

8º Encuentro Internacional de Historietistas

Las historietas en la educación popular en Brasil: algunas producciones

Waldomiro Vergueiro

Profesor Asociado, Coordinador del Núcleo de Investigaciones de Historietas de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo, Brasil

Resumen

Discute la evolución de las historietas destinadas a la educación popular en países de Europa, Estados Unidos y Brasil. Basado en una muestra de publicaciones brasileñas para la educación popular del acervo del Núcleo de Investigaciones de Historietas de la Universidad de São Paulo (Brasil) y deteniéndose en el área de preservación de recursos naturales, describe las principales características de ese tipo de historietas en el país en el que dice respecto a la utilización de los elementos del lenguaje de la historieta, de la calidad de las publicaciones y de la estructura narrativa de las historias. Concluye que las posibilidades de utilización de las historietas con finalidad de aplicación en la educación popular son bien más largas de lo que se está acostumbrado a pensar y sugiere la investigación de la recepción de estas publicaciones por el público lector y la comparación del entendimiento del mensaje por medio de las historietas con mensajes transmitidas por otros medios.

Abstract

Discusses the evolution of popular educational comics in Europe, United States and Brasil. Based on a sample of Brazilian comics publications for popular education from the collection of the Centre for Research on Comics of the University of São Paulo (Brasil), and focusing specifically on the preservation of natural resources, describes the main characteristics of this kind of comics in the country in what regards to the use of the elements of the comics language, to the quality of the publications and to the structure of the stories. Concludes that the possibilities of using educational comics are much larger than imagined and suggests further researches on the reception of the publications by their public, as well as the comparison of their understanding of the comics message to the understanding of the messages received through other media.

Introducción

Cuando se habla de historietas en general, es común tener en cuenta solamente la producción que se recibe de las prensas comerciales, elaboradas y distribuidas con la finalidad de obtener una ganancia directa sobre las ventas. Se trata, en general, de publicaciones dirigidas a los jóvenes, en colores llamativos, en una variedad de géneros y personajes: superhéroes que viven aventuras cada vez más increíbles, animales que hablan y se comportan como si fueran seres humanos, niños que tienen reacciones emocionales similares a la de los adultos, policías en busca de ladrones y asesinos, detectives privados que investigan situaciones de delito que a las fuerzas policiales resulta difícil solucionar, etc. En su gran mayoría, las historietas de la industria masiva del mundo comercial occidental se relacionan con las necesidades de entretenimiento de los lectores, representando para ellos, muchas veces, un canal de fuga de la realidad. En principio, nada hay

contra esto, pues las historietas han nacido con la finalidad de entretenir a los lectores y, es bueno que lo hagan.

Por otro lado, cuando se considera la producción más general que hace uso del lenguaje de la historieta, es posible descubrir otro universo de publicaciones con objetivos distintos –y quizás también, en ciertos aspectos más nobles– que aquellos perseguidos por la industria cultural. Prácticamente en todos los países del mundo, es posible hallar ejemplos de utilización del lenguaje de la historieta en los más diferentes sectores o actividades, sea con fines de educación o entrenamiento, por necesidades de divulgación o publicidad de productos comerciales. Esto demuestra la potencialidad del medio de la historieta para alcanzar a todos los segmentos de la población, y, de la misma manera, evidencia su popularidad. Se trata de una producción desgraciadamente hecha, de difícil evaluación, posible de muchas críticas o discusiones; todavía, más que esto, se trata de una producción en general desconocida, pocas veces siquiera comprendida como un objeto digno de investigación por aquellos que estudian las historietas. Y esto es deplorable aún más cuando se considera que se trata de una producción numerosa, que interfiere diariamente en la vida y la actividad profesional de miles de personas. Por esto, en seguida se intentará reflexionar sobre esta producción, analizando las características de algunos de sus productos en la realidad brasileña a partir de la evaluación de un conjunto de documentos primarios acumulados y colecciónados de forma aleatoria durante varios años por el Núcleo de Pesquisas de Historias em Quadrinhos (Núcleo de Investigaciones de las Historietas) de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo.

Antecedentes en la utilización de las historietas con objetivos específicos

La concepción de que las historietas pueden ser utilizadas de manera efectiva para la transmisión de conocimientos específicos, o sea, teniendo una función utilitaria y no solamente de entretenimiento, ya es conocida hace mucho en el medio profesional. Las primeras revistas de historietas con carácter puramente educacional publicadas en Estados Unidos en la década del cuarenta, como *True Comics*, *Real Life Comics* y *Real Fact Comics*, eran antologías de historietas sobre personajes famosos de la historia mundial y norteamericana, figuras literarias y eventos históricos. En la segunda mitad de esa década, la editora Educational Comics tenía como política la publicación de historietas con temáticas religiosas y preceptos morales, como *Picture Stories from the Bible*, *Picture Stories from American History*, *Picture Stories from World History* y *Picture Stories from Science*.

El título *Classics Illustrated*, que fue publicado inicialmente en Estados Unidos y después reproducido en prácticamente todo el mundo, inclusive en Brasil (donde se llamaba *Edição Maravilhosa*), buscaba aproximar las historietas de las grandes producciones literarias y adaptaba al lenguaje de los comics los libros de los más grandes autores de la literatura mundial como Charles Dickens, William Shakespeare, Daniel Defoe, Victor Hugo, Jonathan

Swift, Edgar Allan Poe, etc. Otros títulos tenían la motivación religiosa, dedicados a la divulgación de los valores defendidos por la iglesia católica y a las biografías de los santos y personajes bíblicos. Entre estos títulos se puede destacar *Topix Comix* y *Treasure Chest Comics*, con una larga vida en el mercado (Benton, 1989). Lo mismo ha sido hecho en otros países, principalmente en Italia, en que las editoras ligadas a la iglesia católica también utilizaran abundantemente el lenguaje secuencial de las historietas para inducir en niños y jóvenes el sentimiento religioso, en general produciendo revistas que eran después traducidas y publicadas en todo el mundo cristiano.

Iniciativas de utilización de la historieta para entrenamiento y educación pueden ser halladas en la época de la segunda guerra mundial, cuando el gobierno norteamericano utilizó el lenguaje de los comics como apoyo técnico al uso de equipamientos y entrenamiento de personal en actividades especializadas. Al frente de esta iniciativa estuvo el artista Will Eisner, que después se quedó durante largos años elaborando manuales para entrenamiento de tropas militares, con resultados largamente favorables. Por otro lado, los beneficios de la utilización de las historietas para la educación no se quedaron limitados a la esfera de influencia norteamericana. En China comunista, el presidente Mao Tsé-Dong utilizó abundantemente este lenguaje en iniciativas gubernamentales de educación popular, y presentó el mismo modelo de las vidas ejemplares desarrollado por las revistas religiosas, pero teniendo como protagonistas los representantes de la nueva sociedad que él pretendía establecer en su país, como soldados, estudiantes, labradores y trabajadores en general. Las historietas del comandante Mao solían enfocar, por ejemplo, la vida de un soldado que, al caminar de su destacamento para la ciudad, encuentra en el camino a una pobre viejita sin fuerzas para caminar, se desvía de su camino y lleva a la viejita en las espaldas hasta la casa, transmitiendo la idea de solidaridad



Figura 1: Una página de la «Turma da Mônica» en «Viva a terra».



colectiva que el gobierno chino deseaba inducir en la población (Nebiolo *et al.*, 1976).

En Europa la utilización de las historietas como apoyo al tratamiento de temas educativos de una manera lúdica, haciendo posible un proceso de aprendizaje más agradable a los lectores, se ha acentuado durante la década de 1970. En Francia, por ejemplo, la editorial Larousse obtuvo un gran éxito comercial con la publicación de «L'histoire de France en BD», en ocho volúmenes, y comercializó 600 millones de ejemplares en solamente siete años, lo que ha posibilitado a la misma editorial publicar otro título con objetivos similares: «Découvrir la Bible», después editada en varios países. Otros editores del país luego se interesaron por la posibilidad de utilizar las historietas para la transmisión de contenidos escolares, y el número de títulos creció en los años siguientes, siendo posible destacar, entre otros, «La philosophie en bande dessinée», «Psychologie en bande dessinée», «La vie de J. S. Bach», «L'aventure de l'équipe de Cousteau» y la serie de títulos que buscan presentar temáticas complejas, la vida e ideas de personajes importantes de la ciencia y la política a los lectores *principiantes* (publicando, por ejemplo, libros dedicados a Freud, Lenin, Einstein, Marx, energía nuclear, «El capital», los estudios culturales, etc.) (Baron-Carvalho, 1989).

En Brasil las historietas con un contenido más dirigido al aprendizaje, la transmisión de conocimientos, la divulgación de dogmas religiosos o para objetivos cívicos, como las biografías de figuras insignes de la historia brasileña, ocurrió desde muy temprano en el desarrollo del medio en el país. La primera publicación para niños en divulgar las historietas en Brasil, la revista *O Tico-Tico*, iniciada en 1905, tenía historias de contenido moral que buscaban enseñar a los varones y nenas de la época cómo se deberían comportar los buenos niños (Vergueiro, 2001). Posteriormente varias editoras brasileñas publicaron revistas con las vidas de los santos de la iglesia, la Biblia en



Figuras 2 y 3: Las portadas de «Prazer sou aágua» y «A turma da Mônica».



historietas, la vida de Jesucristo, biografías de los héroes de la patria, etc. Durante la década del cincuenta estas iniciativas tenían como principal finalidad crear una buena imagen de la historieta en las mentes de los padres y maestros, que entonces creían que la lectura de toda y cualquier producción en historieta iba a tener malas consecuencias para los niños, como dificultades en el aprendizaje escolar, influencias en su comportamiento, disminución de la capacidad para el pensamiento lógico y aislamiento de la realidad. Por ejemplo, la revista titulada *Enciclopédia em Quadrinhos*, en su no. 14, presentaba una historieta que relataba la historia del telégrafo eléctrico en Brasil (Souza; Delfim, 1957).

Aparentemente de la misma época son las primeras utilizaciones del lenguaje de las historietas para la educación popular en Brasil. Entretanto, debido a sus condiciones de producción, dirigidas para un público específico, que va utilizar las producciones y después desinteresarse de ellas, es muy difícil obtener ejemplares de historietas para la educación popular producidas antes de la década del sesenta. En general, estas historietas son distribuidas a la población, leídas, utilizadas en programas de entrenamiento o clases en la escuela formal sin mayores preocupaciones en archivarlas o mantenerlas para la posteridad. Hasta los mismos productores de las historietas rara vez presentan esta preocupación, muchas veces llegando a olvidarse de ellas en la medida en que producen otras obras en historietas.

También los investigadores de historietas no parecen muy interesados en los materiales que no son producidos por la industria de entretenimiento o aquellos que se pongan como una alternativa a la industria (el cómic *underground*). Raras veces se preocupan en inventariar o analizar la producción de historietas que procede de órganos gubernamentales, empresas productivas o instituciones del tercer sector. En este sentido, una de las preocupaciones del Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos de la Escuela de



Figuras 4 y 5: La portada y una página de «Gibi do álcool».



Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo ha sido recuperar la memoria de la producción brasileña de historietas, incluyendo las historietas producidas para fines específicos y no distribuidas en el mercado de comercialización. Con el correr de los años, el NPHQ ha acumulado una extensa variedad de publicaciones, desde folletos producidos por editoras comerciales en apoyo a campañas gubernamentales, revistas periódicas elaboradas para publicidad de empresas comerciales –aun que tengan también por objetivo educar el cliente para utilizar mejor los servicios de la empresa– o para entrenamiento de sus funcionarios, producciones encomendadas por políticos en campañas electorales (en general enalteciendo el carácter del político y enseñando al elector como votar en él) y publicaciones preparadas por órganos gubernamentales y empresas del tercer sector como apoyo a campañas de educación popular en las áreas de salud, tránsito, ecología, etc. Los análisis de esta ponencia serán hechos teniendo a esta última categoría como objeto de investigación, deteniendo la atención sobre las características de cerca de sesenta y cuatro de estas producciones.

Características de las historietas para la educación popular en Brasil

En general, las publicaciones seleccionadas para integrar la muestra se distribuyen en pequeñas revistas de 13 x 19 cm, con las mismas dimensiones de las revistas infantiles brasileñas, y una gran variación en el número de páginas presentando gran variación (de 4-64 páginas), con una concentración mayor en las publicaciones con 12 páginas, excluyendo las portadas. Es razonable imaginar que las opciones de formato y número de páginas trataran de hacer las publicaciones más parecidas a las revistas de historietas que se comercializan en los quioscos brasileños, con las cuales toda la población está muy bien acostumbrada. Incluso, muchas de las publicaciones de



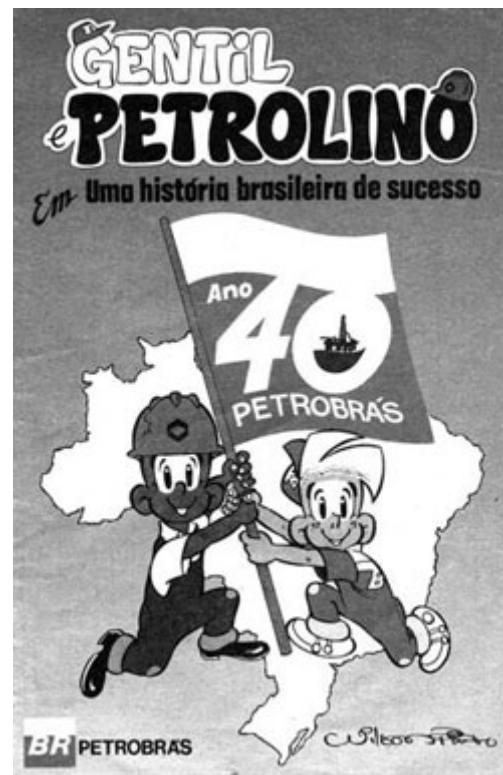
Figuras 6 y 7: Una página de «Toinzinho e as queimadas» y la portada de «Toinzinho e o manguezal».



la muestra utilizan como parte del título la expresión *Gibi*, denominación genérica utilizada en Brasil para designar a todas las revistas de historietas, los *comic books*. Esta definición de formato físico también ocurre porque la mayoría de las publicaciones, según se percibe por su lectura, tiene como público preferencial a los niños (muchas de ellas son distribuidas gratuitamente en las escuelas). Quizás por la misma razón la mayoría de las publicaciones son hechas en colores.

En relación con las características de contenido, prácticamente en la totalidad de las publicaciones se utilizan los dibujos caricaturescos; también aquellas que se destinan a los adultos lo hacen con este tipo de dibujo, quizás imaginando que ello permitirá que la proposición presentada por la publicación llegue de manera más efectiva a su lector. Además, el dibujo caricaturesco y la utilización de elementos cómicos tienen la gran ventaja de disminuir las eventuales resistencias de los lectores, y los sitúa en una buena disposición para asimilar lo que se pretende transmitir.

Las instituciones responsables de las publicaciones se dividen en gubernamentales (tres de gobiernos municipales, ocho de gobiernos estatales, cinco del gobierno federal y seis de empresas estatales) y de instituciones del llamado tercer sector, divididas en: asociaciones y federaciones (seis), confederaciones (cuatro), centros de estudios e institutos (tres), fundaciones (tres), instituciones religiosas (una) y organizaciones asistenciales (una). La organización con más producciones en historietas es la Lake –Livraria Alan Kardec Editora–, una institución sin fines de lucro y con motivaciones religiosas (espiritismo), que aparece con once publicaciones en la muestra. La característica más destacada de estas publicaciones es la creación y utilización de un personaje propio para actuar como transmisor de las ideas que se pretende llevar al público lector: Toinzinho, un niño de cerca de siete años. Por su lado, las empresas estatales también tienen una presencia destacada en la muestra, pero en general sus historietas se preocupan en hacer la publicidad institucional, y destacar la actuación de estas empresas y las contribuciones que traen a la sociedad brasileña.



Figuras 8 y 9: Una página de «Toinzinho e o desperdício de água» y la portada de «Gentil e Petrolino. Uma história brasileira de sucesso».



Figura 10: La primera página de «Cespinho em O mundo encantado da energía».

Sólo una parte de las publicaciones en la muestra tiene la clara identificación de sus autores intelectuales, al permitirse la suposición de que esta no sea una práctica muy usual en este tipo de mercado. Las razones por tanto quedan en el espacio de la suposición. Quizás no se reconozca la autoría porque las instituciones compran los derechos de autor y utilizan las publicaciones varias veces o a los autores no les preocupa tanto esta identificación, y consideran el trabajo solamente como una encomienda de la cual se olvidan un tiempo después. En varias historietas hay la información de que fueron elaboradas por un estudio de producción de historietas, mientras que en algunas otras es posible hallarse con la firma del autor en la portada o en páginas interiores, pero no siempre se tiene idea de a quién se refiere esta firma. El más prolífico autor de historietas para campañas de educación popular parece ser Mauricio de Sousa, que es también el más conocido historietista brasileño y tiene un estudio con docenas de dibujantes y guionistas para la producción de varias revistas periódicas con sus personajes más populares, la «Turma da Mônica», un grupo de niños en edad prescolar. En su estudio, Mauricio tiene una división exclusiva para la producción de historietas dirigidas a fines educacionales: el Departamento de Proyectos Especiales.

Las publicaciones de la muestra versan sobre las más variadas temáticas. Por tanto, para mejor facilidad del trabajo, se ha decidido clasificar las revistas según grandes temas, de la siguiente manera: recursos naturales (veintidós), salud (quince), ciudadanía (seis), tránsito (cinco) y asuntos variados (décisésis). Enseguida, se presenta un análisis más pormenorizado de las publicaciones que tienen como tema los recursos naturales y su preservación.

1. En cuanto a la calidad de la publicación

Si uno piensa que la calidad de una historieta está en la correcta utilización de las posibilidades del lenguaje propio del medio, o sea, sus convenciones específicas (los globos, las onomatopeyas, las metáforas visualizadas, los signos cinéticos, etc.), es imposible no concluir que las historietas elaboradas para la educación popular en Brasil podrían llegar mucho más lejos. En general, las historietas utilizan solamente los recursos básicos de los cómics, como las viñetas, los globos del habla o el pensamiento, los cartuchos y, con menor frecuencia, las líneas cinéticas. Raras veces, por ejemplo, se puede encontrar con una onomatopeya, y desperdicia así una posibilidad muy rica para hacer las historietas más gráficamente agradables (de las veintidós publicaciones sobre recursos naturales, doce no tienen una sola onomatopeya).

En lo que se refiere a la relación dibujo-texto, es importante señalar que, en Brasil, la práctica más común en las publicaciones de historietas dirigidas a la educación popular parece ser el de concentrar la parte más significativa del mensaje en el texto, con la parte gráfica como un apoyo, una especie de chamariz para la atención del lector; una de las publicaciones, incluso, no tiene prácticamente ningún globo –cinco páginas con globos para el total de 50 páginas de la publicación–, pudiéndose interpretar mucho más como una historia ilustrada que como una historieta propiamente dicha (irónicamente, el título de la publicación, «Gibi do Álcool», hace referencia específica a las revistas de historietas...). Es posible también un exceso de texto en las historietas, muchas veces con la utilización de una terminología especializada que se puede poner en duda que sea plenamente entendida por los niños. A su vez, los dibujos están en general de acuerdo con las intenciones de las historietas, y se utiliza, como se ha mencionado, un estilo caricaturesco y el intento de crear un ambiente humorístico para la historia. Los chistes, entretanto, algunas veces funcionan solamente como

un hiato entre las instrucciones verbales, una ruptura en la monotonía de las explicaciones. Algunas historietas, además del dibujo, también hacen uso de fotografías y largos textos explicativos que completan las informaciones transmitidas por las viñetas.

En lo que se refiere al formato gráfico, la mayoría de las revistas son coloreadas y siguen el modelo consagrado en las revistas de historietas infantiles. Las más antiguas utilizan tres tiras de tres viñetas cada una por página; pero las más recientes, principalmente las producidas por los Estudios de Mauricio de Sousa, pasaron a utilizar cuatro tiras. La totalidad de las publicaciones sobre recursos naturales son coloreadas (nótese que en toda la muestra solamente dos publicaciones no son en colores).

2. En cuanto a la estructura narrativa de las historietas

La estructura narrativa de la mayoría de las historietas que tratan de los recursos naturales es estática, divididas en pocos modelos: 1. hay una situación crítica (ocurre una calamidad como resultado de la desatención colectiva o gubernamental en relación con ciertas precauciones; un personaje se muestra desatento o reacciona directamente contra un comportamiento deseado, asumiendo una actitud antisocial, etc.) que tiene sus razones y soluciones explicadas por uno de los personajes de la historieta; 2. los protagonistas son colocados en una situación en que entran en contacto con las peculiaridades de un determinado problema, ambiente o institución, siendo conducidos por un personaje en dirección al conocimiento de las principales características de aquel objeto (en una historieta, los protagonistas son contratados para elaborar una película cinematográfica sobre una determinada institución); 3. un personaje es creado con el objetivo específico de explicar las características de un ambiente, situación o empresa para los lectores.

En los dos primeros casos puntualiza la presencia de un elemento –en general externo al grupo de protagonistas y con características de adulto– que tiene todas las respuestas y asume el discurso de la autoridad (como si fuera una especie de instructor o profesor de los demás). Véanse algunos ejemplos en la *Tabla 1*.

En el tercer caso, el personaje idealizado por los creadores de la historieta asume la función de instructor. Se puede incluso decir que dispensa la presencia de otros coadyuvantes. Algunas veces, el protagonista habla directamente al lector, y profundiza la sensación de participación en la historia. Todavía, por otro lado, esta solución produce una historieta con ritmo más lento, más densa y de lectura menos interesante para los niños. (Véase la *Tabla 2*, para algunos ejemplos).

La muestra todavía presenta buenos casos de utilización de historietas para la educación popular. Estas historietas se distinguen de las demás en el sentido que no colocan la didáctica de forma ostensiva como el principal objetivo que debe ser alcanzado. En primer lugar, ellas se proponen divertir al lector, con una historia que sea al mismo tiempo agradable y consiga captar su atención. Curiosamente, se destaca entre estos pocos casos exactamente tres historietas preparadas por la organización religiosa Lake –Livraria Alan Kardec–, con su protagonista Toinzinho. En estas historietas, el protagonista tiene una posición proactiva en los hechos, influye en ellos mucho más que solamente presenciándolos o recibiendo información al respecto, como sigue:

1. «Toinzinho e as queimadas». El protagonista se va de vacaciones a la hacienda de su tío, donde se encuentra con una reunión de los animales silvestres, preocupados con la quema de las matas para la preparación de nuevas plantaciones; el joven se une a los animales y convence a los propietarios de tierras para cambiar sus prácticas lesivas a la naturaleza.

2. «Toinzinho e o desmatamento». También en vacaciones, esta vez en una hacienda donde trabaja otro tío, en Amazonas, el protagonista entra en conflicto con el dueño de la hacienda y su hijo, que pretenden cortar los árboles para crear pastizales; después que el corte de los árboles trae como consecuencia el surgimiento de los mosquitos transmisores de la malaria, los propietarios de la hacienda se arrepienten de sus actos y piden disculpas al héroe.

3. «Toinzinho e o desperdicio de agua». Al dormir, después de descubrir que no hay agua en su casa debido a la baja capacidad de las represas, el joven protagonista sueña que está en el futuro, en el año 2060, donde se encuentra con su propio nieto, en un mundo donde el agua se ha transformado en un producto muy escaso.

Hay otras historietas con una estructura atractiva a la lectura, que privilegian la transmisión de enseñanzas por la narrativa mucho más que por el texto en la boca de un personaje, pero estas tres son suficientes para evidenciar la buena utilización del medio para finalidades de educación popular. Se entiende que esta opción creativa es mucho más exitosa, pues pasa el mensaje deseado a los lectores de una forma no ostensiva, sin colocarlos en una posición de inferioridad en relación con un personaje. Y, más que eso, no permiten que la historieta se transforme en algo amorfo, sin atractivos y de difícil lectura.

Tabla 1

| Protagonista | Título de la historieta | Instructor | Situación/problema |
|-----------------|---|-------------------------------------|--|
| Chico Bento | Viva a terra | Agrónomo | Las dificultades de los campesinos con la tierra |
| Mônica | Um lixo bem cuidado | Trabajadora de limpieza de la calle | Necesidad de cuidar de la basura |
| Un hombre joven | Coleta seletiva e reciclagem | Una madre | Necesidad de separar la basura |
| Mônica | Prazer, sou a água! | Una gota de agua | Necesidad de mejorar utilizar el agua |
| Cascão | O dia em que o pai do Cascão mudou de emprego | El papá de Cascão | Presentación de la empresa de tratamiento del agua |
| Turma da Mônica | Água boa pra beber | Astronauta | Tratamiento del agua |

| Tabla 2 | | |
|-------------------------|--------------------------------|---|
| Protagonista | Título de la historieta | Situación/problemática |
| Cespinho | O mundo encantado da energia | Presentación de la empresa CESP |
| Cespinho e Paulistinha | Melhorando a qualidade de vida | Presentación de los servicios de dos empresas (CESP y CPFL) |
| Tonico e Petrolino | Sin título | Historia del petróleo |
| Luiz, Técnico da Sabesp | Manual do cliente Sabesp | Presentación de los servicios de la empresa |

Conclusión

La producción brasileña de historietas con la finalidad de aplicarla en la educación popular es aún un campo inexplorado de investigación. Todo parece indicar que la variedad de productos y las posibilidades de utilización son mucho más largas de lo que se está acostumbrado pensar. El presente trabajo intentó hacer una primera exploración en este espacio creativo, al analizar las características de una pequeña parcela de esta producción. A partir de este análisis, queda evidente que es necesario también investigar la recepción de estas publicaciones por el público lector –compuesto básicamente por niños–, y comparar la comprensión del mensaje por medio de las historietas con aquellas transmitidas por otros medios (como, por ejemplo, la televisión o la radio). Pero esto ya será otra investigación, para otro momento.

Bibliografía

Baron-Carvais, Annie: «La historieta», Fondo de Cultura Económica, México, 1989.

Benton, Mike: «The Comic Book in America: an Illustrated History», New updated edition, Taylor Publishing, Dallas, 1989.

Souza, Dionysio M.; Delfim, Getúlio: «O telégrafo elétrico no Brasil», *Enciclopédia em Quadrinhos*, no. 14, Rio Gráfica Editora, Rio de Janeiro, 1957: 3-5.

Nebiolo, G.; Chesneaux, J.; Eco, U. (comp.): «Los comics de Mao», Gustavo Gili, Barcelona, 1976.

Vergueiro, Waldomiro: «Desarrollo y perspectivas de la historieta infantil brasileña: las incógnitas de un nuevo siglo»: *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta*, 1, 1, abril de 2001: 3-14.

