

EL CÓMIC O HISTORIETA: ENTRE ARTE GRÁFICO E HISTORIA NARRATIVA

RAFAEL FARFÁN HERNÁNDEZ*

INTRODUCCIÓN: ¿CÓMO ENNOBLECER UN CONCEPTO?

La tentación de atribuir la coherencia de una estética sistemática a las posturas objetivamente estéticas de las clases populares no es menos peligrosa que la inclinación a dejarse imponer, incluso sin saberlo, la representación estrictamente negativa de la visión popular que se encuentra en la base de cualquier estética culta.¹

PIERRE BOURDIEU

La fecha de la historia del ennoblecimiento de un arte que sólo hasta hace poco fue reconocido como tal porque casi toda su existencia transcurrió en un tipo de clasificación sumergida en los conceptos de cultura industrial y/o cultura de masas, quiero situarla a partir del 11 de febrero de 1949. Fue cuando la revista *Life*, que recogía y expresaba los gustos populares de la sociedad norteamericana de aquel momento, publicaba las conclusiones de un artículo que dos meses antes había si-

do publicado por *Harper's*, otra revista en la que su director de redacción proponía a sus lectores, bajo la forma de una página dividida en once columnas, un esquema que se convertiría en representativo de las jerarquías culturales en Estados Unidos. A través de las once columnas, se mostraban los gustos individuales de la población norteamericana en ámbitos como el vestido, el mobiliario, los tipos de diversión, hasta llegar a los hábitos alimenticios. El cuadro presentaba cuatro niveles que correspondían a los tipos de consumo cultural dominantes en la sociedad estadounidense, desde los más elitistas hasta los más populares. En materia de lectura, la columna correspondiente se mostraba del siguiente modo: en el nivel más elevado se encontraba la literatura de vanguardia y la crítica literaria; por debajo de la literatura de vanguardia, se situaban las “mejores novelas”, las revistas y la literatura de un género distinto a las novelas de calidad. En el tercer lugar se situaba la literatura clasificada bajo el rubro de club de lectura y las revistas de gran difusión. El último lugar estaba formado por dos clases de revistas de literatura popular elaboradas con papel de mala calidad: los *pulps* y los *comic books* o libros de

* Departamento de Sociología. Las imágenes que aparecen en este artículo son del propio autor.

¹ Pierre Bourdieu, *La distinción*, p. 28.

historietas.² A partir de este momento, la vida del el cómic o lo que en nuestra lengua llamamos historieta, transcurrió en el nivel más bajo de la jerarquía cultural no sólo de los Estados Unidos, sino en general de todas esas naciones, incluida la nuestra, en las que hizo carta de aparición, junto con otros géneros de cultura popular en los que se manifestaban, según los críticos y analistas de estos géneros, las formas más innobles y vulgares del gusto popular.³ Hoy asistimos a un cambio en la valoración de este género situado primero y ante todo como parte de una cultura de masas fundada en la industrialización de productos culturales y que, quizás sin dejar de serlo, ahora es reconocido y evaluado como un género de arte en la que se fusionan dos elementos como rasgos inéditos que lo distinguen: la unión de la imagen en movimiento, copiada del movimiento que sigue una película, con un texto o diálogo, ambos inseparables, que narran la historia de un modo gráfico distinto a la historia narrati-

va textual.⁴ El *objetivo* de este artículo es doble, por un lado plantea seguir, brevemente, la historia de la transformación de la historieta o cómic de un subgénero sumergido en la concepción global de industria cultural como cultura de masas, para pasar a adquirir los títulos de nobleza de un tipo de arte gráfico surgido de una innovación en la producción del arte, que rompe con los ideales románticos del genio creativo y de la obra de arte como obra que debe su singularidad estética a su carácter irreproducible. En lugar de ello, propongo una concepción centrada en la creatividad de la acción de actores colectivos, de los que surgen los “mundos del arte” que son relativos, cambiantes en sus criterios de creación y de evaluación de lo que producen como arte.⁵ Por otro lado, llevo a cabo un breve análisis sociológico de una novela gráfica o *comic book*, en la que utilizo las herramientas conceptuales que esbozo en la primera parte, es decir, ahí donde concibo la creación estética como resultado de una acción colectiva. La novela gráfica que elijo creo que concentra todos los elementos emblemáticos que hoy expresan su cualidad de arte e historia narrativa y que es

² Esta historia la he tomado de Jean-Paul Gabilliet, *Des comics et des hommes. Histoire culturelle des comic books aux Etats Unis*, p. 9. Cabe aclarar que el *pulp* fue un género de literatura de folletín, que surgió en EUA en 1820 y desapareció en la década de los 50 del siglo xx. Según Michael Denning, era el tipo de literatura que consumía la clase obrera norteamericana.

³ La historia y el análisis del cómic que hago aquí está centrado en el contexto de la cultura popular norteamericana, sin embargo no ignoro que esto mismo se puede hacer para el caso de la historieta en México. Al respecto existe una abundante literatura que trata los aspectos más diversos de la historia del cómic en México, quizás la mejor es la de Juan Manuel Aurrecochea y Armando Bartra, *Puros cuentos: La historieta en México*, vols. 1, 2 y 3, 1988, 1992 y 1994. La peor forma de tratar esta historia es la de Anne Rubenstein, *Del pepín a los agachados. Cómic y censura en el México posrevolucionario*, 2004.

⁴ Compárese con la siguiente definición que da Paul Ricouer de lo que es un texto narrativo: “Llamamos texto a todo discurso fijado por la escritura. Según esta definición, la fijación por la escritura es constitutiva del texto mismo Pero, ¿qué es lo que fija la escritura? Dijimos: todo discurso”, *Del texto a la acción*, p. 127. Ahora compárese con la siguiente definición de Rodolphe Töpfer de lo que es un cómic: “Los dibujos, sin textos, no tendrían más que una significación oscura; el texto sin los dibujos, no significarían nada. El todo conjunto forma una especie de *novela*, un libro que hablando directamente a los ojos, se expresa por la representación, no por el relato”, *Histoire de Mr Jacob*, p 18, citado por Gabilliet, *op. cit.*, p. 16.

⁵ Vid. Howard Becker, *Les mondes de l'art*, pp. 375.

la mejor forma de oponerse al análisis que hace tiempo hizo de este género Umberto Eco.⁶ Me refiero a *Superman, Paz en la Tierra*, novela gráfica elaborada por una red creativa formada por escritores responsables de la historia, otros encargados de los textos y finalmente un responsable del arte gráfico.⁷

Las aventuras dialécticas de un concepto: del arte de masas como cultura industrial a los mundos de arte como redes interactivas productoras de nuevos géneros de arte.

Los problemas están mal planteados desde el momento en que se formulan del siguiente modo: ¿es bueno o malo que exista la cultura de masas. Entre otras razones porque la pregunta supone cierta desconfianza reaccionaria ante la ascensión de las masas. El problema por el contrario, es: desde el momento en que la presente situación de una sociedad industrial convierte en ineliminable aquel tipo de relación comunicativa conocida como conjunto de los medios de masa, ¿qué acción cul-

tural es posible para hacer que estos medios de masa puedan ser vehículo de valores culturales?⁸.

Las aventuras del cómic como subgénero de la cultura de masas comenzaron desde la clasificación de los gustos culturales de la población norteamericana que hizo la revista *Harper's* en 1949, y que fue el punto de partida para una clasificación posterior que hizo McDonald (basada a su vez en la que hizo Van Wyck Brooks en *America's Coming of Age*), en tres niveles de cultura: *high*, *middle* y *low brow*, que él tradujo como: cultura de élite; *midcult* como cultura de la clase media o pequeña burguesía y finalmente *masscult* o *mass cultura* formada por el consumo masivo de aparentes bienes culturales como el rock'n roll, los peores telefilms y, por supuesto, los cómics.⁹ Los conceptos cultura de masas y su sinónimo cultura industrial se convirtieron a partir de ese momento en lo que Umberto Eco llamó conceptos fetiche, que se utilizaban indistintamente para clasificar todo aquello que provenía de una subcultura formada por los gustos culturales del hombre medio y en los que se manifestaba no sólo la producción industrial del producto sino, sobre todo, la propia manipulación del gusto a través de la producción del bien consumido. El medio de producción determinaba el producto y, a su vez, al que lo consumía, de tal modo que surgía de este proceso una masa informe, anónima, manipulada no sólo en sus gustos sino, más allá todavía, en sus conductas; estimulando sus emociones y volviéndola entonces en una

⁶ Vid. Umberto Eco, *Apocalípticos e integrados*, pp. 221-257.

⁷ *Superman, Paz en la Tierra*, historia de Alex Ross y Paul Dini, texto de Paul Dini, arte de Alex Ross, 1999, cuarenta paginas. Es evidente que a través de la elección de esta clase de novela gráfica elijo un género que hoy goza de un reconocimiento casi universal, fundado en gran parte en el vínculo que estableció con el cine. Sin embargo, estoy consciente que ni el cómic ni las novelas gráficas se reducen a este tipo de género, de hecho hubo un tiempo, después de la Segunda Guerra mundial, que el cómic de superhéroes desapareció en la cultura popular norteamericana. Fue sólo a partir de la década de los 60 del siglo xx que volvió a surgir con fuerza para instalarse como género dominante. Una historia detallada de los avatares por los que ha pasado el cómic de superhéroes se encuentra en Gabilliet, *op. cit.*, p. 54-67.

⁸ Eco, *op. cit.*, p. 53.

⁹ Eco, *op. cit.*, p. 54.

masa pasiva e irreflexiva. Frente a esta visión, surgió una alternativa que sin dejar de reconocer el poder manipulador de la industria cultural, proponía rescatarla para darle más bien un uso noble, dirigido a la educación del gusto popular y, con ello, a la transformación de la masa de un ente pasivo y acrítico, en una masa activa y participativa, educada en un gusto cultural más del tipo *midcult* con criterios estéticos tomados de la *highcult*.



Así surgió una oposición de visiones y evaluaciones en torno a la cultura de masas, que Umberto Eco resumió en la contraposición entre *apocalípticos* e *integrados* y frente a la cual él propuso una salida alternativa, fundada no en la elevación de la cultura de masas al nivel de la media o alta cultura, sino en la intervención activa de la masa en el uso y dirección de los medios de producción industrial de los bienes culturales que consume. “De ello se

desprende, dice, la necesidad de una intervención de las comunidades culturales en la esfera de las comunicaciones de masa”.¹⁰ Sin embargo, esta intervención no deja de estar sujeta al reconocimiento de la presencia de educadores o especialistas responsables no sólo de la conducción de la intervención sino, sobre todo, de la interpretación de la acción y la sensibilidad de las comunidades culturales:

No existe forma de creación ‘colectiva’ que no esté mediatizada por personalidades más dotadas que se hacen intérpretes de una sensibilidad de la comunidad en que viven. No se excluye pues la presencia de un grupo culto de productores y de una masa que disfruta de los productos; salvo que la relación pase de paternalista a dialéctica: los unos interpretan las exigencias y solicitudes de los otros.¹¹

Luego, la tercera vía de Eco no deja de reconocer la legitimidad de conceptos fetiche que él critica, pero a la vez los utiliza, como son los conceptos de cultura de masas y cultura industrial, y en medio de los cuales no deja de aparecer la alta cultura a través de la presencia de un grupo culto de productores a los cuales se encuentra subordinada la masa, para que ella pueda saber lo que quiere y lo que le está permitido sentir. ¿Cómo, entonces, salir no sólo de la falsa dialéctica de los apocalípticos y los integrados, sino incluso de aquellos que proponen terceras vías (como la de Eco), que siguen presuponiendo los mismos conceptos en los que se funda esta aparente falsa dialéctica? Mi respuesta es clara y directa:

¹⁰ *Ibid.*, pp. 68-69.

¹¹ *Ibid.*, p. 70.

eliminando sus conceptos de partida, es decir, los de cultura de masas y cultura industrial, contraponiendo a ellos otros conceptos surgidos de una concepción no sistémico-funcionalista de la sociedad, que es en realidad el gran punto de partida de aquellos dos conceptos.¹² Me explico.

El primer paso para la eliminación de los conceptos fetiche que denuncia y utiliza Eco es examinar su significado a partir de su origen teórico social, esclareciendo de qué parten y a qué apuntan. Un segundo momento consiste en examinar los conflictos en los que se han encerrado aquellos que han asumido y utilizado estos conceptos para pensar y explicar las innovaciones en materia estética que están ligadas a una modificación en la producción de la obra de arte, en tanto surgen de medios de reproducción que rompen eso que tanto Benjamin como Adorno (por motivos distintos) llaman como el aura de la singularidad de la obra surgida de su carácter irreproducible.¹³

¹² Talcott Parsons en *El sistema social* p. 17, definió la cultura como el ámbito de integración de una sociedad a partir de las pautas valorativas que determinan la conducta de sus miembros, cuando existe una desviación de estas pautas expresada en conductas anómicas entonces, según él, estamos frente a la aparición de 'subculturas' ajenas y opuestas a la cultura que actúa legítimamente como cemento integrador. El concepto de industria cultural y su complemento, cultura de masas, nacen a partir de la suposición de la existencia de una cultura legítima frente a la cual los dos conceptos anteriores designan una desviación o perversión de ésta. Una concepción no funcionalista de la cultura, comienza por no asumir la existencia de una cultura, sino una diversidad de ella resultado de creaciones colectivas y regidas cada una por sus propios criterios de valoración. Esto es lo que supone el concepto de mundos del arte, que al final del artículo explico.

¹³ Por ejemplo de Adorno, *Teoría estética*, pp. 467, compárese con la siguiente afirmación: "Cual-

Finalmente como conclusión de este trabajo teórico, propongo un contraconcepto que concentra y expresa un nuevo modo de ver la producción estética: mundos del arte, que a su vez supone una teoría social que sólo esbozaré.



quier obra, al ser una unidad destinada a muchos, en su misma idea una reproducción de sí misma. El hecho de que Benjamin, en la dicotomía entre obra de arte espontánea y tecnológica, subrayase el momento de la unidad a costa de la diferencia, podría servir como crítica dialéctica a su teoría", Adorno, op. cit. p. 52. Véase ahora lo que sostiene Benjamin: "Se puede resumir estos rasgos en el concepto de aura, y decir: lo que se marchita de la obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica es su aura. Es un proceso sintomático: su importancia radica más allá del ámbito del arte [...] Al multiplicar sus reproducciones, pone, en lugar de su aparición única, su aparición masiva", Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, p. 44. Las cursivas son del autor.

Primero, ¿qué significa masa en cultura de masas? El concepto tal y como generalmente es utilizado implica no tanto la explicación de una conducta colectiva como su valoración ética y política que nace de una contravaloración fundada en la idea de la conducta que sigue el individuo no sujeto al poder irracional de sus emociones sino a su autocontrol basado en la razón. De ahí la oposición de la masa como un agregado fundado y fundido en el poder de la emoción frente al individuo, que no es otro que el surgido del ideal liberal de la autodeterminación y la libertad subjetiva surgida de la razón. Bajo esta contraposición de ideales, la masa es sinónimo de muchedumbre, de populacho, en fin, de lo que resume la canalla. Se trata de la unión de las diferencias para formar una unidad que homogeniza a través de la fuerza de la emoción, que surge de la excitación de los sentimientos o emociones más bajas y malsanas de la psicología humana. Al iniciar el siglo XIX en Europa, aparecieron los primeros teóricos que asumieron la tarea de explicar en estos términos, lo que parecía una novedad pero no lo era en el fondo, pues masas para ellos (como sinónimo de muchedumbre), siempre han existido en la historia. Robert Park hizo una historia sucinta tanto del surgimiento teórico del concepto como de las diferentes valoraciones que encerraba, todas ellas negativas y ligadas a la calificación de conductas patológicas.¹⁴ Constata que la "psicología de las masas, es, por tanto, una novedad en el ámbito de la ciencia".¹⁵

¹⁴ Vid. Robert E. Park, *La masa y el público. Una investigación metodológica y sociológica*, pp. 361-423.

¹⁵ *Ibid.*, p. 362.

¿De qué ciencia? Ella oscila, en ese momento, entre la criminología italiana (Scipio Sighele), la psicología colectiva (Gustave Le Bon), la sociología fundada en la teoría de la imitación (Gabriel Tarde) y, finalmente, la *volkpshycologie* de raíz alemana. A través de cada uno de estos eslabones, se forma una concepción elaborada y aparentemente profunda de lo que es la conducta de la masa. Así, Sighele establece que la masa es sólo una suma de partes unidas por la intensidad de las emociones individuales, que da lugar a conductas criminales: "pero esto no es todo, junto a este concepto general de la masa, reaparece el concepto en su sentido más estricto: el de masa criminal, disturbio popular, chusma".¹⁶ Después le siguió Le Bon quien hizo una doble aportación: la desaparición de todo contenido individual, debido a la nivelación de lo individual a través de sentimientos y pensamientos que van en la misma dirección. Finalmente, la aportación de la sociología con Gustav Tarde, que añade, a través de su teoría de la imitación, la capacidad de sugestionar a la masa y conducirla de un modo casi hipnótico a la realización de acciones de las que no es consciente:

La influencia sugestiva ejercida por unas gentes sobre otras constituye la característica determinante de la masa: la epidemia social llega a ser así el fenómeno social típico para la psicología colectiva. Parece que los estados mentales o las disposiciones volitivas se combinan entre sí en una relación causal directa, y que su interacción conjunta suscita una excitación general que domina al grupo como un todo.¹⁷

¹⁶ *Ibid.*, p. 366.

¹⁷ *Ibid.*, p. 374.

Como simple unión de partes yuxtapuestas, fundida en emociones compartidas, en la masa no hay, por lo tanto (según esta concepción), interacción alguna que la constituya, en el sentido de una relación de acción recíproca fundada no en la imitación, en la sugestión o en la excitación emocional, sino en ideas compartidas que den lugar no a acciones irreflexivas sino a conductas colectivas orientadas a una misma meta.¹⁸ La masa, en suma, no es el público, tal y como este concepto fue concebido e idealizado por la burguesía en su proceso de ascenso como clase dominante y cuya historia, estilizada, trata Habermas.¹⁹

Sobre los hombros de esta historia de la psicología de las masas se ha fundado el concepto de masas en cultura de masas, y tanto sus detractores-denunciadores como sus defensores reivindicadores, han asumido con el concepto ante todo las valoraciones éticas y políticas que lo acompañan. Ya se trate de Heidegger, de Ortega y Gasset, de Adorno y Horkheimer, hasta llegar a Elias Canetti,²⁰ todos ellos forman parte de quienes contribuyeron al ennoblecimiento de un concepto surgido de las entrañas viscerales con las que reaccionaba el público burgués frente a lo que Umberto Eco califica como el ascenso de las masas a la historia. Pero lo más paradójico de esta historia es que su

contraparte no fue mejor, y, por ende, los que son tanto críticos como defensores del concepto asumen igualmente las implicaciones valorativas negativas del concepto. Desde el mismo Umberto Eco hasta llegar a Pierre Bourdieu, pasando por Habermas, todos asumen sin examinar la existencia de una masa formada por una heterogeneidad fundada en la unidad surgida de una nivelación de los gustos, las costumbres, los hábitos y las percepciones, que hacen de la masa un sujeto pasivo, inerte, que requiere ser estimulado por agentes externos para que pueda actuar de acuerdo a fines previamente establecidos.²¹ El complemento del concepto de masa que forma la cultura de masas tiene una historia similar.

¿Qué es cultura en cultura de masas? Quizás partiendo de su opuesto se puede comprender mejor lo que este concepto encierra, es decir, lo que significa la alta cultura para quienes la cultivan y se identifican con ella. Como lo constata Bourdieu, fue Kant el que mejor sistematizó los criterios que definen a la alta cultura a través del concepto del gusto burgués. Para Kant es necesario distinguir entre lo que agrada y lo que produce placer, que es el punto de partida para distinguir entre el desinterés, única garantía de la cualidad propiamente estética de la contemplación, del interés de los sentidos, que define lo agradable²². Bajo la oposición entre lo que provoca placer que surge de la excitación de los sentidos, y lo que agrada porque nace del desinterés surgido de la contemplación, se funda la oposición

¹⁸ *Ibid.*, p.377.

¹⁹ Vid. Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 337, especialmente el capítulo 3, "Sobre la génesis de la publicidad burguesa", pp. 53-64.

²⁰ Vid. respectivamente de cada uno, Martin Heidegger, *Carta sobre el humanismo*, pp. 63-121, José Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, pp. 350, Max Horkheimer y Theodor Adorno, *Dialéctica del Iluminismo*, pp. 300, Elias Cannetti, *Masa y poder*, pp. 559.

²¹ Vid. de Eco, *op. cit.*, pp. 49-72, de Bourdieu, *op. cit.*, pp. 30-38, y de Habermas, *op. cit.*, pp. 209-248.

²² Bourdieu, *op. cit.*, p. 38.

entre una cultura de masas y una alta cultura. La primera se funda en el placer de los sentidos, en el interés por las cosas buscando su funcionalidad (¿para qué sirven?), en el consumo pasivo de la cosa, en la búsqueda de la familiaridad, de lo cotidiano que confirma la naturalización de un mundo que se asume como dado y que se reproduce en cada objeto, incluso en aquéllos más sublimes que forman parte de la esfera de lo extracotidiano, las obras de arte:

En efecto, nada es más ajeno a la conciencia popular que la idea de un placer estético que, por decirlo como Kant, sea independiente del placer de las sensaciones. Por eso el juicio sobre los temas rechazados con más fuerza a causa de su futilidad [...] se concluye casi siempre con la reserva de que “en colores, podría ser bonito” [...] En pocas palabras, es sin duda el gusto popular el que menciona Kant cuando escribe: “El gusto es siempre bárbaro, cuando mezcla los encantos y emociones a la satisfacción y es más, si hace de aquéllas la medida de su sentimiento”²³.

La cultura industrial como cultura de masas se refiere a la producción en serie de bienes culturales destinados al consumo masivo, que están orientados a eso que señala Kant: producir placer a través de la satisfacción de los sentidos. Como industria, la cultura no distingue sino homogeniza, sumerge a su consumidor en la condición media de la nivelación. “La unidad desprejuiciada de la industria cultural, escriben Adorno-Horkheimer, confirma la unidad de la política. Las distinciones enfáticas, como aquellas entre

films de tipo a y b o entre las historias de semanarios de distinto precio, no están fundadas en la realidad, sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores para adueñarse de ellos sin desperdicio. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar; las diferencias son acuñadas y difundidas artificialmente”²⁴.

El debate que nuevamente se dio entre críticos y defensores de la cultura de masas como industria cultural, siempre giró en torno a la premisa de la cultura de masas como cultura industrial, nunca partió, como en el concepto anterior, de un examen del concepto de cultura. Su origen histórico está situado en un tipo de cultura, la occidental, y en una capa social, la burguesía en su proceso de ascenso y consolidación como clase en el poder. Situados en este contexto, el concepto de cultura está ligado a esa definición que da Kant de lo que es el gusto y que nace de una experiencia subjetiva particular de lo que es la obra de arte. Se trata de una experiencia que tiene una historicidad pero que se asume como condición universal y a la vez convierten su juicio sobre la obra de arte en norma transhistórica de toda percepción artística. Al fundarse en esta omisión, los críticos y defensores de la cultura de masas:

Rechazan [...] el análisis de las condiciones en las que han sido producidas y constituidas como tales las obras consideradas dignas de la mirada estética; y del mismo modo lo ignoran todo también de la cuestión de las condiciones en las que se ha producido [...] y se reproduce continuamente en el decurso

²³ *Ibid.*, p. 39

²⁴ Horkheimer, Adorno, *op. cit.*, p. 149.

del tiempo [...] la disposición estética que suscitan²⁵.

Ante la tematización de estas condiciones históricas se enfrentaron los que se hundieron en el debate sobre el significado de la obra de arte bajo sus condiciones de reproducción técnica. Por desgracia, sólo alcanzaron a tocar la superficie de este problema, sin llegar a la raíz del mismo, es decir, sin lograr examinar el origen histórico del gusto burgués y las nociones que lo acompañaban, como las de obra de arte y artista. El mejor ejemplo de este debate es el que se dio entre Adorno y Benjamin. Pero no me interesa volver sobre esta historia para repetir lo que ya otros han tratado²⁶ sino para destacar una realidad social que irrumpía y para la que no tenían los medios teóricos para explicarla.

Entre 1935 y 1940, año del suicidio de Benjamin, tuvo lugar un debate entre ambos en torno a una colaboración que el primero le había pedido al segundo para la revista del Instituto, *Zeitschrift für Sozialforschung*. Esa colaboración fue el motivo de un intenso intercambio de cartas, en las que Adorno criticaba, descalificando rudamente, las tesis de lo que el primero proponía en su ensayo, finalmente fue publicado por el Instituto en su versión en francés, titulado *La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica*. El centro de este debate gira en torno a las innovaciones que conlleva no sólo la producción sino sobre todo la reproducción de productos que luchaban por ingresar en el mundo del arte y que para

otros (como Adorno), sólo son parte de la nueva industria de la cultura: cine, fotografía, radio y más tarde, televisión (el cómic, aunque ya existe, ni siquiera es considerado por ambos), es decir, lo que hoy se identifica con el concepto de medios masivos de comunicación. Contra el concepto de obra de arte que surge del gusto estético burgués, Benjamin propone una relativización de la primera y una transformación del segundo a partir de la aparición de formas de expresión social que se valen de medios técnicos tanto para su creación como para su reproducción, lo que hace posible que el producto pueda ser disfrutado (esto es, ligado al placer de los sentidos) y no sólo exhibido a la contemplación, de acuerdo al canon estético que encierra la obra en el museo o la música culta en las salas de concierto.²⁷ Es decir, bajo medios conceptuales en los que se funden un tipo de marxismo mesiánico revolucionario con un misticismo religioso, Benjamin apunta al centro de un problema que generalmente no es identificado como tal: el concepto de obra de arte no es independiente de las condiciones sociales de su producción y reproducción, y como tal es un concepto relativo, variable, que no nace de una norma transhistórica de evaluación y clasificación.²⁸ El criterio que hace del producto artístico una obra única, irreproducible y del gusto burgués que impone la contemplación de la obra bajo un medio exclusivo, separado de otros entornos sociales, es relativo a la percepción subjetiva de un tipo de observador de la acción de creación que

²⁵ Bourdieu, *op. cit.*, p. 420.

²⁶ Vid. Martin Jay, *La Imaginación dialéctica*, pp. 285-358.

²⁷ Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica*, p. 42.

²⁸ *Ibid.*, p. 37.

también la encierra en el concepto de artista como genio creador. Por el contrario, la producción como reproducción técnica que pone en juego los nuevos medios de expresión social, no sólo enfatiza que la creación artística implica medios sociales sino también una red social de actores colectivos, de la que el artista es el eslabón final, pero no el origen ni el punto de concentración para la evaluación del producto. Por desgracia, Benjamin en su ensayo se concentra más en los medios técnicos de reproducción de la obra que en el conjunto completo de la producción, es decir, tanto en los medios como en el uso de esos medios (distintos) por una red diferenciada de actores, que a través de sus interacciones contribuyen a la formación del producto, no para una masa (como también Benjamin identifica a los destinatarios del producto), sino a una red, también diferenciada, de públicos que establecen distintos modos de apropiación y disfrute del producto. Pero Benjamin no fue capaz de ir más allá de su percepción de la innovación cultural que introducía la producción técnica de la obra de arte. Como una nota final de este problema, sugiero un nuevo tipo de conceptualización fundada en el concepto de mundos del arte.

La perspectiva que surge del concepto de mundos del arte parte de una unidad de análisis que elimina, de entrada, el concepto de masa y su complemento cultura industrial. Esta unidad está formada por el grupo social y por las relaciones de interacción que constituyen al grupo, ambas, como lo constata Robert Park, no son perceptibles por los sentidos sin embargo, son entidades reales, a diferencia de lo que sí es perceptible que son los

individuos.²⁹ La sociedad no es una entidad sustancial, es una realidad constituida por los grupos o las formas colectivas de vida asociativa que son las que dan lugar a ese sustantivo abstracto. Lo importante, entonces, es considerar cómo se constituyen los grupos a partir de las relaciones de interdependencia que mantienen sus elementos, es decir, enfocar no sólo al grupo sino también a lo que cohesionan al grupo, que no es un elemento constante e invariable, sino que es tan cambiante y diverso como lo son los mismos grupos que forman el entramado social. A su vez, los elementos que constituyen al grupo social no están supeditados de modo definitivo al grupo, pueden participar de un modo variable y abierto a una diversidad de grupos, pues de ello depende la vida dinámica de una sociedad, y, por lo tanto, definirse a partir de uno u otro grupo de referencia. O como lo plantea Park:

Si admitimos que la unidad del grupo consiste en su unidad de acción, de modo que el grupo puede ser considerado como unidad funcional [...] se plantea entonces [...] la vieja cuestión: ¿cuál es la base física del grupo? [...] La dificultad reside en que los mismos individuos aparecen como miembros de grupos diferentes³⁰.

Si asumimos lo anterior, entonces resulta posible concebir el arte como un mundo social formado por una unidad de grupo constituida por todos aquellos actores que hacen posible lo que ellos mismos califican como obras de arte, y que bajo esta lógica sería más correcto calificar

²⁹ Park, *op. cit.*, p. 377.

³⁰ *Ibid.*, p. 378.

como productos artísticos colectivos. Un mundo del arte está compuesto por todas las personas cuyas actividades son necesarias para la producción de obras particulares que este mundo (y otros también) definen como arte. Los miembros de este mundo coordinan sus acciones bajo el principio de la producción de la obra relacionándose entre sí bajo esquemas convencionales incorporados en la práctica corriente y en los objetos más usuales que pasan a convertirse en objetos de arte.³¹ Por ende, es un efecto de ilusión (que la crítica estética eleva a la condición de realidad) concebir la obra de arte como un producto individual, que nace de un don que sólo algunos tienen y la mayoría no. Lo que existe es la unidad del grupo cuya acción colectiva se encuentra coordinada hacia un mismo fin, pero en la que cada elemento participa de un modo diferenciado, esta división del trabajo fija convenciones bajo las cuales se guían los actores en sus respectivas acciones. Ellas establecen cómo utilizar ciertos materiales, cómo traducir sensaciones en ideas y éstas en esquemas de representación, en fin, son las que fijan los procedimientos con los que se guían los actores para alcanzar una misma meta. Sin embargo, no son reglas fijas e inmutables que constriñen las interacciones entre los actores. Lo que prevalece como un punto de vista natural, es la concepción del arte vanguardista como un arte en ruptura continua con las convenciones establecidas en los modos de hacer y apreciar el arte. Esta perspectiva es cierta, sólo bajo la forma en que la transgresión de la norma implica a la vez una libertad pero también

³¹ Becker, *op. cit.*, p. 58.

una limitación de la acción del actor. En consecuencia, podemos concebir toda obra de arte como el producto de una elección entre la facilidad que otorgan las convenciones y la dificultad del inconformismo, entre el éxito y la oscuridad.³²

La ruptura de la convención no es una regla, pero cuando se produce porque trae alguna innovación entonces prefigura mundos del arte que no existen todavía y que algún día podrán irrumpir, o bien vegetar a la sombra de los mundos ya instituidos. Finalmente, las fronteras de los mundos del arte son fluidas, cambiantes y sus delimitaciones son más bien producto de la mirada del observador que los analiza y no de la percepción que tienen de ellos los actores. El trabajo en sociología del arte comienza cuando se plantea cómo delimitar un mundo del arte, y qué criterios se van a incorporar a la visión de los actores:

Es observando la manera en que un mundo del arte realiza sus distinciones, y no tratando de introducirlas nosotros mismos, como comenzamos a comprender lo que ocurre en este mundo³³.

Siguiendo esta mirada a continuación haré un breve examen de un mundo del arte que antes no lo era y ahora sí lo es: el mundo del arte del cómic o historieta.

³² *Ibid.*, p. 58.

³³ *Ibid.*, p. 60.



CONCLUSIÓN: LA IMPOTENCIA DE SUPERMAN SURGIDA DE SU OMNIPOTENCIA

Desde que surgió el cómic o historieta³⁴ siempre constituyó un mundo del arte, es decir, fue el resultado de un trabajo colectivo en el que participaban diversos tipos de actores para la realización del producto, no fue ni es el producto de un hombre y su genialidad, como hoy lo quieren hacer aparecer los que se han

³⁴ "¿Cuándo 'nace' el cómic? [...] Hasta el siglo xx, los historiadores norteamericanos y europeos [...] presentaban cronologías diferentes, los primeros la hacen comenzar con el 'Yellow Kid' de Outcault al finalizar el siglo xix, los segundos con los relatos en imágenes de Töpffer publicados en Suiza en el año de 1830", Gabilliet, *op. cit.*, p. 12.

ocupado ya de ennoblecer este arte mediante la aplicación de criterios surgidos de la crítica estética ligados a las nociones de obra y artista. En este mundo aparece con toda claridad una innovación cultural que no se puede explicar de modo independiente a su proceso de producción utilizando medios técnicos industriales. Primero veremos la producción para entender como ella es el soporte de la innovación cultural que introduce.



En la producción de un cómic o historieta intervienen dos clases de grupos o actores de cuya interacción depende el resultado final. Por un lado, se encuentra el grupo de los creadores, que se dividen en dibujantes, coloristas, y creadores de la historia o guión que se traduce después

en diálogos o textos que van unidos a las imágenes. Por otro lado, está el grupo formado por los responsables de la realización y difusión comercial del producto, es decir, el grupo editorial. Los dos sectores no podrían ser considerados de modo separado: los editores emplean a los creadores y de la competencia profesional (artística) de los creadores depende la prosperidad de los editores. Por lo tanto, en la producción de un cómic o historieta la norma es la fragmentación del proceso creativo y éste es, más bien, el resultado de una interacción entre diversos actores, cada uno realizando su trabajo para dar como resultado un fin colectivo. La idea de autor sólo aparece más tarde y, sobre todo, con fines publicitarios de comercialización.³⁵ Los consumidores de este producto no están sujetos a la regla que estableció un sociólogo norteamericano, a saber, que el producto no está dirigido a un grupo social determinado sino a un conjunto basado en la edad del posible consumidor: (niños y adolescentes).³⁶ Este público consumidor es socialmente

heterogéneo, como es también distinta la actitud que asume frente al producto. Sin embargo, existe un elemento que los unifica: el reconocimiento de que están frente a un producto que representa una innovación cultural frente a otro tipo de productos similares: novela, cuento, relato periodístico, etcétera.



La innovación que introduce la historieta consiste en narrar una historia mediante la unión de imagen y palabra o texto, distinguiéndose de otros tipos de narraciones que también hacen uso de la imagen (dibujo o fotografía), a partir del modo en que interactúan la imagen, creada a través del dibujo, con el texto que la acompaña, mediante un proceso de producción industrial que abarca ambos elementos³⁷. La reproducción industrial

³⁵ *Ibid.*, p. 161. Sin embargo, no hay que idealizar la interacción entre creadores y responsables editoriales. Una buena parte de la historia del cómic está ligada a los criterios de rentabilidad económica que impusieron los segundos y a las condiciones esclavizantes de trabajo que soportaron los primeros, a quienes se les impusieron contratos de trabajo que los obligaba a renunciar a todo derecho de autor de lo que creaban. El caso más conocido y publicitado es el de Jerome Siegel, escritor, y Joseph Shuster, dibujante, creadores de Superman, apropiado y ampliamente explotado por la gran trasnacional DC cómics. Ante este caso otros creadores tomaron medidas preventivas como lo hizo Bob Keane, quien con Bill Finger, creó Batman y Will Eisner, creador de *Spirit*. Una historia detallada del caso Superman la puede encontrar el lector en Gabillet, *op. cit.*, p. 168-169.

³⁶ *Ibid.*, p. 18.

³⁷ Como lo explica Gabillet, *op. cit.*, p. 174, el proceso de producción industrial de un cómic pasa por cinco etapas: escritura de la historia o guión, dibujo, entintado, elaboración de los globos que contienen los diálogos, y, finalmente cuando lo requiere el producto, coloración. Entre la escritura de la historia y la realización de los dibujos, se sitúa la fase esencial de la producción. La interacción entre guión y dibujo es el que determina cómo se recorta la historia, primero en páginas, y después en cuadros, y a su

de la obra es el soporte de la innovación cultural, que consiste en la creación (colectiva) de historias narradas a través de imágenes destinadas a públicos diferenciados o colectivos, que gozan y aprecian de un modo diverso el producto que compran.³⁸ Pero ¿qué clase de historias narran los cómics y sobre todo, lo que en el siglo XXI alcanzó el nivel de novelas gráficas o *comic books*? Esta pregunta alude ya no tanto al proceso de producción, como al contenido de este proceso. Umberto Eco estableció un precedente negativo para evaluar estas historias: son historias que tratan lo insignificante de la vida cotidiana a partir del marco extraordinario formado por la vida de los nuevos dioses representados por los superhéroes. Él lo dice así:

En una sociedad particularmente nivelada, en la que las perturbaciones psico-

vez es lo que marca el ritmo del relato, de ahí la importancia que tiene la coordinación de la acción entre el escritor y el dibujante. En la historia de la producción del cómic de superhéroes existen dos métodos de producción que han marcado una pauta importante: el primero es el que estableció el grupo editorial DC, basado en la prioridad del guión sobre el dibujo, y a su vez en las convenciones que debía cumplir el guión fijadas por el editor. El segundo es el que estableció Marvel, fundado en la libertad creativa del dibujante al cual se somete el escritor, supuestamente creado por Stan Lee. Ambos métodos de producción fueron ampliamente subvertidos a partir de la década de los 80 del siglo XX con el surgimiento de equipos creadores que innovaron tanto en la composición como en el contenido de las historias gráficas. El mejor ejemplo es el de la novela gráfica que examino más adelante, cuya historia es el resultado de la coordinación de un buen guión escrito por Paul Dini y Alex Ross, y de los dibujos en color elaborados por Alex Ross, surgidos de una innovación basada en la composición del dibujo a partir de modelos fotografiados.

³⁸ *Ibid.*, p. 19.

lógicas, las frustraciones y los complejos de inferioridad están a la orden del día; en una sociedad industrial en la que el hombre se convierte en un número dentro del ámbito de una organización que decide por él; en la que la fuerza individual, si no se ejerce en una actividad deportiva, queda humillada ante la fuerza de la máquina que actúa por y para el hombre, y determina incluso los movimientos de éste; en una sociedad de esta clase, el héroe positivo debe encarnar, además de todos los límites imaginables, las exigencias de potencia que el ciudadano vulgar alimenta y no puede satisfacer. Superman es el mito típico de esta clase de lectores.³⁹

Siguiendo con la lógica de la estética del gusto culto, las historias que narran los cómics son para estimular los sentidos de la masa que los consume, proyectándoles

³⁹ Eco, *op. cit.*, p. 226. Enfatiza lo siguiente para el tipo que representa Superman: "Superman es prácticamente omnipotente, [...] Su capacidad operativa se extiende a escala cósmica. Así pues, un ser dotado con tal capacidad y dedicado a al bien de la humanidad [...], tendría ante sí un inmenso campo de acción. De un hombre que puede producir trabajo y riqueza en dimensiones astronómicas y en segundos, se podría esperar la más asombrosa alteración en el orden político, económico, tecnológico del mundo. Desde la solución del problema del hambre [...], Superman podría ejercer el bien a nivel cósmico [...] En vez de esto, Superman desarrolla su actividad a nivel de la pequeña comunidad en que vive [...] En el ámbito de su *little town* el mal, el único mal a combatir, se configura bajo la especie de individuos pertenecientes al *underworld*, al mundo subterráneo de la mala vida, preferentemente ocupado, no en el contrabando de estupefacientes ni, cosa evidente, en corromper a políticos o empleados administrativos, sino en desvalijar bancos y coches-correo. En otras palabras, la única forma visible que asume el mal es el atentado a la propiedad privada.", *Ibid.*, p. 253-254. Un contraste con esta visión aparece en la novela gráfica de Superman que analizo más adelante.

historias que les permitan evadir, por un momento, las frustraciones que viven en su vida cotidiana. Pero incluso hay críticos de este género de historias que las acusan de manipular y colonizar las mentes infantiles.⁴⁰ En suma, son historias triviales que ofrecen al lector un medio para superar su trivialidad cotidiana, a través de la creación de un nuevo tipo de mitología, que concentra, superándolas, la impotencia del hombre común. Voy a oponerme a esta evaluación de las historias que narran los cómics con un caso, que reúne creación estética y narrativa.



Ciertamente, los cómics o historietas de superhéroes entre otras narran historias que tienen como trasfondo la vida cotidiana de la gente común, pero no lo

⁴⁰ Ariel Dorfman y Armand Mattelart, *Para leer al Pato Donald*, p. 160

hacen con el fin de demeritar o devaluar esta vida, sino de situar la vida colectiva ordinaria bajo condiciones extraordinarias surgidas de problemas a los que se les dan soluciones excepcionales, muy lejanas de las que puede darle la vida colectiva.⁴¹ Son historias que narran hechos de la vida ordinaria bajo la forma del relato de la vida extraordinaria de héroes que forman, ciertamente, la mitología del siglo XXI. Su finalidad no siempre es didáctica de modo explícito, aunque sí estimulan el proceso de aprendizaje moral a través de lo que narran. *Superman, Paz en la Tierra* es un bello ejemplo de arte gráfico e historia narrativa en imágenes, que trata un problema cotidiano: la desigualdad surgida de la injusta distribución de la riqueza social, que se manifiesta en la simple distinción entre pobres y ricos, abordado a través de la imagen de un hombre que está más allá de todo hombre común.⁴² La paradoja de esta historia se

⁴¹ Debo aclarar que desde su creación, el cómic narra historias que no necesariamente se apegan a hechos de la vida cotidiana, sino más bien siguen una diversidad de historias cuyo elemento común es su naturaleza ficticia, incluso cuando se trata de historias que pretenden ser reales. Las historias que narran las historietas de superhéroes no son la excepción, sin embargo lo que deseo destacar es el carácter ficticio del relato, por lo cual entiendo lo siguiente: lo real o lo ficticio no son dos elementos exteriores a partir de los cuales se clasifica el relato, sino que son producidos al interior de él, es la misma narración la que produce el efecto en el lector de su verosimilitud, es decir, de su realidad, que como tal es tomada como imaginaria, esto es, como ficticia, como no real, no obstante que aparece como real en el relato. Para más detalles sobre este tema que no puedo desarrollar aquí, el lector puede consultar, de Pierre Macherey, *Pour une théorie de la production littéraire*, 1973.

⁴² Desde que fue creado en 1937 por Jerome Siegel y Joseph Shuster, Superman ha pasado por toda una historia que ha seguido los mismos cambios que ha experimentado el cómic.

funda en la interrelación entre un problema común y cotidiano: la satisfacción de una necesidad humana elemental, el hambre, y la solución extraordinaria que trata de darle Superman. Mediante imágenes que funden el dibujo con la fotografía, en las que aparecen escenarios que trazan los contextos de acción de los personajes y de textos que acompañan a los cuadros de las imágenes que suponen un trabajo colectivo, se narra al lector una situación a la que Superman se enfrenta por primera vez y en Navidad, es decir, en un tiempo que todo invita, aparentemente, a la paz y la unión con el prójimo: una situación que viven todos aquellos que carecen de lo más elemental para vivir, techo, abrigo y, sobre todo, comida. En su papel de reportero, Superman visita por primera vez todos esos lugares destinados a albergar a los indigentes, a los marginados y excluidos de la sociedad y se percata entonces de la gravedad del problema que enfrenta. Como individuo se pregunta,

¿cómo resolver este problema, que alcanza niveles globales? Regresa sobre las enseñanzas morales que recibió de su padre: ayudar a todo aquel necesitado.

A través de los años, se dice, he ayudado a tanta gente como he podido. No es mi posición dictar políticas para la humanidad, pero tal vez si intentara combatir el hambre a escala global, podría inspirar a otros para tomar medidas a su propia manera. Es un ejemplo digno de llevarse a cabo.⁴³

Es decir, para un problema colectivo él piensa en una solución individual extraordinaria: convencer a las naciones ricas que aporten parte de su producción. Cada una lo hace de distinto modo, asumiendo una posición crítica y distanciada frente a Superman. A pesar de todo, da inicio a su tarea de recolección y distribución global del producto aportado por cada nación rica. Sin embargo, en cada pueblo, ciudad y nación azotada por el hambre, se levantan mil voces con reclamos ligados no sólo al hambre sino sobre todo a lo que rodea a ésta, la injusticia social. Superman se percata, entonces, de que luchar contra el hambre es también luchar contra los hombres que la provocan. Y al involucrarse en esta lucha, su imagen de *boy scout* cambia: es calificado de agitador, de activista político, en suma, de revolucionario. Su omnipotencia se convierte en impotencia para resolver un problema humano, común y cotidiano: el hambre. La historia concluye con las imágenes de un superhombre convertido en un hombre común, derrotado ante la inmensidad de un problema colectivo

Cambios que están ligados no sólo a sus condiciones de producción sino, sobre todo, a la experimentación en la narración de historias a través de nuevos creadores de arte gráfico. 1986 se puede tomar como el año que marca una ruptura decisiva en el proceso de producción del cómic como resultado de la aparición de la novela gráfica. Es entonces cuando, en manos de John Byrne, dibujante y escritor, le da un nuevo origen a Superman, que rompe con la imagen estereotipada del personaje con la que se encarniza Umberto Eco. Pero sobre todo, es el año en que aparece *Batman: The Dark Knight Returns*, novela gráfica escrita y dibujada por Frank Miller, y *The Watchmen* escrita por Alan Moore y dibujada por Dave Gibbons. A partir de este momento da comienzo una diversidad de experimentaciones en la creación de historias gráficas que el cine ha tratado de recoger, sin mucho acierto, y sin que refleje la creatividad de la novela gráfica. Para más detalles de esta historia, el lector puede consultar Gabilliet, *op. cit.*, p. 131-137.

⁴³ Ross y Dini, *op. cit.*, p. 10.

que quiso resolver con las solas fuerzas (aunque fueran las de un dios) de un individuo. La conclusión de esta historia se encierra en el siguiente monólogo que sostiene Superman:

¿En verdad pensé que podría lograrlo? Sabiendo lo que sé de la naturaleza humana [...] Quizás de nuevo, no estaba dando el regalo adecuado [...] Intenté aliviar el hambre mundial, pero me encontré con una pobreza desgarradora. No sólo en los barrios bajos y en las tierras desérticas del mundo, sino dentro de las almas egoístas de los hombres. *Ahora veo que asumir esta responsabilidad fue demasiado ambicioso para un hombre, incluso para un Superhombre.*⁴⁴ ■

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor W, *Teoría estética*. Madrid, Taurus, 1980.
- Aurrecochea, Juan Manuel y Armando Bartra, *Puros cuentos: La historieta en México*, vols. 1, 2 y 3, Grijalbo, México, 1988, 1992, 1994.
- Becker, Howard S, *Les Mondes de l'art*. París, Flammarion, 2007.
- Benjamin, Walter, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México, Itaca, 2003.
- Bourdieu, Pierre, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 2002.
- Canetti, Elias, *Masa y poder*. Madrid, Alianza, 2000.
- Dorfman, Ariel y Armand Mattelart, *Para leer al pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*. México, Siglo XXI, 2001.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 30, la cursiva es mía.

- Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*. México, Tusquets, 2009.
- Gabilliet, Jean-Paul, *Des Comics et des Hommes. Histoire culturelle des comic books aux États-Unis*. Nantes, Editions du temps, 2005.
- Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1994.
- Heidegger, Martin, "Carta sobre el humanismo" en Sartre, J.P. y Martin Heidegger., *Sobre el humanismo*. Buenos Aires, Ediciones del 80, pp. 63-121.
- Horkheimer, Max, Adorno, Theodor, *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1969.
- Jay, Martin, *La imaginación dialéctica*. Madrid, Taurus, 1974.
- Machery, Pierre, *Pour une Théorie de la production littéraire*. París, Maspero, 1973.
- Ortega y Gasset, José, *La rebelión de las masas*. Madrid, Revista de Occidente. 1975.
- Parsons, Talcott, *El sistema social*. Madrid, Alianza, 1999.
- Ricoeur, Paul, *Del texto a la acción*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2000.
- Ross, Alex y Paul Dini, *Superman. Paz en la tierra*. México, Editorial Vid, 1999.
- Rubenstein, Anne, *Del Pepín a Los agachados. Cómic y censura en el México posrevolucionario*. México, Fondo de Cultura Económica, 2004.

HEMEROGRAFÍA

- Park, Robert E, "La masa y el público. Una investigación metodológica y sociológica". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. núm. 74, abril-junio de 1996, pp. 361-423.