

320823

10  
20



**UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MEXICO**

**PLANTEL TLALPAN**

**ESCUELA DE PEDAGOGIA**

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**LA HISTORIETA, EN EL HABITO  
DE LECTURA DEL MINERO  
HIDALGUENSE.**

**TESIS QUE PRESENTA :**  
**MARIA TERESA GABRIELA  
MORALES GONZALEZ**  
PARA OBTENER EL TITULO DE  
**LICENCIADA EN PEDAGOGIA**

ASESOR DE TESIS: MTRA. ANA GRACIELA FERNANDEZ LOMELIN

MEXICO, D. F.

1994

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a las autoridades de la Compañía Real del Monte y Pachuca, las facilidades otorgadas para la realización del presente trabajo.

Quiero reconocer y agradecer la dedicación y participación que tuvieron los profesores: Lic. Carman Pérez Blanquet, Lic. Raquel Hernández, Lic. María Sandra Torres Sánchez, Guadalupe Velázquez; especialmente a la Maestra Ana Graciela Fernández Lomelín, por la orientación, ayuda y consejos para la elaboración del presente trabajo.

Así también a la Universidad del Valle de México; Institución Educativa que me proporcionó los conocimientos generales para mi formación profesional.

A todas aquellas personas que intervinieron directa o indirectamente, les agradezco su valiosa colaboración.

*Con especial cariño y agradecimiento  
dedico el presente trabajo*

*A mis Padres:*

*Sr. Heliodoro Morales Gómez*

*Sra. Alicia González de Morales*

*Por todo su amor y ejemplo de lucha;  
así como su comprensión que me han  
brindado durante toda mi vida, sin  
recompensa alguna.*

*A mis Hermanos:*

*Juan*

*Francisco*

*Jesús*

*por su cariño y ejemplo  
de superación.*

A mi abuelita

Sra. Vicenta Gómez de Morales

( q.e.p.d. ).

Por la dedicación, amor y apoyo  
que me brindó durante su existencia.

A todos mis tíos y familiares por los  
consejos y cariño, y muy especialmente  
a mi tía Marina Morales Gómez; por ser  
un ejemplo para mí de amor, lucha y  
comprensión, ya que he contado incondi-  
cionalmente con su presencia en todo  
momento, gracias tía por tu amor, tiempo  
y comprensión.

A mi esposo César

Por su amor, tiempo y dedicación  
por ser un amigo y un consejero  
Gracias Cariño.

A mis hijos Mary, Gaby  
y el futuro bebé.

Por que son los Seres más  
importantes de mi vida que  
me han dado la fortaleza  
para realizarme como Madre,  
Esposa y Profesionista.

Gracias a todos.

Gabriela Morales G.

# ÍNDICE

PAGINA

## INTRODUCCIÓN

### CAPITULO 1.- LA HISTORIETA Y SUS ORÍGENES.

1.1 ¿QUE ES LA HISTORIETA?.....	1
1.2 ORÍGENES DE LA HISTORIETA.....	2
1.3 LA HISTORIETA EN EL CONTEXTO UNIVERSAL.....	5
1.4 LA HISTORIETA EN MÉXICO.....	8
1.5 LA HISTORIETA COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN MASIVA.....	15
1.6 CARACTERÍSTICAS DE LA HISTORIETA.....	18
1.7 EL LENGUAJE DE LAS HISTORIETAS.....	24

### CAPITULO 2.- EL COMIC COMO ELEMENTO FORMATIVO EN EL HABITO DE LECTURA DEL MEXICANO.

2.1 RETÓRICA, DISCURSO Y ANÁLISIS DE MENSAJES.....	28
2.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA.....	41
2.3 COMUNICACIÓN EDUCATIVA.....	49
2.4 HÁBITOS DE LECTURA EN MÉXICO.....	52

**CAPITULO 3.- ESTUDIO SOBRE EL HABITO DE  
LECTURA DE HISTORIETAS EN EL MINERO  
HIDALGUENSE.**

3.1 JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	59
3.2 OBJETIVOS.....	61
3.3 HIPÓTESIS.....	62
3.4 MARCO CONTEXTUAL Y MUESTRA.....	63
3.5 MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS.....	70
3.6 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	72

**CAPITULO 4.- ANÁLISIS FÍSICO Y DE CONTENIDO  
DE LAS HISTORIETAS MAS REPRESENTATIVAS  
LEÍDAS POR EL MINERO HIDALGUENSE.**

4.1 LIBRO VAQUERO.....	90
4.2 LIBRO POLICIACO.....	98
4.3 SENSACIONAL DE LUCHAS.....	104

**CONCLUSIONES**

**SUGERENCIAS**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXOS**

## INTRODUCCIÓN

Debido a los grandes avances tecnológicos que se han generado en todo el mundo a lo largo de los últimos años, ha propiciado que la población de todas las razas, condiciones sociales y económicas se aboquen a realizar actividades sencillas sin que esto provoque un gran esfuerzo mental.

Por otra parte, las pocas o nulas oportunidades con que cuentan las personas de escasos recursos económicos, los han limitado en la participación de la educación formal, entendiéndose ésta, como: aquellas actividades que se desarrollan dentro del aula escolar.

Conjuntamente, estas dos situaciones, han orillado a que el aprendizaje de ciertos sectores de la población se base en experiencias obtenidas del medio ambiente en el cual se encuentran inmersos y a través de diferentes recursos y medios accesibles por sus costos y contenidos para la gran masa poblacional, como es el caso de la historieta, obligando con esto a tener una visión del mundo muy particular, haciendo uso de ciertos materiales tendenciosos y manipuladores, provocando que el individuo permanezca en una situación de conformismo y más aun, el influjo de estos materiales a las generaciones posteriores.

Así pues, el presente trabajo se desarrolla en cuatro capítulos que se abocan a analizar los orígenes y contenidos que se encuentran inmersos en uno de los materiales de difusión colectiva más popular, económico y de lenguaje sencillo, denominado: la historieta. Así mismo, la ingerencia de los medios masivos de comunicación en la difusión de dicho material.

En el capítulo 1, se expone todo lo relacionado al aspecto formal de la historieta, es decir, las características técnicas de la misma, sus orígenes y su composición en general.

En el capítulo 2, se expone todo lo relacionado al contenido discursivo de dichas publicaciones, así como los elementos técnicos para realizar análisis de mensajes implícitos en las historietas y su vinculación con la comunicación educativa.

En el capítulo 3; se expone un estudio sobre hábitos de lectura en el minero hidalguense, principalmente de la historieta y también se expone en forma general la vida, costumbres y raíces propias del mismo.

En el capítulo 4, se hace referencia al análisis físico y de contenido de las publicaciones más leídas por la población en estudio.

Finalmente, se establecen conclusiones derivadas del estudio, así como sugerencias generales para solucionar la problemática detectada.

Es importante señalar que una de las funciones del pedagogo, es contribuir a la formación de individuos autodidactas, mediante el fomento a la lectura de tipo formativo más que recreativo, ésto se logrará, conociendo los gustos, aficiones e intereses de la población. Así pues, la finalidad del presente trabajo es: proporcionar alternativas de lectura paralelas, que contribuyan a mejorar el lenguaje y ampliar los conocimientos generales de los mineros, con el propósito de que éstos mejoren sus condiciones de vida en pro de si mismos y de su familia, y que no utilicen a la historieta sólo como un elemento más de entretenimiento, ya que ésto los limita en su desarrollo intelectual y social.

## **CAPITULO 1**

# **LA HISTORIETA Y SUS ORÍGENES.**

## 1.1 ¿Qué es la historieta?

La mayoría de las personas tienen una idea general de lo que es la historieta, pero valdría la pena hacer un recorrido breve, consultando algunos autores para definir a la historieta como tal. Dicho lo anterior es conveniente aclarar que es diferente una historieta a una fotonovela: la primera es dibujada y la segunda está construida por medio de fotografías; no es el tema del presente trabajo esta última, sin embargo es conveniente tener claro tal concepto. La historieta ha sido denominada con diferentes vocablos, entre los más comunes se encuentran: comic, tebeos, revista de monitos, tiras cómicas, entre otras.

Elizabeth Baur, utiliza el término historieta y la define como un argumento en el que: "predomina la acción, contada en una secuencia de imágenes y con un repertorio de signos".<sup>1</sup>

Otra definición se obtiene del diccionario de los medios de comunicación de J.B. Fages y dice: " los comics son relatos en imágenes, acompañados o no de texto, publicados en la prensa o álbumes".<sup>2</sup>

Roman Gubern, dice: " El comic es la estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas en los cuales pueden integrarse elementos

---

<sup>1</sup>BAUR, Elizabeth K.- La historieta como experiencia didáctica. Trad. Pablo Klein, ed. Nueva Imagen, México, 1978, p.23.

<sup>2</sup>FAGES, J.B. y PAGRAMOS, C.H.- Diccionario de los medios de comunicación. Fernando Torres editor, Valencia, España, 1978, Sin/página.

de la escritura fonética".<sup>3</sup>

Esta definición se acerca más a lo que es un comic, lo abarca en un sentido estructural y de interrelación con todos los elementos que la conforman, es decir las imágenes y el texto se van presentando al lector en una secuencia progresiva, aunque hay que aclarar que el texto o lenguaje escrito no es algo esencial en la historieta, aspecto que se tratará mas adelante; de hecho existen historietas mudas que configuran un género dentro de la literatura que funciona principalmente a través de la imagen.

Estas definiciones sólo trabajan o definen al comic en sus aspectos formales, pero no es definida en una conceptualización mas amplia en relación a la superestructura ideológica, es decir, a : "las ideas y pensamientos que el hombre elabora para interpretarse así mismo, al mundo, a la sociedad y a las relaciones sociales que se dan en el proceso de producción y de la distribución de los productos creados por el trabajo"<sup>4</sup>, por ende, se debe dar en una perspectiva totalizadora, en donde se considere a la historieta como elemento de comunicación colectiva con el resto de los elementos que componen la superestructura como lo son: la escuela, la familia, la sociedad, etc.

## 1.2 Orígenes de la historieta.

Todos aquellos que han escrito sobre historietas, aceptan que ésta se originó en

---

<sup>3</sup>GUBERN, Roman.- El Lenguaje de los Comics. Editorial Península, Barcelona, España, 1979, p.35.

<sup>4</sup>PÉREZ BLANQUET, Carmen.- La historieta en la educación. Universidad Nacional Autónoma de México, ENEP Aragón, México, 1983, p.5.

los Estados Unidos de América, incluso lo denominaron como se le conoce internacionalmente: "comic". Esto fue durante la era de plenitud del capitalismo, a fines del siglo XIX.

Se atribuye el nacimiento del comic a una necesidad de tipo social: "La industrialización en Estados Unidos de América conlleva a varios fenómenos entre los cuales se encuentran: el claro aumento de la clase obrera, que viene a convertirse en un grupo social; y por otro lado la labor de los sindicatos, ya que las luchas obreras van ampliando las prestaciones que éstas reciben, siendo el tiempo libre la principal".<sup>5</sup>

Con lo anterior se empieza a conformar una población activa con mucho tiempo libre, dando lugar a que ésta buscara diversiones de todo tipo a bajo costo; ésto, "junto con el fenómeno de inmigración (en países como Estados Unidos de América) dieron lugar a la búsqueda por satisfacer este tipo de demanda, con formas de entretenimiento que resultaron aceptables para individuos de escasos recursos".<sup>6</sup>

Otro factor importante que se tomó en cuenta es que, gracias a sus cualidades de bajo costo, se prestaba no sólo para entretener, sino para difundir el lenguaje y la "ideología nacional" que imperaba en ese entonces en los lectores de historietas, adoptándose como un medio de diversión acorde a sus posibilidades económicas y culturales, pero también una lección de civismo y moral que la clase

---

<sup>5</sup>VELASCO, Arnulfo Eduardo.- La historieta, enfoque práctico en relación con la enseñanza. Universidad de Guadalajara (CRTE), edit. CRT, México, 1985, p.16.

<sup>6</sup>Ibid, p.16.

dominante difundía. Esto es un hecho indiscutible durante la era de depresión económica de 1929 en Estados Unidos de América.

Por lo mismo, no se puede atribuir a las tiras cómicas, ni a imágenes religiosas de antepasados, así como revistas ilustradas en Europa, el rango de verdaderos comics, pues en su estructura no poseían los elementos que rigen a éstas publicaciones, ni tampoco se producían en forma periódica.

Así pues en este país de grandes transformaciones (E.U.A.) se origina la historieta de manera industrial como consecuencia de la competencia comercial de dos empresas periodísticas como, el New York World y el New York Journal. En la primera aparece en 1896 el Yellow Kid, creado por Richard Felton Outcult, considerado como el precursor de la historieta; él reunió en esta obra todas las características que se le adjudican al comic y decía que: "...la sencillez gráfica es siempre mas apreciada por los comerciantes quienes temen que la complejidad repela al lector pasivo, que sólo busca entretenimiento".<sup>7</sup>

Esta competencia surgida en Estados Unidos de América por estas dos empresas editoras constituyen un desencadenamiento en la concentración capitalista de la historieta, derivándose algunas consecuencias básicas:

- 1.- amplia difusión del material tanto en Estados Unidos de América como a nivel internacional.
- 2.- una estandarización de los materiales; ésto ubica a la historieta como un medio en que se basa la ideología dominante para unificar criterios.

---

<sup>7</sup>PÉREZ BLANQUET, Carmen.- Op.cit, p.29.

### 1.3 La historieta en el contexto universal.

A continuación se presenta un panorama general sobre la formación de los diferentes géneros de la historieta y su relación con los acontecimientos sociales, políticos y económicos que se dieron en la génesis de la misma, hasta la época actual, tanto en Estados Unidos de América como en México.

La historieta nace en Estados Unidos de América, como un material vinculado directamente a la industria del periodismo; y uno de los primeros géneros que desarrolló fue el cómic; como ejemplo se tiene a: 'Yellow Kid' creado por Richard Felton Outcult, aunque "no poseía el globo para comunicarse, las inscripciones del mensaje se realizaban sobre el camisón amarillo que utilizaba"<sup>8</sup>. Fue una tira cómica en proceso de publicación historietística.

A éste género la siguió "la trama familiar" la cual concentró sus narraciones en personajes y acontecimientos de la vida cotidiana. La "sátira doméstica" fue desarrollada en 1904 por George Mc.Manus, creador de la serie 'Recién casados' y en México se dió 'Lorenzo y Pepita', una de las publicaciones con mayor difusión.

Estas series familiares pretendieron "difundir los valores y costumbres de la clásica familia capitalista, que se estaba generando en Estados Unidos de América, contribuyendo a universalizarlos"<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup>PÉREZ BLANQUET, Carmen.- Op.cit, p.30.

<sup>9</sup>Ibid, p.32.

En 1929 Estados Unidos vivió una de las peores crisis económicas debido a la sobreproducción y al poder adquisitivo de los consumidores muy por debajo de los niveles de producción; así mismo para que la clase en el poder pudiera mantener su status, requería utilizar materiales que le permitieran evitar la toma de conciencia de las clases dominadas.

Bajo tales acontecimientos, surgen en el mercado en los años 30's, las historietas de aventuras; y juegan principalmente el papel de mantener la hegemonía ideológica de la burguesía; estas publicaciones se pueden clasificar de la siguiente manera:

"Exóticas: Tarzán".

"Fantástico-científicas: Flash Gordon".

"Policíacas: Dick Tracy y el Agente secreto X-9".<sup>10</sup>

A finales de ésta década, la trama narrativa se abocó a héroes como Batman y Superman, en Estados Unidos de América. En México se distinguió la clásica historietta mexicana denominada la 'Familia Burrón' creada por Gabriel Vargas en 1938, en donde se soslayan los problemas cotidianos de una sociedad independiente, como lo es México; se puede clasificar a dicha publicación como una revista costumbrista.

Para la siguiente década (1940), el desarrollo del comic tendió hacia un estilo adulto. "La creación de la revista de historietas tuvo una significación particular durante la segunda guerra mundial, cuando fue utilizada como material de

---

<sup>10</sup>Ibid, p.32.

lectura para los soldados"<sup>11</sup>. Después de la guerra, se presentó un nuevo sentido narrativo y una profunda concepción social y humanística.

Años más tarde surgió la creación de Charles Shultz, denominada 'Peanuts' (Charlie Brown). El éxito de tal publicación se debió a dos factores: ..."La habilidad de su autor, para reproducir numerosos errores y fracasos que se recuerdan de la infancia y la identificación personal con Charlie Brown de algunas personas, que tienen fracasos rotundos en todo lo que intentan"<sup>12</sup>.

Posteriormente en 1954, a partir de una fuerte campaña en los medios de comunicación se inició 'la censura en las publicaciones' de historietas; ésto representó una época de receso para el comic estadounidense, pues es evidente en esta época la militarización que se hizo de los personajes, "el agente secreto X-9 dejó de perseguir delincuentes para capturar espías alemanes"<sup>13</sup>.

Para 1968, México sufrió revueltas juveniles en donde el ejército intervino; provocándose la matanza de Tlatelólcó (2 de Octubre de 1968); y uno de los críticos sociales más representativos fue Rius con su publicación titulada 'Los Agachados', en donde expresa la crítica social predominante de aquella época.

A partir de los 80's y hasta la actualidad, lo ideológico definido como: "el modo

---

<sup>11</sup>Ibid, p.35.

<sup>12</sup>VAN PELT, Nancy.- Hijos triunfadores. La formación del carácter y la personalidad. Asociación Publicadora Interamericana, Miami, Florida, E.U.A., 1985, p.31.

<sup>13</sup>PÉREZ BLANQUET, Carmen.- Op.cit, p.35.

de vida vigente en una sociedad determinada<sup>14</sup> se ha proyectado hacia los contenidos de las revistas, es decir las relaciones y soluciones sociales se dan por medio de la violencia y el poder, la avaricia, el amor, los ideales comunes, el interés por algo o por alguien y la alegría relacionada a formas de consumo, son las constantes que se aprecian en las publicaciones actuales. Así mismo, los problemas de alcoholismo, racismo, prostitución, farmacodependencia, son problemas expresados en la trama de las mismas.

Otra característica importante que hay que mencionar, es que muchos de los estereotipos extraídos de la fantasía y también de la vida cotidiana, propuestos por dichas publicaciones, reflejan el modo de comportarse y sobre todo de "ser" en el público lector mayoritario, desprovisto de una identidad propia y de elementos educativos, que le impiden ser crítico-analítico ante tales mensajes.

#### 1.4 La historieta en México.

Al igual que en Estados Unidos de América, en México surgen las historietas debido a las necesidades de tipo social. Como antecedente a la historieta mexicana "se tienen las imágenes impresas que conocieron los naturales de América, se refieren a las estampas religiosas, representadas muchas de ellas por armaduras, santos, vírgenes, demonios, espadas y viruela"<sup>15</sup>, como se aprecia en

---

<sup>14</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Análisis de mensajes. Editorial Ciespal, Quito Ecuador, 1988, p.134.

<sup>15</sup>AURRECOECHEA, Juan Manuel.- Puros Cuentos, La historia de la historieta en México (1874-1934). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, ed. Grijalbo, México, 1988, p.14.

la siguiente ilustración.



Los libros americanos surgieron para cristianizar a los conquistados. Las imágenes antes mencionadas son estructuradas desde la colonia, con brujas, calacas y demás personajes endemoniados, que van a manifestarse en forma aterradora, gustando éstas al pueblo mexicano, pues la combinación de lo atrayente y repulsivo de las mismas, es lo que formará después la peculiar idiosincrasia del pueblo. También durante la colonia surgen como antecedente de la historietica mexicana, las llamadas "hojas volantes (difunden en el pueblo hechos sangrientos, ejecuciones), siendo estas las primeras publicaciones de periodismo sensacionalista".<sup>16</sup>

La inspiración de estas primeras muestras de periodismo sensacionalista son de inspiraciones religiosa-medieval, nacen ante el horror de lo inexplicable, así mismo contienen una moraleja edificante.

---

<sup>16</sup>Ibid, p.14.

Posteriormente durante la evolución de la Nueva España, aparece la "Patria Ilustrada", con el surgimiento de una nueva era en México, definiéndose como una: "Nación y hay que documentarla, crear el sentimiento de identidad nacional"<sup>17</sup>. Los ilustradores de esta época plasmaron en sus gráficos las costumbres, paisajes, fisonomías de un México que, aunque muy rudimentario, iba en proceso de formación. Entre los escritores y pintores de aquella época se puede mencionar a Ignacio Manuel Altamirano y José Tomas de Cuéllar, entre otros.

En 1826 revoluciona el panorama editorial, por lo tanto las publicaciones son totalmente ilustradas por la litografía que introduce en México el italiano Claudio Linati.

"Las revistas ilustradas con litografías se generalizan alrededor de la década de los setentas del siglo XIX en México, y en ellas aparece un lenguaje historicista, ejemplo de esto se tiene la publicación denominada 'México y sus costumbres'. Aquí el dibujante abandona la imagen única y multiplica las viñetas en composiciones donde texto e ilustración forman un discurso narrativo integrado".<sup>18</sup> Del mismo modo, se caricaturizan retratos típicos mexicanos, como puede verse en la siguiente iconografía.

---

<sup>17</sup>Ibid, p.22.

<sup>18</sup>Ibid, p.25.



"Para 1880 las ilustraciones de Catalán Planas que eran obsequiadas en las cajetillas de cigarros de marca 'Buen Tono' volvieron a presentarse en 1903 por el impacto favorable que causó esta publicidad".<sup>19</sup> Precisamente a finales del siglo XIX las publicaciones periodísticas empiezan a especializarse, dirigiéndose a sectores específicos de lectores.

La producción y el desarrollo industrial de la historieta en México van a estar ligados a la industria que se genera en norteamericana; esto se observa al principio por la relación económica que mantienen ambos países, en el que el capitalismo se transformó de libre competencia a monopolio, convirtiéndose éste en el sistema social dominante en México.

Ya en el siglo XX, en los primeros 20 años, los periódicos mexicanos introdujeron en sus suplementos dominicales "tiras cómicas" adquiridas éstas de los sindicatos periodísticos estadounidenses.

El frecuente retraso que había de Estados Unidos de América a México con respecto a éste material dió como resultado que en México se produjese de manera independiente.

---

<sup>19</sup>PÉREZ BLANQUET, Carmen.- Op.cit, p.36.

"En 1921 surge la primera historieta mexicana denominada 'Don Catarino', ilustrada por Salvador Pineda. No obstante que dicha historieta se adaptó a la idiosincrasia mexicana, no dejó de tener influencia norteamericana; otro ejemplo clásico es el denominado: 'Mamerto y sus conciencias', parodia de las comedias familiares más populares que existían en Estados Unidos de América denominada 'Educando a papá'<sup>20</sup>.

Ya para la tercera década del siglo nació la historieta mexicana moderna, esto significó que para 1934 se produjo en México la historieta en serie, dando origen a la era industrial de la historieta en México.

Aquí como en Estados Unidos de América se desarrollan diferentes géneros siendo los principales los siguientes: el infantil, el de aventuras, el dramático sentimental y el de ciencia ficción. Además de estos géneros, en México también se ha desarrollado historieta de crítica social, como la clásica publicación: 'La familia Burron', escrita por Gabriel Vargas en 1938, así también el género de crítica al orden político con 'los Supermachos' y 'los Agachados' de Eduardo Rius.

El estado comienza a intervenir en el empleo de este medio y la Secretaría de Educación Pública (S.E.P.), al igual que las casas editoras particulares, han editado historietas con la finalidad de dar a conocer "a los hombres y mujeres los hechos que enaltecen a la humanidad"<sup>21</sup>, este es el caso de 'México historia de

---

<sup>20</sup>PÉREZ BLANQUET, Carmen.- Op.cit, p.38.

<sup>21</sup>SUAREZ LOZANO, José.- La historieta mexicana. Revista Artes de México, México, 1972, p.12.

un pueblo' coeditada por editorial Nueva Imagen y S.E.P., en 20 tomos ilustrados. Otro caso fue 'Relámpago' realizada por Constantino Ráfago. Esta última publicación reafirma la necesidad del estado de utilizar todos sus organismos ideológicos para mantener la hegemonía necesaria para su existencia.

En México, uno de los géneros más populares y comerciales es el de aventuras y superhéroes; surgen en el país historietas de superhéroes nacionales, que guardan gran similitud con las extranjeras, debido a que México es un país con una economía capitalista que requiere mantener y reforzar muchos de los valores que guardan los países imperialistas como los Estados Unidos de América, uno de estos ejemplos fue la revista 'Kalimán', que alcanzó un tiraje de "ocho millones de ejemplares al mes"<sup>22</sup>. Irene Herner adjudica el gran éxito de esta historieta a la 'labor publicitaria' que se ha hecho de este héroe.

El origen de los superhéroes de aventuras según algunos autores se puede remontar a la 'mitología griega', mientras otros opinan que su origen se encuentra en la novela de folletín, ya que de ella se extraen las características del héroe, como son: valentía, belleza, astucia, etc., en donde además se encuentra la influencia de la filosofía industrialista burguesa, "que llevará en su desarrollo a las visiones caudillistas de la historieta, sostenedoras estas últimas de la tesis acerca del papel de las grandes personalidades en la historia".<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>HERNER, Irene.- Mitos y Monitos: Historietas y Fotonovelas en México. Editorial Nueva Imagen, México, 1979, p.209.

<sup>23</sup>GALLO, Miguel Ángel.- Los comics: un enfoque sociológico. Ediciones Quinto Sol, México, 1982, p.185.

En la actualidad en México aparecen una variedad de historietas que van dirigidas al público varonil y al público femenino, publicadas principalmente por la editorial Ejea, la cual desarrolla toda la serie de 'sensacionales'; enfocadas a poblaciones populares o zonas conurbadas de la ciudad, así como espectáculos que existen para entretenimiento del pueblo; esta gama de historietas remarca muy bien los diferentes estereotipos de personajes mexicanos, extraídos de la vida cotidiana en dónde el público lector goza verse reflejado. Como ejemplo de estos se tiene: al borrachín teporocho de barrio; el clásico 'Juan Camaney', individuo que las puede todas, tanto con las mujeres como con todo lo que se le presente; así como las peripecias que viven los choferes en su recorrido diario por la ciudad y las victorias o derrotas de los luchadores más famosos, creados por el gusto de las mayorías.

Otra editora que trabaja en sus publicaciones el género dramático es la editorial Pirámide cuyas historietas van dirigidas por lo general al público femenino; entre las publicaciones más destacadas de esta casa editora se encuentran: el libro sentimental, el libro semanal y el libro pasional, entre otras.

La editorial Vid tiene como principal representante 'Lo mejor de lágrimas y risas' de Yolanda Vargas Dulche, revista que a partir de 1980 fue reeditada por segunda ocasión, cuyo título original en la primera edición fue 'Lágrimas y Risas'.

La más reciente publicación, titulada 'Archi Cash', presenta una elaboración muy detallada en cuanto a su litografía y es una revista nueva que posee toda una técnica en cuanto a su estructura, siendo Éxitos Europa la editorial.

Con todo esto se llega a la conclusión de que: trátase de cualquier tema, las casas editoras como industria establecida con fines lucrativos, producen diferentes tipos de materiales para obtener un mercado cada vez más amplio en el cual poder distribuir sus productos y tener más público lector consumista a su favor.

Todas las historietas como mercancía necesitan mantener su clientela de lectores, por lo tanto utilizan en su composición estrategias para "captar y mantener" la atención del público, tales como: continuidad de la trama, esto es, no todas las historietas tienen carácter terminal en sus tramas; así pues la revista está conformada por episodios, es decir cuando se encuentra en los momentos culminantes se inicia simultáneamente en la misma revista la continuación de esta historia, es decir, cuando la primera historieta termina, la segunda ya captó la atención del público, o sucede que, aunque se compre un número diferente, la trama continúa, así no se pierde la secuencia de la misma, en el número subsecuente aparece un resumen del anterior y así sucesivamente.

Con lo que respecta a las publicaciones abocadas al género femenino, esta característica es la que predomina, no presentándose en publicaciones tales como el libro vaquero o los sensacionales, dirigidos al público masculino, pues son publicaciones con tramas terminales.

## **1.5 La historieta como elemento de comunicación masiva**

Los medios de comunicación forman parte del mecanismo de reproducción de capital, por lo tanto no se pueden analizar aparte de la economía de una sociedad de consumo dentro del capitalismo.

Dentro de este sistema económico, los medios de comunicación van a influir mediante la publicidad en la circulación de las mercancías, por lo tanto todo empresario dedicado a este menester tenderá a extenderse al mayor público posible, ampliando su campo de acción.

La génesis de los medios de comunicación se encuentra en las fuerzas productivas y las relaciones sociales que se establecen en éstos. Gracias a todo el desarrollo tecnológico que surge, los medios de comunicación se encuentran concentrados en la superestructura ideológica; definiéndose ésta como: "...Organismos que tienen como función definir las ideas y los valores de la clase dominante, con el fin de lograr la hegemonía ideológica que requiere esta clase social para consolidar su permanencia".<sup>24</sup>

De ahí que la historieta como elemento de comunicación masiva ha sido estructurada físicamente y sus argumentos han surgido de los eventos de la colectividad misma, como una forma de demostrar las reacciones y acontecimientos que se producen en la vida cotidiana; esto es un principio dialéctico a que ningún medio de comunicación puede sustraerse.

Como ya se dijo para que la 'revista de monitos' tenga alcances masivos tiene que producirse en forma industrial; al ser un elemento más de mercancía va a estar regido por las leyes económicas, este conjunto de información que se genera día a día va a "guiar la direccionalidad, el control de un país o de una clase social determinada y en donde los mensajes actúan para 'reforzar' y

---

<sup>24</sup>Ibid, p.15.

'funcionalizar' al máximo dicho lugar".<sup>25</sup>

Para la elaboración de una historieta, uno de los factores más importantes es el que se adjudica al trabajador, como productor de la historieta, ya que en principio es contratado por la revista o periódico para la elaboración del mismo, pero con el desarrollo de la industria van apareciendo, sindicatos y éstos serán ahora los que controlarán a los productores de historietas.

A un trabajador independiente le es más difícil vender su producto y está más expuesto a la censura, por lo mismo no tendrá ninguna retribución por su trabajo; así, dentro de una compañía, podrá gozar de ciertas prestaciones y su trabajo estará dirigido por una empresa 'estable'.

En México las condiciones son similares, lo que sucede es que aquí no existen organizaciones de tipo editorial por parte del trabajador para luchar por mejorar sus condiciones laborales.

Los dibujantes están subordinados a las casas editoriales productoras de historietas y éstas aprovechan la gran oferta de trabajadores que existen, pagando el salario mínimo, siendo también mínimas las prestaciones que ofrecen.

En realidad, la única forma de defensa que puede tener el creador de una historieta, es el derecho de autor, ya que originalmente estos derechos

---

<sup>25</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Retórica y Manipulación Masiva. Editorial Ciespal, Quito, Ecuador, 1988, p.17.

pertenece a escritores, creadores de personajes y dibujantes, los cuales pueden comercializar con el producto de su trabajo, cediendo estos derechos a alguna empresa bajo las condiciones que ambas partes establezcan.

Por tanto, la industria de la historieta se inició desde el momento mismo de la libre competencia; permitiendo así su amplia difusión.

## 1.6 Características de la historieta.

Las historietas se forman esencialmente con la integración de dos lenguajes diferentes: el icónico y el verbal. Como ya se mencionó, éste último no es fundamental en las historietas, pero la mayoría de estas la incluyen en su estructura y elaboración. Estos dos mensajes, el icónico y el verbal están integrados en el interior de una viñeta (unidad de montaje en donde se observa toda la acción o trama del comic); el encuadre o viñeta que se observa en el comic es una "delimitación bidimensional del espacio que el pictograma abarca".<sup>26</sup>

La historieta está conformada por viñetas; van secuenciadas y según su encuadre se les denomina de diferentes formas:

---

<sup>26</sup>VELASCO, Arnulfo Eduardo.- Op.cit, p.35.

Primer plano: Acercamiento a una persona, rostro o a un objeto.



Plano medio: Toma de medio cuerpo de los personajes.



Plano de tres cuartos o plano americano: de las rodillas hacia arriba.



Plano general: Toma de conjunto de una persona o lugar.



Por otra parte las historietas adoptan posiciones dentro de sus viñetas, en relación al objeto que se muestra, buscando un efecto psicológico; como ejemplo se tiene la toma "en picado" como una sugerencia al lector de aplastamiento moral de los personajes.



Otra toma : "en contrapicado" que realza y hace imponentes a los personajes.



Otra característica de la historieta es que tiene el poder de manipular las dimensiones del encuadre, así mismo la lectura de la historieta estará delimitada por la costumbre de lectura en cada pueblo; en la cultura occidental sucede que las unidades de montaje se articulan de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, así también la lectura y el seguimiento de la percepción de las mismas.

Existen otros elementos que conforman a las historietas en su composición y estructura, como son los ideogramas, los cuales son objetos o señalamientos que no existen en la realidad. Uno de ellos, el más conocido es el globo, denominado también "ballon" o filacterio, que se define como: "...una nube en la cual va escrito el diálogo de los personajes, con el agregado de un rabillo o delta que apunta el emisor del mensaje".<sup>27</sup>



El "dream ballon" es otro elemento derivado del filacterio, en el que también se localiza encerrando el mensaje, pero con la característica que no utiliza la delta, en cambio utiliza una serie de pequeños círculos, que van en forma progresiva; su intención es la de representar el pensamiento del personaje.

---

<sup>27</sup>VELASCO, Arnulfo Eduardo.- Op.cit, p.41.



manifiesta en cada país, cada cultura debe integrar sus raíces propias, así como su lengua natal y realizar sus propias convenciones atribuyéndolos a su propia idiosincrasia, pero ésto no sucede en la realidad pues son las historietas copia fiel a las norteamericanas.

Otro elemento es la elipsis, en el que se muestran "momentos de una acción determinada, son perspectivas aéreas o lineales y se dan en el pensamiento lógico del lector".<sup>28</sup>



Hay otros signos icónicos ya bastante particulares y conocidos a través del análisis de mensajes, estos son: las "estrellas" empleadas para simbolizar el efecto de un golpe, la velita o el foco, para representar una idea, etc.



---

<sup>28</sup>PÉREZ BLANQUET, Carmen.- Op.cit, p.22.

Es importante conocer todos los aspectos técnicos que conforman un comic, pero no cabe duda que este aparece 'atraer' mas por la imagen que por el texto que lo conforma.

## 1.7 El lenguaje de las historietas.

Una de las cualidades que predominan en la historieta es el lenguaje que utiliza, el cual va a estar fundamentado en los signos icónicos, esto ya ha sido comentado en el subtema anterior; pero resulta conveniente revisarlo desde una perspectiva de análisis de mensajes.

Daniel Prieto Castillo define a estos signos icónicos como: "...algo natural, semejante a la realidad, con sólo ver se entiende lo visto, se ve directamente el tema, se reconoce algo y se relaciona con experiencias anteriores".<sup>29</sup> Por tanto el signo icónico se convierte en la representación gráfica de algún objeto en donde la imagen que capta el lector a través de su percepción, está en constante relación y en el que el objeto puede ser concreto (figurativo) o abstracto (no figurativo).

Daniel Prieto en su libro Elementos para el análisis de mensajes comenta: "...Para lo que al hombre no se le capacita en la educación (familiar o escolar) es para el análisis de mensajes, pues desde pequeños se está expuesto a los mensajes impresos y audiovisuales sin defensa alguna ... al leer sólo quedamos expuestos a observar el entorno pero sin reconocer elementos claves, formales,

---

<sup>29</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Elementos para el análisis de mensajes. Editorial Ciespal, Quito, Ecuador, 1988, p.95.

rechazando todo lo que sea trivial y burdo<sup>30</sup>.

A través de la observación se capta el mensaje, se detecta directamente el entorno, se reconoce y se relaciona con experiencias anteriores, sin que se lleguen a analizar múltiples detalles, éstos podrían enriquecer perceptualmente y así poder rechazar o aceptar lo que la imagen plantea. Obviamente la percepción se logra a través de los sentidos así como el propio movimiento; aquí, en la percepción que se recibe a través de los sentidos existen muchas posibilidades de selección, pero frente a la imagen, se queda limitada la percepción por estar ésta en los límites de un plano.

Aunque el mensaje conlleve una serie de normas y leyes, no siempre el signo icónico va a representar la totalidad de lo expresado; muchas veces es necesario que vaya acompañado de un texto que precise la ambigüedad del dibujo. Para el análisis de mensaje debe haber un aprendizaje de simbología y estructura propias, así como tomar en cuenta la parte axiológica que tenga que ver con los valores de una sociedad para poder ser críticos y convincentes ante la presencia de cualquier mensaje.

Según Roman Gubern la viñeta es: "La representación gráfica del mínimo espacio y/o tiempo significativo, que constituye la unidad de montaje de un comic"<sup>31</sup>; aquí pues, en ésta se observan todas las técnicas y convencionalismos antes descritos. En la historieta no se representa todo el movimiento continuo de una acción, sino únicamente los momentos importantes para la comprensión de

---

<sup>30</sup>Ibid, p.95.

<sup>31</sup>GUBERN, Roman.- Op.cit, p.115.

la narración; sin embargo, la acción no se ve fragmentada, ya que estos momentos que faltan existen en el pensamiento lógico del lector, a esta propiedad del lenguaje historicista se le denomina elipsis, la cual ya ha sido comentada anteriormente.

Con ésto, se aborda pues la parte de estructuración de una historieta, en donde todos y cada uno de los elementos tienen un significado y un sentido en relación tanto al mensaje como al tipo de población a quien se dirige.

## **CAPITULO 2**

# **EL COMIC COMO ELEMENTO FORMATIVO EN EL HABITO DE LECTURA DEL MEXICANO.**

Ya se analizaron las historietas considerando sus aspectos meramente formales, pero en el presente capítulo se tratará de abarcar la estructura misma de sus contenidos; por lo mismo, para llevar a cabo el análisis de historietas que tienen una amplia difusión masiva, como las que a continuación se describirán, es importante conocer las estrategias discursivas contenidas en sus tramas, la retórica que manejan, así como un análisis de mensajes en donde proponen al tipo de población a la cual van dirigidas y aquellos elementos, que invitan al lector a que sea consumidor de las mismas, siendo publicaciones sugestivas para su lectura.

## 2.1 Retórica, Discurso y Análisis de mensajes.

Al hablar de retórica y discurso es remontarse a la antigua Grecia. Esta se relaciona con la actividad de convencer. En tiempos de Sócrates y Platón la actividad de persuadir se ejercía entre los miembros de la élite en el poder y se llevaba a cabo con procedimientos violentos, como el castigo y la tortura hasta la muerte, pero ¿para qué se persuadía?, para que alguien aceptara algo, como verdadero, aunque este algo fuera falso y aun más, aunque se manifestara en contra de sus propios intereses. "Para dominar hay que persuadir"<sup>32</sup>.

Aún en la actualidad, no ha desaparecido la relación dominador-dominante, aunque ya no se ejerza a través de esos procedimientos tan violentos, sino mediante el manejo de la información publicitaria, estableciéndose que "la única

---

<sup>32</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Retórica y manipulación masiva. Editorial Ciespal, Quito Ecuador, 1988, p.13.

fuerza y verdad' es la que promueve el dominador, para eternidad de un sistema.

La persuasión que se ejerce en la actualidad, se manifiesta a niveles diferentes: el más concreto es el que se lleva en la vida cotidiana. La información que se maneja es unidireccional, en la que establece y fomenta la clase en el poder, siendo transmitida para reforzar la forma de vida, quedando dentro de los moldes propuestos y detectados para mantener el buen funcionamiento del sistema. Esto se define, como que cada hombre ocupe su lugar 'convencido', persuadido, de que ése es su lugar frente al mundo.

Otro nivel de persuasión se encuentra en la opinión pública, aunque cabe mencionar que la opinión de las mayorías no trasciende casi nunca a los medios de información, salvo en casos especiales como períodos electorales o movilizaciones populistas (mítines).

Un tercer nivel de persuasión es a través de la imagen internacional. Este se lleva a cabo mediante la retórica (como arte de persuadir en público), aquí se incluyen dos elementos: la verdad como atributo positivo y la falsedad como lo negativo de una clase social en particular, de un pueblo, de un país, aquí es donde se manejan estereotipos ideológicos - culturales que el imperio ha manifestado en todo el mundo.

Para concluir se establece que el manejo de la información en un país o en una clase social conlleva a la direccionalidad de la misma. Si bien es cierto que una persona ocupa un lugar dentro de la sociedad por las relaciones de producción que tiene que desarrollar a través de toda su vida, los mensajes van a actuar para reforzar, mantener y hacer funcionar al máximo dicho lugar.

Así mismo desde pequeños, sobre todo en esta época, se está expuesto sin ninguna defensa a los diferentes mensajes que se reciben, lo importante es ofrecer a la población, especialmente a la infantil, (ya que es la generación en ascenso de un pueblo), elementos formativo-educativos, así como un pensamiento crítico, permitiendo a través de esto, que se realice una actividad participativa y dialógica en la formación que reciban, para promover un cambio de actitud frente a los roles que cumplen en la sociedad. Este aprendizaje debe convertirse en una actividad dialéctica, es decir, que a la información que se reciba se le debe dar una respuesta crítica y no sólo recibirla como espectadores pasivos, que se llenen de información consumista, aprendiendo a usar los medios de comunicación masiva.

La mayoría de éstos tienen implicaciones muy precisas, es decir o se trabaja para vender un producto o alguna idea, o sólo se trabaja con elementos falsos de la realidad, con la finalidad de distraer a la población y alejarla, aunque sea por momentos, de los problemas cotidianos y vitales de una sociedad.

Daniel Prieto Castillo en su libro *Retórica y Manipulación de masas* comenta que: "en todo proceso de comunicación, se juegan tres elementos fundamentales, estos son:

La producción del mensaje.- En donde se destaca la formación social en la que surgen los mensajes, la intencionalidad del emisor, así como el análisis entre mensaje y referente.

La circulación del mensaje.- Aquí se destacan los medios de comunicación a través de los cuales se distribuyen los mensajes, así como el análisis de la oferta

de una sociedad consumista como la nuestra.

El consumo de mensajes.- En donde se analizan principalmente las expectativas de una clase social que consume determinados productos"<sup>33</sup>.

La mayor parte de los mensajes están elaborados con una función persuasiva, es decir: el comunicador que trabaja dentro de la elaboración de mensajes como mercancías para consumirse, utiliza recursos retóricos para atraer al público; estos mensajes consumidos por las mayorías, son elaborados a través de los intereses propios de la clase dominante, con una clara tendencia manipuladora.

Se ha mencionado el tema de la retórica, (como el arte de hablar en público), esta necesidad de expresarse correctamente frente al público, es porque el orador requiere emitir un mensaje que actúe como perceptor; etimológicamente, retórica viene de rétor, que significa orador; más ampliamente es el 'arte de la oratoria'. "La retórica en todo acto de comunicación consiste en una elaboración programada y por tanto no espontánea de un mensaje a fin de que resulte efectivo para persuadir"<sup>34</sup>.

La finalidad del comunicador es conmover, mover pasiones del público receptor, retomando para la elaboración de su discurso, aspectos vivenciales, lugares comunes y hasta refranes; son actos y decisiones que se fundan en estos contextos, en donde toda la gente está de acuerdo. Existen lugares denominados tópicos, que son elementos de la vida cotidiana, formando parte del acervo de

---

<sup>33</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Ibid pp.24-25.

<sup>34</sup>Ibid, p.28.

creencias de toda una sociedad (como la salud, la belleza, el amor, la felicidad, etc.).

Otro elemento representativo de un mensaje es el signo; éste es captado a través de los sentidos y su significado se procesa en la imagen mental que se hace de cualquier objeto elemento de la sociedad. Así pues, no todo mensaje tiene el mismo significado para todos, pues se tiene que el lenguaje retórico que se encuentra en los medios de comunicación colectiva va más a impactar que a informar. Los mensajes están formados por figuras retóricas, las cuales se mencionan a continuación:

**Metáfora.-** Subraya la connotación de un objeto, es más que una simple representación, por ejemplo, la flor es representativa de la belleza, sutileza y frescura, entre otras características.

**Sinécdoque.-** Muestra el todo, a través de una de sus partes, así pues se define como la 'intensificación de los sentidos mediante la selección de una parte de ese todo' (existen partes del cuerpo muy utilizadas en la publicidad como lo son: los ojos, los labios, las piernas de una mujer, etc.).

**Hipérbolo.-** Consiste en el aumento, o disminución de un objeto hasta llegar al límite de su estructura.

**Antítesis.-** Consiste en el enfrentamiento de los polos opuestos, de los extremos; como ejemplo se tiene: el bien contra el mal.

Todos estos elementos o figuras retóricas, son utilizadas en los mensajes, para poner en juego el atributo de algo o de alguien, para atraer la simpatía o el rechazo del público, lo establecido por una imagen no sólo es el objeto en sí, lo más importante es que representa la 'intencionalidad' del emisor, no hay imagen retórica que no esté dentro de un discurso, ni tampoco que no haya sido preparada previamente para impactar al público receptor.

Todos los mensajes por ende, promocionan algo, todo lo que es promocionado proviene de la realidad, pero necesita estar enmarcado dentro de un medio ambiente, como puede ser un paisaje admirado o utilizado por alguien. Así pues, el denominado soporte viene a ser lo que le da sentido a ese algo; los soportes pueden ser: seres vivos, cosas, paisajes de la naturaleza, paisajes urbanos, etc..

Existen soportes privilegiados en los mensajes de difusión masiva y son mensajes en función de ciertos públicos; así se tiene que todo soporte está programado en función de tal o cual público. Estos soportes tiene un modo infinito de presentarse, a estas formas se les denomina variantes, que van desde lo gestual hasta lo postural en los seres humanos y, en los objetos, estas variantes se ubican en su color, su brillo, etc..

Dentro de todo mensaje lo más importante es la variante que posee, pues representará la connotación, es decir la intención que se manifieste en el mensaje: el objeto y su soporte son puramente denotativos, de esta manera la connotación establece el status, el prestigio, la personalidad propia de ese objeto, de esta manera, el comunicador va a utilizar todo el acervo de creencias y costumbres de la vida cotidiana, así como los lugares comunes a las mayorías para darle connotación a su mensaje e impactar al público espectador.

Otra característica muy importante de los mensajes, es que contienen signos verbales, es decir, texto escrito u oral, los cuales actúan para enmarcar e insistir más en el producto. Dentro del discurso de los medios de comunicación, se encuentra el relator impersonal, cuya función es enfatizar o reiterar las acciones expuestas en las imágenes; el texto refuerza la imagen; en todo comunicador que presenta un mensaje, su discurso va a estar en función de las aspiraciones del público receptor, éstas ya han sido previamente programadas a su sensibilidad, las expectativas han sido perfectamente analizadas para impactar.

"Hay un universo dominante de mensajes según la clase social de la que se trate, hay consumismo generalizado de acuerdo también a la clase social, consumo que asegura la supervivencia de aquellas 'especies' de mensajes, las cuales a su vez fortalecen el consumo"<sup>35</sup>

Todo mensaje conlleva una ideología, así la percepción del mundo que dirige determinado grupo social, como un modo de vida propuesto como válido, lleva implícito en su discurso, cánones de conducta y valores superiores, dentro de una sociedad de consumo en donde se expresará la felicidad de toda persona, adquiriendo bebidas embriagantes o supeditada a obtener en el mercado tal o cual producto.

Ya dentro de la lectura de imágenes se encuentra, como elemento clave, la observación. Lo importante es analizar el aspecto connotativo del objeto para saber el significado que en el contexto tienen los vocablos, conforme a un acervo de creencias y en el que se rechazan todos aquellos aspectos ideológicos-

---

<sup>35</sup>Ibid, p.56.

culturales que van en perjuicio de los intereses de quien emite los mensajes y que propician y fomentan ciertos niveles educativos y culturales en el público receptor. Por ejemplo, el fomentar un valor estético de una figura delgada como símbolo de belleza moderna, el cual se traduce en palabras e imágenes de rechazo hacia personas con una figura que no corresponde a estos cánones.

Otra de las estrategias discursivas que utiliza la publicidad es el relato, éste ha sido utilizado desde el principio de la humanidad.

Los relatos reflejan la percepción que de la vida cotidiana se tiene, en los distintos sectores de la población y se define como: "un texto referencial, en el que se presenta un cierto transcurso temporal y una secuencia, entre por lo menos dos atributos de un agente, que consiste en un proceso de transformación de un atributo a otro"<sup>36</sup>.

Existen tres elementos básicos en todo tipo de relato y éstos son: situaciones, ambientes y personajes.

Las situaciones, constituyen el punto del que se parte y el punto en el que se termina, ejemplo: situaciones felices se recuperan o situaciones negativas se solucionan. Con lo que respecta al ambiente, sirve para situar las acciones, constituyendo referencias espaciales y temporales dentro de los cuales se mueven los personajes. En cuanto a éstos, su esencia consiste en lo que se dice de ellos, en lo que se predica.

---

<sup>36</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Análisis de mensajes. Editorial Ciespal, Quito Ecuador, 1988, p.110.

Dentro de todo relato existen personajes previsible e imprevisible. Los primeros se encuentran frecuentemente en los medios de difusión colectiva, están sujetos a un mismo papel, son reiterativos en sus gestos, palabras y acciones; como ejemplo se tiene: el Chavo del Ocho, Charlie Brown, Supermán, etc.. Y los segundos son más allegados a las personas ya que se pueden equivocar, son más auténticos, mueren sin ninguna pose y por lo general son extraídos de la vida cotidiana; como ejemplo se tienen personajes como: el luchador Konan, el futbolista Hugo Sánchez, la cantante Madonna, entre otros, o también madres de familia, choferes, comerciantes, etc.

En la mayoría de los relatos, un personaje que aparece como un ser incompetente es la mujer, pues el hombre es el único ser capaz de resolver cualquier situación, con soluciones positivas o negativas; entendiéndose la competencia como: "Las capacidades que se atribuyen a unos y se les niega a otros"<sup>37</sup>. Resultando siempre el hombre el más apto para manejar cualquier situación, ya sea en el ambiente del saber, en el poder, en el sentir y en muchas destrezas.

Por otro lado, todo relato se centra en relaciones de oposición, así pues, en las historietas que incluyen superhéroes en sus argumentos, los conflictos giran siempre en torno a ataques a la propiedad y amenazas de inmensos poderes tecnológicos; y las soluciones propuestas a tales conflictos van casi siempre por el lado de la violencia, no existiendo espacio para ninguna forma de diálogo; así todos los personajes incluidos en la trama de dichas publicaciones, sean de superhéroes o no, van a actuar por algo; y están encasillados como hedónicos,

---

<sup>37</sup>Ibid, p.11.

pragmáticos o éticos.

Otra característica importante dentro de los cuentos populares es que: "... Lo dañado es siempre lo más esencial de un modo de vida vigente como: el centro del poder, de la certidumbre, de la estabilidad; y la reparación, la vuelta al estado inicial"<sup>38</sup>.

Para resumir, los relatos se inscriben en el discurso político y como tales, tienen una función reformadora o transformadora, ya que en su esencia, generan parejas de contrarios, tales como: "la violencia-restauración y la rebeldía-represión"<sup>39</sup>.

Así, en los relatos pasaron cosas, los personajes vivieron peripecias, conseguirán algo o lo perderán, lograrán algo para otros, renunciarán a algo; manifestándose una congruencia con los objetos y espacios en donde realizaron sus acciones; por tanto, si un personaje está descrito como rey, sus objetos, ambiente y situaciones reflejarán poderío, grandeza, posesión de bienes, dinero, prestigio, etc., en cambio el personaje de mendigo, reflejará en sus objetos y ambiente, pobreza, abandono, promiscuidad, descuido, etc..

Por tanto, la publicidad se vale de muchas estrategias como las que se mencionaron anteriormente y de otras más para 'atracer' y 'conmover' a los espectadores que gustan de ciertos mensajes y sobre todo, cada uno de éstos conlleva en su estructura, elementos claves dirigidos a los diferentes estratos de una sociedad (bajo, medio, alto), en donde la vida cotidiana de cada sector está

---

<sup>38</sup>Ibid, p.118.

<sup>39</sup>Ibid, p.119.

determinada por situaciones y conflictos muy peculiares, siendo retomados por los medios masivos de comunicación, para imponer su ideología y tener más espectadores pasivos que consuman toda la avalancha de mensajes, a los que están expuestos día con día.

Por otra parte Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox, preocupados por el continuo bombardeo de mensajes que reciben las mayorías (desprovistas éstas de elementos críticos), comentan que: " los medios masivos de comunicación no sólo van a reflejar la realidad, sino que incluso producen cultura y ayudan a crear la realidad social"<sup>40</sup>. Así mismo estos medios no sólo suministran información sino que, condicionan las experiencias de la gente; en consecuencia sólo es una minoría la que está enviando ciertos valores selectivos a esta mayoría a través de los medios masivos de comunicación.

Por lo tanto, las imágenes generales del mundo, que las mentes de los hombres albergan son:

- a) Adquiridas de la experiencia, con la naturaleza y la sociedad, por medio de un intercambio activo basado en la comunicación.
- b) Determinantes del propio comportamiento humano.
- c) Influenciadas actualmente por los medios masivos de comunicación que tienden a transmitir a la mayoría, las ideologías que prefiere la minoría.

---

<sup>40</sup>CORTEZ ROCHA, Carmen.- La escuela y los medios de comunicación. Editorial S.E.P. - Caballito, México, 1986, p.66.

Los medios masivos de comunicación reflejan una serie de constantes que día a día se van modificando de acuerdo al contexto social que se vaya generando en un sistema determinado, siendo los siguientes:

a) Los valores con más frecuencia destacados en la mayoría de las imágenes son: la ambición por hacer dinero, el uso de la fuerza bruta y la apelación a la astucia y al engaño.

b) El 100% de los héroes son de nacionalidad extranjera (anglosajones y europeos).

c) En lo relativo, a la clase social, el comportamiento de los protagonistas varía de la siguiente manera: el 75% de los casos, los individuos de clase media desarrollan el papel de héroes y sólo el 15% el de villanos; en cambio, aquellos que pertenecen a las clases bajas caracterizan a villanos en un 45% de los casos y en un 15% a héroes<sup>41</sup>.

Con lo anterior se concluye que: retomando un conjunto compuesto por imágenes de la publicidad de cualesquiera que sea su fuente de emisión se detectan los siguientes elementos como categorías básicas:

\*1)Individualismo.- La creencia de que las necesidades y aspiraciones del individuo predominan sobre las de las comunidades de las cuales él forma parte.

---

<sup>41</sup>Ibid, p. 68.

2)Elitismo.- La creencia de que el orden social natural requiere el predominio de unos pocos, mejor dotados que los demás.

3)Racismo.- La creencia de que la raza blanca caucásica es biológicamente superior a las demás.

4)Materialismo.- La creencia de que las metas más importantes de los seres humanos son la adquisición de la riqueza, la acumulación de bienes materiales, el disfrute de servicios y el logro del bienestar en general.

5)Aventurerismo.- La creencia de que el éxito en la vida del individuo está basado substancialmente en la osadía, el oportunismo, la viveza y la rudeza empleados para obtener ventaja sobre los otros.

6)Conservadurismo.- La creencia de que las estructuras socioeconómicas características de capitalismo constituyen el único orden natural social deseable y que, como tal, debe permanecer indefinidamente inalterado para el bien de todos.

7)Conformismo.- La creencia de que el estado actual de la sociedad debe aceptarse con resignación puesto que está determinado por el destino y por lo tanto es inmutable.

8)Autoderrotismo.- La creencia que tienen algunos miembros de los estratos sociales más bajos de que ellos resultan ser, real, intrínseca y abismalmente inferiores a los de los estratos superiores y dicha inferioridad es irrevocable.

9)Providencialismo.- La creencia de que los miembros no privilegiados de la sociedad no necesitan intentar superar sus desventajas ya que fuerzas externas sobrenaturales intervendrán para hacerles prodigiosamente justicia y concederles felicidad.

10)Agresividad.- La creencia de que la violencia no es necesariamente un recurso ilícito e indeseable para lograr éxito en la vida.

11)Autoritarismo.- La creencia de que el comportamiento humano debe ser controlado verticalmente en el sentido de que los que no tienen poder deben obedecer de manera ciega a quienes lo detentan.

12)Romanticismo.- La creencia de que el amor constituye una solución mágica a los problemas socioeconómicos y culturales que afectan a muchas personas<sup>42</sup>.

Tales categorías básicas se encuentran interrelacionadas en forma estrecha dentro de los mensajes publicitarios, provocando así en el público espectador un impacto tal que las hace capaces de inculcar en éste un 'estilo general de vida' o 'una ideología'.

## 2.2 Medios de comunicación masiva.

En la actualidad el mundo vive una serie de cambios y transformaciones, en donde actúan como elementos primordiales los medios de comunicación masiva

---

<sup>42</sup>Ibid, pp.70-71.

como son: la prensa, radio, cinematógrafo, televisión y la amplia gama de revistas y fotonovelas que se encuentran en los estanquillos de las ciudades, cuya información es transmitida continuamente a la población espectadora y lectora.

La comunicación audiovisual que en la actualidad se vive es complementada con la comunicación lingüística o hablada, la primera constituida por anuncios, carteles, mantas, música, video filmes, etc., y la segunda utiliza las palabras o graffias para darle sentido a las imágenes.

El ser humano va a ser 'rodeado' y 'acechado' por la fusión de ambas, ofreciéndole a éste información variada y otras veces acontecimientos muy lejanos a su realidad y cultura. Toda población de una ciudad o localidad está expuesta, desde que nace hasta que muere, a una serie de signos, señales, símbolos, que después se perciben en letreros, emblemas gráficos, que antes de que el individuo sepa leer y escribir aprende a almacenar en su cerebro una gama infinita de ideogramas, los cuales se agregan con elementos figurativos que aparecen en el interior o exterior de los medios de transporte, muros de casa o negocios, así como anuncios espectaculares.

Actualmente, el mundo vive una cultura de la diversión, y la comunicación colectiva actual es la que va a proporcionar la información o desinformación según le convenga, basándose principalmente en la vertiente afectiva del individuo; así pues, se tiene que cada vez hay más lugares de entretenimiento y diversión. Por otra parte, los medios masivos de comunicación propician que la gente: "permanezca más pasiva, por ejemplo; la gente ya no hace deporte, tiene

la televisión o la radio en donde lo puede ver o escuchar, etc."<sup>43</sup>.

Para la mayoría de los medios de comunicación, lo más importante va a ser no el de informar sino el de impactar o conmover, su función será pues la de difundir principalmente elementos consumistas, trátase de lugares, objetos, productos y eventos de cualquier índole, pues la clase dominante va a establecer el tipo de información necesaria para que el individuo permanezca sólo como un ente pasivo frente a los cambios tecnológicos que se van generando en la comunicación masiva actual.

A continuación se analizará de que forma se manejan los medios de comunicación masiva y cual es su incidencia en el individuo.

En primer término se dice que: los padres de familia son la primera institución social de formación y, posteriormente, la sociedad en general compuesta por diversas instituciones tales como iglesia, escuela, asociaciones civiles, etc., éstos han hecho de los espacios abiertos para la población en general, lugares en donde sólo puedan desbocar su energía sin ocasionar problemas al gobierno de un país. Así mismo, se manejan y controlan los medios de comunicación masiva como lo demuestran la televisión en las caricaturas y los programas de concursos que, aunados a los productos para el consumo en general: "en lugar de despertar el ingenio y la creatividad llegan a ridiculizar con escenas y personajes poco propios para despertar la motivación, alejando cada vez más al individuo de su propia cultura, proporcionándole sólo agresividad y estereotipos de buenos y

---

<sup>43</sup>MORALES BALTAZAR, José Luis. Conductor del Programa Radiofónico 'Feria de Libros', Radio Red, 1110 de A.M. Testimonio verbal obtenido el día 29 de Octubre de 1993. México D.F.

malos<sup>44</sup>.

La radio, otro medio de comunicación masiva, carece de programas instructivos o formativos que le permitan al radioescucha conocer temas de relevantes, o más aún, aprender a escuchar la música; no es extraño ver a niños de tres o cuatro años bailar o cantar como modelos o grupos de cantantes juveniles, los cuales son constantemente promocionados por la radio, televisión y prensa, para que el público los escuche, se comporte, se vista o platique como ellos, ya que los medios de comunicación masiva contribuyen a copiar estereotipos de personas que viven y se comportan diferente a las mayorías.

En relación a la prensa, trátase de periódicos, revistas y novelas comerciales, desde sus inicios y aun en la actualidad, no contemplan espacios abiertos formativos para la niñez ni para la juventud, sólo se concretan a proporcionar acontecimientos alarmistas y noticias que atraigan a la población en general, presentándose así en todos los ámbitos, con suplementos conteniendo información de carácter deportivo, social, financiero-económico y de espectáculos.

Se dice pues, que existen dos factores esenciales en los medios de comunicación masiva, el primero es la representación social del individuo, es decir: el emisor como fuente de información 'crece saber' y por ende decide lo que el ser humano prefiere y puede consumir, según la clase social a la que pertenece y el segundo, es el hecho de que no existe una respuesta participativa o comprometida por

---

<sup>44</sup>DE VIVANCO, Paloma y otros.- Un cuento y una estrategia para la animación a la lectura en los medios masivos de comunicación. Editorial Eureco, México, 1992.

parte del receptor, de esta manera, la comunicación masiva se califica como unidireccional de la fuente al receptor, en donde la primera es la especialista y tiene la autorización económica e ideológica de hablar y transmitir temas que sólo 'halaguen los sentidos' que el hombre posee para relacionarse con su medio, sin importar su procedencia, sus creencias, su cultura ni su propia personalidad.

Por otro lado, se tiene que la naturalización del escándalo y la farándula son constantes en la mayoría de la publicidad cinematográfica, el cine mexicano en cuanto a la construcción de argumentos y tramas, no se queda atrás debido a lo poca recomendables que son éstos, predominando en su programación el cine extranjero, particularmente el anglosajón. Cabe señalar que existen salas cinematográficas dedicadas a exhibir cintas de prestigio reconocido mundialmente, este es el caso de la Cineteca Nacional, cineclubs universitarios y el Instituto Mexicano del Cine. Por lo que corresponde a salas cinematográficas comerciales se abocan a proyectar películas de ínfima calidad histriónica, es decir: con argumentos incoherentes, trillados y superficiales que sólo buscan 'divertir' y entretener a las masas.

Todo el análisis anteriormente expuesto debe ser tomado en cuenta por los agentes de formación de un pueblo, para poder encauzar a los individuos desde la infancia, no sólo al entretenimiento y paso del tiempo libre, sino también para ofrecer alternativas de cambio para que los educandos utilicen los medios audiovisuales como elementos didácticos para su formación y sobre todo para desarrollar sus habilidades, permitiéndoles ser críticos para debatir opinando a lo que continuamente están expuestos.

A partir de los comentarios anteriores, el conocer y hablar de la historieta, como

un medio más de comunicación masiva, lleva a determinar el alcance difusivo que tiene y la forma como impacta en el gusto e interés del público que lee dichas publicaciones; considerándola como un hábito de lectura del mexicano.

Los elementos físicos que conforman la historieta son: un 75% de dibujos y un 25% de texto, con lo cual resulta obvio pensar que las imágenes son la médula central de dichas publicaciones, para el gusto y afición del lector consumista.

En México se leen 'comics', los cuales son considerados como la subliteratura de un pueblo, ya que demuestran violencia, placeres carnales y el consumismo de productos diversos dirigidos a todo tipo de público, sin importar edad, sexo ni tampoco posición social; los planteamientos hechos por estas publicaciones, llevan al lector a cuestionarse sobre problemas existenciales, planteados con una filosofía humorística de la sencillez y de las relaciones humanas y en donde la mayoría de las veces, exageran a los personajes en relación a su físico y a sus habilidades o destrezas motrices e intelectuales, ya sea para favorecer sus atributos o para deteriorarlos.

Por otra parte, es importante analizar la proyección visual y escrita que el autor, dibujante o guionista presentan en éstas; la psicología y las vivencias cotidianas son retomadas de la vida real, y socialmente los comics están más abocados a poblaciones con dificultades para emprender lecturas más complejas, reconociendo que México, dentro de su contexto cultural, la población en general no está capacitada para una lectura por información, sino más bien por recreación, éste es un problema de carácter formativo, pues en el ámbito formal de la educación, no se poseen las herramientas necesarias para adquirir un hábito por la lectura formativa.

Así pues, el emisor de toda esta gama tan versátil de imágenes, va a influir en forma determinante sobre el público receptor y lo hace a través de dos vertientes: la primera de tipo intelectual o cognoscitiva y la segunda de tipo afectiva, actuando sobre aquellos elementos que induzcan a desear o temer algo de la realidad; la manera de influir de estos medios sobre el receptor, será pues con mensajes que funcionen como mercancías de oferta y demanda ya que se encuentran éstas en una constante competencia para tener la adhesión al mercado con más público consumidor a su favor.

Otra forma de influir en el receptor, es el empleo en la estructuración del mensaje de tres elementos básicos en la composición del mismo: "el hedónico, el pragmático y el ético. El primero es para satisfacer alguna necesidad, vgr. el jabón 'X' para bañarse y sentirse como nuevo, utilice perfume 'Y' para llamar la atención; el segundo está programado para obtener un beneficio, aún cuando no resulte eficaz en forma inmediata, vgr. tome 'Z' medicamento para sentirse mejor y, el tercero va en función de los principios y valores que se pretenden mantener en una sociedad, por ejemplo, disfrute de una succulenta comida en el restaurante 'XX'<sup>45</sup>.

Otra función importante de los medios de comunicación masiva es la de unificar opiniones y voluntades, relacionando la vida cotidiana con las diferentes clases sociales; ejemplo de esto, son algunas de las diferentes publicaciones que existen en el mercado mexicano, un ejemplo de esto se puede observar en la tabla I.

---

<sup>45</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Análisis de mensajes. Editorial Ciespal, Quito Ecuador, 1988, p.129.

Las publicaciones que se mencionan en dicha tabla, son algunos ejemplos de mensajes en donde el influenciador quien elabora y proyecta tales discursos, adoptará el rol de padre sabio y conductor, ya que tiene a su alcance todos los elementos formales y materiales para no tener que confrontar la respuesta ni la interpelación de diferentes clases de público cuyas características se definen: como 'pasivos' y 'consumidores'.

TABLA 1

Revista	Público al cual se dirige	Características
Claudia	Femenino	"En esta publicación los mensajes son expresados con sutilezas, los elementos discursivos son empleados con presencia de lo positivo, excluyendo todo lo negativo, aquí no hay sermones ni moralejas.
Lágrimas y Risas	Femenino	En esta publicación se manejan elementos de carácter ético, en donde predomina el 'deber ser' y el 'no debes', con la finalidad de conmovier a mujeres con escasa o nula educación, así pues aquí siempre estará inmersa una moraleja, o una enseñanza" <sup>46</sup> .

<sup>46</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Op.cit, p.68.

### 2.3 Comunicación educativa.

Toda la influencia de la comunicación, expuesta día a día, debe ser encaminada a orientar al sujeto, para que no se destruya su capacidad crítica y creadora, así como para el desarrollo del buen manejo de su instrumento lingüístico, haciéndolo más activo y versátil, ya que el individuo como ente psicosocial, posee dos actitudes: la primera es una actitud socializadora, que tiene que ver con el medio en el que se encuentra y se desarrolla y, la otra, una actitud personalizadora, que viene a conformar todas las características propias del ser humano.

Así mismo, la amplia gama de imágenes que se desarrollan en el movimiento general y constante de la civilización de un pueblo son recibidas y asimiladas por el hombre mismo, el cual está en constante desarrollo y transformación; siendo parte de ese desarrollo la educación formal que se recibe en los centros educativos, así mismo, la gente encargada de impartir instrucción educativa llámense maestros, terapeutas, orientadores, etc., deben cuestionarse de qué manera podrían ayudar en forma sistemática a las mentes infantiles y juveniles sometidas a continuos bombardeos de imágenes y grafías para que puedan reaccionar positivamente en contra de la inseguridad mental que esto ocasiona.

La vida del individuo se encuentra bajo el influjo incesante de la información masiva, así pues, desde la primera infancia los efectos de una serie de signos, señales, letreros, emblemas, son altamente nocivos para el individuo cuando no se tiene cuidado en una asimilación reflexiva, obstruyendo a si mismo su habilidad mental.

Hay que remarcar que, existe una gran diferencia entre el aula escolar y el medio ambiente, pues la información que proyecta cada una de estas no va de acuerdo entre ambas; en la primera, los conocimientos que se reciben muchas veces están desactualizados, estableciéndose una incongruencia entre la practica y la teoría; hay individuos por tanto que no han recibido educación formal y sin embargo, demuestran una habilidad manual y una agilidad mental acorde con el contexto en el cual se desenvuelven y así mismo en forma contraria, existen personas sobresalientes dentro de las aulas educativas que carecen de las habilidades para poner en practica sus conocimientos para mejora de si mismos y del medio ambiente en el cual se desenvuelven.

México, país cuya situación geográfica lo hace estar expuesto con mayor facilidad a infiltraciones ideológicas, principalmente de los Estados Unidos de América, ha traído como consecuencia una "desidentificación cultural y, por ende, el desarraigo creciente del individuo con sus tradiciones y sus costumbres; lo que se traduce en una incomunicación en todos los niveles socioeconómicos y en cierta ineficacia de la educación formal"<sup>47</sup>.

Así pues, el papel de los medios de comunicación masiva es reflejar y reproducir, a través de sus canales de difusión, la situación que se describió anteriormente. Y la clase media de una sociedad es la que sufrirá principalmente el despojo de valores, no encontrando una identidad segura en su entorno.

Lo anteriormente expuesto, es ocasionado por la precaria educación formal que

---

<sup>47</sup>CORTES ROCHA, Carmen.-La escuela y los medios de Comunicación. Ediciones El Caballito, S.E.P. Cultura, México, 1988, p.57.

ha recibido, ya que los contenidos de los programas educativos, carecen de convicciones propias; de esta manera, el individuo perteneciente a este estrato social, el cual va en ascenso en un país como lo es México, finca sus convicciones, valores y visión del mundo en lo material; la preocupación de éste hombre será solo el reconocimiento externo, formándose un individuo "...objetivamente débil, impedido en la raíz de ser autor de nada y de nadie"<sup>48</sup>.

Este hombre estará guiado y manipulado por mensajes muy implícitos que recibirá de los canales de difusión, que lo llevarán a desconocer o peor aun, a ignorar las raíces que le precedieron.

Por lo tanto, la educación formal dentro del aula escolar, ha sido y seguirá siendo menos eficaz frente a la penetración incesante de los medios de comunicación masiva, y éstos serán los que verdaderamente guen al individuo a obtener su propia personalidad, mientras que los contenidos educativos no se reformen y se coloquen a la vanguardia de los acontecimientos que se vayan suscitando.

Por otro lado, las imágenes que se muestran en la publicidad en general, son siempre realizadas por adultos, proyectando en estas una visión muy particular y propia del mundo, siendo expuestas a pequeños, sin ninguna reserva posible.

El alumno desde el jardín de párvulos vive día a día una avalancha de imágenes y acontecimientos muy distantes a su desarrollo en general, enfrentándose a toda la influencia de los medios de comunicación masiva y sobre todo la constante lucha de ir al día con los mismos; por tal motivo, es de vital importancia que los

---

<sup>48</sup>Ibid, p.59.

orientadores que rigen la educación de los mismos llámense padres, maestros o tutores deben proporcionar a los infantes elementos críticos y suficientes para ayudarlos, en esta 'situación natural' a la que están expuestos cotidianamente y no les sea algo tan difícil de sobrellevar, sino por el contrario utilizar esta información para un mejor desarrollo humano y social, ya que se ha comprobado que todas las experiencias que se reciben del medio ambiente, aunadas a las que se reciben en el aula escolar forman el carácter y la personalidad misma del individuo, provocando una aceleración de su propio aprendizaje. Debido a que los conocimientos y habilidades que posee, son adquiridos en primera instancia de su familia, del medio ambiente y, posteriormente de la escuela, se hace necesario que ésta debe colocarse a la vanguardia de todos los acontecimientos mundiales que se vayan presentando a lo largo de la existencia humana.

Finalmente, los educadores deben conocer los intereses y aficiones propios de sus alumnos para poder encauzar sus conocimientos hacia una mejor convivencia e interrelación en el aprendizaje, y que el alumno realmente aproveche su estancia en el salón de clases; así mismo, fomentar el gusto por la lectura, como actividad opuesta a la pasividad y consumismo que se recibe de los medios masivos de comunicación como una buena medida para que no se obstruya la imaginación y creatividad del individuo.

## **2.4 Hábitos de lectura en México.**

Antes de comenzar a profundizar sobre los beneficios que conlleva el propiciar la lectura en el individuo desde sus primeros años; se expondrán algunas reflexiones, sobre estudios y estadísticas que llevó a cabo el Consejo Nacional

para la Cultura y las Artes, en un seminario que se realizó en la ciudad de México en el año de 1990 sobre el fenómeno de la lectura.

En aquel entonces se dijo que: "México, contaba con una población total de 80 millones de ciudadanos y que en su totalidad la población estaba alfabetizada, es decir conocía la lecto-escritura y llevaba a cabo las operaciones básicas; pero por otra parte se comentó que esta población aparentemente alfabetizada se consideraba como 'analfabeta funcional', por no conocer el idioma inglés ni tampoco los elementos básicos de la computación. En dicho estudio, de acuerdo a un análisis realizado sobre el número de consultas bibliográficas que se hacían en las bibliotecas públicas mexicanas, que para entonces se contaba con tres mil, eran de 60 millones de consultas"<sup>49</sup>.

Por lo mismo, en México, se ha llevado a cabo una clasificación sobre las personas que tienden a la afición por la lectura, definiéndose como: "lector comprador de libros; lector usuario del servicio bibliotecario que son jóvenes o personas adultas estudiantes que sólo recurren a las bibliotecas a checar y obtener datos específicos; lector estudiante, es aquel que compra libros para la escuela; lector ocasional, es aquella persona que encuentra un libro, lo adquiere y lo lee; lector que no quiere ser lector pero que de alguna manera lo es y, finalmente el lector de comics, cuya población es la más importante en México"<sup>50</sup>.

---

<sup>49</sup>BARRERA, María Luisa.- Programa radiofónico 'escucha' transmitido el día 30 de Agosto de 1993, en el 1110 de AM. Radio Red.

<sup>50</sup>AMANCIO, Gerardo.- El escenario nacional de la lectura. Algunas reflexiones sobre el sujeto lector en México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1990, p.26.

La información estadística anterior sobre el estudio realizado, sirve de pauta para afirmar que, México no es un país con un hábito de lectura arraigado y que la mayoría del aprendizaje que recibe el individuo, se a derivado principalmente de la comunicación audiovisual actual, siendo la causante ésta de que el hombre sólo sea un almacenador de la misma sin tener incidencia sobre tal de manera participativa.

Así pues, el individuo que posee un hábito de lectura, no por recreación sino por formación, ampliará sus conocimientos gráficos, desarrollará más sus capacidades mentales y su creatividad. Lo que el ejercicio es al cuerpo, la lectura es a la mente, por ende la gente que no acostumbra leer se está perdiendo de una actividad cerebral óptima, siendo una persona inactivamente intelectual y, si en algunas personas les cuesta trabajo ejercitar el cuerpo, a otras personas les costará el doble de esfuerzo ejercitar la inteligencia a través de la lectura.

"Los libros más leídos por los mexicanos son: los libros de texto, ya que es el material obligatorio, recordando que el 64% de la población mexicana es menor de 24 años y sólo leen libros para el colegio"<sup>51</sup>.

Por otra parte, se observa que algunos mexicanos se interesan también por la lectura de novelas, ya que en la actualidad su orientación de la misma, gira en torno a la política y a la historia como una incesante búsqueda de identidad nacional.

También se detecta que un gran número de personas son lectoras de

---

<sup>51</sup>BARRERA, María Luisa.- Op.cit.

publicaciones de superación personal y de libros esotéricos.

En lo que corresponde a las casas editoras, el 60% de los títulos que proporcionan son libros de texto y que sólo el 40% se abocan a la obra literaria en general (literatura, ciencias, humanidades) ya que éstos no son productos de primera necesidad dentro de las editoriales; en México un tiraje importante de libros es de sólo 10 000 ejemplares, mientras que en otros países como Estados Unidos o Inglaterra el tiraje es de 50 a 100 mil ejemplares. "En España existen 12 000 puntos estables de ventas de publicaciones y una red de más de 5 000 bibliotecas que cubre a una población de 40 millones de habitantes; en México, cuya población rebasa los 80 millones de habitantes, existen menos de 700 puntos estables, entre librerías, tiendas de autoservicio, supermercados y no más de 3 500 bibliotecas"<sup>52</sup>.

El origen de la falta de lectores en México se manifiesta primeramente en la familia y posteriormente en la escuela ya que: los orientadores educativos llámense padres o maestros carecen de preparación e información sobre lecturas propias para los infantes y los conducen a leer literatura aburrida y compleja para su nivel cognoscitivo, propiciando lecturas por obligación y no por información y formación.

Por otra parte, en México no existe una educación que fomente la lectura ya que existe una alfabetización que sólo decodifica las palabras, pero no llega a fomentar el hábito por la lectura. Así mismo se observa que a nivel superior, los jóvenes que finalizan una carrera queman sus libros como muestra de haber

---

<sup>52</sup>BARRERA, María Luisa.- Op.cit.

culminado sus conocimientos.

En lo que se refiere a la industria, dentro de la capacitación que ofrece a sus empleados, tampoco fomenta el hábito por la lectura, pues si la fomentara, el propio trabajador se autocapacitaría, por ende el hábito por la lectura se debe dar a través de todos los géneros literarios, como la novela, poesía, cuento, etc., y es aquí donde el alumno deberá divertirse y soltar su imaginación, sensaciones, sentimientos e inventiva, así pues: "los programas escolares de enseñanza de literatura funcionarían mucho mejor si se dedicaran más a la lectura que a la historia de la misma, sin memorizar nombres, fechas o títulos y por otra parte, que la literatura se analizara en las escuelas en sentido inverso, es decir comenzando desde lo más reciente hasta lo más antiguo, para que el educando relacione los acontecimientos históricos de un país, con su vida cotidiana"<sup>53</sup>.

Por otra parte, para tener una formación de lector debe tenerse una disciplina en la lectura, dedicándole a ésta tiempos y espacios y no sólo esos pequeños 'ratitos' para leer; este orden por la lectura debe recibirse de la educación que se obtenga de las instituciones sociales.

Con lo anteriormente expuesto es de vital importancia que dichos orientadores y formadores deben obtener dicho gusto por la lectura para después difundir entre sus educandos un hábito por la lectura de información mas que de entretenimiento, ya que una lectura recreativa se le tiene a diario y en cualquier lugar, partiendo del conocimiento de que existen muchas actividades previas a la lectura, como juegos didácticos, rompecabezas, crucigramas, canciones, etc. que

---

<sup>53</sup>Amancio, Gerardo.- Op.cit. p.p.30-31.

se deben enseñar al niño, para despertar en él su creatividad y hacer más sustancial su fantasía, esto fomentará el gusto por la lectura, en donde recibirá información sobre temas acordes a su edad, sus intereses y aficiones; recordando que un niño lector de cuentos infantiles será en el futuro, un hombre lector de libros.

## **CAPITULO 3**

# **ESTUDIO SOBRE EL HABITO DE LECTURA DE HISTORIETAS EN EL MINERO HIDALGUENSE.**

### 3.1 JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Antes de adentrar en el tema sobre la historieta y su influencia en el hábito de lectura del mexicano, se afirma que el "ambiente educa y forma al hombre a través de las relaciones hegemónicas que se establecen en la sociedad"<sup>54</sup>, pero por otra parte el hombre, también crea y establece las posibilidades para la transformación de su ambiente en el cual se desarrolla. En este sentido es de vital importancia que el pedagogo, como agente de formación conozca y analice todas aquellas habilidades, tendencias y valores que los educandos poseen para poderlos encaminar hacia un mejor desarrollo integral.

Muchas de estas habilidades y tendencias de su visión frente al mundo están relacionadas con los subproductos de la filosofía dominante, ya que ésta se encarga de difundir los materiales ideológicos que justifican su situación de privilegio en la sociedad, en el caso específico del presente trabajo, se realizará el análisis de uno de éstos materiales, denominado la historieta, poniendo principal atención en el papel que juega ésta en el hábito de lectura del minero de la compañía Real del Monte y Pachuca.

Se ha observado que por no tener éste una formación educativa ha utilizado al comic y a otros materiales de comunicación masiva como elementos únicos para su instrucción, y por otra parte, con respecto a los valores sociales que el minero posee, muchos de ellos son transmitidos de generación en generación: su forma y tipo de trabajo, su instrucción, su religión, así como sus costumbres, los retoma principalmente de su familia. De esta manera, desde pequeños son introducidos

---

<sup>54</sup>PÉREZ BLANQUET, Carmen.- La historieta en la Educación. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón (UNAM), México, 1983, p.1.

al trabajo para coadyuvar al sustento familiar, abandonando la educación formal a edades tempranas, siendo ésta una situación contradictoria a lo que legalmente se establece en la Constitución, en donde se menciona que: "la educación que imparte el Estado, Federación y Municipios será laica, obligatoria y gratuita".<sup>55</sup> Así todos los niños sin distinción de raza, sexo, o posición social deben asistir a la escuela, pero por la situación económica que viven las clases marginadas día a día y por su falta de recursos, muchas veces es por lo que a la edad de siete u ocho años , incluso desde más pequeños tienen que trabajar. Esto lleva a pensar que todos los vicios, costumbres y valores las adquieren desde muy pequeños por tradición en el medio ambiente en donde se desenvuelven, buscando en los medios de comunicación masiva, específicamente en la historieta, atractivos visuales y entretenimiento, obstruyendo con esta actitud el enriquecimiento de su vocabulario y la ampliación de sus conocimientos.

Aunado a lo anterior y en función del tiempo real para el descanso, el estudio u otras actividades, existe otra situación en relación a la labor que realiza el minero, la cual no está sujeta a una jornada de siete u ocho horas máximas de trabajo diario, matutino o vespertino, como lo establece el artículo 123 Constitucional, ya que el trabajo que desarrolla es a destajo, es decir, por obra a realizar, dedicándole más tiempo a su trabajo para incrementar sus ingresos; esto ha traído como consecuencia, que no cuente con el tiempo suficiente para dedicarse a instruirse de manera formal y retome a la historieta como uno de los elementos para su formación.

---

<sup>55</sup>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.- Artículo 3º Constitucional, Título Primero, Capítulo I De las Garantías Individuales. Ediciones Delma, Undécima Edición, México, 1992, p.1.

Tomando en cuenta lo anteriormente dicho, el tema a tratar es el siguiente: ¿Qué papel desempeña la historieta en el hábito de lectura del minero de la Compañía Real del Monte y Pachuca?, así como ¿Qué aporte formativo-educativo le proporciona al mismo?.

Expuesta la problemática anterior, es importante señalar las metas u objetivos que guiarán el presente trabajo.

### **3.2 OBJETIVOS.**

#### **Objetivo general:**

Detectar los hábitos de lectura, sobre todo en lo relativo a la historieta, en la población minera de la zona conurbada de la ciudad de Pachuca de Soto, Edo. de Hidalgo y los factores que influyen en la adquisición de éste hábito, así como el impacto que tiene esta publicación en el desarrollo educativo y social del minero, analizando los elementos que la propia historieta utiliza en su discurso y en su presentación, para proporcionar alternativas de lecturas paralelas u otras opciones educativas que mejoren dichos hábitos.

#### **Objetivos específicos:**

-Identificar los hábitos de lectura de la población en estudio determinando si la historieta forma parte de dichos hábitos.

-Detectar los factores a través de los cuales se fomenta el hábito de lectura por el comic, recabado a través de los testimonios y opiniones de los mineros.

-Identificar el papel que juega la historieta en la formación educativa y social de los mismos.

-Determinar el discurso que las historietas aportan a través de su lectura sobre todo en materia comunicativo-educativo.

-Proponer alternativas de lectura paralelas que coadyuven a incrementar el nivel educativo de los mineros y dar otras opciones educativas.

### **3.3 Hipótesis.**

#### **Hipótesis conceptual:**

Según Gramsci: El hombre lee historietas porque son: "elementos económicos, y accesibles para su adquisición"<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup>GRAMSCI Antonio.- Cultura y Literatura. Editorial Península, Barcelona, 1977, p.167.

### **Hipótesis de trabajo: Papel y Función de la historieta.**

La historieta juega un papel preponderante en el minero, pues es utilizado por éste como un medio de formación y distracción, por su accesibilidad en el lenguaje, su impacto visual y su fácil adquisición.

#### **Variable Dependiente:**

La historieta, medio de formación y distracción.

#### **Variable Independiente:**

Posee un lenguaje accesible, impactante visualmente y de fácil adquisición.

### **3.4 Marco Contextual y Muestra.**

La ciudad de Pachuca Hidalgo, tierra en donde brota el maguey y yacen metales, es considerada como una de las ciudades de la República Mexicana con mayor tradición minera. En la actualidad cuenta con: "una población total de 180,630 habitantes"<sup>57</sup> en donde al 47.7% pertenecen los varones, con una población total de 86,159 y el 52.3% perteneciente al sector femenino, con una población de 94,441.

---

<sup>57</sup>XI Censo General de Población y Vivienda, Hidalgo resultados definitivos datos por localidad. Cuadro No.1, Parte A, INEGI, 1990, P.29.

Dentro de la ciudad de Pachuca, se desarrollan los tres sectores económicos denominados: "primarios, secundarios y terciarios; los cuales concentran las siguientes actividades: en los primarios se destaca la agricultura, ganadería, caza y pesca con una población activa de 1001 personas; en lo que respecta al sector secundario, caracterizado por la minería y la extracción del petróleo, industrias manufactureras, electricidad, agua y el campo de la construcción, pertenece una población de 15 284; finalmente el sector terciario, compuesto por el comercio, transporte, servicios financieros y servicios comunales pertenecen 40 609 personas"<sup>58</sup>.

En la ciudad de Pachuca Hidalgo, "se tienen 6 574 personas, entre hombres y mujeres, mayores de quince años, las cuales son analfabetas; así mismo existe una población también mayor de quince años, de 13 050 con su primaria incompleta"<sup>59</sup>.

Con los datos anteriormente expuestos, se puede concluir que en dicha ciudad existe un rezago educativo limitando con ésto su avance tecnológico, y que el mayor número de la población económicamente activa está concentrado en el sector terciario, encaminado únicamente éste al comercio y a los servicios públicos.

Por otra parte, a pesar de que la ciudad de Pachuca es considerada como sede de la minería en México, su producción en este ramo ha decaído considerablemente, ya que, como se mencionó anteriormente, la actividad

---

<sup>58</sup>Ibid, Cuadro No.1, Parte F, p.180.

<sup>59</sup>Ibid, Cuadro No.1, Parte D, p.125.

comercial ha rebasado los índices ocupacionales dentro de la población.

El sector minero en general, reúne en Pachuca y Real del Monte una historia de más de cuatro siglos y medio, viviendo todas las etapas por las que atravesó la minería mexicana. Los españoles dieron con las minas a mediados del siglo XVI y en sus manos estuvieron los tres siglos de la colonia, en ese tiempo se obtuvo tanto oro como plata en cantidades incalculables.

"Para el siglo XIX y primera mitad del XX, en la Compañía Real del Monte y Pachuca, se concede paso a los capitales imperiales encabezados primeramente por los ingleses y posteriormente por los norteamericanos; más tarde, el distrito minero encontró un camino propio, estableciéndose las cooperativas, para que finalmente en 1947 se convirtiera en empresa paraestatal, funcionando de esta manera hasta el año de 1990 en que pasa a pertenecer a capitales privados nacionales"<sup>60</sup>.

Las actividades que desempeña actualmente la Compañía Real del Monte y Pachuca son : "La exploración, desarrollo y explotación de toda clase de yacimientos minerales tales como plata y oro, así como la compra-venta y comercialización de productos minerales, metales y equipos minero-metalúrgicos; por lo que cuenta con una gran cantidad de personas que desarrollan diferentes funciones"<sup>61</sup>.

---

<sup>60</sup>GARCÍA G., Ariel. Minas y mineros en Pachuca y Real del Monte. Documento obtenido del archivo histórico de la Compañía Real del Monte y Pachuca, p.1.

<sup>61</sup>Revista, Compañía de Real del Monte y Pachuca S.A., 40 años como empresa paraestatal. Archivo histórico de la Compañía Real del Monte y Pachuca. Pachuca Hgo. Septiembre de 1987. p.15.

Las unidades productivas que actualmente se encuentran laborando son las siguientes:

San Juan Pachuca, (sector de estudio)

San José La Rica

La Purísima Concepción

Planta de Beneficio "Loreto".

La población referida al sector minero, está concentrada en los barrios tradicionales y conurbados de la ciudad, uno de los principales es: el barrio de la Palma, ubicado al norte de la ciudad, cuya población total es de 144 habitantes, en donde se destaca una población analfabeta de 15 habitantes y un sector económicamente activo de 31 personas por otra parte la gente inactiva conforma un total de 35 habitantes, cuya actividad predominante es en el sector primario con 17 personas, 10 personas en el sector secundario y 4 personas dedicadas al sector terciario.

El sector muestra del estudio, concentrado en la Unidad Productiva San Juan Pachuca, cuenta con un total de trescientos cuarenta y dos mineros productivos, ya que hace pocos meses el número de personas operativas se redujo considerablemente, por la reprivatización que sufrió esta empresa.

Por otra parte, para que una persona ingrese como minero a la compañía, debe ser mayor de dieciocho años ("aun que años atrás, en el año de 1939, no existían leyes que reglamentaran las edades ni condiciones de los mineros, de ahí que desde muy pequeños ingresaran a las minas, terminando esta situación en el año

---

de 1985<sup>62</sup>), tener como mínimo 50 kilogramos de peso y ser sano físicamente por lo que al ingresar a la misma, debe presentar un reconocimiento médico, así como su cartilla de servicio militar nacional liberada.

Ya dentro de la empresa, se les proporciona un 'aparente' adiestramiento dirigido a la actividad que van a desempeñar; pero esta situación no se presenta en la realidad ya que no existe ninguna capacitación para el manejo del equipo de seguridad que deben usar en su trabajo, debido a que se encuentra deteriorado y no es suficiente para todo el personal que lo requiere; el material que la empresa proporciona a los mineros consiste, entre otros de: botas, guantes, respirador, gafas y casco, que les permite aminorar los accidentes a los que los trabajadores se exponen continuamente.

Con respecto a su horario de trabajo, se establece por ley de ocho horas diarias, sin embargo éste varía en función de los requerimientos de trabajo y se caracteriza por ser rotativo, es decir el turno de trabajo cambia continuamente, siendo el primer horario matutino de siete de la mañana a tres de la tarde y el segundo horario vespertino de tres de la tarde a diez de la noche, aunque en la práctica, "la estancia que tiene el minero dentro de la mina es de ocho a diez horas diarias y, si no cumplen con su 'tequio' (cuota obligatoria de trabajo) se les suspende de su labor hasta por ocho días, sin recibir ningún estímulo extra"<sup>63</sup>.

Su salario corresponde al mínimo en el estado de Hidalgo y lo reciben

---

<sup>62</sup>CASTILLO GARCIA, Félix.- Testimonio verbal de una serie de entrevistas realizadas en el mes de Noviembre de 1993. Archivo Histórico de la ciudad de Pachuca Hidalgo.

<sup>63</sup>Ibid, 3 de Noviembre de 1993.

semanalmente; cuentan además con préstamos que les otorga la misma empresa, así como todas las prestaciones que establece la ley, tales como: aguinaldo, vacaciones, atención médica, etc., "la jubilación que recibe el trabajador de minas es cuando cumple los 18 años de servicio, variando ésto, de acuerdo al número de faltas o permisos otorgados a través de todo su historial laboral y consiste de 56 días por año de servicio"<sup>64</sup>. Un minero no labora dentro de las minas un mes completo, por ende recurre siempre a las faltas justificadas del centro de salud que lo atiende, ya que es verdaderamente un martirio el trabajar a profundidades en donde el calor, la falta de agua y el material tan rudimentario son sus peores enemigos. Las enfermedades más frecuentes ocasionadas por las anteriores circunstancias son las siguientes: la silicosis definida como un silicio en micras que al respirarlo se clava en los pulmones y eso hace que a través del tiempo se forme una capa obstruyendo la respiración adecuada; la bronquitis, problemas gastrointestinales y problemas en la piel.

Los mineros cuentan también con un centro social y deportivo denominado 'Once de Julio' en donde practican fútbol, basquetbol y lucha libre, pero con la característica que sólo es asistido por trabajadores activos, excluyendo a los trabajadores jubilados.

Con respecto a su vida social, el minero busca incesantemente válvulas de escape, ya que el trabajo, la familia y sus deudas lo absorben de tal forma que busca distracciones, siendo una de las más importantes, la lectura de historietas, el salir con sus amigos a tomar pulque o cerveza, jugar cartas, rayuela y cubilete

---

<sup>64</sup>CASTILLO GARCIA, Félix.- Testimonio verbal de una entrevista realizada el día 5 de Noviembre de 1993. Archivo Histórico de la ciudad de Pachuca Hidalgo.

y ver 'buenas películas de sexo', así mismo, asistir a espectáculos de luchas como actividades recreativas inherentes al minero.

Con respecto a la familia del minero, éste ha buscado la manera de permanecer con sus padres aun siendo casado y conformar familias numerosas, "algunos años atrás los mineros antiguos se casaban bajo las mismas circunstancias y tenían de diez a doce hijos"<sup>65</sup>.

En cuanto a la religión de los mineros, éstos se consideran fanáticos de las limpias y por lo general en cada barrio se observan altares en donde veneran a sus patronos, realizando festividades en los días en que éstos se conmemoran; así mismo en su centro de trabajo se observan diferentes altares que son muestra de la religión tan apegada que tiene el minero, encomendándose a la virgen de Guadalupe antes de iniciar su trabajo.

Para llevar a cabo la investigación del presente trabajo, se seleccionó como población a 342 mineros de los cuales se entrevistaron a 43 trabajadores que representan el 12.5% de la población minera que labora en la Unidad Productiva San Juan Pachuca, perteneciente a la Compañía Real del Monte y Pachuca, localizada en la ciudad de Pachuca de Soto, Estado de Hidalgo, ya que este estado posee una gran tradición en el área de la minería, siendo tal empresa la más representativa para tal fin; así también, el Ing. Enrique Cervantes, director de minas de la empresa, tuvo conocimiento del instrumento y dió la autorización para la aplicación del mismo, aunado a esto, se estructuró una guía de entrevista que se aplicó a los vendedores de revistas en tres estancillos localizados sobre

---

<sup>65</sup>Ibid, 5 de Noviembre de 1993.

la av. Madero, la cual se ubica cerca de las colonias mineras.

Debido a que la muestra en estudio son personas mayores de quince años, las historietas del género infantil no se analizaron en el presente trabajo.

### 3.5 Métodos y Procedimientos.

Para detectar si existe el hábito de lectura por la historieta en el minero hidalguense, así como conocer las revistas más representativas leídas por éste, se formuló un cuestionario piloto, conteniendo 17 preguntas, con la finalidad de conocer si al trabajador minero le quedaba claro los conceptos ahí expuestos; de la información obtenida, se llegó a la conclusión de modificar el cuestionario, ampliando más los conceptos a 20 preguntas, sobre datos generales y actividades que realiza el minero en su tiempo libre y preguntas de carácter valorativo acerca de la historieta.

Una vez reestructurado el cuestionario (Anexo No.1), se aplicó a la unidad productiva San Juan Pachuca, por ser este centro de trabajo el que reúne al mayor número de mineros trabajadores dentro de esta compañía. Además de estos cuestionarios que se aplicaron directamente a la población en estudio, se retomaron en el momento de la aplicación, las opiniones de algunos mineros, acerca de los contenidos inmersos en las historietas.

El presente trabajo se apoyó con entrevistas de personas especialistas dedicadas al ramo de la minería (Anexo No.2), obteniendo así, testimonios reales que reflejaron las costumbres y formas de vida del minero hidalguense, así mismo partió de recabar información de documentos y conferencias que se llevaron a

cabo en la ciudad de Pachuca Hidalgo, dirigidas a mostrar un contexto general sobre la vida del minero. Por tanto, con la información recabada se determinó si estos cuentos denominados historietas, son únicamente mecanismos de entretenimiento difundidos por los medios de comunicación masiva o pueden ser utilizados como elementos formativo-educativo que la clase dominante difunde entre las clases marginadas.

Los testimonios obtenidos de las personas que se encuentran en los estanquillos de periódicos (Anexo No.3), no determinan específicamente el tipo de gente que adquiere dichas publicaciones; ya que tanto hombres como mujeres en un porcentaje similar son compradores de historietas, aunque las del género sentimental son las más adquiridas por el público femenino; con respecto a las historietas, tales como, el Libro Vaquero y el Libro Policiaco entre otras, son más consumidas por el público masculino, señalando también, que dichas revistas salen al mercado los lunes y los miercoles de cada semana y cuyo costo es de N\$1.50 .

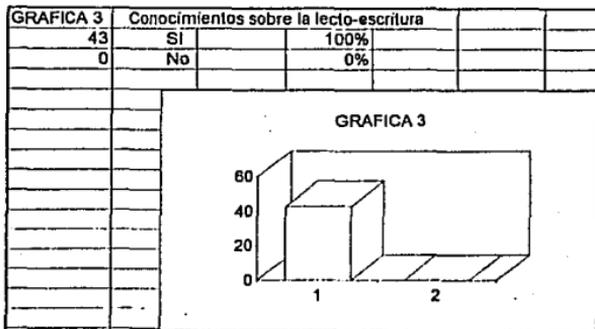
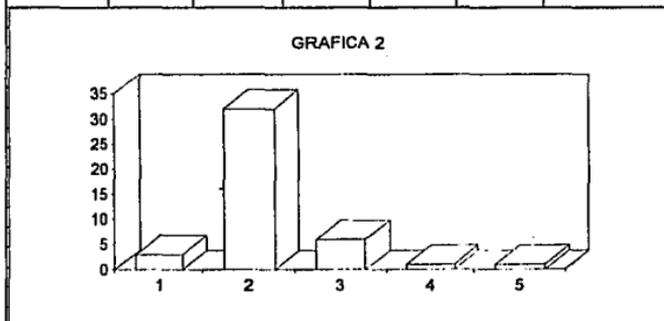
Para el desarrollo y elaboración del presente trabajo se apoyó en recursos materiales, tales como; bibliografía, historietas, material videográfico y hemerográfico.

Los cuestionarios (Anexo No.1), se aplicaron durante cuatro sábados del mes de Octubre de 1993, de 7 a 8 de la mañana, bajo la supervisión del ingeniero Mario López; encargado de seguridad de la Unidad Productiva San Juan Pachuca; los cuestionarios se aplicaron de 10 en 10, tomando aleatoriamente a los mineros de turno, ya que como se explicó anteriormente, existen dos horarios de trabajo, uno matutino y otro vespertino; debido a que el horario mencionado era el único

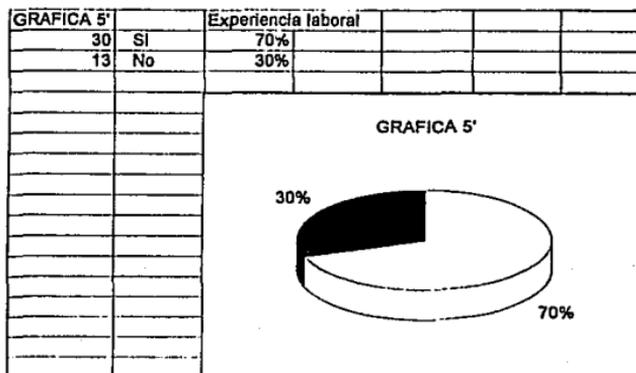
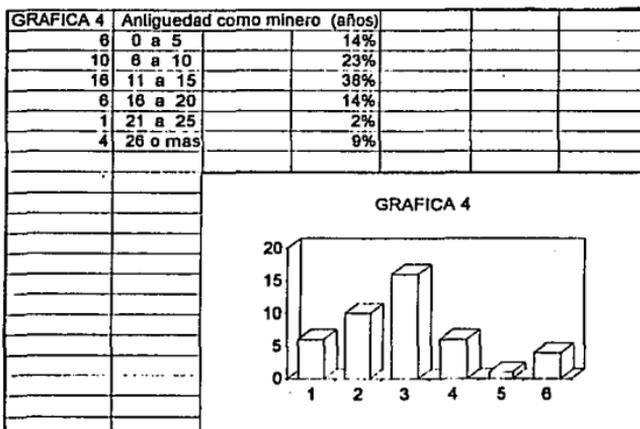


Con lo que respecta a su escolaridad, se observa que la mayoría tiene el nivel primaria, lo cual representa el 75% de la muestra; ésto denota un conocimiento básico sobre la lecto-escritura, como se puede apreciar en las gráficas No.2 y No.3 respectivamente.

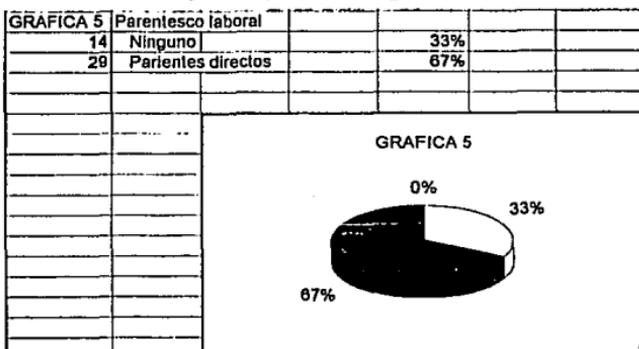
GRAFICA 2		ESCOLARIDAD				
3	Sin Escuela		7%			
32	Primaria		75%			
6	Secundaria		14%			
1	Preparatoria		2%			
1	Profesional		2%			



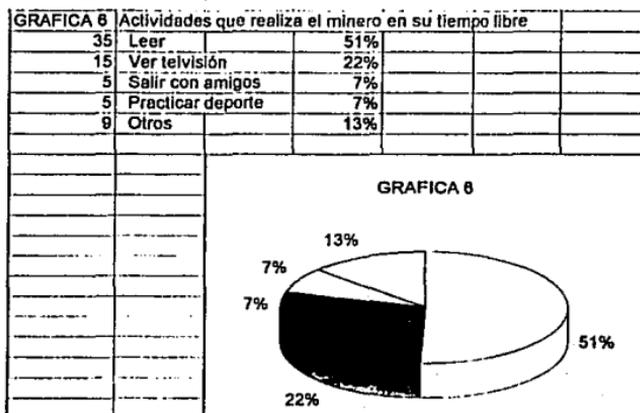
Así mismo, se tuvo conocimiento de que en su mayoría han sido mineros entre 11 y 15 años, representando un 38% de la muestra, y en general el 70% posee experiencia laboral, como se puede apreciar en las gráficas No.4 y No.5'.



Por otra parte, la tradición en esta labor está muy determinada por parte de sus padres y hermanos, ya que el 67% de la muestra total descende de familia que ha trabajado en las minas, por otra parte, el 33% no presenta ningún antecedente familiar minero, como se puede apreciar en la gráfica No.5.



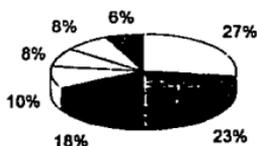
En lo referente a la afición por la lectura, el 51% de la muestra analizada tiene como principal actividad extralaboral la lectura, dedicándose un 22% a ver televisión, un 13% a otras actividades, un 7% a salir con amigos y un 7% a la práctica del deporte, como se aprecia en la gráfica No.6.



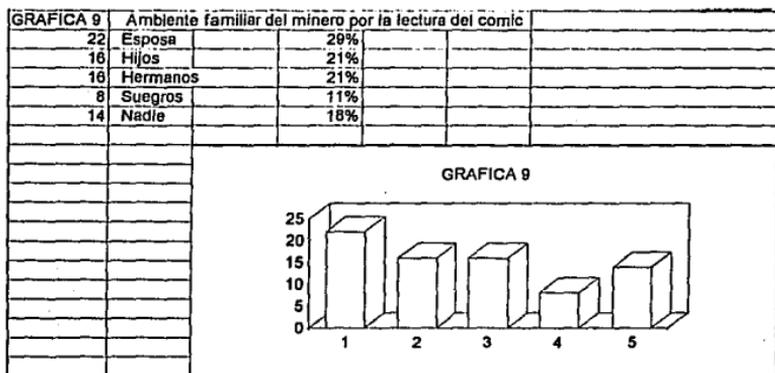


GRAFICA 8		Títulos de comics leídos por el minero hidalguense	
17	Libro vaquero	27%	
14	Libro policiaco	23%	
11	Sensacional de luchas	18%	
6	Lagrimas y risas	10%	
5	Libro semanal	8%	
5	Libro pasional	8%	
4	Otros	6%	

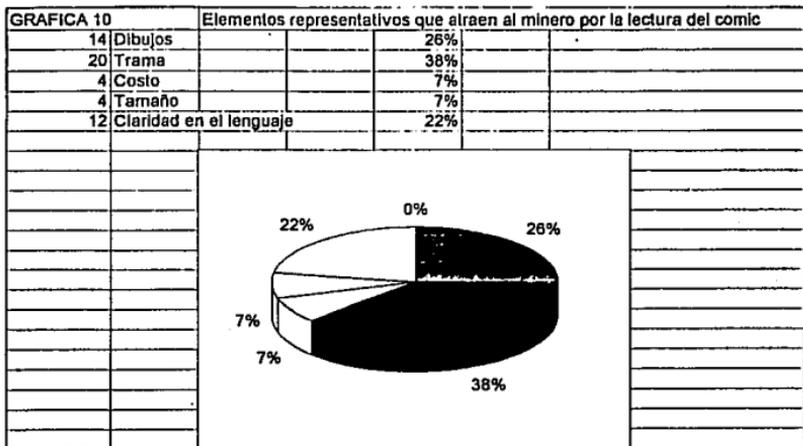
GRAFICA 8



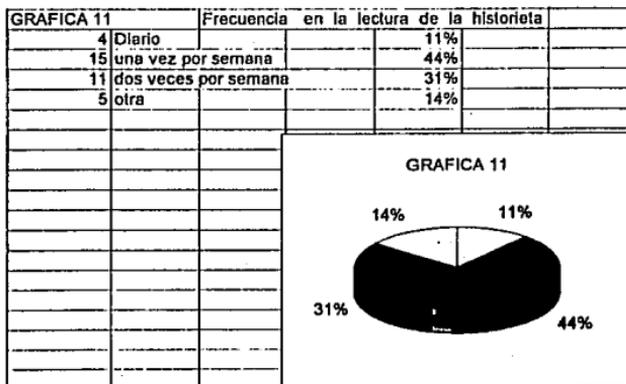
Continuando con los datos obtenidos en la investigación realizada, se observó que así como hay una tradición en el aspecto laboral, se manifiesta de la misma forma en la familia del minero una influencia muy marcada por la lectura de dichas publicaciones, ya que esta costumbre por leer novelas sencillas, también es una tradición que se manifiesta de generación en generación, propiciando en las generaciones recientes un gusto por los cuentos e historias. Esto se puede apreciar en la siguiente gráfica (No.9), también la familia, desde los abuelos, son aficionados a dichas publicaciones, destacándose con un 29% a la esposa del minero como persona clave en el gusto y afición de éste por el comic.



La parte medular de esta investigación es precisamente conocer, el hábito de lectura por tales publicaciones y más aún, que elementos determinan el gusto por esta lectura, encontrándose que al 38% de mineros les atrae la trama de las mismas, siguiéndole con un 26% los dibujos presentados en las historietas, así mismo otros elementos como: su claridad en el lenguaje, su costo y su tamaño, al cual pertenece el 36% restante de la población, como se manifiesta en la gráfica No.10.



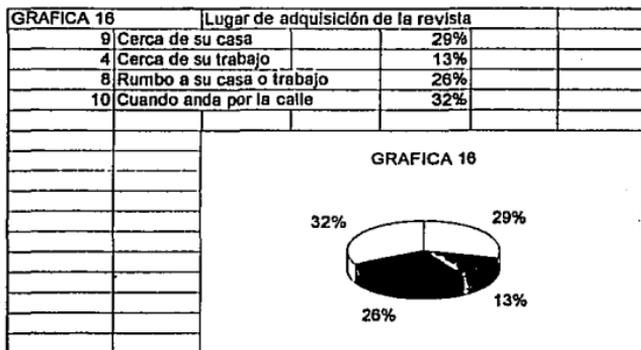
La frecuencia con que el minero lee historietas se presenta principalmente entre una y dos veces por semana, representando el 75% a la dedicación que manifiesta éste para entretenimiento y esparcimiento del mismo como se puede apreciar en la gráfica No.11.



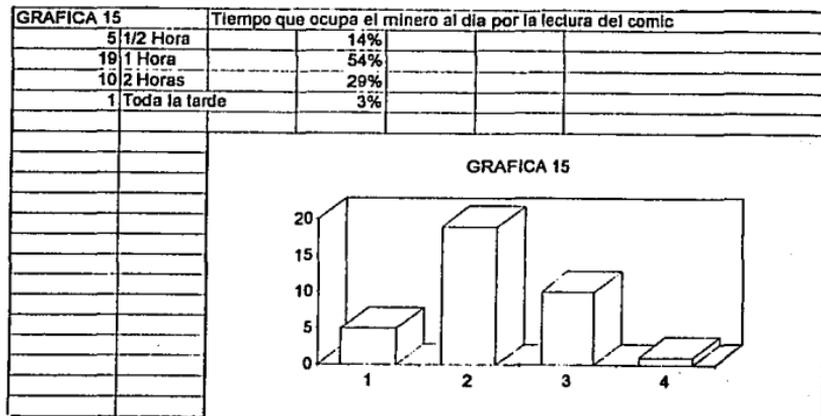




casa o trabajo, como se puede apreciar en la gráfica No.16.



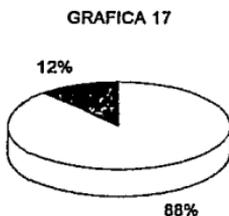
El tiempo que el minero dedica al día a la lectura de historietas está representado por una hora con 19 mineros lectores, alcanzando el 54% de la muestra; y con dos horas, 10 mineros encuestados que representan el 29% del total de la muestra, como se puede apreciar en la gráfica No.15. Así mismo, en total lee entre una a dos horas el 83% del sector estudiado.



En el cuestionario de investigación aplicado a la muestra en estudio se introdujeron algunas preguntas de tipo valorativo, con el propósito de conocer las opiniones de los mineros, con respecto a que si dichas publicaciones contienen o no elementos formativo-educativo que pudieran contribuir a su instrucción y cultura en general.

Las respuestas obtenidas con respecto al cuestionamiento, de si consideran a la historieta como un medio educativo, se tiene que sólo el 88% de los mineros encuestados respondieron a tal pregunta, y el 12% restante no contestaron, como se puede apreciar en la gráfica No.17.

GRAFICA 17		Opinión del minero con respecto a la historieta como medio educativo	
38	Si	88%	
5	No	12%	



Del total de la muestra, las respuestas afirmativas a tal problemática alcanzaron el 46%, en donde se menciona que la historietas es:

- a) Un medio para leer mejor.
- b) Medios de información de lo que pasa en la vida.

Así mismo, en lo que respecta a las respuestas negativas, sobre dicha problemática es del 42% del total de la muestra, las más representativas son las siguientes:

- a) Las historietas sólo son historias para entretenerse.
- b) No instruyen, son fantasías.
- c) No hacen pensar a la gente.

Con lo anteriormente expuesto, se establece que aunque sólo exista un 4% de diferencia entre las respuestas afirmativas y negativas de los mineros encuestados, es representativa la tendencia del minero por reconocer que dichas publicaciones le sirven como medio educativo.

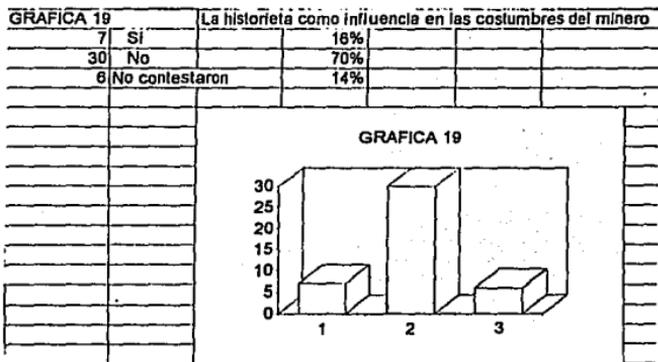
En lo que respecta a las costumbres y forma de vida del minero, las historietas no reflejan similitud con aquellas, ya que 30 mineros que conforman el 72% de la muestra las consideran solamente como: "medios de información de lo que le pasa a terceras personas", o simplemente son diferentes a ellos. Y por otra parte 7 mineros que conforman el 28%, sí considera a la historieta como reflejo de su propia vida, determinando que existe una identificación entre ellos y los argumentos que contienen dichas publicaciones, como puede observarse en la gráfica No.18.

GRAFICA 18		La historieta como reflejo de la forma de ser y vivir del minero			
13	Si	30%			
30	No	70%			

GRAFICA 18



Como consecuencia de lo expuesto anteriormente, la historieta no se puede considerar como elemento de influencia en las costumbres del minero, ya que 30 mineros encuestados, que representan el 70% del sector estudiado, mencionan que: 'tienen su propio criterio', 'sus propias costumbres', así como 'sus raíces muy profundas'; pero por otra parte, un porcentaje del 16% representativo de 7 mineros, establecen que sí hay una identificación clara entre ellos y los argumentos propuestos por dichas publicaciones, restando un 14% de mineros que no contestaron a tal pregunta, como se puede apreciar en la gráfica No.19.



Finalmente se obtuvo que del 60% de los encuestados no encuentran ninguna identificación con los personajes de las historietas que leen, ya que los consideran 'personajes imaginarios', manifestando que su vida es diferente a la que presentan las historietas.

Por otro lado, se presenta un porcentaje de sólo el 7% del total de la población encuestada, que establece una identificación clara con ciertas características deportivas que se presentan con algunos personajes de ciertas historietas, éste es el caso de la revista 'Sensacional de Luchas', ya que relacionan los acontecimientos que pasan en esta revista, dirigidos por lo general a representar la contienda entre dos luchadores 'famosos' y su afición por la lucha libre, restando un porcentaje del 33% de la población encuestada que no contestó a tal pregunta por la premura de tiempo, para entrar a trabajar (gráfica No. 20).



factor familiar es determinante así como su propia actividad dentro de las minas ya que son gustos y costumbres, así como tradiciones que han sido transmitidas de generación en generación. Del mismo modo, el factor social y los medios de comunicación masiva han jugado un papel importante para que el minero sea un lector consumista de dichas publicaciones, ya que, por una parte las bases y formación se obtienen de la familia y en segundo lugar por las relaciones laborales y sociales que se establecen en una sociedad, el individuo siempre buscará identificarse con los estereotipos propuestos por una sociedad de consumo.

Estas publicaciones denominadas también novelas sencillas, al elaborarse en forma industrial han generado muchas maneras para su difusión, así mismo el minero recibirá toda la influencia de la radio, la prensa y el del interior de las mismas publicaciones, ya que no esta ajeno a la incidencia de estos medios de comunicación masiva y al poseer una educación básica no esta preparado para contrarrestar esta avalancha de pseudoinformación.

Por otra parte, aunado a la escasa preparación con que cuenta el minero, el trabajo que desarrolla dentro de las minas, le obliga a tener poco tiempo dedicado a la lectura, por lo mismo recurre a publicaciones sencillas, encontrando en éstas un fácil manejo del lenguaje, tramas sencillas sin mucha elaboración histrionica y sobre todo dibujos sugestivos, que propician en el minero todo un desahogo de sus frustraciones que posee por la situación social y económica en la cual se encuentran inmerso.

## **CAPITULO 4**

# **ANÁLISIS FÍSICO Y DE CONTENIDO DE LAS HISTORIETAS MAS REPRESENTATIVAS LEÍDAS POR EL MINERO HIDALGUENSE.**

Detectada la problemática en cuestión, el presente capítulo se desarrollará el análisis propiamente dicho de las historietas más representativas leídas por el minero de la unidad productiva San Juan Pachuca, conforme al análisis, en base a categorías propuestas por Daniel Prieto Castillo y Luis Ramiro Beltrán.

Las publicaciones más sobresalientes leídas por la muestra en estudio, son las siguientes:

#### **4.1 LIBRO VAQUERO**

Es leída por el 27% del total de la muestra de mineros, sujetos del estudio.

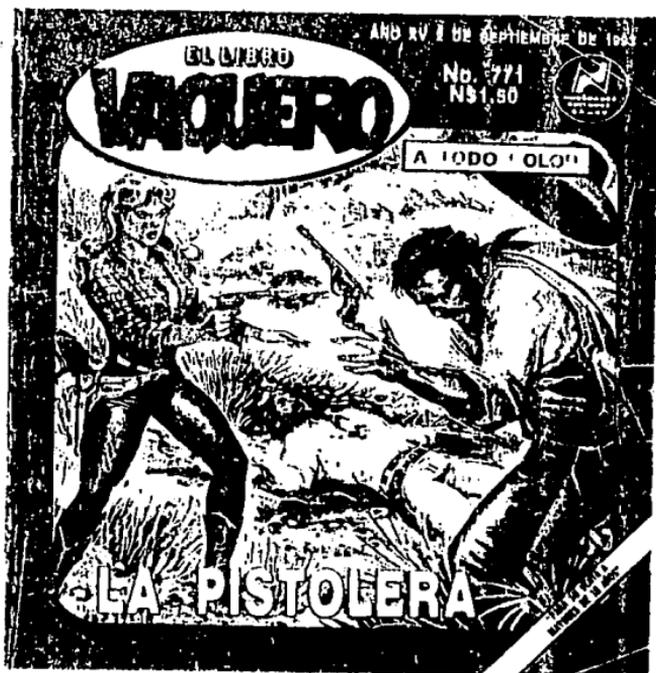
##### **ANALISIS FISICO:**

Es una publicación semanal editada por Novedades editores, S.A. de C.V.; cuya trama y personajes son ficticios, contiene un total de 111 páginas ilustradas a todo color, en donde, en el interior de las mismas se encuentran anuncios publicitarios dirigidos a la población lectora, en este caso, la masculina.

Su costo es de N\$ 1.50; en la portada aparece el título de la revista con letras rojas encerrado en un ovalo de fondo amarillo y en la parte inferior de la misma aparece el título de la trama en cuestión, titulado LA PISTOLERA, así mismo las imágenes de los personajes que formarán parte de dicha trama.

Otra característica importante es que, con letras más pequeñas, aparece un texto en la parte inferior derecha y en forma diagonal, que define al tipo de público al cual va dirigido el libro Vaquero, es decir, a personas mayores de 18 años; también dentro de la portada, especifica el año y la fecha de publicación, el

número de la revista, el costo de la misma y el logotipo de la editorial.



La publicación contiene 225 viñetas aproximadamente con la técnica de plano medio o total. Apareciendo también en las viñetas los denominados 'filacterios', que encierran el dialogo de los personajes y los denominados: 'dream ballons' los cuales expresan el pensamiento de los personajes y las muy conocidas onomatopeyas que aparecen en la publicación al representar el sonido del

disparo de alguna arma, o el quejido de un dolor, así como el efecto de un golpe, ejemplo:



En el desarrollo de la trama aparecen páginas de mensajes publicitarios, los cuales anuncian otras publicaciones, o de profesionistas que ofrecen sus servicios de medicina, así como asociaciones de carácter altruista que ayudan al público lector que lo necesite a salir de problemas físicos o psicológicos.

# WILDROOT



**!!! CURESE !!!**

**!!! NO SE CONTROLE !!!**

El Dr. Ernesto Nápoles notifica por este medio que  
NO TIENE REPRESENTANTES EN NINGUNA PARTE DE LA REPUBLICA.  
Hay personas que se hacen pasar por él. Solo en la Ciudad de Cuernavaca,  
Mor., presta sus servicios. LOS TRATAMIENTOS que se dan son para CURAR Y  
NO CONTROLAR.

**CURESE DE:**

se Promigral, Nervios, Ulcera  
estrica, Barros y Espinillas,  
reflejo, Hemorroides,  
Asitio, Próstata, Colitis,  
oblio y Tabaquismo.

Diabetes, Artritis, Várices, Ulcera  
Varicosa (Ling), Cálculos (Litiasis)  
en los Riñones y Vesícula, Quistes,  
Gatarras y Comosidad. Sin  
necesidad de operación.

**EL CURAR EN UN MES**

**EL CURAR EN DOS MESES**

oón tratamiento se da de una forma PERSONALIZADA pues cada caso es  
diferente a otro y es la CLAVE PARA CURAR.

Para mejores informes puede acudir personalmente haciendo  
previa cita, llamar por teléfono o escribir, si escribe  
mande \$5 10.00 para portes de correos.  
Horario de Lunes a Domingo de 9:00 a.m. a 9:00 p.m.

**SERIEDAD ABSOLUTA**

DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DEL LIBRO VAQUERO No. 771 del  
día 2 de septiembre de 1993.

La trama de la historietta comienza a ser narrada por un relator impersonal, el cual describe el ambiente y los personajes que se desarrollan. En este número de la publicación, el personaje principal es el pistolero Max Tidwell, la trama del

libro vaquero se desarrolla por lo general en los condados conurbados del vecino país del norte, principalmente en las ciudades que limitan al norte con la República Mexicana, en este caso en el estado de Texas.

La revista está dirigida al público masculino, pues desde la portada presentan a una joven rubia y bien dotada de los atributos propios de la mujer; ésta se relaciona con el hombre pistolero, que aunque ya es un hombre maduro, todavía es muy hábil en cuestión de armas y mujeres. La mujer que aparece en esta publicación representa a las mujeres de la vida galante, por lo mismo su reputación no es buena ante la sociedad; por otra parte también representan a la mujer que deseosa de venganza se disfraza como hombre y actúa como tal para vengar a su padre; es un triángulo amoroso en donde el honor, venganza y amor van de la mano.

El hombre es casado varias veces y su vida está destinada a una 'mala suerte', pues no ha podido mantener un matrimonio estable, la segunda esposa cuyo nombre es Abi, también muere víctima de la venganza de un hombre que odia a Tidwell y por lo mismo contrata los servicios de una mujer de pocos escrúpulos que por medio de las armas de seducción que la mujer posee, logra matar a Abi y conseguir que Tidwell se enamore de ella a tal grado de que ambos mueren después de provocar una serie de tiroteos en el monte.

#### ANÁLISIS DE CONTENIDO:

Esta publicación, la cual va dirigida al público masculino, representa el ambiente de la gente que vive en la frontera de la República Mexicana, cuyo idioma está

conformado por palabras en el lenguaje castellano aunado al lenguaje inglés, en donde el tipo de vida de los personajes es muy ajeno al de personas que viven en las grandes ciudades, pues todavía los caballos y los bares son las constantes en el desarrollo de la trama del libro vaquero, que como su nombre lo indica representan la vida y las costumbres de la gente campirana.

El discurso y mensajes que representa esta publicación van dirigidos a personas que gustan de ambientes de cantinas y bares, en donde las mujeres aparecen como heroínas transgresoras "seducidas eternamente, perseguidas por sujetos que enloquecen por ella, plañidera y arrepentida"<sup>66</sup>, cuya única ilusión es casarse con el hombre que quiere, pues de acuerdo al tipo de vida que ha llevado sólo, 'miserias puede tener en esta vida'.

Con respecto al análisis de mensajes existen, como ya se mencionó, tres móviles en los cuales se desarrollan los personajes, en este caso: el móvil ético es el que predomina pues al revisar el argumento que presentan, la mala suerte del pistolero, y las miserias que podría recibir la segunda esposa, son muestra de que si una persona no actúa bien en la vida, le irá siempre mal y será desdichado o desdichada siempre; con respecto al móvil denominado hedónico, éste se refleja con la segunda esposa de Tidwell, ya que el estar con él, gozando de un cierto momento de placer es a lo que ella solamente aspira; Finalmente el móvil pragmático está representado: en la confianza, unidad y apoyo que Max Tidwell refleja y proporciona a Abi (su segunda esposa).

---

<sup>66</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Análisis de Mensajes. Op.cit.  
.120.

Con respecto a los elementos discursivos se representan en la publicación de la siguiente forma:

La Metáfora: que subraya la connotación de un objeto, en este caso: la mujer siempre será la compañía de un hombre, ésta será el orgullo o vergüenza del mismo, pues siempre se manifiesta como un objeto sexual, cuyos atributos serán armas para ganar o perder algo a lo cual ella aspire.



La Sinécdoque: la cual representa el todo a través de una de sus partes, en este caso el representar uno de los lugares más frecuentados por pistoleros, así como intensificar en el cuerpo de la mujer todos aquellos elementos que la hacen ser más provocativa a los sentidos y deseos del hombre.



La Antítesis: la cual consiste en el enfrentamiento de los polos opuestos; el bien contra el mal, se manifiesta en la publicación por el mal camino que optan muchas mujeres por salir de la vida tan promiscua en la que viven, y en los hombres por convertirse en salvadores de mujeres con pocos escrúpulos, que lo único que les van a ocasionar son conflictos internos en donde la muerte es la única solución.



Por otra parte los conflictos nunca son resueltos a través del diálogo pues la venganza, el dinero y la promiscuidad son solucionados a través del rifle y los puñetazos, la violencia es la parte medular de la trama.

Los personajes que se presentan en esta publicación, por lo general son personajes previsibles, en donde se representan con un reducido espectro de atributos y acciones.

En cuanto a la competencia de los personajes, las mujeres tienen la capacidad de levantar calumnias, intrigar, seducir, destruir hogares ajenos, de arruinar la vida de un hombre, por lo tanto, todo se decide fuera de ellas, están sujetas a la voluntad de los hombres, al destino sin poner nada de ellas mismas.

En cuanto a los valores que se manifiestan en la publicación, no representan el bienestar de una sociedad en vías de desarrollo, ya que la forma de vida que tienen algunos hombres y mujeres que viven en la frontera norte de México principalmente, no tienen una identidad propia ya que: su lenguaje y su comportamiento es mezcla de dos culturas, la Mexicana y la Anglosajona. Esto conlleva a pensar que sus principios y costumbres están fuera de los cánones establecidos por un país como lo es México.

En la historieta se recurre a varios elementos, los cuales son:

- un relato,
- una enorme capacidad de síntesis y dinamismo;
- un trabajo simultáneo en lo verbal y lo icónico;
- un conjunto de convenciones aceptadas por los perceptores, para indicar voces, estados de ánimo, pensamientos, expresiones de alegría y de dolor, etc.
- la representación económica de los personajes, se distingue con pocos elementos, tales como: su ropa, su hábitat, los lugares que frecuenta, etc. En este caso se distingue un ambiente de bajos recursos y con personajes comunes de cantinas y bares en Estados Unidos de América.

## 4.2 Libro Policiaco

Esta publicación es leída por el 23% del total de la muestra en estudio.

## ANÁLISIS FÍSICO:

Para esta publicación, dentro de los medios de comunicación masiva, como la radio, transmite 'slogans' en donde manifiestan la intencionalidad de dicha publicación.

"Este es el archivo en donde se guardan los criminales más temidos por la sociedad; su deber como ciudadano es acusarlos, el nuestro impartir la justicia, los detalles de cada caso podrá encontrarlos en la páginas del libro policiaco"<sup>67</sup>.

Con respecto a lo anterior, se detecta el carácter policiaco de la revista. Dicha publicación también pertenece a la casa editora Novedades Editores, la fecha de la publicación a analizar es del 4 de Enero de 1994, es también una publicación semanal; sus personajes y su trama son ficticios, con la consigna de que cualquier semejanza con la realidad sería simple coincidencia.

! EL LIBRO POLICIACO DE COLOM No. 650 Fecha de aparición 04 - ENERO - 1994

Publicación semanal editada por NOVEDADES EDITORIAL S.A. DE C.V. Moravia No. 18, C.P. 06040, Tels. 518 54 81 al 90. Ext. 226 Subdirección Susana López Avila, Dr. Arias y Ricardo Llanuz Zúñiga. Consejo de Producción Lic. Humberto Pérez Guzmán. Comercialización y Publicidad Novedades Editores S.A. de C.V. Telefonos 518 50-89, 512-47-03 y 518-54-81 al 90 Ext. 212 y 210 Fax 221-63-39. Franqueo pagado. Publicación periódica Registro No. DGC-010/42 Características 224851608 Autorizado por SEPOMEX. Derecho de Autor 844-81 Licitud de Título 1330 Licitud de Contenido 745 Prohibida la reproducción total o parcial de esta revista. La firma y los personajes son ficticios, cualquier semejanza con algunos de la vida real, así como referencias, las secciones, argumentos, dibujos y demás realizaciones son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

Impresa en México por NUEVA IMPRESORA Y EDITORA, S.A. DE C.V. Km. 1<sup>o</sup> Carretera Logo de Guadalupe, San Mateo Tlacoalpan, Edo. de México. Tels: 379-00-11 y 379-02-09

No se devuelven originales "PRINTED IN MEXICO" e COPYRIGHT 1981

Prohibida la reproducción parcial o total de esta revista. Los hechos y personajes son ficticios, cualquier semejanza con los de la vida real así como referencias, las secciones, reportajes, dibujos y realizaciones de éstos, quedan bajo la exclusiva responsabilidad del autor.

---

<sup>67</sup>Radio Red. Mensaje transmitido de once de la mañana a una de la tarde. Diciembre de 1993.

Contiene 111 páginas a todo color, ilustradas en la portada aparece con letras rojas y negras el título de la revista, y en la parte inferior aparece el título de la trama en cuestión 'ASESINEN A LA DIOSA', así mismo, aparece también en la portada un semitriángulo que contiene la agencia de investigación que llevará el caso de la trama, obviamente ficticia, denominada 'MIAMI PORT INVESTIGATION'.

Por otra parte, aparece en la portada, la especificación de su venta a personas mayores de 18 años en el extremo inferior izquierdo y en forma diagonal, así mismo también aparece el costo y el número de la publicación, que son: de N\$1.50 y el 650 respectivamente y el logotipo de la editorial.



## DESCRIPCION DEL CONTENIDO:

La trama en general contiene lo siguiente:

Se trata de una joven negra, que forma parte de un concurso de belleza realizado en la ciudad de Miami, en el país vecino del norte, logrando ganar dicho concurso. Debido al racismo tan marcado que existe en los Estados Unidos de América, es asesinada y su muerte es vengada por su hermana, la cual pertenece al cuerpo policiaco de la ciudad antes mencionada.

Al no tener la hermana suficiente apoyo policiaco por parte de su jefe, el caso de la occisa, fue atendido por la agencia de investigación MIAMI PORT INVESTIGATION, asignándole a una mujer detective la problemática en cuestión; para llevar a cabo dicho asunto, la detective participa como candidata para ganar tal concurso, y por medios no muy honestos logra el triunfo, aunado a las envidias y rivalidades de las demás concursantes, al ser notificada de su triunfo, tiene los medios para investigar a él o a los posibles agresores de la víctima, logrando obtener información que la conducen al o a los asesinos, ya que los agresores de la occisa tienen un odio muy marcado por la gente de color, siendo esta la razón para que ellos terminaran con la vida de la joven negra; finalmente los agresores son sometidos y mediante la violencia física a declarar su culpa, permaneciendo, por muchos años, en la cárcel para cumplir su condena.

El ambiente de la trama se realiza en escenarios de alto poder adquisitivo, con posesión de armamento, drogas y prostitución, la solución a los conflictos se genera a través de la violencia y el poder, como se aprecia en la siguiente ilustración.



#### ANALISIS DE CONTENIDO:

Con respecto a esta publicación, los elementos discursivos que se manejan, van en función de que el público lector reconozca los problemas que se presentan en las ciudades de Estados Unidos de América con alto poder económico, en donde el principal problema social es representado por el racismo, dentro de la historieta se refleja el poderío que tiene la raza anglosajona de poseer poder físico, económico y social; así mismo la mujer siempre representará el objeto clave para una relación tormentosa, cuyos atributos físicos siempre le facilitarán resolver cualquier problema, indistintamente de su edad, posición social e incluso de su color de piel.

Con respecto a los elementos discursivos que maneja la publicidad: la metáfora está representada aquí, por la intencionalidad del argumentista que consiste en mostrar a la mujer como objeto de pasión, amor, seducción y como una belleza escultural; con respecto a la sínecdoque, el mostrar en las imágenes, las piernas, las caderas de una mujer denota la intensificación de los sentidos en los

hombres.



Con lo que respecta a la antítesis, en toda publicación existe el enfrentamiento del bien contra el mal, aunque estos dos polos, serán muy específicos de acuerdo al trama que se desarrolle; así los héroes protagonistas, que en esta publicación será la policía detective cuya forma de solucionar los problemas serán por medios violentos y uso de armas, así como los recursos propios de cada mujer.



En esta publicación la intencionalidad del emisor es, por una parte, reflejar la mafia que se establece en los concursos de belleza, y por otra parte intentar mostrar poder y fuerza en la raza blanca caucásica sobre la negra, ya que esta última estará representada siempre por personas que sólo son utilizadas, como sirvientes de una mansión o como personas que no poseen preparación ni aspiración alguna en la vida; así como demostrar que un hombre alto, joven y blanco será el que va a poseer las habilidades físicas e intelectuales para resolver cualquier tipo de problemas teniendo en su poder armamento para usarlo a su favor en cualquier momento, en este sentido, los valores y tipos de comportamiento, estarán representados por aquellas personas que poseen dichos atributos, y éstos van a ser imitados por lectores cuya identidad no esté muy bien determinada.

Por otra parte, en esta publicación manifiestan la igualdad de habilidades que puede poseer una mujer y un hombre en Estados Unidos de Norteamérica, los valores que representa este país son ajenos a los que se tiene en México, pues aquí no es tan importante la raza como la el rol social de la persona y por lo mismo, el hombre es el único ser habilitado para resolver cualquier problema.

#### **4.3 SENSACIONAL DE LUCHAS.**

A esta publicación pertenece el 18% del sector muestra en estudio.

##### **ANÁLISIS FÍSICO:**

Esta publicación, a diferencia de las otras, pertenece a Ejea editores, está

ilustrada a todo color, en su carátula está contenido el precio que es de N\$ 1.50 y las imágenes de caras de luchadores junto con el título de la publicación, el cual se denomina 'Sensacional de luchas a color', el número de revista a analizar es el 431. En la parte inferior se mencionan los nombres de los luchadores en contienda y la causa por la que luchan, siendo texto e imagen indicadores para introducir al lector a la trama de la publicación, como se muestra a continuación:



Por otra parte, el Sensacional de luchas no menciona al público al cual va dirigido, también se publica semanalmente, posee 96 páginas y un total de 185 viñetas. En su interior están representadas todas las características técnicas que posee una historieta, como son: los encuadres en los cuales se puede representar la viñeta, las onomatopeyas, filacterio y dream ballon.



A mitad de la trama de esta revista, aparecen títulos e imágenes de otras publicaciones que pertenecen a la misma línea, y cuya intención es provocar en el lector un mayor consumo de estas historietas, ya que el lector al estar inmerso en la trama de la misma se ve obligado a leer dichos mensajes y hacerlos propios e inherentes a sus gustos.



#### DESCRIPCION DEL CONTENIDO:

Al igual que las anteriores, la presente publicación se desarrolla en una de las ciudades del vecino país del norte, con la característica de ubicarse en las zonas marginadas, en donde se sitúan los personajes que van a protagonizar la trama, ésta inicia con el personaje femenino, que se convertirá en el objeto deseado por dos luchadores famosos cuyo único oficio es combatir para obtener fama y dinero.

El ambiente que se refleja en la trama, es el típico caso de lugares donde la ley del más fuerte es la que predomina, en donde los bares, la basura, casas

deterioradas y pandillerismo se encuentran en cada esquina. En esta trama, se establece un triángulo amoroso entre dos luchadores y una mujer; debido a la doble personalidad que ésta posee, se enamora de cada uno de los protagonistas (Konan y el Vampiro Canadiense), con esta situación, el argumentista maneja en su trama un trasfondo de odio y venganza que prevalece entre muchos luchadores de la vida real, así pues, la mayoría de los combates que se llevan a cabo tanto en el espectáculo de la lucha libre como en la trama de las historietas serán realizados ante todo con el honor que cada hombre posee, pues tanto Konan, como el Vampiro Canadiense, representan la parte técnica y ruda de dicho espectáculo, el cual es uno de los eventos más frecuentados por el minero hidalguense

#### ANALISIS DE CONTENIDO:

La metáfora, como elemento discursivo se manifiesta en esta publicación como la fuerza física que poseen ciertas personas que se dedican al fisicoculturismo.



Con respecto a la sinécdoque, la intensificación de los sentidos del lector, es observar la corpulencia de los luchadores, expresado en la forma de vida que se basa en mostrar la fuerza física para ganar unos dólares en barrios cuya pobreza y promiscuidad son las constantes.



En cuanto a la antítesis, en esta publicación se encuentra representada por dos protagonistas, los cuales están personificados por Konan y el Vampiro Canadiense y por un antagonista personificada por una mujer que posee dos personalidades, una pacífica y otra violenta, identificándose cada una de estas personalidades con los protagonistas en cuestión.



Las imágenes que representa esta publicación contiene los siguientes elementos:

El aventurerismo, en donde Konan y el Vampiro Canadiense viven con la creencia de que la viveza y la rudeza son elementos que les van propiciar éxito en la vida y por otra parte la agresividad en donde la violencia no es necesariamente un recurso ilícito e indeseable para lograr éxito en la vida.

Hasta el momento, las tres publicaciones más representativas del trabajo de campo, han mostrado ser tomadas de acontecimientos dados en una sociedad determinada, cada uno manifiesta sus propios conflictos en situaciones, ambientes y personajes específicos, en la mayoría de los mensajes expuestos en dichas publicaciones, el hombre es el único que tiene las soluciones a los problemas que se le presentan, resueltas éstas siempre con la violencia, ya que no existe ninguna forma de diálogo.

Los personajes que aparecen en estas publicaciones son de carácter previsible, es decir son creados por los medios de difusión colectiva para el gusto y entretenimiento de los lectores.

Dentro de las publicaciones populares, como las anteriormente descritas, lo dañado es siempre lo que existe como modo de vida inicial, ejemplo, la fama, el poder, la incertidumbre y su reparación es volver al estado inicial de las cosas. Así también el lenguaje y vocabulario expresado en las historietas va en función de la trama expuesta, ya que por una parte se expresa un lenguaje correcto aunque sencillo en historietas, como el Libro Policiaco y el Libro Vaquero, destacándose en éste, palabras de origen anglosajón tales como 'gunman', cuyo

significado es pistolero, el cual como se observa está alejado de la idiosincracia mexicana.

Por otro lado, las historietas que pertenecen a la línea de los 'SENSACIONALES', reflejan un lenguaje y un vocabulario, más apegado a la idiosincracia del mexicano común y corriente, destacándose frases y palabras tales como: 'chale', 'ñero', 'mamacita que buen trasero tienes', etc., entre otras.

"En todos los casos se trata de un sujeto afectado dentro de un determinado orden social, por causa de una fechoría, por lo que la cotidianidad, sea entendida como positiva o negativa, resulta ser siempre una cotidianidad afectada, en un caso con justicia y en el otro con injusticia"<sup>68</sup>.

Por tanto, gran parte de las frustraciones y deseos que poseen los mineros como lectores de historietas, se ven reflejadas en éstas, aunque representadas como meras fantasías, ilusiones y deseos que él mismo va forjando a través de su existencia y así mismo logra cubrir todos estos factores, teniendo momentos de entretenimiento con dichos materiales de difusión colectiva para subsanar sus carencias y debilidades.

---

<sup>68</sup>PRIETO CASTILLO, Daniel.- Análisis de mensajes. Editorial Ciespal, Quito Ecuador, 1988, p.119.

## CONCLUSIONES

A continuación se expondrán algunas reflexiones obtenidas de la investigación realizada, determinando a la historieta como un mecanismo ideológico, y un material de entretenimiento para las mayorías.

En primer término, se establece que la historieta es un material de difusión colectiva, utilizado por la masa poblacional, el cual está conformado por texto e imagen y ha sido conocida bajo diferentes vocablos; entre los cuales se destacan los siguientes: revista de monitos, comic, tebeos, novelas sencillas entre otras.

Por otra parte, en su estructura, están contenidos elementos técnicos y culturales dirigidos y propuestos para las diferentes idiosincrasias de un pueblo; así mismo la historieta contiene dos diferentes lenguajes denominados icónico y verbal que se complementan para darle sentido a la unidad de montaje denominada viñeta en la cual se encuentran inmersos.

La historieta se originó en Estados Unidos de América; y se manifiesta como un material directamente vinculado a la industria del periodismo.

Desde los inicios de la historieta, siempre tuvo la finalidad de entretener a una población determinada, reflejando los acontecimientos políticos, económicos y sociales de cada época; en la actualidad su función es la de unificar criterios, gustos y voluntades, así como establecer las relaciones y soluciones sociales por medios violentos, a través del poder y la avaricia.

En México, al igual que en Estados Unidos surge la historieta debido a necesidades de tipo social, por el alto crecimiento de la clase obrera y al desenvolvimiento de la industria en México, aunque los comics mexicanos son

copia fiel de los anglosajones, adaptados a la idiosincracia mexicana.

Al igual que en Estados Unidos de América, en México se desarrollan diferentes géneros de la historieta, destacándose los de ciencia-ficción, dramático-sentimental, y de superhéroes entre otros.

Por otra parte, al elaborarse y difundirse de manera industrial, la historieta se proyecta al público mayoritario a través de diferentes canales de difusión masiva.

El papel y la función de los medios de comunicación radica, en vender algún producto o alguna idea, con el propósito de distraer a la población espectadora.

La publicidad, discurso y mensajes implícitos en la historieta, están bien estructurados, sobre la base de lo que el emisor de las mismas cree saber y conocer sobre los gustos e intereses del público lector.

La función de la publicidad radica en fomentar, valores educativo-culturales y comerciales a través de dos vertientes, una de tipo intelectual o cognoscitiva y la otra de tipo afectivo.

Así pues, un individuo desde que nace hasta que muere, está expuesto sin defensa alguna a toda una avalancha de imágenes y emblemas que recibe día con día; por ende, su principal aprendizaje se basa en la comunicación audiovisual actual.

Por tal motivo, es de vital importancia que en la escuela, entendida como educación formal se actualicen, se renueven y se relacionen los contenidos propuestos por ésta con la información obtenida del medio ambiente.

Así mismo los contenidos implícitos en los programas de estudio deben cimentar en el educando las raíces culturales propias, para que el individuo se desarrolle plenamente y no exista una desidentificación cultural del mismo.

Con base en tal problemática, una vía para llevar a cabo tal propósito, es que en todas las instituciones sociales que fomenten la educación del individuo, sea a través de inculcar el gusto y la afición por la lectura de carácter formativo; conociendo los intereses propios del educando.

La educación en general que recibe el individuo no está encaminada a la formación de lectores formativos, sólo a través de lecturas obligatorias o para desarrollar trabajos de investigación sobre algún tema en especial.

El caso de la población muestra del presente trabajo, referida al minero hidalguense por no tener éste una formación educativa de carácter formal completa y teniendo conocimiento básico sobre la lecto-escritura, así mismo, con base en el tiempo que ocupa en su trabajo, ha utilizado al comic como un elemento más para su instrucción y educación.

Por otra parte, el lenguaje tan vulgar y común que reflejan la mayoría de las historietas es retomado por el minero, para el desenvolvimiento común y natural en el medio en el cual se desarrolla.

Así mismo la familia directa del minero, cuya incidencia ha sido determinante en la vida del mismo, le han sido transmitidos de generación en generación todos los gustos valores y tendencias, así como la afición a la lectura de publicaciones sencillas, tales como el Libro Vaquero, el Libro Policiaco y el Sensacional de

## Luchas

Del mismo modo, sus frustraciones y deseos también los ha reflejado en dichas publicaciones, buscando en éstas sólo atractivos visuales y de entretenimiento, que lo lleven a olvidarse de la situación social y económica en la cual se encuentra inmerso.

El minero, considera a la historietta como un medio para aprender los elementos básicos de la instrucción educativa, pero por otra parte, los personajes representados en las diferentes publicaciones no corresponden ni a la forma de ser ni vivir del minero, ya que según ellos 'tienen su propio criterio y sus propias costumbres'.

Así mismo, los mineros consideran a las tramas expuestas en las historietas, como argumentos ficticios e imaginarios cuya similitud con su vida no tiene nada que ver, aunque por otro lado, los mineros aficionados al espectáculo de la lucha libre se encuentran identificados con los personajes expuestos en la historietta denominada Sensacional de Luchas, por el gusto que tienen por el deporte de las luchas.

Las historietas analizadas en el presente trabajo, definen a la mujer como objeto de pasión y seducción ante la vista del lector, mostrando los atributos físicos de ésta en forma exagerada, con el propósito de atraer más el consumo de tales publicaciones.

La solución de los problemas expuestos en las tramas de las historietas siempre será de manera violenta, adjudicándole al varón la capacidad única para resolver los

conflictos; en cuanto a la mujer sólo tiene la capacidad de levantar calumnias, intrigar, seducir, destruir hogares ajenos y de arruinar la vida de un hombre.

Dentro de las historietas, existen tres móviles en donde se desarrollan los personajes, denominados: hedónicos, pragmáticos y éticos, los cuales conllevan la connotación del emisor hacia el público receptor.

Con lo anteriormente expuesto, se concluye que las historietas son mecanismos de entretenimiento que reflejan valores y estereotipos para una sociedad de consumo como lo es México, propuestos y elaborados por una clase minoritaria, obstruyendo un enriquecimiento en el vocabulario y una nula ampliación de conocimientos al lector minero de historietas.

## **SUGERENCIAS**

Con base en las conclusiones anteriormente expuestas, y también a la problemática en cuestión, es importante señalar algunas sugerencias óptimas, para despertar en el minero el gusto por la lectura de carácter formativo.

Primeramente, es conveniente aclarar que, existen instituciones en el estado de Hidalgo, que promueven y certifican la educación para adultos, y en la práctica son las encargadas de crear en las empresas que lo requieran, círculos de estudio para ayudar a que concluyan su educación básica, uno o varios grupos de trabajadores mayores de quince años; así pues, tanto el INEA como la Compañía Real del Monte y Pachuca, tienen el deber moral y social de preparar educativamente al minero.

Para lograr tal fin, es importante que se establezca un convenio entre las dos instituciones para proporcionar de manera continua y permanente, asesorías de carácter educativo, a modo de proporcionar instrucción básica a los trabajadores de las minas; y que éstos a su vez reciban estímulos y reconocimientos a su esfuerzo y dedicación, para que de esta manera, se sientan motivados para concluir su instrucción educativa.

Por otra parte, ya conformados los círculos de estudio en todas la unidades productivas vigentes, principalmente la de San Juan Pachuca; establecer intercambios educativos a través de pequeños talleres de aprendizaje, en donde se fomente el hábito por la lectura de carácter formativo y se concientice al minero sobre los discursos y mensajes propuestos en las historietas más leídas por éste, para que le permitan establecer un juicio comparativo entre éstas y otras publicaciones en donde se den a conocer acontecimientos y situaciones diferentes a las que cotidianamente vive.

Es importante señalar, que este hábito a la lectura que se vaya creando, sea del gusto e interés del trabajador, y que sea un medio para autocapacitarse sin la ayuda de un instructor, ya que la finalidad de la educación para adultos, propuesto por el INEA, es formar individuos autodidactas y autosuficientes; así mismo, si existe un asesor como guía dentro de los círculos de estudio, éste debe ser una persona comprometida y aficionada a la lectura, conocedora de diferentes materiales bibliográficos, para a sí poder satisfacer los gustos e intereses del educando.

Una posible asociación de carácter moral, consistiría en reunir a damas voluntarias que se preocupen por la educación, nutrición y recreación del minero hidalguense, proporcionándole elementos que los ayuden a mejorar su nivel socio-económico.

Establecer bibliotecas internas en cada centro de trabajo, para consulta y lectura de diferentes publicaciones, desde el periódico, hasta novelas de clásicos, conteniendo suficientes diccionarios, enciclopedias, con el propósito de que los círculos de estudio que se establezcan, tengan material bibliográfico y hemerográfico para enriquecer las secciones de estudio.

Por otra parte sería recomendable que la S.E.P. en su departamento de promoción y difusión educativa, realizara una serie de libros sencillos y a colores sobre las raíces propias del pueblo hidalguense, encaminado a proporcionar elementos educativos, tales como: un amplio vocabulario, sugiriendo su significado y por otra parte hacer del conocimiento del minero los diferentes géneros narrativos que puede contener un libro, conjuntamente elaborado por texto e imagen.

Dichos materiales deberán ser distribuidos en todas las escuelas del estado de Hidalgo, en forma gratuita, así mismo a la Compañía Real del Monte y Pachuca

para que el minero hidalguense tenga otra alternativa de lectura paralela con respecto a las novelas sencillas que consume.

Finalmente, hacer del conocimiento del trabajador minero, por medio de carteles, dentro y fuera de su centro de trabajo, así como con folletería creada y distribuida por la empresa; los eventos culturales, sociales y deportivos que se presenten en Pachuca, para que ellos y su familia puedan disfrutarlo, sin costo o mediante una mínima cuota, consiguiendo con ésto, que ocupen su tiempo libre no en la lectura de novelas sencillas; sino en actividades que puedan enriquecerlos mental y emocionalmente.

**BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTOS  
AUDIOVISUALES.**

## BIBLIOGRAFÍA

-AURRECOECHEA, Juan Manuel.- Puros Cuentos. La historia de la Historieta en México (1874-1934). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, editorial Grijalvo, México, 1988.

-BAUR, Elizabeth K.- La historieta como Experiencia Didáctica. Traducción de Pablo Klein, editorial Nueva Imagen, México, 1978.

-CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.- Artículo 3º Constitucional. Título Primero. Capítulo 1 de las Garantías Individuales. Ediciones Delma, undécima edición, México, 1992.

-CORTES ROCHA, Carmen.- La Escuela y los Medios de Comunicación. Secretaría de Educación Pública, ediciones Caballito, México, 1986.

-DE VIVANCO, Paloma y otros.- Un Cuento y una Estrategia para la Animación a la Lectura en los Medios Masivos de Comunicación. Editorial Eureco, México, 1992.

-FAGES, J.B. y PRAGRAMOS, G.H.- Diccionario de los Medios de Comunicación. Fernando Torres editor, Valencia, 1978.

-GALLO, Miguel Ángel.- Los Comics: Un enfoque sociológico, Ediciones Quinto Sol, México, 1982.

-GARCÍA G., Ariel.- Minas y Mineros en Pachuca y Real del Monte. Documento obtenido del Archivo Histórico de la Compañía Real del Monte y Pachuca, Pachuca de Soto, Estado de Hidalgo, México 1993.

-GRAMSCI, Antonio.- Cultura y Literatura. Editorial Península, Barcelona, 1977.

-HERNER, Irene.- Mitos y Monitos: Historietas y Fotonovelas en México Editorial Nueva Imagen, México, 1979.

-INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA.- XI Censo General de Población y Vivienda, Cuadros No. 1 Parte A, F, D. Resultados definitivos, datos por localidad, Hidalgo, 1990.

-MARX, Carlos y ENGELS, Federico.- La Ideología Alemana. Ediciones de Cultura Popular (biblioteca Marx-Engels No. 4), México, 1976.

-PÉREZ BLANQUET, Carmen.- La Historieta en la Educación. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, UNAM, México, 1983.

-PRIETO CASTILLO, Daniel.- Análisis de Mensajes. Editorial Ciespal, Quito Ecuador, 1988.

-PRIETO CASTILLO, Daniel.- Elementos para el Análisis de mensajes. Editorial Ciespal, Quito Ecuador, 1988.

-PRIETO CASTILLO, Daniel.- Retórica y Manipulación Masiva. Editorial Ciespal, Quito Ecuador, 1988.

-ROJAS SORIANO, Raúl.- Guía para realizar investigaciones sociales. Textos Universitarios, UNAM, México, 1982.

-SUAREZ LOZANO, José.- La historieta Mexicana. Revista Artes de México, México, 1972.

-VAN PELT, Nancy.- Hijos Triunfadores: La Formación del Carácter y la Personalidad. Asociación Publicadora Interamericana, Miami Florida, E.U.A., 1985.

-VELASCO, Arnulfo Eduardo.- La Historieta, enfoque practico en relación con la enseñanza. Universidad de Guadalajara, editorial C.R.T., México, 1985.

## DOCUMENTOS AUDIOVISUALES.

-BARRERA, María Luisa.- Programa radiofónico 'Escucha', tema: '¿Se fomenta la lectura en México?', transmitido el día 30 de agosto de 1993. Radio Red; 1110 de A.M. de 10 a 11 hrs.

-MORALES BALTAZAR, José Luis.- Conductor del Programa Radiofónico 'Feria de Libros'. Radio Red; 1110 de A.M. de 22 a 23 hrs.

-MORALES GONZÁLEZ, Gabriela.- Entrevistas al Sr. Félix Castillo García. Minero retirado y escritor del diario 'El Visor' de Pachuca Hgo. Realizadas durante el mes de Noviembre de 1993, en el Archivo histórico de la Compañía Real del Monte y Pachuca, ubicado en la calle de Mina # 110, colonia Centro, Pachuca Hidalgo.

-MORALES GONZÁLEZ, Gabriela.- Entrevista al Sr. Mario López Flores. Subgerente de seguridad industrial de la Unidad Productiva San Juan Pachuca, de la Compañía Real del Monte y Pachuca el día 23 de Octubre de 1993.

-RADIO RED .- Mensaje Publicitario transmitido entre las 10 y las 13 hrs. del día 16 de Diciembre de 1993, en el 1110 de A.M.

-SISTEMA HIDALGUENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN.- Material videográfico titulado: 'Las Raíces Históricas y Culturales del Minero Hidalguense'. Proporcionado el día 13 de Agosto de 1993.

# ANEXOS

## ANEXO No. 1

### CUESTIONARIO SOBRE HÁBITOS DE LECTURA DEL MINERO HIDALGUENSE.

1.- EDAD \_\_\_\_\_.

2.- ¿SABE LEER Y ESCRIBIR? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

3.- ESCOLARIDAD \_\_\_\_\_ NIVEL \_\_\_\_\_

4.- ¿CUANTOS AÑOS LLEVA TRABAJANDO COMO MINERO? \_\_\_\_\_

5.- ¿ALGÚN FAMILIAR SUYO ES O FUE MINERO? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_  
¿QUIEN? \_\_\_\_\_

6.- ¿HA TENIDO ALGÚN OTRO TRABAJO? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_  
¿CUAL? \_\_\_\_\_

7.- ¿QUE ACTIVIDAD REALIZA UD. EN SU TIEMPO LIBRE?  
LEER \_\_\_\_\_ VER TELEVISIÓN \_\_\_\_\_ SALIR CON AMIGOS \_\_\_\_\_  
OTROS (ESPECIFIQUE CUAL) \_\_\_\_\_

8.- ¿LEE HISTORIETAS EN SU TIEMPO LIBRE? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

9.- SEÑALE CON UNA CRUZ LA O LAS HISTORIETAS QUE MAS LE GUSTEN Y QUE MAS LEA.

LIBRO SEMANAL ( ) LIBRO POLICIACO ( ) LIBRO VAQUERO ( )

LIBRO PASIONAL ( ) SENSACIONAL DE LUCHAS ( )

LAGRIMAS Y RISAS ( ) LIBRO SECRETO ( )

EN CASO DE QUE LA REVISTA QUE MAS LE AGRADE NO ESTE INCLUIDA EN LAS ANTERIORES ESCRÍBALA A CONTINUACIÓN:

---

10.- ¿QUIENES EN SU FAMILIA LEEN HISTORIETAS?

Hijos ( ) Esposa ( ) Hermanos ( ) Padres ( ) Suegros ( )

Otros (Especifique quién) \_\_\_\_\_

11.- ¿QUE ES LO QUE MAS LE AGRADE DE SU HISTORIETA

PREFERIDA? SEÑALE LA O LAS OPCIONES.

SUS DIBUJOS ( ) SU TRAMA ( ) SU COSTO ( ) SU TAMAÑO ( )

CLARIDAD EN EL LENGUAJE ( )

12.- ¿QUE TAN FRECUENTE LEE ESTA PUBLICACIÓN?

DIARIO \_\_\_\_\_ DOS VECES POR SEMANA \_\_\_\_\_

UNA VEZ A LA SEMANA \_\_\_\_\_ CADA MES \_\_\_\_\_ CADA VEZ QUE

LA ENCUENTRA \_\_\_\_\_ OTRA OPCIÓN \_\_\_\_\_

13.- ¿COMO OBTIENE DICHA PUBLICACIÓN?

LA COMPRA \_\_\_\_\_ SE LA PRESTAN \_\_\_\_\_ LA ALQUILA \_\_\_\_\_

LA ENCUENTRA EN SU CASA \_\_\_\_\_ OTRA OPCIÓN \_\_\_\_\_

14.- EN CASO DE QUE LA COMPRE ¿EN DONDE COMPRA SU REVISTA?  
CERCA DE SU CASA \_\_\_\_\_ CERCA DE SU TRABAJO \_\_\_\_\_  
RUMBO A SU CASA \_\_\_\_\_ EN EL TRAYECTO DE SU CASA AL  
TRABAJO \_\_\_\_\_ CUANDO ANDA POR LA CALLE \_\_\_\_\_

15.- ¿CUANTO GASTA SEMANALMENTE EN ADQUIRIRLA?

MARQUE LA OPCIÓN MAS CERCANA

N\$ 1.50 \_\_\_\_\_ N\$ 3.00 \_\_\_\_\_ N\$ 4.50 \_\_\_\_\_ N\$ 6.00 \_\_\_\_\_

N\$ 7.50 \_\_\_\_\_ MAS DE N\$ 7.50 \_\_\_\_\_

16.- ¿CUANTO TIEMPO OCUPA AL DÍA EN LEER HISTORIETAS?

UNA HORA \_\_\_\_\_ DOS HORAS \_\_\_\_\_ TODA LA TARDE \_\_\_\_\_

17.- ¿CONSIDERA QUE LA HISTORIETA QUE UD. LEE PUEDE SER UN  
MEDIO PARA RECIBIR EDUCACIÓN?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ ¿PORQUE? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

18.- ¿PIENSA UD. QUE EN LAS HISTORIETAS SE REFLEJA SU FORMA  
DE SER Y VIVIR MUY PARTICULAR?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ ¿PORQUE? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

19.- ¿CREE UD. QUE EL CONTENIDO DE LAS HISTORIETAS QUE UD. LEE PUEDE LLEGAR A CAMBIAR SUS COSTUMBRES?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ ¿PORQUE? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

20.- ¿ALGUNA VEZ SE HA IDENTIFICADO CON ALGÚN O ALGUNOS PERSONAJES DE LAS HISTORIETAS QUE MAS LE GUSTAN O QUE MAS LEE?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ ¿PORQUE? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANEXO No. 2

### ENTREVISTAS A DIFERENTES PERSONAS RELACIONADAS CON EL RAMO DE LA MINERÍA.

- NOMBRE COMPLETO DE LA EMPRESA.
- FUNCIONES QUE DESEMPEÑA LA COMPAÑÍA REAL DEL MONTE Y PACHUCA.
- NUMERO DE PERSONAS QUE LABORAN ACTUALMENTE EN LAS MINAS.
- CENTROS DE TRABAJO QUE FORMAN PARTE DE LA COMPAÑÍA REAL DEL MONTE Y PACHUCA.
- REQUISITOS PARA INGRESAR COMO MINERO A LA EMPRESA.
- TURNOS LABORALES EN LA COMPAÑÍA.
- ESCALAFÓN GENERAL DEL MINERO DENTRO DE LA COMPAÑÍA.
- PRESTACIONES QUE RECIBE EL MINERO EN SU CENTRO DE TRABAJO.

- TIPO DE CAPACITACIÓN QUE OTORGA LA COMPAÑÍA PARA EL DESARROLLO LABORAL DEL MINERO.
- EQUIPO DE TRABAJO CON EL QUE CUENTA EL TRABAJADOR DE MINAS PARA DESARROLLAR SU LABOR.
- ENFERMEDADES MAS FRECUENTES ENTRE LOS MINEROS.
- DESENVOLVIMIENTO GENERAL DEL MINERO DENTRO DE SU CENTRO DE TRABAJO.
- PROCEDENCIA DEL TRABAJADOR MINERO.
- ACTIVIDADES EXTRA LABORALES QUE DESARROLLA EL MINERO EN SU CENTRO DE TRABAJO.

### ANEXO No.3

#### ENTREVISTA A LAS PERSONAS ENCARGADAS DE LOS ESTANQUILLOS DE PERIÓDICOS EN LA CALLE DE MADERO DE PACHUCA HIDALGO.

1. ¿CUALES SON LAS NOVELAS SENCILLAS QUE SE VENDEN CON MAYOR FRECUENCIA?
2. ¿QUE TIPO DE POBLACIÓN ADQUIERE LAS HISTORIETAS?  
HOMBRES ( )            MUJERES ( )
3. ¿CADA CUANDO SALEN AL MERCADO LAS HISTORIETAS MAS VENDIDAS?
4. ¿CUAL ES EL COSTO DE ESTAS REVISTAS?
5. ¿QUE CANTIDAD DE DINERO LLEGA A GASTAR UNA PERSONA EN LA COMPRA DE DICHAS NOVELAS SENCILLAS?
6. ¿TIENE CLIENTES PERMANENTES QUE CONSUMEN ESTE TIPO DE REVISTAS?  
SI ( )            NO ( )

7. ¿CUALES SON LAS HISTORIETAS QUE MAS CONSUMEN LOS HOMBRES?

8. ¿CUALES SON LAS HISTORIETAS QUE MAS CONSUMEN LAS MUJERES?

Asunto: Aplicación de encuestas a mineros  
de la unidad productiva San Juan  
Pachuca.

Pachuca, Hgo., a 20 de octubre de 1993.

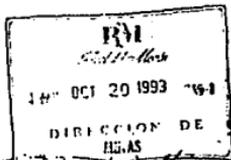
Ing. Enrique Cervantez Montes  
Director de Minas de la Compañía  
Real del Monte y Pachuca.  
P R E S E N T E.

Por medio de la presente, me dirijo a usted, para solicitar autorización para aplicar cuarenta encuestas, a través de un cuestionario sencillo de veinte preguntas, el cual va dirigido a los mineros de la unidad productiva San Juan Pachuca, debido a que ésta tiene el mayor número de mineros laborando.

Las encuestas tienen como finalidad, investigar los hábitos de lectura de los mineros, y forman parte esencial del trabajo de tesis de la que suscribe, para optar por el título de Licenciada en Pedagogía.

Sin otro particular por el momento y esperando verme favorecida con su respuesta, quedo de Ud.

A T E N T A M E N T E.



*Mrs. T. Gabriela Morales G.*  
MR. TENESA GABRIELA MORALES G.

ASUNTO: Se solicita permiso para obtener una copia en video de material relacionado a mi tema de investigación.

Pachuca de Soto a 13 de Agosto de 1993.

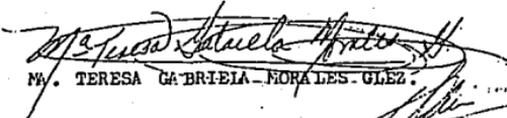
ARQ. LUIS CORRALES VIVAR  
Director Gral. del Sistema  
Hidalgüense de Radio y Televisión.  
P R E S E N T E

Me dirijo a Ud. de la manera más atenta para solicitarle una copia en video de material sobre "Las raíces históricas y culturales del pueblo Hidalguense, así como material sobre el contexto político-social de Norteamérica y su relación con las historietas".

Lo que suscribe Ma. Teresa Gabriela Morales González realiza la tesis para obtener el título de Licenciada en Pedagogía, el tema de investigación es: LA HISTORIETA EN EL HABITO DE LECTURA DEL MINERO HIDALGUENSE.

Por tal motivo considero éste material parte importante para la realización del mismo, teniendo en conocimiento que para el uso de éste, se citará la fuente original, dentro del tema de investigación, y que éste no se publicará con fines lucrativos.

Agradeciendo de antemano su atención y esperando verme favorecida con su autorización, quedo de Ud.

  
MA. TERESA GABRIELA MORALES GONZÁLEZ

en el Sistema J. Program...

## FE DE ERRATAS

<u>Página</u>	<u>Dice</u>	<u>Debe decir</u>
Introducción	historiarta	historieta
3	lo denominaron	la denominaron
12	esto	ésto
12	significo	significó
12	produjo	produjera
86	su obtuvo	se obtuvo