



Amoxtli
ISSN: 0719-997X
amoxtli@uft.cl
Universidad Finis Terrae
Chile

La historieta “Hombres y Héroeas”: entretenimiento y educación informal en México (1987-2005)

Ramos Reyes, Jesús

La historieta “Hombres y Héroeas”: entretenimiento y educación informal en México (1987-2005)

Amoxtli, núm. 8, 2023

Universidad Finis Terrae, Chile

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=615773357004>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

La historieta “Hombres y Héros”: entretenimiento y educación informal en México (1987-2005)

The comic book “Hombres y Héros”: entertainment and informal education in Mexico (1987-2005)

Jesús Ramos Reyes *
Universidad Nacional Autónoma de México, México
jesusramsen@hotmail.com

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=615773357004>

 <https://orcid.org/0000-0002-4893-7578>

Recepción: 04 Octubre 2021
Aprobación: 30 Diciembre 2021

RESUMEN:

Este trabajo explora la vida de la historieta *Hombres y Héros* publicada por Novedades Editores S.A. de C.V. de 1987 a 1994 y de 1998 al 2005 en México. Partiendo de la perspectiva de la nueva historia cultural y social de Peter Burke, se da cuenta de los antecedentes, características y de la forma de producción de la historieta, así como de las relaciones entre la historieta y otras industrias de la cultura impresa. Al atender algunos testimonios de sus lectores, la publicación puede ser catalogada como una obra que contribuyó a la educación informal en México, sin dejar de ser una obra de entretenimiento propia de su género. Asimismo, en el trabajo se reflexiona sobre la importancia de las historietas culturales y de sus rumbos en la actualidad en México.

PALABRAS CLAVE: México, historietas, cómics, Hombres y Héros, educación informal.

ABSTRACT:

This essay explores the life of the comic book *Hombres y Héros* published by Novedades Editores S.A. de C.V. from 1987 to 1994 and from 1998 to 2005 in Mexico. Starting from the perspective of the new cultural and social history of Peter Burke, it covers the antecedents, characteristics and form of production of the comic book, as well as the relationships between the comic industry and other industries of print culture. By attending to some testimonies from its readers, the comic book can be classified as a publication that contributed to informal education in Mexico, without ceasing to be an entertainment magazine, proper of its kind. Likewise, the work reflects on the importance of popular cultural publications and their current course in Mexico.

KEYWORDS: Mexico, comics, non-formal education, *Hombres y Héros*.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo reconstruye la historia de la revista “Hombres y Héros” (en adelante HyH) en sus antecedentes, orígenes, justificaciones, desarrollo, final y trascendencia para sus lectores. Para ello se recurre a la historia de las historietas en México en general, a la historieta misma y datos del creador de la historieta. La indagación historiográfica pretende elaborar una mirada desde distintos ángulos, enfatizando el ámbito de la producción de la historieta y de sus usos, abordando, asimismo, los aspectos sociales, políticos y económicos que incidieron en ella. Al relacionar la historieta HyH con las experiencias de sus lectores, se hace un vínculo con la “educación informal”, pues de acuerdo con testimonios de ex lectores de HyH, la historieta influyó en ellos de manera intelectual, personal y profesional.

El enfoque de la investigación se aparta de los estudios sobre la historieta como género discursivo, de los productos culturales de masas y de la historieta como discurso político e ideológico. Tampoco se pretende

NOTAS DE AUTOR

- * Doctor en Ciencias con Especialidad en Investigación Educativa por el Departamento de Investigaciones Educativas del Centro de Investigación y Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional, Ciudad de México. Ha sido profesor de educación básica, media y superior en las asignaturas de historia, filosofía y educación, actualmente es investigador independiente e imparte cursos de Filosofía de la Educación a nivel posgrado.

hacer un estudio sobre el valor de la historieta como recurso didáctico ni sobre los contenidos y valores que las historietas proponen. Aunque los estudios en estos enfoques han posibilitado una mejor comprensión de las historietas, y este trabajo es deudor de ellas, más bien se recrea la historia de una historieta en específico a partir de un enfoque cultural y sociológico.

Para ello, la investigación se enmarca en la inquietud por la historia de la lectura y la cultura escrita que ha tenido su sede en el Seminario interinstitucional Usos de lo Impreso en América Latina, organizado por investigadores de distintas universidades mexicanas y que parten de la nueva historia cultural, entre otras perspectivas de análisis. La llamada “nueva historia cultural”, cuyo principal exponente es el historiador británico Peter Burke, reconoce lo popular como objeto de estudio de la historia cultural y social.¹

Así, los objetos populares de una sociedad son puestos en relación con sus significantes para los distintos grupos que los usan. Siguiendo esta perspectiva, es posible indagar en las publicaciones periódicas populares de un momento y espacio específicos, para reconocer las redes económicas, políticas y sociales que las hicieron posibles, sus relaciones con otros medios impresos, la manera en que eran producidas y cuáles fueron sus usos, que también involucra los efectos de las lecturas en sus lectores.

Para ello se recurre a estudios historiográficos sobre la historieta, de las editoriales y del periodismo mexicano, así como a trabajos de apoyo para contextualizar la vida social, política y cultural en la que estaba inmersa la historieta. Una fuente invaluable fue el testimonio de Rémy Bastien van der Meer, guionista, traductor y creador de HyH durante su paso por Novedades Editores. Compartir su experiencia de vida a cargo de HyH, así como del ámbito editorial y de las historietas, fue posible a partir de una serie de conversaciones vía telefónica y por correo electrónico, con un cuestionario como guía, a modo de entrevistas de investigación semiestructuradas.² La principal fuente documental fue una colección propia de HyH que reúne la mayor parte los números publicados en su primera y segunda época. Esta colección consta de más de 500 números que datan de 1987 a 1994 y de 1998 al 2005, con la advertencia de no saber con exactitud cuál fue el último número de HyH de cada época, pues sólo se concluyó que la historieta dejó de ser publicada cuando ya no se encontró a la venta, de manera que los últimos números aquí registrados deben considerarse sólo para esta colección. Para captar las experiencias de los lectores de HyH, se recurre a testimonios provenientes de foros en internet y a una charla personal.

Por otro lado, la metodología que se sigue es aquella para la nueva historia cultural que ha desarrollado la historiadora española Elena Hernández Sandoica, la cual procede en tres planos interrelacionados:³

- a) Plano individual: significa clasificar las características físicas y circunstanciales del objeto de estudio, entre ellas su tamaño, material, complejidad de elaboración, fines, al emisor y al receptor. Lo que implica indagar en documentos de la época.
- b) Plano ambiental: implica reconocer las relaciones del objeto con el contexto cultural y social próximo y lejano en el que fue creado. Para ello se coloca el objeto en el contexto sociocultural de la época, al lado de otros materiales con los que compartió espacio y función social. Se trazan los usos y transcendencias en las personas que lo presenciaron, lo que implica tener que apoyarse en bibliografía sobre el periodo y otras fuentes culturales, visuales y literarias, por ejemplo.
- c) Plano estructural: consiste en poner al objeto de estudio en perspectiva con el marco civilizatorio en el que se desenvuelve, para señalar su importancia en la dinámica cultural global de su mundo.

A partir de este método, se observa cómo ciertos objetos populares generaron representaciones en la época en la cual fueron creados y la manera en la que cumplieron con ciertas expectativas. Los objetos de estudio, desde esta perspectiva, son significados que deben ser descodificados por sus receptores, quienes los vivieron, padecieron o disfrutaron, ingresando el historiador al objeto en el mundo vivo para el que fue creado, para dar cuenta de su función, su uso, su empleo y efectividad, así como de su cualidad para crear actitudes, motivar

actos o establecer pautas de comportamiento.⁴ El trabajo no es sólo analítico y descriptivo, sino también interpretativo y/o explicativo de todas las circunstancias y estructuras que dotaron a los objetos de significado.

Por su parte, la categoría de análisis de “historieta de contenido social” permite reducir el campo de estudio a las historietas con contenidos intencionalmente culturales. Para Zoraida Vázquez,⁵ las historietas de “contenido social” son un medio de comunicación que ha probado su fuerza social como vehículo de ideas, al atender una serie de mediaciones que intervienen en el proceso de comunicación, como la edad, el sexo, el nivel socioeconómico, cultural, histórico, y que producen algún resultado. Siguiendo a Zoraida Vázquez, las historietas de contenido social estimulan el sentido crítico de los estudiantes, les sensibiliza sobre la problemática social, les brinda conocimientos históricos y culturales, y la oportunidad de tener una visión más amplia sobre la vida.⁶

En cuanto al lenguaje utilizado, los términos de historieta y cómic son intercambiables, aunque existen estudios⁷ que revelan cambios conceptuales que definen el uso de términos para historietas de acuerdo con su espacio y tiempo de enunciación, así como de su forma y contenidos. Se puede hablar de “tiras cómicas” o “sección de monitos” de aquellas que aparecen en los periódicos; de revistas “pepines”, de “caricaturas” e “historietas” hasta los años setenta del siglo XX, mientras que de los ochenta en adelante es más común hablar de “cómic”, principalmente para las historietas extranjeras de superhéroes. En este trabajo se eligió el término de “historieta” para dar uniformidad al lenguaje por cuestiones de economía y porque coincide con la categoría de “historieta de contenido social” o “historieta cultural”, asumiendo que existen términos que definen mejor a los distintos tipos de historietas.

Los resultados de la investigación están estructurados en tres capítulos: el primero muestra los antecedentes de la historieta cultural en México y explica la industria editorial de la que surgió, así como sus relaciones con otros ámbitos. También se describen usos y percepciones de la historieta en el siglo XX. En el segundo capítulo se desarrolla la historia de HyH describiendo su razón de ser, sus características, la manera en que se producía y distribuía, los actores que participaron en ella, los cambios que presentó durante las dos épocas en que se publicó, y las relaciones que tenía con otras publicaciones. El tercer capítulo muestra las redes que crearon los ex lectores de HyH y algunos testimonios, para observar cómo influyó en sus vidas personales y en su formación cultural y profesional, y así interpretar que HyH proporcionó a sus lectores una cierta “educación informal”. Finalmente, en las conclusiones se reflexiona sobre la situación de la historieta cultural mexicana en el contexto actual, sobre la lectura y la relación entre las historietas culturales y la educación formal.

PRIMER CAPÍTULO: LOS ANTECEDENTES Y ASPECTOS DETRÁS DE LAS HISTORIETAS

Las historietas en México y en otras partes del mundo, son un fenómeno cultural que se definió como tal en el siglo XX, aunque su presencia se debe a las actividades editoriales, al periodismo y al trabajo en imprentas que se hacía en el siglo XIX. Existen múltiples trabajos que muestran el desarrollo de las publicaciones periódicas en el siglo XIX, así como del avance en sus tecnologías, métodos, contenidos y de la ampliación de los lectores.

⁸ Un antecedente de la historieta fue José Guadalupe Posadas (1851-1913), quien es considerado el primer caricaturista y dibujante de México, al hacer caricatura política en periódicos de la época.⁹

De acuerdo con Adriana Malvido,¹⁰ los orígenes de la historieta mexicana se ubican en la publicidad de la cigarrera “El Buen Tono”, la cual decidió insertar en cada cajetilla, desde 1880, la “Historia de una Mujer”, que fue una serie de 102 litografías ejecutadas por el pintor catalán Eusebio Planas. Se trató de una serie de viñetas ilustradas en las que el texto quedaba insertado en la parte inferior del encuadre.

Debido al éxito de esta narración ilustrada, “El Buen Tono” publicó después otra serie cuyo protagonista era “Ranilla”, las aventuras de un fumador que bebía cerveza. A principios del siglo XX ya existían varios semanarios en México que publicaban tiras cómicas y comenzaron a comprar los derechos para reproducir

tiras extranjeras en sus planas. Destaca entre ellas la de “Mamerto y sus Conocencias” (1925), que era la parodia de la tira norteamericana “Educando a Papá”.

Siguiendo la historia de la historieta,¹¹ en México como en otros países, las historietas se desarrollaron en las tiras cómicas de los diarios, hasta alcanzar su autonomía en forma de revistas. Los especialistas sitúan 1934 como el año del inicio de la historieta en México con la publicación de “Paquín”.¹² “Paquín” había surgido de una tira cómica que se publicaba en El Universal, alcanzando gran popularidad a cargo de su editor, Luis Novaro. Así, “Paquín” se convirtió en revista. Tras su éxito, surgieron otras historietas como “Paquito” y “Pepín”, que llegaron a publicarse diario.

Al mismo tiempo, Publicaciones Herrerías se fundó en 1933 a cargo del periodista deportivo Ignacio Herrerías, responsable del semanario taurino Novedades y del suplemento de historietas donde despuntaba la tira “Chamaco”, la cual se convirtió en revista en 1936. “Chamaco” obtuvo un éxito rotundo y compitió con la historieta “Pepín” de Novaro, siendo ambas las revistas de mayor influencia social y cultural en México de 1936 a 1956. Los investigadores de la historieta mexicana señalan que en su época de oro (de los años cuarenta a los años cincuenta), llegaron a imprimirse tirajes de hasta 750,000 ejemplares diarios,¹³ con ventas en Centro y Sudamérica.

En 1944 falleció Ignacio Herrerías y en 1949 se fundó Editorial Novaro, enfocada en las historietas; en la siguiente década, Novaro se consagró como una de las empresas más rentables del país, diversificando sus productos al obtener contratos para imprimir libros de texto gratuitos con la Secretaría de Educación Pública y llegar a acuerdos con Dell Publishing, empresa estadounidense que, a través de Dell Comics (la empresa de historietas más grande de E.U.), publicaba cientos de títulos de docenas de franquicias, entre ellas Disney, Warner Brothers, MGM, y aventuras de personajes como “Tarzan”, “La pequeña Lulú”, “Red Ryder” o “El llanero solitario”. De acuerdo con Bastien, en 1953 Dell Comics estimaba publicar 26 millones de cómics en la Unión Americana.

En 1955 surgió la Editorial Argumentos (EDAR) de Guillermo de la Parra y Yolanda Vargas Dulché, de donde surgieron historietas con gran popularidad como la “Doctora Corazón”, “Memín Pingüín” y “Lágrimas, Risas y Amor”. Ese mismo año nació Editormex, la cual publicó historietas de tipo caricatura con “Hermelinda linda” y “Capulina”. Al transformarse EDAR en una millonaria empresa surgieron otras editoriales: Editorial de la Parra, Publicaciones CITEM, Editorial Manelick de la Parra y Editorial Vid. Para 1985, Editorial Vid contaba con 53 empresas, entre ellas hoteles, inmobiliarias y constructoras. Según Adriana Malvido, aún con los grandes éxitos de las historietas nacionales, por cada 45 historietas de origen extranjero había doce nacionales.

Siguiendo a Malvido,¹⁴ en los años cincuenta, el periódico Novedades compró Publicaciones Herrerías y fundó Novedades Editores S.A. de C.V., dando continuidad a las historietas que publicaba Herrerías. Por su parte, el periódico La Prensa fundó Editorial La Prensa y se sumó a la creación de historietas publicando títulos extranjeros de Atlas y Timely, antecesores de Marvel. En la década de los sesenta, el autor de “Kalimán”, Modesto Vázquez, trasladó su personaje de la radio al comic y fundó Promotora K. Para inicios de los ochenta, Kalimán significaba el setenta por ciento del capital de esta empresa. De Promotora K surgieron dos editoriales: Racú y Racan, y en grupo publicaron además de Kalimán, las historietas de “Águila Solitaria” y “Fugitivo”, las cuales llegaron a Estados Unidos (Chicago y Los Ángeles principalmente) y Sudamérica. Al mismo tiempo se creó Editorial Ejea, a cargo de la familia Flores. Ejea se convirtió en una de las empresas más fuertes de la industria por sus historietas y por el capital generado por éstas: dos editoras de historieta (Proyección y Nueva Era), una distribuidora (Codiptyrsa) y dos negocios creados en sociedad con Editorial Vid: Editorial Game y Talleres Rotográficos Zaragoza, en donde imprimían sus propios productos. Entre las historietas de Ejea en los setenta están aquellas de carácter cultural “Grandes Novelas” y “Grandes Personajes” y las “sensacionales” de entretenimiento en los noventa: “Sensacional de barrios”, “Sensacional de trailers”, “Sensacional de luchas”, etcétera.

En los años setenta, Editorial La prensa se convirtió en la Editorial OEPISA y publicó comics traducidos al español de Marvel bajo su división Macc Editores, así como también creó versiones mexicanas de “El Hombre Araña”. En 1979 OEPISA perdió la licencia de Marvel y la obtuvo Novedades Editores. Novedades también adquirió derechos de publicación de algunos títulos de Hanna-Barbera.

Aunque en los años setenta la crisis económica afectó a la industria editorial, la publicación de historietas permitió la venta de grandes tirajes diarios y semanales. De acuerdo con Bastien, a inicios de los años ochenta, la historieta con mayor tiraje era “Kalimán”, con un millón y medio de ejemplares semanales. No obstante, para Malvido, la “novela ilustrada” tenía los más altos tirajes en la industria: “El Libro Semanal”, “El Libro Policiaco”, “El Libro Vaquero”, “El Libro Rosa”, “El Libro Sentimental”, “El Libro Pasional”. Con estos “libros” Novedades sostenía a toda la empresa, aportando el 80 por ciento de su capital y haciendo posible la publicación de su diario y sus revistas femeninas.

Para Malvido, de los años cincuenta a los ochenta, la historieta era una industria consumada: 500 millones de ejemplares producidos al año, más de la mitad del papel destinado a la industria editorial era absorbido por las historietas y hasta 1984-1985, una derrama económica mensual de hasta 1250 millones de pesos. Josefina Zoraida Vázquez¹⁵ indica que a principios de los años noventa, la producción total mensual de historietas y fotonovelas en México era de entre 90 y 100 millones, es decir, 1,200 millones al año, el doble de hace una década.

Siguiendo a Malvido, en boca de uno de los ejecutivos de Vid, sus publicaciones llegaban al 45 por ciento de la población mexicana y se exportaban hasta España. Editorial Vid creó una filial en Colombia con renombrados editores para editar las publicaciones mexicanas, y de esta manera circularon en Perú, Venezuela, Colombia y Brasil. A partir de traductores y adaptaciones, algunos títulos llegaron a Japón, “Memín pingüin” se vendió en Filipinas, “Lágrimas, risas y amor” se publicó en Italia y “Amor y lágrimas” en Estados Unidos. Los títulos de Vid incluyeron casi todos los géneros: melodramas, terror, aventura, ficción, religión, nota roja y sexo.

Los años ochenta fueron una gran época para Novedades Editores. En abril de 1980 apareció en los puestos de revistas “El Asombroso Hombre Araña” con un éxito inmediato, y poco después, más títulos de Marvel. Novedades se convirtió en la competencia de Editorial Novaro, la cual publicaba numerosos personajes de DC Comics.

No obstante, en la industria editorial corría un secreto a voces de que Novaro no andaba bien de finanzas, lo cual se corroboró a finales de 1985, cuando cerró sus puertas. Novedades llegó al año de 1990 con el liderazgo de las historietas, pero presentaba problemas con el consecutivo aumento de precios en sus revistas, por la depreciación del peso mexicano frente al dólar. A finales de 1993, Novedades Editores canceló “El Asombroso Hombre Araña” y en 1994 entregó los derechos de las historietas de Marvel a sus propietarios extranjeros, quienes a su vez los concesionaron después a Grupo Editorial Vid. En el año 2002 Novedades cambió su razón social a Nueva Impresora y Editora S. A. (Niesa) hasta 2010 y luego a Hevi Editores.

En cuanto a las historietas con “contenido social”, para Juan Manuel Aurrecochea,¹⁶ Editorial Novaro inauguró la corriente de las historietas didácticas que pretendían cultivar al lector. Así surgió en 1954 la colección “Vidas ejemplares”, de la cual se publicaron 416 números ordinarios y 14 extraordinarios. En ella se presentó la vida de santos, apóstoles y personalidades del catolicismo. En 1956 surgió la colección “Vidas Ilustres”¹⁷ (1956-1974) con biografías de personajes célebres de la historia universal. De ahí siguieron otras series a cargo de Novaro y las demás compañías, que incluyeron obras literarias y narraciones populares, como “Leyendas de América” (1957), “Tesoro de Cuentos Clásicos” (1957), “Aventuras de la Vida Real” (1957), “Epopéya” (1958), “Clásicos Ilustrados” (1958), “Clásicos Infantiles” (1958), “Lectura para todos” (1959),¹⁸ “Joyas de la Mitología” (1963) y “Tradiciones y leyendas de la colonia” (1963). En los setenta se publicó la serie “Grandes Novelas” (1972-1977) y “Grandes Personajes” (personajes religiosos).

En los años ochenta se volvió a publicar “Clásicos ilustrados” y surgió “Hombres intrépidos” (1981), que relataba aventuras de personajes históricos y fantásticos; “Novelas inmortales” (1977-1994), que daba cuenta

de obras literarias universales adaptadas a la historieta, así como “Joyas de la Literatura” (1984-2005). Por otro lado, “Relatos y leyendas” (1985-1993) concentraba las leyendas populares mexicanas.

A partir de estas trayectorias, en general, las historietas se han conformado por sí mismas en una forma de la cultura, creando subculturas a su alrededor a partir de la lectura masiva y su alianza con otras industrias como la televisión, el cine, los juguetes y los videojuegos. En lo comercial, las historietas durante el siglo XX en México fueron un producto expuesto a una amplia competencia nacional y extranjera, así como a los monopolios editoriales. Los más importantes referentes de la historia de la historieta en México¹⁹ narran los desarrollos de la historieta de la mano de la historia de las grandes empresas periodísticas y editoriales. Editorial Novaro (1930-1985), Editorial La Prensa (1952-1970), Novedades Editores (1980-2010) y Editorial Vid (1956-2017), entre otras, suelen ser las principales casas editoras y distribuidoras de historietas a partir de las cuales se describen, explican y analizan a éstas.

Por otro lado, en el aspecto social existió una sinergia entre las empresas de periódicos, las editoriales y las historietas: de algunos periódicos de circulación nacional surgieron los primeros cartones o tiras de historietas, en estos se formaron los guionistas y dibujantes de historietas que ayudaron a construir las primeras editoriales de historietas, entre ellas Editorial Novaro y Novedades Editores, sin que por ello dejaran de faltar las tiras cómicas en las páginas, suplementos y ediciones vespertinas dentro de los periódicos.

La relación entre algunos periódicos e historietas iba más allá de las ramificaciones comerciales. De acuerdo con Bastien, a partir de pláticas de café con altos ejecutivos en los años ochenta, algunos periódicos se habían estado publicando por décadas perdiendo dinero por cada ejemplar vendido, pero la pérdida en precio unitario por periódico se compensaba con los altos volúmenes de ventas de historietas.

Las raíces estaban en las políticas fiscales para las publicaciones. De acuerdo con Zacarías (1995),²⁰ en los años treinta, cuando el gobierno cardenista monopolizó la venta del papel a través de PIPSA (Productora e Importadora de Papel Sociedad Anónima), se decretaron descuentos especiales al precio del papel para los periódicos que generaran más publicaciones. Así, los periódicos publicaron no sólo más historietas, sino publicaciones de otros tipos.

Siguiendo a Beatriz Rodríguez Sierra,²¹ la hacienda pública exentó del impuesto de valor agregado (IVA) a libros, periódicos y revistas durante todo el siglo XX, pero no así del impuesto sobre la renta (ISR). No obstante, la industria editorial obtuvo en un tiempo la reducción del 50% del ISR y podía alcanzar el 100% hasta 1989, sujeto a la reinversión de utilidades. Para las publicaciones periódicas, existían además unas Bases Especiales de Tributación que les aseguraban los anteriores beneficios. En cuanto a los impuestos sobre ingresos por Derechos de autor, el secretario de Educación Jaime Torres Bodet decretó en 1956 la exención total de impuestos, aunque en 1997 se comenzó a gravar con I.S.R. los ingresos por derechos de autor a partir de cierta cantidad de salarios mínimos.²²

Otra relación que no se debe perder de vista es la de la industria del periodismo y de las historietas con los políticos y el Estado. De entrada, los diarios nacionales quedaron controlados por el Estado a partir de la venta del papel periódico por PIPSA; el Estado otorgó jugosas concesiones a los diarios y sus editoriales, entre ellos, la impresión de libros de texto gratuitos para el sistema educativo nacional; y la Secretaría de Educación Pública, entre otras dependencias, participaba con guionistas, dibujantes y editores de historietas en la promoción de campañas sociales y en la elaboración de materiales didácticos en forma de historietas. Además, los miembros de la clase política llegaron a ser socios de las empresas periodísticas, entre ellos, el hijo de un ex presidente de México, Miguel Alemán Velasco, quien fue dueño de una parte de Editorial Novaro y posteriormente de Novedades Editores. A su vez, los socios de Novedades eran las mismas familias dueñas de Televisa y de importantes estaciones radiofónicas como la XEW, la XEQ y la XEX.

En cuanto a los usos y percepciones de la historieta en México, a partir de la historiografía de la historieta²³ se observa una trayectoria de transformaciones. De los años treinta a los sesenta, la historieta era considerada socialmente como un medio de entretenimiento propio de la gente de escasa cultura, vulgar e incluso

perniciosa para el lenguaje correcto y las buenas costumbres. No obstante, la historieta fue el vehículo para aprender a leer de millones de mexicanos de escasos recursos en estas décadas.

A partir de los años setenta, las clases medias acogieron la historieta como un entretenimiento y lugar de expresión, además de ubicarla como un medio de comunicación con las clases populares. Sin embargo, para Juan Manuel Aurrecochea,²⁴ lo popular era bien visto por la clase media urbana como folklor, pero no como modelo del ser mexicano, pues el modelo a seguir era el *american way of life* y en ese sentido, los cómics de súper héroes de DC eran mejor recibidos en hogares y escuelas, al punto de que los títulos extranjeros editados en México eran un referente del español correcto en Sudamérica. Los cómics extranjeros formaron a gran parte de la clase media en México y fueron determinantes en la relación con la cultura norteamericana. En contraste, siguiendo a Luis Gantús, la historieta nacional para el público en general y para adultos, seguía siendo perseguida por padres de familia y profesores porque en ellas se hablaba del amor, de sexualidad, de desamor, de drama, y en aquellas para niños, de la burla por la desgracia de los demás, lo cual no era agradable, según las clases medias, para el consumo infantil.²⁵

En los años ochenta las culturas populares tuvieron un auge y se reconoció la utilidad de la historieta en los ámbitos de la publicidad y la educación. Para Malvido, México en la década de los ochenta era el mayor productor y consumidor por habitante de historietas en todo el mundo, con alrededor de 40 millones de ejemplares de historietas cada mes, y títulos que rebasaban el millón de ejemplares semanales. Siguiendo a Rodríguez,²⁶ la penetración era mayor al tiraje, pues cada ejemplar era leído, en promedio, por cinco personas (como mínimo), debido al intercambio y reciclaje de historietas.

Si bien la televisión había ganado terreno entre el público, la historieta seguía siendo para muchos el único alimento cultural y de esparcimiento al que tenían acceso. De acuerdo con Rodríguez,²⁷ las historietas representaban el 80 por ciento de publicaciones periódicas que se editaban en el país y mantenían la capacidad de lectura de un 61 por ciento de la población, cubriendo a los “analfabetos funcionales”. De 406 publicaciones semanales que circulaban en 1985, 284 y a veces hasta 300, eran historietas. El superávit económico de estas revistas hacía posible el equilibrio del balance editorial en libros, que en México era deficitario. Por su parte, Bastien menciona que en los años 80 y 90, el grueso de los lectores de historietas en México eran más adolescentes y adultos que niños.

En los noventa y las primeras décadas del siglo XXI, la historieta comenzó a ser valorada como parte de la cultura popular mexicana y como un arte, volviéndose objeto de culto, coleccionismo y de investigación académica.

SEGUNDO CAPÍTULO: LA HISTORIA DE HOMBRES Y HÉROES

La historia de Hombres y Héroes se divide en dos épocas y cada una de ellas, a su vez, en dos momentos. La primera época se publicó de 1987 a 1994 y contempla dos momentos: el primero va del nacimiento de HyH a la salida de la editorial de su creador y adaptador Rémy Bastien, de 1987 a 1990; el segundo momento es el del relevo en la coordinación a cargo de María del Carmen Máximo y la adaptación de Emmanuel Hass, de 1991 a 1994. La segunda época surgió de 1998 al 2005, y su primer momento es el de Emmanuel Hass como director y adaptador de 1998 al 2002; el segundo momento involucra el cambio de Novedades a Niesa a cargo de HyH, del 2002 al 2005.

La primera época



Logotipo de *Hombres y Héroes*
Novedades editores

De acuerdo con Enrique Casais,²⁸ en la década de 1980, en toda la región latinoamericana se acentuó la crisis económica que se venía prolongando desde años anteriores. En México, en 1982 se devaluó el peso, se renegoció la deuda externa y se nacionalizaron los bancos. Los puntos más álgidos de la crisis permanecieron hasta 1988, sobrellevada reduciendo del gasto público y la venta de paraestatales. En el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), la desincorporación de empresas estatales se acrecentó, se amplió la contribución fiscal, aumentaron las importaciones y las exportaciones y se privatizó la banca. Lo que permitió modernizar y hacer más eficientes y productivas algunas industrias. Se revalorizó el peso, y todo apuntaba a una recuperación económica. Sin embargo, en 1994 ocurrió el “efecto tequila”, con el cual la economía mexicana cayó en una de sus mayores crisis. Siguiendo a Enrique Casais,²⁹ entre las causas estaba la concentración de la riqueza y la propiedad, que mermó la productividad, la explosión de créditos que se volvieron incobrables, la devaluación del peso en 1994 y la fuga de capitales. Para rescatar la economía se recurrió a préstamos de organismos internacionales.

En lo político, la movilización social y políticos disidentes del partido hegemónico (PRI) se aglutinaron en un frente único y en 1988 casi alcanzaron la alternancia en el poder, en medio de una elección presidencial polémica. En cuanto a la industria editorial, en los años sesenta surgieron casas editoriales (Ediciones Era, Joaquín Mortiz y Siglo XXI editores) que posicionaron el pensamiento crítico y revolucionaron la industria del libro en lo comercial y en lo editorial. Los círculos intelectuales literarios y políticos, y los universitarios, fueron los más favorecidos.³⁰ De acuerdo con la revista Encuadre,³¹ si bien en la década de los ochenta la crisis económica en México golpeó a la industria del libro, los empresarios editoriales se movilaron con la promesa del libre mercado, para posicionar la industria del entretenimiento editorial. De manera que las publicaciones periódicas (revistas, historietas) se incrementaron y entraron en competencia en el mercado.

En cuanto al periodismo, según Raúl Trejo Delarbre,³² la mayoría de los diarios sobrevivía con la publicidad del gobierno federal o estatales. En una relativa democratización política, surgió el periodismo de investigación con revistas como Proceso y periódicos críticos como La Jornada. El Sol de México se volvió la corporación de diarios más grande del país y surgieron periódicos especializados, como El Financiero y El Economista.

En contraste con el clima político, de acuerdo con Bastien, el mundo de las historietas en general, era impermeable a las influencias ideológicas y a las luchas entre partidos políticos, excepto aquellas que abordaban temas políticos (como las de Rius) o hacían sátiras de la sociedad (como “La Familia Burrón”) sin llegar a ser críticos.

Hombres y Héroes fue una creación de Rémy Bastien van der Meer, una personalidad en el ambiente de las historietas en México. Entre los datos biográficos de Bastien está el haber sido articulista en la revista “Duda” en Editorial Posada, editor de “Los Agachados” de Eduardo del Río “Rius”, director de

publicaciones de Hanna-Barbera y de Marvel en México, director regional de Marvel, y creador de series de historietas, entre ellas “Joyas de la Literatura”. Hacia finales de los años ochenta trabajó para la Johns Hopkins University en el Departamento de Comunicación, en la elaboración de una historieta sobre temas juveniles de prevención como el SIDA, el rapto infantil y la adicción a los juegos de azar, en términos de la “Enter-Education” (entretenimiento/educación). También elaboró una fotonovela sobre planificación familiar en Lagos, Nigeria, por encargo de la cadena de supermercados Leventis. Previo al centenario de la Constitución de 1917, Bastien participó en 21 historietas hechas para el público en general sobre la Constitución mexicana, a cargo de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Bastien ha traducido más de 200 libros de todo tipo, del inglés y del francés, además de poesía inglesa y títulos de Astérix para Hachette-Livre, así como escribe artículos culturales en revistas como Nexos en línea.

Antes de crear HyH, Rémy Bastien ingresó a Novedades Editores en 1981. La invitación fue para hacerse cargo de las revistas extranjeras, por conocer bien el idioma inglés, pues Novedades recién había adquirido los derechos para publicar en México las historietas de Marvel, así como de aquellas de Hanna-Barbera. Remy dirigió la publicación de estas marcas unos años, además de “Novelas inmortales” y escribió guiones para “La novela policiaca”, y “El libro vaquero”.

Hacia 1987 se rompió el punto de equilibrio³³ de las marcas extranjeras de Novedades, debido a la devaluación del peso mexicano y a los aumentos del dólar. Las regalías en dólares que mensualmente se tenían que pagar, así como el congelamiento de los precios de las revistas (y de los productos básicos en general), hicieron a estas revistas de marca extranjera inviables. Novedades se deshizo de los títulos de Hanna-Barbera y devolvió algunos a Marvel, aunque continuó con aquellos como “El Asombroso Hombre Araña”. Junto con esta situación, Editorial Novaro, el imperio editorial más grande de México dejó de existir a finales de 1985, lo que dejó un hueco muy grande en la publicación de historietas, entre ellas las de carácter cultural. Bastien, en Novedades, tuvo muy clara esta oportunidad, y propuso nuevas series. “Joyas de la literatura” ya contaba con algunos años cuando surgió la propuesta de Hombres y Héros, que, por otra parte, coincidía con el gusto por la promoción de la cultura de Miguel Alemán Velasco, quien impulsaba telenovelas en Televisa como “El carruaje” (1972) y “Senda de gloria” (1987).

A partir de un proyecto y varios nombres optativos, Novedades aceptó la propuesta de Bastien, llamada Hombres y Héros. La dirección quedó en Rémy Bastien, y la coordinación en Emmanuel Hass. Hombres y Héros tenía como propósito contar la vida de héroes de la patria, hombres y mujeres ilustres por sus aportes a las artes, a la ciencia y la cultura universal, aquellos controversiales por sus acciones, así como héroes en batallas de la historia universal y contemporánea. Incluía personajes del catolicismo y de otras religiones, así como leyendas antiguas y contemporáneas.

A comparación de revistas como “Vidas ejemplares” y “Vidas ilustres” de los años cincuenta, donde los hombres santos se reunían en una colección, y los científicos, aventureros y héroes en la otra, en HyH estaban en una misma colección. Además, su línea fue cosmopolita: se contó la vida de San Felipe de Jesús, Moisés y el Rey David, pero además la de Buda, Zoroastro y Akenatón. Las leyendas antiguas de los cinco soles y Quetzalcóatl se complementaron con las de la china poblana, Billy The Kid y de Lawrence de Arabia. La revista incluyó números con temas policiacos a partir de intrigas políticas, espionaje internacional y guerras entre agentes de la ley y bandidos, como el número de “Los intocables contra Al Capone”, “Traición a los nazis”, “El espía de la Guerra Fría” y “Mata Hari”. En otros números, las batallas fueron el centro de la historia, como la de Camarón, Estalingrado, Masada y Pearl Harbor. Los números de acción y aventuras fueron intercalados con biografías de científicos (Leonardo Da Vinci, Luis Pasteur, Albert Einstein), personajes que cultivaron las artes (clásicos como Cervantes y novedosos como Chaplin y John Reed), así como aquellos que cambiaron la política a partir de la paz (Lincoln, Gandhi) y que construyeron el mundo tecnológico actual (Rudolph Diesel, Santos Dumont, los hermanos Wright). En cuyos relatos se apreciaba el lado humano de los personajes y los sacrificios para lograr sus fines.

De acuerdo con Bastien, la revista no tuvo como misión recuperar lo mejor de las revistas culturales de las anteriores décadas, pero de alguna manera lo hizo. También sin haber sido planeado, HyH actualizó las historietas culturales historiográficamente, al acercarse a sujetos que la “historia desde abajo” había dado centralidad.

Un ejemplo de ello es la introducción de la biografía de múltiples personajes que construyeron la cultura popular estadounidense, entre ellos, Kit Carson, Michael Martin (el Robín Hood americano), Allan Pinkerton, Ernie Pyle, y los héroes apaches Jerónimo, Nube roja, Cajeme, Victorio y Mangas coloradas. La revista incursionó en personajes populares locales mexicanos como María Sabina (la sacerdotisa de los hongos), Manuel Lozada, Joaquín Murrieta, Heraclio Bernal, Roberto Fierro, Francisco Sarabia y Albino García (el manco). Así como la vida de personajes más allá de las fronteras culturales, como el maya Xinum, el guerrero hawaiano Kamehameha y el músico ciego Vladimir Korolenko. Otro ejemplo del enfoque en lo popular fue el primer número “El Toro”, en el cual se narra la epopeya del sargento Richard Fleming durante la liberación de Francia a finales de la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, no se prescindió del abordaje de biografías provenientes de la “historia de bronce” como Juárez, Napoleón o Nezahualcóyotl.

La primera época de Hombres y Héroes se publicó durante siete años, del 26 de agosto de 1987 al 10 de agosto de 1994, fue una publicación semanal que salía a la venta cada miércoles. De acuerdo con Rémy Bastien (su creador, primer director y adaptador de las historias), HyH fue una publicación que tuvo un buen recibimiento y mantuvo una economía sana, muy por encima de su punto de equilibrio, siendo esto excelente considerando que era una publicación de divulgación cultural, pues las historietas de entretenimiento tenían ventas más altas. Para tener una idea de ello, a finales de los años ochenta, HyH tenía un tiraje aproximado de 200,000 ejemplares semanales, mientras que del “Libro semanal” (novela sentimental) se tiraban entre 500 y 600,000 ejemplares; de la “Novela Policiaca” a color, se reproducían 900,000 copias, y el “Libro Vaquero” tenía un tiraje de 1,250,000 unidades semanales. Cabe aclarar también que, de acuerdo con Bastien, estos tirajes no se vendían completos, siempre quedaba un porcentaje mínimo cercano al diez por ciento del total. Otro dato importante que menciona Bastien es que, de acuerdo con estudios de mercado de Intermex y Novedades en los años ochenta, cada historieta vendida en alguno de los 55,000 puntos de venta en la república mexicana (sin contar establecimientos cerrados), tenía cuatro lectores, o sea que si HyH vendía 180,000 ejemplares semanales, contaba con un aproximado de 720,000 lectores. Si seguimos los números de Adriana Malvido, de por lo menos cinco lectores por revista, HyH tendría una cifra aproximada de 900,000 lectores.

La primera época de HyH estuvo a cargo de colaboradores experimentados, cuyo trabajo se reflejó en la calidad de la revista. En el primer momento de la revista, a cargo de Bastien, colaboraron guionistas como la escritora Dolores Plaza, M. Arce y Jesús Moller, dibujantes como Joaquín López y Alejandro Gayosso, y en las portadas, Ignacio Palencia y Francisco Samaniego. Después de Bastien, llegaron colaboradores que tuvieron una larga permanencia, como el historiador Antonio Avitia; entre los dibujantes estaba Filiberto Carrillo, José Echave y Miguel Bárcena. Por su parte, el ilustrador de portadas, Francisco Samaniego, trabajó en HyH durante sus dos épocas. A lo largo de la primera época de HyH, que duró siete años, cambiaron tanto la dirección como los colaboradores, dejando ver la trayectoria ascendente de varios de ellos: Rémy Bastien dejó Novedades y la revista por cuestiones de movilidad laboral a finales de 1990; el antes coordinador Emmanuel Hass, llegaría a hacer el trabajo de adaptación, mientras que la asistente de edición María el Carmen Máximo pasó a la coordinación. Emmanuel Hass volvió en la segunda época de HyH como director y en la adaptación.

También hubo cambios en la sociedad de Novedades, pues el 2 de enero de 1991, apareció en la portada del número 178 “La monja Alférez”, el ícono de una pirámide con la leyenda “Grupo Novedades”, que se alternaba con el de “Grupo Pirámide”, lo que indica una sociedad de Novedades Editores con Pirámide. Al parecer, esta sociedad pronto se modificó, pues el 5 de mayo del 1993, en el número 297 “Anastasia, la princesa sin corte”, dejó de aparecer en la portada el ícono de Grupo Pirámide y apareció solamente, el logotipo de Novedades Editores.

Los cambios de quienes elaboraron la revista se reflejaron en al menos dos estilos de dibujos y de letra. Lo que permaneció fue el tamaño de la historieta: 15 centímetros de alto por 13 de ancho. Así también cambió su precio de venta al público (PVP) de \$250.00 a \$450.00 y de \$600.00, hasta \$1000.00 y luego \$1500.00 con la devaluación del peso. En 1993 se estabilizó el peso para quedar su precio en \$1.50. Las variaciones en el precio de la historieta reflejaron las variaciones del peso frente al dólar. El número de páginas comenzó con 112, pero a partir de 1989 fue de 96 páginas.

Hombres y Héroes en su primera época de 1987 a 1994, no tuvo números especiales, sólo incurrió durante un par de meses en un sorteo en el cual se debía enviar la portada de la revista al correo de la editorial para ganar premios en efectivo, y en otra ocasión, la portada incluía una calcomanía que al rasparse incluía letras. Si más de tres letras coincidían en ser las mismas, el lector podía reclamar una suma de dinero de acuerdo con el valor de las letras, previamente estipuladas.

Una sección titulada “Cosas de México” apareció el 22 de marzo de 1989, en el número 83 “Madame Curie”, al término de la historia principal. Se trató de una página de efemérides del día de la publicación de la historia, tanto de México como del mundo. Esta sección desapareció a partir del número 240 “José Martí, el apóstol de la libertad” el primero de abril de 1992. También se publicaban agradecimientos a las cartas de los lectores de HyH, mencionando los nombres de los lectores y sus lugares de procedencia.

Por otro lado, HyH no compitió con alguna otra revista de su tiempo ni de otra editorial debido a su propia personalidad, muy particular. Las historietas culturales eran pocas como “Novelas inmortales”, “Joyas de la literatura”, y tenían bien definida cada una su contenido, que era diferente a HyH. No obstante, surgieron publicaciones que acompañaron a HyH a través de la Secretaría de Educación Pública, donde se elaboraron historietas culturales para su venta al público, como la serie “Novelas Mexicanas Ilustradas” (1981), “Episodios mexicanos” (1980) y la colección “México, historia de un pueblo” (1981).

Comparada con otras revistas, HyH era una revista al alcance del bolsillo. Por encima de su precio (\$250.00) estaba, por ejemplo, “Novelas inmortales”, que en 1989 costaba \$390.00 pesos y el mismo año “El Asombroso Hombre Araña” tenía un costo de \$680.00 pesos. Par darse una idea, en una tienda Conasupo en enero de 1989, un kilo de plátano costaba \$1,280.00 pesos.³⁴ Por lo anterior, esta revista tuvo como lectores a personas de la clase trabajadora, profesionistas, y a estudiantes de nivel primaria hasta universitarios, de acuerdo con testimonios en internet.³⁵

Siguiendo a Bastien, HyH tenía un público lector cautivo suficiente para mantenerla funcionando. Para su creador, quizá el motivo principal para la desaparición de la primera época de HyH fue la fuerte crisis que enfrentó toda la industria editorial en general en 1994, y en segundo lugar, las decisiones tomadas por el grupo de socios de Novedades. El último número de HyH de esta primera época, de acuerdo con la colección estudiada, fue el 363 titulado “Colina 1240. Tensión mundial” del 10 de agosto de 1994.

Como último dato sobre HyH de esta primera época, la venta de HyH se llevó a cabo en el territorio nacional, pero también fuera del país. Según Bastien, en sus viajes a ciudades de los Estados Unidos pudo ubicar ejemplares de HyH a la venta en quioscos de revistas en Nueva York (en el barrio puertorriqueño), California, y escuchó de amigos haber visto publicaciones de Novedades en negocios de productos mexicanos en Chicago y Arizona. Las historietas de Novedades se vendían en todas las regiones y ciudades con población hispanohablante de Estados Unidos: Texas, Nuevo México, Los Ángeles, San Diego o donde había braceros, como en Illinois, en Nueva York y en muchas ciudades de Florida. Y también en Centroamérica, a través del sistema de distribución de Novedades o de distribuidores asociados. De acuerdo con el mismo Bastien, también existía un amplio contrabando ilegal de historietas mexicanas por la frontera norte del país.

La segunda época

Siguiendo a Casais,³⁶ durante el gobierno de Ernesto Zedillo (1994-2000), se prolongó la austeridad presupuestaria, fluyeron los créditos de organismos internacionales, y se enderezó la macroeconomía, aunque no mejoró la calidad de vida de la población. La delicada situación social empujó a reformas electorales que permitieran elecciones más vigiladas, y el PRI cedió a la alternancia en el poder en el 2000, con el arribo del PAN (Partido Acción Nacional) al poder a cargo de Vicente Fox (2000-2006). Hacia el 2005, México era la décima economía mundial por el peso de su Producto Interno Bruto per cápita, pero era el segundo país más pobre de la OCDE y el 53 en el mundo en el “Índice de Desarrollo Humano”.

En este marco político y económico, la industria editorial se transformó. A partir de las rotativas y la linotipia, la imprenta se había revolucionado en el siglo XX por procesos mecánicos, automatizados e industriales. Se perfeccionó la técnica del offset y la reproducción xerográfica, sin embargo, la llegada de los programas de edición, diseño e impresión por computadora, llevaron el mundo de los textos y las imágenes al hiperespacio de la web. Los intelectuales se preguntaron si había llegado el final de los libros de papel y de las publicaciones impresas.

En cuanto al periodismo, siguiendo a Delarbre, aunque en los años noventa disminuyó la publicidad gubernamental pagada en periódicos y revistas, se mantuvo la industria. Mientras que en 1977 había 19 diarios en la Ciudad de México, para 1998 había 31 periódicos. El Directorio de Medios Impresos registraba 20 años atrás la existencia de 319 publicaciones en todo el país y en 1998 contaba con 307. El mismo directorio registró, en 1998, 195 revistas de diversos géneros, formatos y periodicidades, de las cuales 140 habían surgido en las dos últimas décadas.

De acuerdo con Rodríguez,³⁷ con el comercio global, el mercado nacional de libros se nutrió de editoriales extranjeras y los estímulos a la lectura se pronunciaron, entre otros, con Ferias del Libro, sin embargo, la crisis de 1995 implicó un retroceso importante en la industria editorial, que se reflejó en una disminución de 7.2 por ciento de su producción por año y en una caída de 6.5 por ciento anual de sus ventas. Mientras que en los años cincuenta el tiraje promedio de los autores mexicanos conocidos era de 3 mil ejemplares para 30 millones de mexicanos, en 1996 con 90 millones, se tiraron menos de 2 mil ejemplares.

De acuerdo con Encuadre, los lectores en México preferían las publicaciones periódicas a los libros. Por ello, en el índice de lectura de libros, los mexicanos aparecían por debajo de sus pares hispanohablantes, mientras que en la lectura de publicaciones periódicas (revistas, historietas), los mexicanos se encontraban en un lugar intermedio. No obstante, esto tampoco ayudó a la industria de las historietas, pues de acuerdo con la Caniem, de todas las publicaciones periódicas del año 2000 y 2001, las revistas de entretenimiento (farándula y espectáculos), representaban el 91% de la producción editorial, mientras que las historietas y cómics, sólo mantenían el 2% de la producción nacional.³⁸

En la primera década del siglo XXI continuaba deprimida la situación económica e industrial del sector editorial, pues de cada 100 empresas registradas en 1987, sólo quedaban 10 en el 2009. La Encuesta Nacional de Lectura de 2006 indicó que cada mexicano leía en promedio 2.9 libros por año, incluyendo libros de texto. Aunque para el 2020, el promedio de lectura por mexicano era de 3.4 libros, sólo el 5% de lectores de publicaciones periódicas leía historietas.³⁹

Como se puede apreciar, la segunda temporada de HyH llegó en un momento más difícil que en la primera. A finales de 1998, surgieron en los puestos de periódicos anuncios sobre el lanzamiento de HyH. El número uno se publicó el 5 de octubre de 1998, con el título de “La legión de los valientes”, del mismo tamaño que en la anterior época (15x12), igual número de páginas (96), el mismo logotipo y los mismos colaboradores: Emmanuel Hass en la dirección y la adaptación, guiones de Jesús Moller y Antonio Avitia, y añadiendo a Víctor Manuel Yáñez y Alejandro G. Pineda como guionistas, las portadas de Francisco Samaniego, dibujos

de Juan Manuel Campos y asistencia editorial de Salvador Gutiérrez. Aunque también surgieron los puestos de asistente por computadora y diseñador digital.

A partir del archivo consultado, esta segunda época de HyH alcanzó el número 158 en el año de 2005, y presentó los siguientes cambios: su publicación fue catorcenal los días martes y se vendieron dos números especiales: “Adiós a Juan Pablo Segundo” y “Kirk el guerrero” en el 2005, ambos del mismo tamaño que un número normal, con la sola diferencia de mencionar en la portada que se trataba de un número especial. En 1999, HyH presentó una serie alterna llamada “Comandos en acción”, que fue una colección derivada de HyH, centrada en batallas militares modernas. Asimismo, otra colección presentada por HyH fue “Mitos y leyendas”, que surgió en el 2000. Esta estrategia la compartió con “Joyas de la literatura”, la cual impulsó la serie “Amores inmortales” y “Clásicos de terror”. La editorial continuó promocionando sorteos a través de la revista, ahora con la instrucción de recortar los logotipos de la editorial de las revistas y pegarlos en una plantilla que salió en la 3ª de forros⁴⁰ de varios números. “Cada plantilla era una oportunidad de ganar” electrodomésticos, videocaseteras y hasta un auto como premio principal.

El precio de la revista se modificó durante los siete años que duró esta nueva época: en 1998 y 1999 costaba \$3.50, en el 2000 \$4.00, en el 2001 \$4.50, en el 2002 \$5.00 y el paquete 2x1 (HyH y una revista de otra serie, de regalo) \$6.00. Del 2003 al 2005 el precio se mantuvo en \$6.00.

En el 2002 Novedades Editores cambió de socios y con ello su razón social a Nueva Impresora y Editora S.A. (Niesa). Con este cambio, a partir del número 111 del 24 de diciembre del 2002, HyH tuvo algunas modificaciones: en los créditos aparecieron los nombres de Rómulo O’Farril como presidente del Consejo de Administración, José Antonio O’Farril Ávila en la presidencia ejecutiva, José Antonio O’Farril Welter como director operativo y Christian O’Farril Welter como director administrativo.

Permanecieron los mismos colaboradores, incluyendo a Emmanuel Hass como director y en adaptación, pero ahora se mencionaba a Susana López Ávila como directora y a Rafael Márquez Torres como director general y editor responsable. Apareció la guionista María Dolores Cordero y en las portadas alternaron Francisco Samaniego e Iván Santillán.

La 4ª de forros incluyó un cromo de colección que se alternaba con anuncios de otras historietas y a partir del número 114 ya no se mencionó en los créditos el mes de la publicación, sólo el año, de manera que el último número en el que se indicaba el día y el mes de la publicación fue en el número 113 “Petra la ciudad prohibida” con fecha del 21 de enero del 2003. Si se toma el número 158 titulado “Una mente criminal” como el último, se podría computar de manera catorcenal, que el día 12 de octubre de 2004 se publicó este último número, o sea, antes del 2005 que se indica en el número 158. La falta de concordancia se debería a que la publicación de la revista dejó de ser puntual, es decir, había días de la catorcena en que no aparecía, sino después. Para darse una idea de este atraso, la publicación especial de “Adiós Juan Pablo Segundo” (sin número) salió antes que el último número 158 y debió haberse publicado unas semanas después de la muerte del pontífice, después del 2 de abril del 2005, por lo que la publicación del número final (el 158 en este archivo) habría sido en el segundo semestre del 2005.

Por otro lado, también cambió el contenido de HyH, sólo visible con los números reunidos. Las biografías de personajes locales norteamericanos descendieron notablemente, así como la historia de personajes del arte y de asuntos policiacos. Aunque surgió la filial de “Mitos y leyendas”, HyH no dejó de abordar leyendas, como la de “Los cinco soles”, “Las ciudades de oro” y la de “Aztlán”. Lo mismo sucedió con las historias de batallas antiguas y guerras modernas respecto de “Comandos en acción” e incluso este tema se actualizó en HyH, incluyendo conflictos muy recientes como “El conflicto Rusia-Chechenia”, “La guerra de las Malvinas” y la “Tormenta del desierto” de escasos diez años atrás. Se mantuvieron casi los mismos héroes de bronce de la primera época, con algunas excepciones, como dos números dedicados a los Kennedy y uno a Eva Perón. En cuanto a los personajes locales, las novedades fueron los sobrevivientes de los Andes, Howard Hughes, Valentín de la Sierra, Pedro Moreno y los pasajeros de la tragedia del transbordador Challenger. En las biografías de literatos se incorporó a Ernest Hemingway y Edgar Allan Poe, y entre las obras literarias, la

historia de la espada de Excalibur del Rey Arturo, la del caballo de Troya y la historia del pánico desatado por el programa radiofónico de Orson Wells, al dramatizar un fragmento de “La Guerra de los Mundos” de H.G. Wells. Se repitieron títulos de la primera época, a los cuales se les cambió la portada, los dibujos, y en algunos guiones, sólo se añadieron palabras o diálogos.

Lo más notable fue el incremento de los personajes, hechos y objetos religiosos. Entre ellos, la historia de la sábana santa, del arca de la alianza, de los rollos del mar muerto y del arca de Noé. Se incluyeron nuevos santos como José, Juan, Pedro, Nuestra Señora de Fátima y la Virgen de Lourdes, la historia del cuarto Rey Mago y la traición de Judas. La virgen de Guadalupe tiene dedicados cuatro números, dos para Juan Diego, dos Juan Pablo Segundo y uno el papa Juan XXIII.

En opinión de Rémy Bastien, —quien había dejado Novedades a fines de 1990, y no tuvo nada qué ver con la segunda época de HyH—, al tratar de inferir en las causas del aumento de los personajes y temas católicos en HyH, menciona que era poco probable que se debieran a influencias de la ideología conservadora en la historieta, y que eran más probables las causas de índole económicas, pues estos temas siempre reportaban mejores ventas. Esta característica de la segunda época, así como otras, podría indicar la principal causa del término de la revista. Para Bastien, la historieta de esta segunda época presenta elementos que no son comunes a revistas del tipo de HyH, y que tienen que ver con cuestiones de las finanzas, ya sea de la revista o de la editorial, y que indicarían que una de ellas no andaba bien: el primero era la publicación catorcenal de HyH, que debió ser semanal sin problema; el recurrir a estrategias de mercado como derivar a otras series; aumentar el precio de la revista constantemente, y retrasar las publicaciones.

Sean cuales fueran las causas del final de HyH, después del segundo semestre del año de 2005 se publicó el último número, el 158, titulado “Una mente criminal” en la colección revisada.

A partir de las entrevistas con Rémy Bastien, también se pudo conocer un esquema de producción de HyH en sus primeros años, justo cuando Bastien era su director. Aunque no se sabe si este esquema siguió después de la salida de Bastien de Novedades y hasta qué punto se modificó en la segunda época de la historieta, provee, quizá, del único testimonio que haya sobre cómo se producía una historieta mexicana en los años ochenta del siglo XX. Entre los datos que Bastien aporta sobre la producción, menciona que mientras trabajó en HyH, su forma de trabajo fue *sui generis* respecto de otras direcciones, pues en un lapso de tres meses podía tener doce números en proceso. Al llegar al tercer mes, el primer número ya estaba en la bodega de distribución para su venta, lo que le permitía contar con tres meses de adelanto. Así se explica que posterior a la salida de Bastien de Novedades, a finales de 1990, para el primer trimestre de 1991, continuaba Bastien en los créditos de la adaptación de la revista.

Otro dato interesante es que —según Bastien— era común que los directores de otras publicaciones no observaran los procesos de producción de las revistas, mientras que Bastien lo hacía hasta la venta al público. Bastien tenía pláticas con vendedores de periódicos, ejecutantes de las rotativas, hasta directivos de puestos medios, con los que colaboraba con traducciones de contratos extranjeros.

De acuerdo con Bastien, la forma en la que se producía HyH era la siguiente. La primera semana se dedicaba a escribir el guion. Si Bastien no escribía los guiones, los encargaba a los guionistas, proveyéndolos de bibliografía e indicaciones generales sobre contenido, datos históricos, enfoque narrativo y las conclusiones de la historia misma. Cada guion, ya fuera escrito por Bastien o sus guionistas, seguía una técnica específica desarrollada por el propio Bastien. Se trataba de guiones completos (*full script*). En este sistema se escribían los guiones por página y no por números de cuadros, lo que permitía distribuir las narraciones y los cuadros de manera equilibrada y fluida. Esto implicaba que el guion —que para HyH generalmente se plasmaba en un total de 30 a 40 cuartillas mecanografiadas y numeradas— contenía todas las instrucciones necesarias para los procesos que seguirían.

Los guiones se escribían considerando el total de páginas de la historieta y el tamaño de la historia a narrar. Se indicaba, así, la P. 1 (página uno de la revista), que generalmente mostraba un cuadro a página completa (*splash page*). Enseguida, P. 2, indicándose C-1 (cuadro uno) y C-2, por ejemplo, ya que en general,

la mayoría de las páginas de la revista se componían de uno, dos o hasta tres cuadros por página. Cada cuadro mecanografiado indicaba lo que tendría que realizar el dibujante, entre ellos el encuadre y la posición de los personajes. El encuadre ⁴¹ es la perspectiva visual desde la que el lector observará los dibujos. Para ello, seguía la clasificación de los encuadres del libro español "Cómo dibujar historietas" (1966) de José María Parramón.

El texto de cada "caja de texto" de la historieta estaba indicado siguiendo la sigla "T" y eran escritos en altas y bajas, con una redacción "normal" e igualmente los diálogos. Los diálogos eran indicados por el nombre del personaje que "hablaba" (igual que en un guion de cine, o de una obra de teatro). Esto implicaba incluir, al inicio de cada guion, una lista de los personajes principales de la historia.

Una vez revisado el guion y realizados los ajustes de ortografía, redacción, fluidez narrativa, distribución óptima de cuadros, etc., Bastien, al margen de las cuartillas, indicaba con garabatos la posición de los cuadros, si serían verticales u horizontales, la colocación de los globos de diálogo y a veces las onomatopeyas (¡Bang!, ¡Sock!, ¡Pum!, ¡Ay!, etc.).

En la segunda semana se daba paso al procedimiento de la caligrafía (o "letra"). El calígrafo o letrista recibía el guion íntegro y una dotación de cien hojas de cartulina opalina, para un episodio que en la revista finalmente impresa tendría 92 páginas. El calígrafo/letrista marcaba en la opalina —generalmente usando una plantilla muchas veces hecha de triplay— lo que sería "la mancha de impresión", o "la caja", que era el espacio donde irían las viñetas, primero a lápiz y después a tinta. Sobre la opalina, el rectángulo de la mancha de impresión era poco más del doble de tamaño que el de la revista impresa, para facilitar el dibujo.

Una vez delineado el borde de "la caja" de la página, el calígrafo dividía también, a lápiz primero, y tinta después, los cuadros de cada página. El paso siguiente era escribir los textos de cada página, en la "caja de texto", generalmente arriba a la izquierda del cuadro, y después los globos de diálogo, en el orden en el que los personajes hablaban. Concluida la caligrafía o letra, los cartones u hojas de opalina eran entregados al dibujante, con el mismo guion mecanografiado que había utilizado el letrista.

De la semana 3 a la 6 (un mes), el dibujante realizaba su trabajo. Había dibujantes que hacían todo ellos solos, y había "talleres" que lo hacían todo en "línea de ensamble". Cuando eran dibujantes nuevos, Bastien revisaba primero el trazo a lápiz, para poder hacer correcciones, y con dibujantes ya probados, generalmente recibía el trabajo ya terminado y entintado.

En la semana 7 se revisaba el número dibujado y se corregía para pasar a la semana 8, en la cual se hacía la Guía de color. Sobre papel fotográfico, en medio o pliego entero, se hacían reducciones de las páginas, llamadas "cartones" y se coloreaban con anilinas o acuarelas para hacer las pruebas de color. Aunque para Bastien era más práctico hacer guías de color sobre papel albanene, sobre la página ya dibujada, con lápices de colores, o bien sobre reducciones en fotocopias.

Las semanas 9, 10 y 11, eran para "el marcado" de la guía de color y la separación de colores. En el marcado se acomodaban las páginas ya dibujadas y entintadas, en "formato pliego", a lo que se le llamaba "Formación". Esa formación servía para el "marcado", donde se indicaba los porcentajes de color magenta, amarillo y cian (CMY) que se debían usar; generalmente los porcentajes eran del 0, 25, 50 y 100 por ciento, según el color deseado para cada elemento del dibujo. El "marcado" por lo tanto, consistía en identificar los porcentajes de color que debían llevar los dibujos. Aquí participaba mucha gente y era considerada una especialidad.

En paralelo, el Departamento de Fotomecánica hacía diez "micas" del tamaño del pliego. Trabajando dos o tres personas sobre un pliego en una mesa de luz, se colocaba el negativo o positivo "master", y a éste se le colocaba encima la mica (semi-transparente) que llevaría, por ejemplo, el 25, 50 o 100 por ciento de algún color. La mesa de luz servía para que, trabajando sobre la mica semi-transparente, se aplicara el opaco Grumbacher (un líquido espeso color sepia importado de Alemania), y el "tapista" pudiera ver a través de la mica el negativo/positivo, que era el que contenía el tono negro K (black), con todos los contornos, personajes y escenografías, delineados.

Con pinceles de diversos grosores, se hacía entonces la separación de color, que consistía en calcar en cada mica un solo color que compartían ciertos elementos de los dibujos, por lo que se usaba una mica para cada

porcentaje de cada color. En total, 9 micas: 3 para amarillo (Y), 3 para azul (C), 3 para rojo (M) y una mica adicional donde iba el "color carne" de todos los personajes, pero con "subdivisiones cromáticas", según el color de piel de cada personaje. En cuanto al color negro (K), ésa "plancha" consideraba las líneas negras, sobre las que se iban colocando las 9 micas, una por una, para hacer el "tape", de un solo pliego.

En la semana 12, cada una de las micas se convertía en negativos o positivos, de acuerdo con el taller y la rotativa. La Dirección de Revistas revisaba por última vez los pliegos, y los entregaba a la Dirección de Producción, que se encargaba de su envío a uno de varios talleres, que integraban la red de impresores de Novedades Editores. En esta última semana, el número quedaba impreso y entregado en bodega para su distribución. Para explicar lo anterior, algunos datos técnicos previos. HyH se elaboró con papel llamado "diario", que distribuía PIPSA, aunque también podía ser de uno importado de Suecia. El tamaño de cada pliego era el mismo que el del periódico (hoja doble, desdoblada), por lo que se imprimía en las mismas rotativas en las que se imprimía el periódico Novedades. En cada pliego generalmente cabían 32 páginas de la historieta cuyo tamaño era "de bolsillo", 16 por cada cara, por lo que la revista tenía una paginación estándar que terminaba en múltiplos de ocho. De manera que, con tres pliegos de papel, se elaboraba un ejemplar de 96 páginas, más cuatro forros impresos por separado.

Cada pliego era una "corrida" de rotativa, y cada pliego se imprimía hasta que el "reloj" de rotativa indicaba que el tiro había sido alcanzado. Los pliegos salían doblados, pero no cortados. Los "bonches" de pliegos impresos eran amontonados por grupos de 50 o 100, y en carretillas verticales eran trasladados entonces al área de encuadernación. Los forros se imprimían aparte, en otro tipo de rotativa, el mismo día o temprano al día siguiente. Generalmente, al día siguiente, en otra máquina, "La encuadernadora", se colocaban los pliegos junto con los forros. La máquina iba descargando, sobre una banda continua, primero el pliego central de la revista, inmediatamente después el pliego "exterior" interno de la revista, y enseguida un forro (4/1). En la misma máquina, en cuanto los pliegos quedaban con su forro, eran pegados "a lomo" usando "cola" o "pegamento". Los pliegos, ya pegados, eran llevados por la misma banda, a la cortadora, que cortaba los sobrantes de los tres lados de cada revista y así los "refinaba". Las revistas ya "cortadas" iban cayendo a una gran "charola", donde una persona las recogía y amontonaba en "bonches" de 50 ejemplares para pasar a la Dirección de distribución, donde se "flejaban" para su envío a una bodega, de la que partían para su distribución.

Por su parte, las áreas de Ventas y la de Distribución hacían lo posible por que las devoluciones fueran mínimas. Para ello, agentes en toda la república reportaban datos de ventas y devoluciones, y supervisores de la capital viajaban a provincia con el mismo objetivo. Con los datos recabados de agentes y supervisores, los ejecutivos fijaban y ajustaban las dotaciones por plaza (unas 50 principales). De manera que las devoluciones de la historieta por los vendedores de periódicos eran mínimas (una devolución del uno por ciento del tiraje era un sueño y por debajo del 10 por ciento, lo aceptable). Las pocas devoluciones se distribuían a otros países (Centro-América, sobre todo), otra parte se utilizaba a veces en promociones tipo "2x1": una revista "nueva" regalaba un ejemplar "viejo" (pero en buen estado) del mismo título o de otro título. Y en muy pocas ocasiones los invendidos eran triturados, pues los ejemplares en bodega eran considerados "activo" por la autoridad fiscal. Lo que no existía era el llamado "segundo mercado", que era colocar la historieta en "librerías o puestos de viejo".

Para Bastien, la división de producción en doce semanas era el objetivo, pero cada proceso particular podía variar. Un guión bien escrito se podía editar en unas horas, una historia de guerras romanas o sobre aviación en la Primera Guerra Mundial, requerían mayor trabajo por parte de los dibujantes, y revisión también. De acuerdo con Bastien, el 40% del tiro total se distribuía en el D.F. y área metropolitana, y el restante 60% se distribuía en toda la República. Para Bastien, este sistema de producción, que compartía la dirección de "Joyas de la Literatura", HyH y "Novelas inmortales", era el más eficiente de Novedades en su momento, ya que producía más revistas que otras direcciones, con la mitad de personal (entre 10 y 14 empleados) mientras que otras direcciones tenían 20 o más empleados, a veces hasta 30, que no producían cantidades similares.

TERCER CAPÍTULO

De acuerdo con múltiples estudios,⁴² las historietas forman la mentalidad de los ciudadanos, pues los estudiosos de la cultura escrita y de la historieta en particular, no dudan en considerar la fuerte influencia que tienen las historietas en la formación intelectual y estética de sus lectores. Entre las causas está que la ágil distribución de la historieta le permite ser, a veces, la única información que llega a tener la población sobre las culturas clásicas y de ciertos valores, incluyendo a grupos periféricos con poco acceso a medios y contenidos. Por lo anterior, y específicamente la historieta cultural por su contenido, puede ser reconocida como un recurso de la educación informal.

La educación informal⁴³ se entiende como una experiencia de aprendizaje espontánea, que ocurre en el ámbito cotidiano y por la que accedemos a contenidos, recursos o habilidades que nos enseñan algo nuevo. Se debe diferenciar de la educación no formal, que es la educación que se encuentra asociada a organizaciones de la comunidad y de la sociedad civil, por ejemplo, cuando se estudia el catecismo o cuando se toma un curso de plomería en un centro de desarrollo comunitario. La educación formal, por otro lado, es aquella que se imparte dentro del sistema educativo nacional.

A partir de los testimonios que a continuación se presentan, se puede observar, por un lado, la vida de HyH después de dejar de ser publicada, y por otro, cómo sus lectores lograron obtener a partir de HyH, una educación informal en el gusto por la lectura, por la historia, la literatura, las artes gráficas, e inclusive de sentimientos de nacionalismo, de valoración del esfuerzo y de la importancia de la cultura en la infancia.

En abril del 2010 se publicó en un blog mexicano, la compra de un lote de cien revistas de HyH.⁴⁴ El autor del blog muestra imágenes de esta colección, y a la fecha ha recibido 29 mensajes. La mayoría de los mensajes tenía la intención de conseguir ejemplares de HyH a través del intercambio de números escaneados; algunos buscando vender, y los más buscando comprar ejemplares; el último mensaje, de hace dos años, es de una persona en Estados Unidos con la intención de comprar la colección completa. Entre los participantes del blog se encontró un profesor de Historia, una persona que estudia historia y un aficionado a la historia que comenzó a leer HyH a los seis años. Todos consideran a HyH excelente para conocer la historia de México. “Ricardo Lira” dice que las revistas de los 90 (la segunda época), ya no fueron lo mismo respecto de las primeras. “Peña 2016” cuenta que lloraba cuando no le daban dinero para comprar HyH y que tenía que usar el dinero que le daban para la escuela.

En el mismo blog, “Fer” comenta que con la lectura de HyH “su infancia fue perfecta”, pues después de leer, jugaba a las aventuras narradas en la revista. También nos dice “Fer” que su papá las compraba y tenía casi todos los números “de las dos épocas”, pero que las perdieron en una inundación. Como “Fer”, otros mensajes recuerdan la historieta con nostalgia ligada a la infancia, deseando su publicación de vuelta. Hay quien propuso un club para intercambiar la revista.

En otro blog,⁴⁵ del 23 de noviembre del 2010, el autor publicó imágenes de ejemplares de HyH y menciona los temas que abordaba esta “histórica joya editorial”. El blog cuenta con ocho comentarios, y entre ellos, “Anónimo” dice que su maestra de historia les obligaba a comprar la historieta y después les hacía examen sobre lo leído, que le “chocaba” pero reconoce que era una buena revista. “Cell” menciona que de niña soñaba con dibujar en HyH y que casi lo logró, pero por un infortunio no se dio e incluso pudo conocer a dibujantes como Marco Palencia (dibujante de HyH). “Gabriela clavo y canela” por su parte, escribió que gracias a HyH y otras revistas como “Joyas de la Literatura” y “Novelas inmortales”, es que decidió estudiar Literatura. “Unknown” nos dice que:

Toda mi niñez fui un asiduo a esas revistas y buena parte de mi cultura general en esos años se la debía a estas revistas. A la fecha hay compañeros en la maestría en historia que no me creen que existiera un esfuerzo de divulgación de ese tipo. El año pasado tuve el gusto de conocer a uno de los guionistas quien es un historiador duranguense. La verdad es que ahora me asombra la capacidad que tenían de resumir en tan poco espacio

temas a veces tan complejos. (12 de marzo de 2014) El último mensaje de “Unknown” del 29 de octubre del 2020, menciona que compraba la historieta cuando era niño cada ocho días, porque sus temas eran los que veía en la escuela, de historia, de la iglesia y de la sociedad, y que son parte de la cultura mexicana. En los blogs revisados se menciona constantemente a HyH junto con “Joyas de la Literatura”, como las lecturas de la niñez en los años ochenta.

En 2014 surgió en Wikipedia la entrada Hombres y Héroes,⁴⁶ de la que también hay una versión en inglés. En ella se mencionan características de la historieta y una breve historia de su primera y segunda época. Incluye una lista de títulos con fechas de publicación de la primera época hasta el número 32, y de la segunda época sólo los dos primeros números. La página cuenta con actualizaciones hasta el 2020, y en sus estadísticas del 2 de marzo del 2021 al 1 de abril de 2021, indica que fue visitada por un promedio de dos personas al día.

Por su parte, en el 2019 surgió la página web Hombres y Héroes.com,⁴⁷ creada por El Estudio Web, cuyo propósito es “preservar y mantener viva una de las mejores publicaciones Mexicanas”. En esta página se invita a contribuir con ejemplares completos escaneados para su publicación en línea o “donando copias físicas”. Por medio de un concentrado de portadas digitalizadas de HyH, se accede al número solicitado y luego a una cuenta de Youtube, en la cual aparece la revista en video con música instrumental de fondo que se hojea automáticamente. A la fecha cuenta con 67 portadas digitalizadas, distribuidas en tres ventanas, aunque sólo en las primeras 8 portadas se puede abrir un video. El canal de HyH en Youtube,⁴⁸ cuenta con 27 suscriptores y la consulta de los videos contiene fechas del 2020. En los comentarios a los videos, se reiteran mensajes de nostalgia por la revista y de gente que quiere comprar y compartir la historieta.

El último testimonio proviene de la señora Reyna Reyes Pérez,⁴⁹ tía de quien escribe y quien inspiró a coleccionar HyH, puesto que ella la coleccionaba junto con “Novelas inmortales” y “Joyas de la Literatura”, entre otras revistas. De acuerdo con su experiencia, menciona que comenzó a leer historietas por el entretenimiento que le proveían las historias y novelas que en ellas se resumían, lo que la llevó a leer las obras originales que le interesaban. Después, la habilidad en la lectura que adquirió le facilitó leer libros de Psicología, Derecho y Nutrición por su cuenta, de manera que en la actualidad es una persona mayor que sigue leyendo bastante. Sin embargo, todo comenzó en las historietas.

En cuanto al coleccionismo de HyH, en Mercado libre⁵⁰ un ejemplar de HyH alcanza un precio de 30 hasta los 80 pesos mexicanos, y hay lotes de 132 números de la segunda época con un valor de 6600 pesos mexicanos, mientras que un lote de 106 números de la primera época se vende en 6300 pesos. Por su parte, la University of Texas Arlington, cuenta con el número 163 “El diario de Ana Frank”, de la segunda época, en la Colección Especial de su biblioteca;⁵¹ en Slideshare se puede consultar el número completo “Viva Zapata”;⁵² y HyH es objeto de coleccionistas de historietas de los Estados Unidos,⁵³ así como de España.⁵⁴

CONCLUSIONES

Al término de la segunda época de HyH, en el 2005, las grandes editoriales que habían amasado su fortuna en el siglo XX estaban desapareciendo (Novedades Editores) y otras se encontraban en franca decadencia (Editorial Vid, Editorial Ejea). Nuevas editoriales (Televisa, Kamite) se posicionaron en la industria de las historietas, con las licencias de DC, Marvel, y otras extranjeras. Las historietas mexicanas prácticamente desaparecieron. Sin embargo, los fans de la historieta nuevos y experimentados, dibujantes, guionistas y directores, así como personalidades de mejores tiempos, se preguntan ahora cómo sucedió y qué se puede hacer para revivirla. De acuerdo con Armando Bartra,⁵⁵ la cultura se diversificó tanto, que ya no existe el “gusto estándar”, y por lo tanto tampoco una historieta que satisfaga los gustos e intereses de las mayorías, por lo que ya tampoco cabe pensar en una historieta de venta masiva, lo que entonces no interesa a los empresarios mexicanos. Lo que habría para el futuro, sería una diversificación de las historietas en segmentos más pequeños, que cumplan con los intereses de lectores especializados y cada vez más sofisticados, aunque

con publicaciones más caras. Esto explicaría la explosión de historietas de muchísimos géneros en países como Japón en la actualidad, de la mano de empresarios que apuestan por ello.

De acuerdo con Bastien, algo también tuvo que ver la “curva de la revolución digital” que cambió desde la producción de historietas, hasta su formato, ya que ahora existen cómics electrónicos en Estados Unidos, Japón, China y Corea del Sur, con millones de lectores e industrias de historietas impresas a todo vapor.

Actualmente los festivales de historietas, establecimientos de venta, revistas especializadas y blogs, son reductos en los que las nuevas generaciones de lectores y productores de historietas mantienen las propuestas mexicanas en el underground.⁵⁶

Para Bastien, uno de los factores más apremiantes, es que los millones de mexicanos que no leían libros, pero que sí leían historietas, han perdido hasta esa posibilidad, y se debe hacer conciencia de esto que se tenía y que ahora ya no se tiene. Una de las posibles soluciones a esta crisis es que el gobierno invierta en obras de papel como en digitales, de series que sean del agrado y atención de la sociedad, de buena calidad y a precios bajos, para volver a reactivar el interés en esta industria. Por otro lado, para reunir y revolucionar a los nuevos talentos mexicanos interesados en la historieta, se debe profesionalizar a quienes hacen historietas, pues en otros países es una carrera.

A partir de los testimonios de lectores de HyH, se puede decir que las historietas culturales apoyaron los impulsos al hábito de la lectura que hizo el gobierno mexicano en el siglo XX, por lo que HyH es digna de ser considerada un recurso de la educación informal. La historieta debe ser considerada un producto de necesidad básica para la educación popular que complementa la formación en los contenidos curriculares, y que permite a los estudiantes hacerse de bases para adquirir una cultura general.

Obviamente, la historieta cultural cumple un propósito básico que puede ser superado conforme avanza la formación académica, por lo que partir de la educación media, debería ser posible abordar la historia en sus revisionismos para adquirir un pensamiento histórico crítico que sea útil para abordar cualquier tipo de historia en la educación superior. La historia en las historietas no debe contraponerse a la escolar ni a la académica, sino aprovecharse, sacar lo mejor de ella para la etapa de la vida escolar básica.

FUENTES IMPRESAS

Burke, Peter. *La cultura popular en la Europa Moderna*. Madrid: Alianza, 1991.

Casais Padilla, Enrique. "Políticas económicas y pobreza 1982-2007". Memoria para optar al grado de doctor en Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, 2009. En: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/9633/1/T31325.pdf>

Hernández Sandoica, Elena. *Los caminos de la historia: cuestiones de historiografía y método*. Madrid: Síntesis, 1995.

Rodríguez Sierra, Beatriz. "La industria editorial en México: su evolución y participación en el desarrollo de colecciones de bibliotecas". Memoria para obtener el grado de Doctor en Biblioteconomía y Documentación, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, 2009. En <https://eprints.ucm.es/id/eprint/9578/>

Rubenstein, Anne. *Del "Pepin" a "Los Agachados". Cómics y censura en el México posrevolucionario*. USA: Fondo de Cultura Económica, 2004.

Vázquez Muñoz, Zoraida. "Estudio de recepción de comics de contenido social entre estudiantes universitarios del ITESM, campus Monterrey, Monterrey". Tesis para obtener el grado de Maestra en Educación con especialidad en Comunicación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 1993.

ARCHIVOS

Hombres y Héroes, primera temporada (1987-1994), número 1 al 363. Novedades Editores S.A. de C.V.

Hombres y Héroes, segunda temporada (1998-2005), número 1 al 158. Novedades Editores S.A. de C.V.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Bartra, Armando. “Crisis de la historieta mexicana” (12 de octubre de 2008). En https://www.youtube.com/watch?v=_DetyW9nYW8
- Bloghemia. “Grandes personajes de la historia universal” (diciembre de 2019). En <https://www.bloghemia.com/2019/12/grandes-personajes-de-la-historia.html>
- Canal de Hombres y Héroe, en <https://www.youtube.com/channel/UCrrVITKesdf6FwCNq9ejuqw>
- Arce Hernández, Julio César. “Hombres y Héroe, una gran colección en mis manos!!”. *Comicorp* (26 de abril de 2010). En <https://comicorp.blogspot.com/2010/04/hombres-y-heroes-una-gran-coleccion-en.html>
- Encuadre. “El contexto de la industria editorial”. Encuadre, México, Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico (12 de noviembre de 2014). <https://encuadre.org/encuadre2020/el-contexto-de-la-industria-editorial/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. “Siete de cada diez personas de 18 años y más en México leen libros, revistas, periódicos, historietas o páginas de internet: MOLEC 2020”. *Comunicado de prensa* 158/20 (23 de abril de 2020). En https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/EstSociodemo/MOLEC2019_04.pdf
- Hombres y Héroe. <https://www.hombresyheroes.com>
- La lonchera de los recuerdos. “Hombres y Héroe” (23 de noviembre de 2010). En <http://lancheradelosrecuerdos.blogspot.com/2010/11/hombres-y-heroes.html>
- Lazo, Juan Carlos. “José Guadalupe Posada/México”. *Diseño Gráfico Latinoamericano* (12 de diciembre de 2018). <https://www.disgraficolatinoamericano.com/disentildeadores/posadas-mexico>
- Malvido, Adriana. “La industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones”. *Revista Mexicana de Comunicación* (septiembre-octubre de 1989).
- Museo Pape. “Documental cómic mexicano/Parte 1/Museo Pape” (18 de junio de 2015). En https://www.youtube.com/watch?v=_IvmjiG2Kfk
- Pardo Piccone, Andrés y Santiago Cassarino. “Novaro. El coloso mexicano”. K3 Films (2007). En <https://www.youtube.com/watch?v=pgF3XxqP4f4&t=3771s>
- Reyes Pérez, José Carlos. “El 68, esplendor de la industria editorial”. *Letras Libres* (28 de diciembre del 2020). <https://www.letraslibres.com/mexico/revista/el-68-y-el-esplendor-la-industria-editorial>
- Trejo Delarbre, Raúl. “20 años de prensa”. *Nexos* (1 de enero de 1998). <https://www.nexos.com.mx/?p=8763>
- Universia. “¿En qué consiste la educación informal?”. *Universia MX* (18 de septiembre de 2018). En <https://www.universia.net/mx/actualidad/orientacion-academica/que-consiste-educacion-informal-1161549.html>
- Vázquez Gestal, Pablo. “Despegándose del texto. Los juegos de la Nueva Historia Cultural: descripción, narración e interpretación”. *Memoria y Civilización* 4 (2001): 151-186. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/9179/1/MC_4_06.pdf
- Verduchi, Enzia. “Si Hacienda trabajara bien, no habría necesidad de gravar la cultura”. *La Jornada* (15 de noviembre de 2003). En <https://www.jornada.com.mx/2003/11/15/03an1cul.php?origen=cultura.php&fly>
- Zacarias, Armando. “El papel de PIPSA en los medios mexicanos de comunicación”. *Comunicación y Sociedad* 25-26 (abril 1996):73-88. http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/25-26_1996/73-88.pdf

FUENTES ORALES Y ENTREVISTAS

- Bastien, Remy, serie de entrevistas de febrero a abril de 2021. En este lapso tuvimos dos pláticas por teléfono de seis horas en total y recibí 48 correos electrónicos, en los que Bastien compartió datos sobre HyH, sobre la industria de la historieta en México, sobre su vida profesional, y revisamos y corregimos los borradores del artículo. Esto fue posible gracias a la ayuda de la revista Comikaze y en especial de Jorge Tovalín.
- Charla con Reyna Reyes Pérez el 14 de marzo de 2021, Ciudad de México.

NOTAS

1. Peter Burke, *La cultura popular en la Europa Moderna* (Madrid: Alianza, 1991).
2. Las entrevistas con Rémy Bastien se llevaron a cabo de febrero a abril de 2021. En este lapso tuvimos dos pláticas por teléfono de seis horas en total y recibí 48 correos electrónicos, en los que Bastien compartió datos sobre HyH, sobre la industria de la historieta en México, sobre su vida profesional, y revisamos y corregimos borradores del artículo. Esto fue posible gracias a la ayuda de la revista *Comikaze* y en especial de Jorge Tovalín.
3. Elena Hernández Sandoica. *Los caminos de la historia: cuestiones de historiografía y método* (Madrid: Síntesis, 1995) 240-252.
4. Pablo Vázquez Gestal, “Despegándose del texto. Los juegos de la Nueva Historia Cultural: descripción, narración e interpretación”, *Memoria y Civilización*, 4 (2001):180. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/9179/1/MC_4_06.pdf
5. Zoraida Vázquez Muñoz, "Estudio de recepción de cómics de contenido social entre estudiantes universitarios del ITESM, campus Monterrey" (tesis para obtener el grado de Maestra en Educación con especialidad en Comunicación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 1993), vi.
6. Vásquez Muñoz, "Estudio de recepción de cómics", vii, 10.
7. Anne Rubenstein, *Del "Pepin" a "Los Agachados". Cómics y censura en el México posrevolucionario* (Ciudad de México, FCE, 2004), 46.
8. Entre ellos, los trabajos que han hecho Laura Suárez de la Torre, Miguel Ángel Castro y Guadalupe Curiel.
9. Juan Carlos Lazo, “José Guadalupe Posada/México”, *Diseño Gráfico Latinoamericano* (12 de diciembre de 2018). <http://www.disgraficolatinoamericano.com/disentildeadores/posadas-mexico>
10. Adriana Malvido, “La industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones”, *Revista Mexicana de Comunicación* (septiembre-octubre de 1989).
11. Andrés Pardo Piccone y Santiago Cassarino, "Novaro. El coloso mexicano", documental producido por K3 Films (2007). En <https://www.youtube.com/watch?v=pgF3XxqP4f4&t=3771s>
12. Rubenstein, *Del "Pepin" a "Los agachados"*, 46.
13. Beatriz Rodríguez Sierra, La industria editorial en México: su evolución y participación en el desarrollo de colecciones de bibliotecas" (memoria para obtener el grado de Doctor en Biblioteconomía y Documentación, Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, 2009), 31. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/9578/>
14. Malvido, "La industria de la historieta mexicana".
15. Vásquez Muñoz, "Estudio de recepción de cómics", 3.
16. Pardo y Cassarino, "Novaro. El coloso mexicano", minuto 47:57.
17. Bloghemia, “Grandes personajes de la historia universal” (diciembre de 2019). En <https://www.bloghemia.com/2019/12/grandes-personajes-de-la-historia.html>
18. Pardo y Cassarino, "Novaro. El coloso mexicano", minuto 47:57.
19. La principal obra de referencia es la trilogía *Puros cuentos: historia de la historieta en México*, de Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra, de 1994.
20. Armando Zacarías, “El papel de PIPSA en los medios mexicanos de comunicación”. *Comunicación y Sociedad*, 25-26 (abril 1996):73-88. http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/25-26_1996/73-88.pdf
21. Rodríguez, "La industria editorial en México", 177.
22. Enzia Verduchi, “Si Hacienda trabajara bien, no habría necesidad de gravar la cultura”, *La Jornada* (15 de noviembre de 2003). <https://www.jornada.com.mx/2003/11/15/03an1cul.php?origen=cultura.php&fly>
23. Pardo y Cassarino, "Novaro", minuto 32:02.
24. *Ibid.*, minutos 32:18 y 59:30.
25. *Ibid.*, minuto 33:20.
26. Rodríguez, "La industria editorial en México", 56.
27. *Ibid.*, 3.
28. Enrique Casais Padilla, "Políticas económicas y pobreza 1982-2007" (memoria para optar al grado de doctor en Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid), 46 y 132. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/9633/1/T31325.pdf>
29. Casais, "Políticas económicas y pobreza", 292-301.
30. José Carlos Reyes Pérez, “El 68, esplendor de la industria editorial”, *Letras Libres* (28 de diciembre del 2020). <https://www.letraslibres.com/mexico/revista/el-68-y-el-esplendor-la-industria-editorial>
31. Encuadre, “El contexto de la industria editorial” en *Encuadre*, México, Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico (12 de noviembre de 2014). En <http://encuadre.org/encuadre2020/el-contexto-de-la-industria-editorial/>
32. Raúl Trejo Delarbre, “20 años de prensa”, *Nexos* (1 de enero de 1998). <https://www.nexos.com.mx/?p=8763>

33. El punto de equilibrio es el número de ejemplares que debe vender una revista para que sea viable económicamente. Este punto se calcula con el costo de producción y distribución de un tiraje, contrastado con el precio de una revista similar en el mercado. Si la revista vende más allá del punto de equilibrio, es económicamente sana, si está un poco por encima de su punto de equilibrio, puede ser objeto de análisis sobre el capital que se invierte en ella y lo que se podría obtener con la misma inversión en otro producto, pero si está por debajo del punto de equilibrio, entonces la revista es retirada del mercado no sin antes planear su sustitución por otro título con mayor potencial de venta. (Información proporcionada por R. Bastien).
34. Ver: precio en los supermercados en 1989 en México. Revisado en buscador Google en marzo del 2021.
35. Julio César Arce Hernández, "Hombres y Héroe, una gran colección en mis manos!!", *Comicornp* (26 de abril de 2010). En <https://comicornp.blogspot.com/2010/04/hombres-y-heroes-una-gran-coleccion-en.html>; La lonchera de los recuerdos, "Hombres y Héroe" (23 de noviembre de 2010). <http://laloncheradelosrecuerdos.blogspot.com/2010/11/hombres-y-heroes.html>
36. Casais, "Políticas económicas y pobreza", 308-324.
37. Rodríguez, "La industria editorial en México", p. 297.
38. *Encuadre*, "El contexto de la industria editorial".
39. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, "Siete de cada diez personas de 18 años y más en México leen libros, revistas, periódicos, historietas o páginas de internet: MOLEC 2020", *Comunicado de prensa 158/20* (23 de abril de 2020) https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/EstSociodemo/MOLEC2019_04.pdf
40. En el lenguaje técnico de la edición de revistas, a la portada de color se le llama "1ª de forros", a su reverso, que casi siempre es en blanco y negro, se le llama "2ª de forros"; luego está la contraportada, cuya parte en blanco y negro interna, se le llama "3ª de forros", y a la tapa de color externa se le llama "4ª de forros".
41. Estos encuadres eran: plano general extremo (PGE/), plano general (PG/), plano medio (PM/ cuerpos enteros), plano americano (PA/), primer plano (PP/), primerísimo plano (PPP/), además de otros que no venían en Parramón, como *close up* (CU) y gran *close up* (GCU-enfoque sólo a los ojos) y el encuadre holandés. Las posiciones de los personajes eran de frente, de ¾ de perfil de frente o de espaldas, entre otras.
42. Entre ellos: Will Eisner, *El cómic. El arte secuencial* (España: Norma, 1985/2018); y Ezequiel Maldonado, "La historieta mexicana y la seducción de los inocentes", *Revista de Pensamiento Crítico Latinoamericano, Pacarina del Sur* (2021). http://www.pacarinadelsur.com/index.php?option=com_content&view=article&id=124:la-historieta-mexicana-y-la-seducion-de-los-inocentes-semblanza-de-los-agachados-de-rius&catid=17&Itemid=57
43. Universia, "¿En qué consiste la educación informal?", *Universia MX* (18 de septiembre de 2018). En <https://www.universia.net/mx/actualidad/orientacion-academica/que-consiste-educacion-informal-1161549.html>
44. Arce Hernández, "Hombres y Héroe, una gran colección en mis manos!!".
45. La lonchera de los recuerdos, "Hombres y Héroe".
46. Ver: "Hombres y Héroe", *Wikipedia*. https://es.wikipedia.org/wiki/Hombres_y_H%C3%A9roes
47. Ver <https://www.hombresyheroes.com>
48. Canal de Hombres y Héroe. En <https://www.youtube.com/channel/UCrrVITKsdf6FwCNq9ejuqw>
49. Charla con Reyna Reyes Pérez el 14 de marzo de 2021 en Villa Coapa, Ciudad de México.
50. Ver: <https://listado.mercadolibre.com.mx/libros-revistas-y-comics/revista-hombres-y-heroes>
51. Ver: <https://library.uta.edu/vivamexico/items/show/875>
52. Ver: <https://es.slideshare.net/nestorriquejo/viva-zapata-hombres-y-heroes>
53. Ver: <http://www.dawtrina.com/books/spanish/hombresyheroes.html>
54. Ver: https://www.todocoleccion.net/comics/hombres-heroes-n-44-novedades~x41745197#sobre_el_lote
55. Armando Barra, "Crisis de la historieta mexicana" (12 de octubre de 2008) https://www.youtube.com/watch?v=_DetyW9nYW8
56. Museo Pape, "Documental cómic mexicano/Parte 1/Museo Pape" (18 de junio de 2015). En https://www.youtube.com/watch?v=_IvmjiG2Kfk