada por las toneladas de basura del comic mexicano", *Uno más Uno*, (agosto 19) p.19.

VELASCO, Arnulfo Eduardo (1985) *La historieta. Enfoque práctico en relación con la enseñanza*, CRTE-Universidad de Guadalajara, México.

Sobre teoría de Usos y Gratificaciones

BLUMLER & KATZ (eds.) (1974) *The Uses of Mass Communications. (current perspectives on gratifications research)*. SAGE Publications, E.U.A.

KATZ, BLUMLER & GUREVITCH (1982) "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en Moragas Spa, Miquel (comp.) *Sociología de la Comunicación de masas*. Gustavo Gili, Barcelona.

MARTIN BARBERO Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones (Comunicación, cultura y hegemonía)*, Ed. Gustavo Gili, México.

TELEVISIA (1981) "Hacia un uso social de la televisión", Documento interno. Xerox.