

THE NOVARO'S CARTOON AS A CULTURAL PROPOSAL OF THE BUSINESS RIGHT IN MEXICO, 1949-1965

GABRIELA DÍAZ PATIÑO

ORCID.ORG/0000-0002-0425-7212

Escuela Nacional de Antropología e Historia

Centro de Estudios Interdisciplinarios

gdpatino@hotmail.com

Abstract: *Is it valid to question the right/left polarity in the field of culture? The purpose of this article is to elucidate the ideological formation of a cultural project established in the mid-twentieth century within the business ranks linked to a conservative culture rooted in Catholicism. Through a cultural project like Editorial Novaro we can observe the construction of a discourse in defense of values that, from the perspective of the company, defined the national identity. Likewise, the ideological peculiarities of the founders of the publishing project express the contradictions that Mexican society experienced throughout the second half of the 20th century.*

KEYWORDS: EDITORIAL NOVARO; MASSIVE MEDIA; RIGHT WING POPULAR CULTURE; BUSINESS IDEOLOGY; ENTERTAINMENT INDUSTRY

RECEPTION: 09/10/2020

ACCEPTANCE: 27/05/2022

LAS HISTORIETAS NOVARO COMO UNA PROPUESTA CULTURAL DE LA DERECHA EMPRESARIAL EN MÉXICO, 1949-1965

GABRIELA DÍAZ PATIÑO

ORCID.ORG/0000-0002-0425-7212

Escuela Nacional de Antropología e Historia

Centro de Estudios Interdisciplinarios

gdpatino@hotmail.com

Resumen: ¿Es válido cuestionarse sobre la polaridad derecha/izquierda en el ámbito de la cultura? El propósito de este artículo es precisamente dilucidar sobre la formación ideológica de un proyecto cultural constituido a mediados del siglo xx dentro de las filas empresariales vinculadas a una cultura conservadora arraigada al catolicismo. A través de un proyecto cultural y empresarial como los talleres Novaro-Editores-Impresores podemos observar la conformación de una compleja ideología de derecha que se empezó a definir dentro de un sector de la élite económica del país, mismo que pudo extender esa ideología hacia otros sectores de la sociedad. Asimismo, las particularidades ideológicas de los fundadores del proyecto editorial reflejan las contradicciones que experimentó la propia sociedad mexicana a mediados del siglo xx.

PALABRAS CLAVE: EDITORIAL NOVARO; MEDIOS MASIVOS; CULTURA POPULAR DE DERECHA; IDEOLOGÍA EMPRESARIAL;
INDUSTRIA DE ENTRETENIMIENTO

RECEPCIÓN: 09/10/2020

ACEPTACIÓN: 27/05/2022

INTRODUCCIÓN

El estudio de la historieta en México tuvo un primer momento en la década de 1980 con dos destacados aportes académicos: uno de Irene Herner y otro de Juan Manuel Aurrecochea y Armando Bartra, los cuales permitieron visualizar a las historietas como una fuente primaria y como un objeto de estudio propiamente, en tanto son definidas como un producto cultural.¹ Un segundo momento, iniciado el siglo XXI, surge a partir del libro de Anne Rubenstein en el que su análisis logra entrelazar el desarrollo histórico de la historieta con los procesos de cambio político en el México de las décadas de 1930 a 1970.² Después de estas aportaciones han surgido análisis de la historieta en México bajo perspectivas diversas. El interés se centra ahora en el examen particular de algunos de los títulos más duraderos en la historia de la historieta mexicana, en las implicaciones de ésta en la construcción de imaginarios sociales, en el análisis de sus expresiones gráficas y artísticas o en el impacto sobre el público en términos socioculturales.³



1 Irene Herner, *Mitos y monitos. Historietas y fotonovelas en México* (México: Universidad Nacional Autónoma de México/ Nueva Imagen, 1979) y los tres volúmenes de Juan Manuel Aurrecochea y Armando Bartra, *Puros cuentos: historia de la historieta en México, 1874-1934; 1934-1950* (México: Grijalbo, 1988, 1993, 1994). Estas investigaciones abrieron el tema para destacar la relevancia que en términos comerciales y culturales tuvo la historieta en México, además de registrar un sinnúmero de títulos de historietas realizadas por las empresas editoriales que sobresalieron en la producción y distribución de las mismas en la primera mitad del siglo XX.

2 Anne Rubenstein, *Del Pepín a los Agachados. Cómic y censura en el México posrevolucionario* (México: Fondo de Cultura Económica, 2004). Hay que destacar igualmente el estudio, previo al de Rubenstein, de Thelma Camacho Morfín, *Imágenes de México. Las historietas de El Buen Tono de Juan B. Urrutia* (México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2002).

3 Algunos de los estudios revisados son: Rosendo Alberto Segovia Nava, *Análisis formal de los elementos compositivos, espaciales y estructurales en el cómic mexicano contemporáneo (2009-2011)*, tesis de licenciatura en Diseño y Comunicación Social (México: Escuela Nacional de Artes Plásticas-Universidad Nacional Autónoma de México, 2013); Angélica Leticia Bautista López, *La Familia Burrón: una objetivación identitaria*, tesis de doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades (México: Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa, 2016); Andrea Rodríguez Reyna, *Ni manchas ni damiselas: la constitución del estereotipo de la chica moderna en la historieta Adelita y las guerrilleras*, tesis de licenciatura en Letras Hispánicas (México: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades-Universidad de Guadalajara, 2018); Gabriela Díaz Patiño, “‘Vidas Ejemplares’: la historieta en los proyectos culturales de las derechas en México (1954-1974)”, *Con-temporánea. Toda la Historia en el Presente*, núm. 11 (2019); Sarahi Isuki Castelli Olvera, “El campo y la historieta mexicana de fin de siglo”, *Religación. Revista de*

En ese sentido y siguiendo la sugerente propuesta que hiciera en 1976 Carlos Monsiváis de la necesidad de estudiar los proyectos culturales de las derechas en México,⁴ quise hacer una revisión del proyecto de los Talleres Novaro-Editores-Impresores no sólo por el exitoso proyecto comercial que representó para la producción de historietas en el mundo de habla hispana, sino fundamentalmente por los alcances culturales establecidos y para tratar de desentrañar el trasfondo de su ideología; en sus orígenes se percibe superficialmente la visión de un sector empresarial de la sociedad mexicana vinculado a los valores de la tradición cultural católica nacional y a la idea “liberal derechista” de la obligación moral de los sectores “ilustrados” de educar a las masas, determinando qué conocimientos y valores deben ser transmitidos. Durante cerca de 35 años, las historietas, primero de los Talleres Novaro-Editores-Impresores (1949-1965) y después de Editorial Novaro (1965-1985), fueron un referente de entretenimiento, pero también constituyen parte de las representaciones gráficas que marcaron la educación emocional y lecturas creativas entre adultos e infantes de las sociedades hispanoamericanas entre las décadas de 1950 a 1980.

De esta forma, el proyecto editorial de los Talleres Novaro-Editores-Impresores es una ventana a través de la cual podemos comenzar a establecer algunos elementos de caracterización de la derecha empresarial mexicana y su incursión en el ámbito cultural. Los elementos que considero que definen a un tipo de derecha empresarial mexicana de mediados del siglo xx, y que trataré de mostrar a lo largo del texto, son: una clase media en ascenso que comienza a incursionar en el ámbito industrial, con fuertes vínculos con las esferas del poder político y alianzas con los grupos sindicales, con un fuerte apego a la tradición católica, muchas veces manifiesta en discursos empresariales, en su conexión con miembros de la jerarquía eclesiástica nacional o en su participación en asociaciones católicas y en la defensa de la institución eclesiástica y el catolicismo frente a posturas anticlericales gubernamentales o de grupos de izquierda; otros elementos son su defensa y promoción del hispanismo y, por contradictorio que parezca, un amplio interés por mantener estrechas relaciones con



Ciencias Sociales y Humanidades, vol. v, núm. 25 (2020): 42-56; Harold E. Hinds y Charles M. Tatum, *No sólo para niños. La historieta mexicana en los años sesenta y setenta* (Aguascalientes: Instituto Cultural de Aguascalientes, 2007) y Genaro Zalpa, *El mundo imaginario de la historieta mexicana* (Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes/Instituto Cultural de Aguascalientes, 2005).

4 Este planteamiento de Monsiváis es referido en Rubenstein, *Del Pepín*, 144.

Estados Unidos en aras de incentivar la industria nacional a través de intercambios comerciales con el país del norte.

En 1949, dos periodistas mexicanos, Luis Novaro Novaro y Octavio Novaro Fiora del Fabro, medios hermanos, fundaron —bajo el apellido compartido— una editorial dedicada, inicialmente, a la edición en español de cómics estadounidenses. Con esta iniciativa, lograron reintroducir entre un amplio y nuevo público de habla hispana decenas de personajes que gozaban de reconocimiento en la Unión Americana desde la década de 1920.⁵

El éxito comercial de los Talleres Novaro-Editores-Impresores fue inmediato. El negocio creció de tal manera que se pudo pensar en la elaboración de historietas propias, y, posteriormente, en la creación de una línea editorial destinada a la difusión de la ciencia y a la publicación de novelas nacionales e internacionales. Como ya se señaló, independientemente del éxito económico de la empresa, los Talleres Novaro-Editores-Impresores representaron en su momento uno de los medios de entretenimiento, pero también de transmisión de ideas, comportamientos y valores, de mayor extensión en el mundo de habla hispana. Contribuyeron, por una parte, a extender la cultura de consumo y patriotismo generada en Estados Unidos desde finales de la Segunda Guerra Mundial y reflejada en los cómics traducidos por la editorial mexicana en la década de 1950. Posteriormente, una vez establecido como el gigante de la producción de historietas para Hispanoamérica, el programa editorial se propuso delinear todo un pensamiento ético y moral, más identificado con la sociedad mexicana, e introducir una línea de historietas destinadas a la transmisión de conocimientos por medio de biografías de científicos, personajes y episodios clave de la historia del mundo occidental. Las consignas anunciadas en las propias historietas, así como la relación de amistad primero que mantuvo Luis Novaro con el sacerdote jesuita José Antonio



5 Algunos de esos personajes fueron conocidos en México en la década de 1930 por el público lector de la prensa periódica, en cuyas páginas se habían introducido tiras cómicas con las primeras traducciones de las historias de personajes como el ratón Miguelito de Walt Disney o Superman —antes de ser vendido a dc Comics—, creados en Estados Unidos. Ya Aurrecochea y Bartra apuntaron cómo las grandes empresas editoriales de historietas mexicanas de las décadas de 1930 y 1940 —como la de Francisco Sayrols y José María García Valseca— incluyeron dentro de su repertorio reediciones de cómics estadounidenses. Aurrecochea y Bartra, *Puros cuentos* II, 50. En 1938 —el mismo año en que dc Comics adquiere los derechos de Superman—, la revista mexicana *Paquito* publicó el Action Comics no. 1 de Superman, llamando la atención de lectores de diversas edades en México desde ese momento. Fernando Franco Quiroz, “Editorial Novaro. La historia jamás contada”, *Kingdom* (2001).

Romero —partícipe directo de la instauración del proyecto pastoral de Acción Católica en México— y su posterior sociedad para realizar la historieta *Vidas Ejemplares* son indicadores de una ideología de derecha religiosa que fundamentó parte importante del proyecto editorial de los Talleres Novaro-Editores-Impresores. La investigación se concentra en los primeros dos proyectos editoriales, el destinado a la traducción de cómics estadounidenses y el de la producción de historietas de factura propia. Temporalmente, el estudio se limita al periodo en el cual estuvieron al frente de la empresa los hermanos Novaro, esto es, de 1949 a 1965. Después de este año, Luis Novaro decidió traspasar el negocio a manos de la familia Alemán, la cual se hizo cargo de la misma hasta 1985, cuando cierran de forma definitiva la empresa editorial.

El objetivo central es mostrar los elementos que definen ideológicamente la labor editorial de los hermanos Novaro. Considero que los Talleres Novaro-Editores-Impresores formaron parte de una derecha empresarial que estaba incursionando en la naciente “industria cultural” en el país, y que por una parte apoyaba la relación comercial y diplomática de México con Estados Unidos, pero al mismo tiempo —por contradictorio que parezca— promovía la permanencia de valores tradicionales apegados al catolicismo. ¿Con qué intención se fundaron a finales de la década de 1940 los talleres tipográficos Novaro-Editores-Impresores?, ¿fue únicamente la inversión en un negocio rentable? o ¿detrás de la presentación de contenidos amenos y llamativos se proyectó la introducción de valores morales y éticos, formas de comportamiento y aspiraciones de la sociedad mexicana?, ¿qué ideas alimentaron la creación y desarrollo de una de las empresas de historietas más importantes en el mundo?, ¿por qué, dentro del proyecto de historietas nacionales, se decidió por tal o cual temática?, ¿qué relaciones se establecieron entre la empresa editorial de los hermanos Novaro y el Estado mexicano? Éstas y otras preguntas tratarán de ser respondidas a lo largo del artículo.

El estudio se ha dividido en tres apartados, sumados a la introducción y consideraciones finales. En el primero, me interesa presentar los elementos biográficos de los hermanos Novaro que nos permitan identificar algunos elementos de la formación ideológica de cada uno de ellos, y a través de los cuales observaremos la polaridad ideológica de la empresa, de los individuos que la fundaron y de la sociedad mexicana de esos años. La mayoría de quienes han estudiado a la empresa Editorial Novaro se concentran en los títulos de las historietas o en los alcances económicos y emotivos de los productos de la misma, sin considerar que las particularidades de los desarrollos de cada individuo influyen en su quehacer profesional o de vida, al tiempo

que el contexto histórico impacta también sobre las decisiones de una vida.⁶ En los siguientes apartados, describiré y analizaré los dos primeros proyectos editoriales de la empresa: la traducción y reedición de cómics estadounidenses y la creación de historietas nacionales. Desde mi punto de vista, cada uno de estos proyectos muestra tanto la influencia del contexto histórico en el que se desarrollan, como la evolución en el pensamiento de los hermanos Novaro.

LOS HERMANOS NOVARO Y EL ORIGEN DEL PROYECTO EDITORIAL

Sobre los fundadores de los Talleres Novaro-Editores-Impresores poco se ha dicho, en la medida en que los estudios realizados se han enfocado en hablar en términos de la nostalgia de un pasado infantil y juvenil, nutrido de la lectura de las historietas editadas por dicha empresa en varios países de habla hispana.⁷ Pero, para descifrar la ideología que está detrás de los contenidos, tanto de las historietas como de otros materiales literarios de los Talleres Novaro-Editores-Impresores, habría que ahondar más en la vida, los contextos históricos y las influencias de quienes fundaron la editorial.

Luis Eduardo Novaro Novaro, el creador intelectual del proyecto editorial, nació en los albores del siglo xx en la Ciudad de México (1899), por lo tanto, sus primeros años de vida transcurrieron bajo el régimen de Porfirio Díaz y le tocó presenciar, a partir de sus once años, los distintos momentos del movimiento que, bajo el lema de “Sufragio efectivo, no reelección”, encabezó Francisco I. Madero en 1910. En lo personal, durante esos años sufrió la pérdida, primero, de su madre, doña Rosa Novaro, y,



6 Milada Bazant, “Retos para escribir una biografía”, *Secuencia. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, núm. 100 (2018): 54.

7 Además de las múltiples páginas web que contienen información y rescate de portadas y números completos de las historietas editadas por el sello de Novaro, dos son los libros que han hecho una investigación importante sobre la empresa: Alfons Moliné, *Novaro, el globo infinito* (Madrid: Sinsentido, 2007) y Jorge Gard, *Cuando Bruce Wayne se llamaba Bruno Díaz. Un viaje por Novaro* (Madrid: Diábolo Ediciones, 2016). En 2017, salió a la luz pública el documental *Novaro, un coloso mexicano*, dirigido por el uruguayo Andrés Pardo. El material visual, compuesto por varios rollos de película casera en los que aparecen miembros de la familia Novaro y los talleres tipográficos de la empresa, es de una valía incalculable. Asimismo, el documental cuenta con testimoniales de algunos familiares de los fundadores, de ilustradores y trabajadores de la empresa editorial y de coleccionistas de revistas Novaro de varios países latinoamericanos, por lo que la información proporcionada es inédita. El documental se puede consultar en línea.

posteriormente de su padre, Augusto Novaro, ambos migrantes italianos de la localidad de Diano Castello, en Liguria.⁸ Cabe resaltar que Augusto Novaro tuvo negocios importantes, y que en Guadalajara, donde radicó los últimos años de su vida, inició

IMAGEN 1. LUIS E. NOVARO,
PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL DE
NOVARO



FUENTE: “LUIS NOVARO”, *HISTORIETA MEXICANA*, EN LÍNEA.

una carrera dentro del ámbito editorial como gerente del semanario *La Gaceta de Guadalajara* y, a decir de José Juan Tablada, introdujo los primeros anuncios publicitarios dentro de la prensa mexicana, siendo parte del proceso de transformación hacia una prensa industrializada.⁹ Esto puede explicar en buena medida la incursión laboral y las conexiones profesionales que tuvieron los hermanos Augusto y Luis con el mundo periodístico.

Así, pues, se intuye en Luis Novaro una adolescencia y juventud un tanto complicadas, pero, en realidad, sobre su formación inicial poco se sabe.¹⁰ A decir de la familia de su medio hermano Octavio, siempre manifestó una profunda religiosidad católica, que se vería fuertemente reflejada en distintos proyectos editoriales que emprendió. Sin embargo, no sabemos todavía con precisión cómo se fundó su formación religiosa. De lo que sí se tiene conocimiento es de que al menos los primogénitos hermanos varones, Augusto y Luis, tuvieron una



8 Su padre llegó de Italia a la Ciudad de México hacia 1888, casado con Rosa Novaro, con quien procreó tres hijos: Augusto, Luis y Blanca. A la muerte de la señora Rosa, el señor Augusto contrajo segundas nupcias con Inés Fiora del Fabro y vivieron en Guadalajara, en donde tuvieron cuatro hijos más: Octavio, Carolina, María Luisa y Julio Antonio. Entrevista con Gabriel Novaro, hijo de Octavio Novaro, cofundador de Editorial Novaro, 5 de noviembre de 2018.

9 José Juan Tablada, “Nueva York de día y de noche”, *El Universal*, año xv, tomo 58, núm. 5265, 29 de marzo de 1931.

10 Si bien tuve acceso a un par de entrevistas con el hijo de Octavio Novaro, Gabriel Novaro, y con una prima de Luis Novaro, Carmen Novaro, hubo muchos aspectos de los cuales parece no haber conocimiento. Pero, por la vocación autodidacta que se ha escrito de su hermano Augusto —ocho años mayor—, se puede inferir que, tras la muerte de su padre, Luis Novaro y sus hermanos trabajaron y estudiaron por su cuenta. José Rogelio Álvarez (dir.), *Enciclopedia de México* (México: Instituto de la Enciclopedia de México, 1999), tomo 10, 894. Muy probablemente Augusto había comenzado a trabajar en el medio periodístico antes de la muerte de don Augusto Novaro.

educación autodidacta y escolar que les permitió desarrollarse profesionalmente en el ámbito de la prensa y de la música.¹¹

De Luis Novaro se tiene mayor conocimiento a partir de los inicios de su carrera profesional como periodista, en 1921. Por las conexiones que su padre estableció con el mundo periodístico, Augusto y Luis vieron surgir, de muy cerca, la prensa industrial y empresarial en México, esto es, la producción periodística como mercancía de consumo, la cual representaba una producción masiva a un relativo bajo costo, una mayor inclusión de publicidad, que en buena medida solventaba los gastos y ganancias reales de las empresas editoriales, un predominio de imágenes fotográficas y primacía de las noticias por sobre los artículos de opinión. Asimismo, ambos hermanos tuvieron oportunidad de conocer el mundo editorial de la mano de la generación de impresores y periodistas que desde finales del siglo XIX y principios del XX, en respuesta a la industrialización de la prensa, se vio obligada a profesionalizar los diversos oficios relacionados con la producción de periódicos, como prensistas, linotipistas, editores, jefes de redacción, caricaturistas y reporteros.¹² Esa nueva prensa industrial y empresarial también fue estableciendo diversas organizaciones laborales y sindicales.¹³

En ese contexto, también les tocó presenciar el nacimiento de los grandes consorcios periodísticos y el surgimiento de las industrias culturales, entendidas como la producción en serie de bienes culturales mediante una estrategia económica que debía redundar en ganancias importantes.¹⁴ En esos años, correspondientes a las décadas de 1920 a 1940, en los que la sociedad mexicana comenzaba a tener un incremento de la población urbana, así como un aumento en el nivel de escolaridad, también en el sector urbano, Armando Zacarías enfatiza sobre las demandas de esos sectores



11 De Augusto Novaro Novaro (1891-1960) se sabe que tuvo un particular gusto por la música, el cual pudo desarrollar de forma autodidacta y principalmente dentro de la investigación musical y la fabricación de instrumentos de cuerda. Se instruyó como linotipista, con lo que pudo trabajar en el diario *Excelsior* y en *El Universal* como jefe de máquinas. Leticia Teresita Varela Ruiz, "El sistema natural de la música de Augusto Novaro. Un nuevo paradigma musical para el siglo XXI", *Arte, Entre Paréntesis*, núm. 3 (2016): 13-20.

12 Silvia González Marín, *Prensa y poder político: la elección presidencial de 1940 en la prensa mexicana* (México: Instituto de Investigaciones Bibliográficas-Universidad Nacional Autónoma de México/ Siglo XXI Editores, 2006), 17.

13 Como la Liga de Redactores y Empleados de la Prensa del Distrito Federal (1922), después Sindicato de Redactores y Empleados de la Prensa del Distrito Federal (1923), o la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa del Distrito Federal (1923). González Marín, *Prensa*, 17-18.

14 Ari Anverre, *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego* (México: Fondo de Cultura Económica, 1982), 21.

urbanos medios en la satisfacción de su tiempo de ocio, por lo que el entretenimiento se comenzó a convertir en una necesidad y un bien de consumo.¹⁵ De tal forma que los proyectos culturales encabezados por el cine, la música —a través de la radio y la discografía— y el mundo editorial —a través de las revistas culturales, de una amplia oferta de narrativas noveladas nacionales e internacionales y las historietas— entraron en una época de apogeo.

Particularmente, el mundo editorial en México se vio ampliamente beneficiado por el propio Estado posrevolucionario, en la medida en que era prioritario para los gobiernos en turno presentar a través de la prensa sus propuestas, las negociaciones con los grupos en conflicto y de oposición y los resultados de sus políticas. Recordemos que fue bajo el gobierno del general Lázaro Cárdenas y a petición de los propios empresarios editoriales que se impulsó el apoyo a la industria editorial mediante la fundación de la Productora e Importadora de Papel, Sociedad Anónima (PIPSA) en 1935, para la adquisición del papel en mejores condiciones, que incidiera en una mayor productividad y rendimientos para las empresas editoriales.¹⁶

También es importante destacar lo que señala Ricardo Tirado en relación con los cambios que las políticas posrevolucionarias propiciaron en la transformación del mundo empresarial mexicano de la primera mitad del siglo xx. Si bien los gobiernos posrevolucionarios dejaron fuera a la tradicional clase empresarial porfirista, se abrió paso a una nueva generación empresarial que saldría de los sectores medios, como obreros y profesionistas,¹⁷ los cuales encontraron en el mundo cultural letrado y en el entretenimiento un amplio espectro para incursionar. Esto se puede ejemplificar con mayor claridad en el caso de los empresarios editoriales de la primera mitad del siglo xx, los cuales en su mayoría procedían de las filas mismas del periodismo, cuya labor la habían iniciado desde los puestos más bajos o de sectores medios que comenzaron como redactores y jefes editoriales, como fue el caso del propio Luis Novaro.¹⁸



15 Armando Zacarías, “El papel del papel de PIPSA en los medios mexicanos de comunicación”, *Comunicación y Sociedad*, núms. 25-26 (1995-1996): 73-75.

16 Zacarías, “El papel”, 76-77.

17 Ricardo Tirado, “Los empresarios y la derecha en México”, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. XLVI, núm. 1 (1985): 105.

18 Sabemos del caso de los periódicos como *Excélsior* y *La Prensa* que tras su quiebra en la década de 1930 fueron constituidos en cooperativas de trabajadores apoyadas por los gobiernos en turno; esto incidió en una posterior apropiación de las mismas empresas o en la apertura de nuevas editoriales dirigidas por algunos de esos trabajadores que conocieron a fondo el mundo editorial y tomaron la oportunidad de emprender negocios en ese ámbito. También

Iniciada la década de 1920 y siendo Augusto Novaro jefe del departamento de linotipos de *El Universal*, el periódico fundado por el congresista Félix Palavicini en 1916, logró introducir a su hermano, Luis Novaro, como redactor. A Luis le tocó la época a cargo del licenciado Miguel Lanz Duret,¹⁹ momento en el que, siguiendo las apreciaciones de Silvia González Marín, se fijó una línea editorial más definida como liberal de derecha, en la medida que estableció una oposición a la política social, al ejido, al sindicalismo, entre otros elementos de la política revolucionaria.²⁰

Como otros personajes notables del mundo periodístico posrevolucionario, Luis Novaro pudo acceder a diversos puestos dentro de *El Universal*, de tal forma que su crecimiento profesional debió haber sido lo suficientemente importante como para que, en 1922, Lanz Duret le encargara la apertura del periódico vespertino *El Universal Gráfico*. Durante los inicios de dicha administración, de la cual estuvo al frente Luis Novaro hasta 1925, se dieron considerables transformaciones en la línea editorial, acordes con los tiempos vertiginosos que vivían el país y el mundo, y que se vieron reflejados en los contenidos y la presentación de los diversos productos editoriales, a los que también se sumaron otros suplementos dominicales.²¹ Siguiendo esa lógica de innovaciones comunicativas en la década de 1930, *El Universal Gráfico* introdujo unas viñetas seriadas tituladas “La familia Tarugo”; éste sería el primer contacto profesional de Luis Novaro con las historietas.

Su entusiasmo por la carrera periodística lo llevó a formar parte de los diarios más importantes de la capital mexicana y a conocer a fondo el negocio editorial y



resulta ilustrativo el caso de los empresarios de historietas como José García Valseca —periodista y militar revolucionario— y Francisco Sayrols —inmigrante español.

Arno Burkholder de la Rosa, “El periódico que llegó a la vida nacional. Los primeros años del diario *Excelsior* (1916-1932)”, *Historia Mexicana*, vol. LVIII, núm. 4 (2009): 1370-1371; Ana María Serna Rodríguez, “Prensa y sociedad en las décadas revolucionarias (1910-1940)”, *Secuencia. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, núm. 86 (2014): 111-114.

19 Los diversos problemas que tuvo el señor Palavicini con miembros del gobierno carrancista lo obligaron a ceder en 1917 sus acciones a los señores Rafael Nieto y Alfredo Breceda, quienes, además de administrar el diario matutino, fundaron la revista semanal *El Universal Ilustrado*. Cristina Pérez-Stadelman, “*El Universal: 98 años de historia*”, *El Universal*, 1 de octubre de 2014. Y, a partir de 1923, el licenciado Miguel Lanz Duret asumió la gerencia y José Gómez Ugarte la dirección del diario.

20 González Marín, *Prensa*, 20.

21 Guillermo Fabela Quiñones (coord.), *Los designios del futuro*, *El Universal 25 años decisivos* (México: Ediciones Gemika, 1994).

periodístico de ese momento, al grado de pensar en dejar de ser un trabajador del periodismo para convertirse en empresario editorial. Después de varios años de trabajar para *El Universal*, Luis Novaro pasó a las filas del diario *El Demócrata*; más tarde, fundó el periódico *La Antorcha*, órgano oficial de la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM). Hacia finales de la década de 1930, pasó a formar parte de las filas del diario *La Prensa*, dentro del cual fungió primero como encargado del departamento de publicidad, y al mismo tiempo encabezaba el Sindicato Nacional de Redactores de Prensa.²² En 1940, se convirtió en gerente y director de la cooperativa, para dar inicio a una etapa de auge al crear una división comercial.²³ A lo largo de esa década, fundó *La Prensa Gráfica*, el semanario *El Clarín*, entre otras revistas.

Cabe destacar su participación en la fundación de PIPSA, al formar parte de los editores de periódicos que —como ya se indicó— solicitaron su creación al gobierno cardenista en 1935, además de que Luis Novaro se desempeñó como su gerente general en varias ocasiones hasta 1950, según lo registra José Rogelio Álvarez.²⁴ En este punto, es importante mencionar la postura que manifestó sobre el proyecto revolucionario. Como parte de los sectores medios de la sociedad, tenía expectativas importantes en el proyecto de la Revolución mexicana, pues esperaba una verdadera transformación social que ofreciera mejores condiciones —educación, salud, trabajo, vivienda— para todos los mexicanos. Se mantuvo muy cercano a las iniciativas que en materia sindical y empresarial se establecieron, principalmente bajo la presidencia de Lázaro Cárdenas, pero el radicalismo que en esas mismas áreas se vio expresado en propuestas como las movilizaciones obreras promovidas por la Confederación de Trabajadores de México (CTM) al mando de Vicente Lombardo Toledano fue acentuando en Luis Novaro una postura más conservadora o de derecha en términos laborales.²⁵

Como se puede inferir, la experiencia adquirida por Luis Novaro en prácticamente todos los rubros de la labor editorial y periodística, pero esencialmente el contacto



22 El diario *La Prensa* fue fundado en 1928 por Pablo Langarica, pero hacia 1935 quebró y fue retomado como cooperativa de los trabajadores ese mismo año. Serna, “Prensa”, 112.

23 La visualización de ese auge se vio reflejado en la construcción del edificio que albergaría los talleres de *La Prensa*, así como en la compra de la primera rotativa a colores en el país. Álvarez, *Enciclopedia*, 895.

24 Álvarez, *Enciclopedia*, 896.

25 La animadversión entre Luis Novaro y Lombardo Toledano se vio reflejada en un incidente denunciado a través de las páginas de *La Prensa*, en el que el primero acusaba al segundo de haberlo mandado golpear por las expresiones en contra del movimiento obrero impulsado por Lombardo Toledano. *La Prensa*, 26 de marzo de 2021.

con los actores principales del periodismo nacional y las relaciones entabladas con el gobierno de Lázaro Cárdenas, debió darle una visión más precisa del momento que estaba atravesando el país en el campo de la industria editorial en general y del cómic e historietas en particular.²⁶

Los años en los que Luis Novaro estuvo trabajando en el diario *La Prensa* fueron coyunturales para dar forma a la idea de un negocio editorial basado en la traducción al español de los cómics estadounidenses. Es necesario ponderar que el momento que le tocó vivir fue decisivo para encaminar sus esfuerzos profesionales hacia su independencia como empresario editorial. En el ámbito nacional, la historieta venía consolidándose en la década de 1940, quizá como el más exitoso de los medios de la industria del entretenimiento.²⁷ En buena medida, ello tenía que ver tanto con el costo como con la adquisición inmediata, que permitían que muchos bolsillos pudieran acceder con mayor facilidad a “las revistas de monitos”, que a la compra de un disco que requería de un aparato reproductor para escucharlo, o al cine, pues todavía en muchos lugares no existían espacios para la reproducción de películas. Pero también tenía que ver el lenguaje accesible y las historias sencillas, contadas con un humor que lograban la evasión de cualquier problema durante unos cuantos minutos —y al cual se podía regresar las veces que se quisiera— y que llamaban la atención de todos los sectores de la sociedad. De ahí que, como señalan varios autores, una primera etapa de consolidación de la historieta mexicana se diera entre las décadas de 1930 y 1940.²⁸



26 Ya Aurrecoechea y Bartra describieron la construcción del emporio periodístico del coronel José García Valseca, que nació precisamente a raíz del auge que tuvieron las historietas entre una población ávida de escapes a la realidad cotidiana. Las historietas se convirtieron en un entretenimiento pleno al alcance de muchos bolsillos. Aurrecoechea y Bartra, *Puros cuentos* III, 56-69.

27 El cine y la música —a través de la radio y la discografía—, si bien tenían el propósito de dirigirse a sectores sociales más amplios, todavía seguían siendo un entretenimiento al alcance principalmente de una población urbana que era pequeña, pero en crecimiento. Para 1940, cerca de 65 por ciento de la población se concentraba todavía en regiones rurales. Emilio Coral, “La clase media mexicana: entre la tradición, la izquierda, el consumismo y la influencia cultural de Estados Unidos (1940-1970)”, *Estudios Históricos*, núm. 63 (2006): 104.

28 Aurrecoechea y Bartra apuntan varios factores que favorecieron el éxito comercial de las historietas entre las décadas de 1930 y 1940. Por principio, las políticas de alfabetización posrevolucionarias, aunque con limitados alcances, lograron generar un público lector más abundante que en épocas pasadas; asimismo, el crecimiento demográfico y la creciente urbanización fueron factores que permitieron el surgimiento de un mercado lector que encontró en las ligeras y amenas lecturas una vía de aprendizaje y entretenimiento a bajo costo. Aurrecoechea y Bartra, *Puros cuentos* III, 13-17.

Sumado a esto, en el ámbito internacional, la política de Estados Unidos del “Buen Vecino” para sus relaciones con América Latina, creada bajo la administración de Franklin D. Roosevelt, propició una andanada cultural —que en la década de 1970 fundó la tesis del imperialismo cultural— que quería contraatacar la entrada de ideologías comunistas al continente.²⁹ Empresarios culturales como Walt Disney se convirtieron en embajadores o propagandistas de la cultura patriótica estadounidense y de un modelo de sociedad dependiente de consumo para América Latina. En esa lógica, hacia finales de la década de 1930, los derechos de los cómics estadounidenses se vendían con grandes facilidades para su reproducción internacional.³⁰ El propio Walt Disney, en 1938, sacó al mercado su cómic bajo el título *Walt Disney's Comics and Stories*, para presentar en dicho formato nuevas historias de sus personajes más entrañables como Mickey Mouse y el Pato Donald.³¹

Luis Novaro tenía la intención de iniciar el proyecto de traducción de historietas estadounidenses de la mano del diario *La Prensa*, y, para ello, había comenzado a adquirir algunas licencias.³² Cuando Luis Novaro propuso al corporativo de *La Prensa* la edición de cómics, entró en conflicto principalmente con Mario A. Santaella, un empleado de administración del periódico *La Prensa*, quien —de acuerdo con el periodista Granados Chapa— se opuso a dicha propuesta.³³ Tras un prolongado periodo de discusión que llevó incluso a un litigio entre *La Prensa* y Luis Novaro, este último terminó por salirse de la sociedad, y, una vez fuera, Luis y Octavio Novaro entraron de lleno al mercado de la historieta, buscando y firmando más contratos con editoras estadounidenses para empezar la reedición en español de los cómics más famosos en Estados Unidos bajo el sello de Ediciones Recreativas.³⁴



29 Dos textos importantes que ahondan en el planteamiento del imperialismo cultural son Leonardo Acosta, *Medios masivos e ideología imperialista* (Quito: Universitaria Quito, 1974) y Ariel Dorfman y Armand Materland, *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo* (Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 1972).

30 Irene Herner registra que los derechos de Superman fueron vendidos a la Warner Communication Inc. en menos de 2 000 pesos. Herner, *Mitos*, 91.

31 A esta colección se sumaron *Uncle Scrooge*, *Donald Ducky* y *Mickey Mouse*.

32 Gabriel Novaro menciona que, desde su estancia en *La Prensa*, Luis Novaro ya había logrado comprar la licencia de algunos títulos de cómics estadounidenses. Entrevista con Gabriel Novaro, hijo de Octavio Novaro, cofundador de Editorial Novaro, 5 de noviembre de 2018.

33 Miguel Ángel Granados Chapa, *Buendía. El primer asesinato de la narcopolítica en México* (México: Grijalbo, 2012), 43.

34 Andrés Pardo, “Luis Novaro: fundador de Editorial Novaro”, *Historietas*, 27 de noviembre de 2011.

Respecto a Octavio Novaro Fiora (1910-1991), su biografía es un tanto más conocida en la medida en que, además de su participación en los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores, logró hacerse de un nombre propio a través de su quehacer periodístico y poético. Octavio Novaro fue hijo de Augusto Novaro e Inés Fiora del Fabro —también italiana, de la misma localidad que su padre, de Diano Castello— y nació en Guadalajara, Jalisco. A la muerte de su padre, su madre Inés se vio en la necesidad de regresar a la Ciudad de México junto con todos sus hijos: Octavio, Carolina, María Luisa y Julio Antonio.³⁵ Aunque con ciertas complicaciones, Octavio Novaro terminó sus estudios de Derecho en la Escuela de Jurisprudencia de la UNAM, en 1934 —justo en los inicios del gobierno de Lázaro Cárdenas—, y a partir de ese momento inició una amplia e interesante carrera docente.³⁶ Al tiempo que se desempeñaba en el ámbito de la docencia, incursionó en el periodismo al fundar en 1931 el diario *El Popular*. Hacia finales de la década de 1930, se acercó a su medio hermano Luis Novaro —once años mayor— y comenzó a escribir, primero para el diario *El Universal* y posteriormente, siguiendo a su hermano, en el diario *La Prensa*, en donde también desarrolló una experiencia importante en el campo periodístico. Octavio fue corresponsal en la Segunda Guerra Mundial: enviaba reportajes y entrevistas tanto para el diario *La Prensa* como para periódicos estadounidenses como la *United Press*.³⁷ De 1942 a 1949 se desempeñó como gerente de publicidad del diario *La Prensa* y de *La Prensa Gráfica*.³⁸

Con talento en la creación poética, editó de 1935 a 1937 las revistas *Acento*, *Simbad* y *Mundo Nuevo*, dedicadas al cuento y la poesía. Formó parte del conocido Grupo de los Ocho³⁹ —considerados en algunos círculos literarios como autores católicos—



35 Información otorgada en entrevista con Gabriel Novaro (hijo de Octavio Novaro) el 5 de noviembre de 2018.

36 Impartió cátedra de Historia, Literatura y Ciencias Sociales en la Universidad Obrera de México (1934); fundó en 1936 un internado para obreros y campesinos en Mérida, Yucatán. En esa misma línea, regresó a México para fundar y dirigir la Escuela Secundaria y Preparatoria para hijos de trabajadores de Coyoacán (1938); fue director de la Secundaria Nocturna No. 1 y Delegado de Educación Obrera de México en la VIII Conferencia Internacional de la Nueva Educación en Ann Arbor, Michigan, en 1947. “Novaro Fiora del Fabro, Octavio”, 1991, en UNAM, *Escritores del Cine Mexicano Sonoro*.

37 Aurora Maura Ocampo Alfaro (dir.), *Diccionario de escritores mexicanos del siglo xx: desde las generaciones del Ateneo y novelistas de la Revolución hasta nuestros días*, tomo 6: N-a (México: Centro de Estudios Literarios-Instituto de Investigaciones Filológicas-Universidad Nacional Autónoma de México, 2002), 35.

38 “Novaro Fiora”.

39 En 1955, Alfonso Méndez Plancarte editó bajo el sello de *Ábside* el libro intitulado *Ocho poetas mexicanos*.

integrado por Efrén Hernández, Rosario Castellanos, Ignacio Magaloni, Dolores Castro, Roberto Cabral del Hoyo, Alejandro Avilés y Javier Peñalosa, con los que publicó algunas antologías poéticas.⁴⁰ Aunque poco conocida, tuvo una importante producción poética.⁴¹

El conflicto laboral que enfrentó Luis Novaro con el corporativo de *La Prensa* alcanzó a los dos hermanos, quienes tomaron la decisión de salir de la empresa y emprender juntos la fundación de una nueva editorial con el tan anhelado proyecto de Luis Novaro: la publicación de cómics estadounidenses traducidos al español.⁴²

Como se puede observar, la formación académica de Octavio Novaro, desarrollada en un ámbito universitario —primero como estudiante y posteriormente como docente—, al que llegaban y se debatían las ideas político-filosóficas que estaban enfrentando al mundo en esas décadas de 1930 y 1940, pero principalmente llevándolo a una guerra terrible en Europa, influyó en los inicios de su carrera profesional. De igual manera, el fin de la Segunda Guerra Mundial y el inicio de la Guerra Fría que dividió al mundo en dos bloques —capitalistas y comunistas— tuvo que influir en la formación ideológica de los hermanos Novaro. La percepción de las ideas socialistas en México dependió mucho desde dónde eran conocidas: si era dentro del ámbito universitario, fueron recibidas positivamente, pero si eran conocidas a través de la visión que de ellas te-



FUENTE: ARCHIVO GENARO ESTRADA, SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES, EXPEDIENTE PERSONAL 14-23-11.



40 Ocampo Alfaro (dir.), *Diccionario*, 34. Cabe señalar que la connotación de católicos fue un tanto arbitraria, en la medida en que varios de esos autores —entre los que se encuentra Octavio Novaro— ni siquiera tocaron en sus obras poéticas el tema religioso.

41 Roberto Cabral del Hoyo y Dolores Castro, “Octavio Novaro (1910-1991): un poeta olvidado”, *Proceso*, núm. 766 (1991): 46-49.

42 Cabe mencionar que, dos años después del despido de los hermanos Novaro y de ser fundados los talleres tipográficos Novaro-Editores-Impresores —1951—, el diario *La Prensa* comenzó a publicar cómics estadounidenses traducidos al español bajo el sello editorial de *La Prensa* y pronto se convirtió en la competencia más fuerte de Editorial Novaro.

nían los grupos conservadores en el país, había un rechazo absoluto. Prácticamente, toda la experiencia docente de Octavio Novaro se desarrolló en los experimentos de educación socialista que estaba proponiendo el gobierno del general Lázaro Cárdenas. Los contenidos de los programas educativos dentro de los espacios escolares en formación estaban dirigidos específicamente a los hijos de la clase obrera mexicana. Las materias impartidas por Octavio Novaro eran las humanísticas; muy probablemente, la inspiración del proyecto de historietas didácticas venía de su experiencia en la elaboración de los contenidos de sus materias.

Estas vivencias marcaron un pensamiento ideológico más progresista en Octavio Novaro que el que pudiera haber adquirido Luis Novaro. A través de la educación familiar, escolar y profesional de ambos hermanos, podemos percibir la formación de dos ideologías de derecha —una religiosa y otra liberal— que se estaba generando en diversos sectores de la sociedad. A decir de Gabriel Novaro, hijo del señor Octavio, la ideología de su tío Luis y su padre muchas veces los enfrentó dentro del proyecto editorial, en la medida en que la profunda creencia católica de Luis Novaro y la formación un tanto más laica del señor Octavio se vieron reflejadas en la discusión sobre los contenidos de las publicaciones. Sin embargo, puesto que siempre estuvo claro que el proyecto fue una iniciativa de Luis Novaro, Octavio optó por acatarlo y tratar de proponer otros contenidos, como veremos más adelante.

PRIMER PROYECTO: EXTENSIÓN DE LA IDEOLOGÍA ESTADOUNIDENSE

El surgimiento de los Talleres Novaro-Editores-Impresores dio un nuevo giro a la producción de historietas en el país. Podría decirse que con dicha empresa se estableció un momento distinto en la historia de la historieta en México. Varios autores han concebido “la época de oro de la historieta mexicana” entre 1934 y 1950, en la medida en que durante esos años fueron muchos los personajes y títulos de historietas de factura netamente nacional los que predominaron en el gusto del público mexicano. Sin embargo, a inicios de la década de 1950, se introdujeron dos factores que modificaron el gusto, la lectura y el consumo de las historietas. Por una parte, las facilidades en la compra de los derechos para la traducción y reimpresión de las historietas estadounidenses en otros mercados propiciaron la posibilidad del emprendimiento mexicano en ese terreno, pues fueron varios los empresarios editores los que compraron los derechos de personajes para explotar su reproducción en el país, lo cual permitió una introducción masiva de cómics que generaría un gusto por esas narrativas “imperialistas”, en la medida en que

representaban visualmente las aspiraciones de una naciente clase media urbana mexicana. Asimismo, las nuevas tecnologías en materia tipográfica, imagen, tinta, calidad del papel, etcétera, no solamente ampliaron los tirajes, sino que mejoraron técnica y artísticamente la presentación y calidad en el producto, para hacerlo aún más llamativo.⁴³ Este producto lo comenzaron a ofrecer los Talleres Novaro-Editores-Impresores a partir de 1949, lo cual abrió todavía más el gusto por los cómics de factura estadounidense entre las nuevas generaciones de lectores mexicanos. Esto, sumado a que varias de las empresas editoriales que habían logrado buena parte de su éxito con la producción de historietas en la década de 1940, o estaban cerrando o decidieron dar un giro a sus contenidos ofreciendo lecturas “cultas” o nuevos proyectos editoriales, propició una decadencia en los títulos de historietas nacionales y un auge de las traducciones de los cómics estadounidenses. Sin embargo, las ventas de historietas, lejos de caer, siguieron en aumento.⁴⁴

Tampoco debemos olvidar el contexto internacional, del que ya hemos hecho mención. El inicio de la Guerra Fría que dividió al planeta entre un bloque capitalista, liderado por Estados Unidos, y otro comunista, liderado por la Unión Soviética, provocó en el continente americano una férrea política internacional por parte de Estados Unidos para alinear a los países latinoamericanos en el bloque capitalista. Las industrias culturales, como la historieta, fueron herramientas utilizadas para mantener una presencia ideológica permanente en el continente americano.⁴⁵ Los



43 Jesús Enciso y Emmanuel Román amplían una explicación de los distintos momentos por los que atravesó la historieta en México desde una perspectiva de la economía política, y, para el caso del periodo comprendido entre 1950-1982, resaltan el tema del desarrollo técnico en la manufactura, que propició un aumento en la producción de historietas y, por consecuencia, una modificación en la división del trabajo creativo que implica la elaboración de las historietas. Jesús Enciso González y Emmanuel Román Espinosa Lucas, “La industria cultural de la historieta mexicana: una visión desde la economía política”, *CuCo. Cuadernos de Cómic*, núm. 16 (2021): 139-140.

44 Herner, *Mitos*, 114-133.

45 Como se mencionó anteriormente, en la década de 1970 se fundó la tesis de un imperialismo cultural impuesto por Estados Unidos a través de los medios masivos de comunicación. Por el momento en el que fue publicado, uno de los estudios que más resonancia ha tenido en la argumentación de ese planteamiento es *Para leer al Pato Donald*, de Ariel Dorfman y Armand Materland. El texto colocó al emporio visual y gráfico de Walt Disney, en general, y al personaje específico del Pato Donald, en particular, como el ejemplo más claro de la imposición cultural capitalista en el continente americano. Dorfman y Materland, *Para leer*.

Talleres Novaro-Editores-Impresores, producto de su tiempo, se convirtieron en un eslabón de esa política cultural para el mercado de habla hispana; su primer proyecto, la traducción y reedición de cómics estadounidenses, así puede entenderse. Pero, cabe aclarar, no es la única forma en la que debe analizarse en su conjunto la labor editorial de los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores. En otros proyectos se manifestarán otras ideas, un tanto contradictorias, pero que representaban también el momento histórico por el que se atravesaba globalmente y que se reflejó en un importante sector de la sociedad mexicana en las décadas de 1950 y 1960.

Iniciado el proyecto, Luis y Octavio Novaro entraron de lleno al mercado de la historieta, a través de tres sellos editoriales⁴⁶ y firmando más contratos con editoras estadounidenses para continuar con la reedición en español de los cómics más famosos en Estados Unidos. De esta forma, en junio de 1949, SEA inauguró la entrada de la empresa editorial al mercado de la producción de historietas en el país. Inició con la colección de Cuentos de Walt Disney con el título *Los siete enanos y el pirata*, con un costo de 80 centavos y una periodicidad inicial mensual, para pasar a una quincenal y finalmente semanal. Cuentos de Walt Disney, del sello SEA, tiene como protagonistas a los “personajes de reparto” de las películas con las que Walt Disney había iniciado su emporio cinematográfico. A través de personajes como Blanca Nieves, Bambi, Tambor, Pinocho, los Tres Cerditos, entre otros, la editorial de los hermanos Novaro defenderá en su momento —ante el público mexicano y grupos críticos al formato de historietas— la idea de que eran historias inocentes, divertidas y aptas para las mentes infantiles. En una tónica más cómica y directa en cuanto a la ideología capitalista y consumista de Estados Unidos, salió, en octubre de 1949, otra colección que tenía como personaje principal al Pato Donald y a su parentela: *Historietas de Walt Disney*.⁴⁷

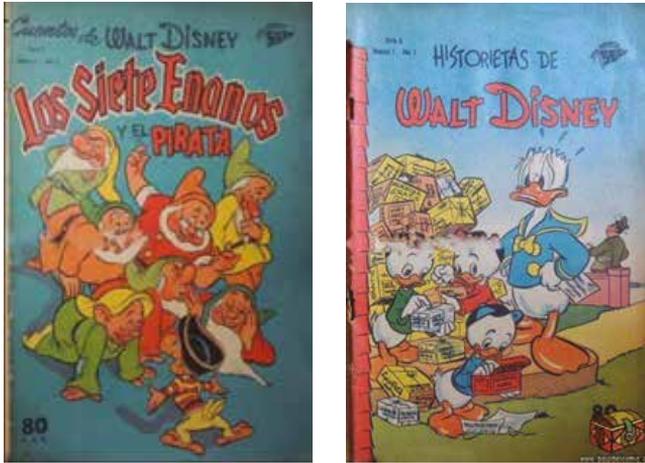
Como se ha señalado en otros momentos, las nuevas técnicas, como el uso del color y papel de mejor calidad en la producción nacional de historietas, resultaron sumamente llamativas tanto para las generaciones que crecieron leyendo las “antiguas” revistas de monitos en sepia o blanco y negro, como para las nuevas generaciones que iniciaron sus primeras lecturas con las historietas de Walt Disney en español. Cabe



46 Como se ha registrado en diversas páginas web de coleccionistas, los sellos fueron: Alegría y SEA (Sociedad Editora Americana) para cómics infantiles, EMSA (Ediciones Modernas s. a.) para los cómics de aventura, terror, suspenso, etcétera, y bajo el sello de Ediciones Recreativas se editaron los cómics de superhéroes. Baúl del Cómic, “Historia de Editorial Novaro”, 12 de marzo de 2009.

47 Baúl del Cómic, “Historia”.

IMÁGENES 3 Y 4. CUENTOS DE WALT DISNEY NO. 1



FUENTE: RAÚL PANTOJA, “LOS CÓMICOS MÁS BUSCADOS DE MÉXICO: 9º LUGAR”, *COMIKAZE. POR AMOR AL (9º) ARTE*, SEPTIEMBRE DE 2014.

resaltar también, como característica propia del desarrollo de las industrias culturales gráficas, el aumento de la publicidad dentro de las páginas de las historietas de los Talleres Novaro-Editores-Impresores, aspecto que contribuía a la obtención de mayores ganancias tanto para la empresa editorial, como para las marcas presentadas, para generar esa sociedad consumista replicada del modelo estadounidense.

Tras pagar los derechos correspondientes de otras editoriales estadounidenses como DC Comics, Fawcett, Warner Bros., Archie Comics, Harvey, St. John, Dell, entre otras, los distintos sellos de Novaro-Editores-Impresores iniciaron la publicación de otros títulos que inundaron los kioscos de las principales capitales del país. Salieron a la luz pública las historietas de *Tom y Jerry* (1951), *La pequeña Lulú* (1951) y el primer cómic editado bajo el sello de Ediciones Recreativas: *Superman*, en marzo de 1952; a éste se integraron *Tarzán*, *Capitán Marvel*, *Batman* (1954), *La Mujer Maravilla*, *Fantomas*, *Roy Rogers*, *El Llanero Solitario*, *Archie* y un larguísimo etcétera.⁴⁸ Con la entrada de estos títulos, la popularidad de las historietas nacionales decayó aún más.



48 Gard, *Cuando Bruce*.

Para el público nacional, parecían llamar mucho más la atención las aventuras bélicas de Superman y la Mujer Maravilla, el enfrentamiento de Batman con el Guasón o con el Acertijo, las aventuras juveniles de Archie y sus amigos o las travesuras e irreverencias de la pequeña Lulú; o, tal vez, simplemente la producción de historietas nacionales —con excepción de unos cuantos títulos— no pudo competir contra las facilidades que había impuesto el mercado estadounidense del cómic para su expansión mundial. Los Talleres Novaro-Editores-Impresores pudieron sostener la inversión en la compra de los derechos comerciales, en su producción, en su distribución nacional y, posteriormente, internacional.

Pareciera que el éxito comercial que representaba la traducción y reedición de cómics estadounidenses al español había sido visualizado por varios empresarios dedicados al medio editorial. Muy probablemente, parte del conflicto entre los hermanos Novaro y la editorial periodística *La Prensa* se debió a la propuesta de Luis Novaro de iniciar la manufactura de las historietas bajo ese sello periodístico. Esto explicaría también la casi inmediata incursión de editoriales como *La Prensa*, Mondragón, Ediciones Latinoamericanas y otras en la compra de derechos de cómics estadounidenses para su traducción y reedición al español.

Por su parte, el amplio éxito de los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores y la continuidad de las buenas relaciones establecidas por Luis Novaro y los gobiernos de Miguel Alemán y Adolfo López Mateos propiciaron, primero, la posibilidad de ampliar su espacio de distribución hacia otros países de habla hispana, al iniciar la importación de sus traducciones a través de DIPUSA (Distribuidora de Publicaciones Universales, S.A.) a prácticamente todo el continente americano, tal vez únicamente con la excepción de Alaska y Canadá, para incluso llegar a España —en donde abrió oficinas en Barcelona—.⁴⁹ De hecho, hacia la década de 1970, ya bajo el nombre de Editorial Novaro y la administración de la familia Alemán, se pensó en abrir otra sucursal en Perú, ante el amplio consumo de sus historietas en la región desde la década de 1950.⁵⁰

Si bien la idea del proyecto editorial de Luis Novaro tenía como objetivo central la creación de una empresa de gran éxito comercial a través de un formato llamativo, materiales de impresión con calidad aceptable y una distribución internacional, las abiertas expresiones por parte de grupos conservadores de derecha en contra de las historietas, desde la década de 1940, dirigieron el proyecto de los hermanos Novaro



49 Gard, *Cuando Bruce*, 11.

50 “Los comics Novaro peruanos”, *Kingdom. El universo de los cómics Lima, Perú*.

hacia la consolidación de un producto comercial con valor moral y que se acercara o fuera representativo de los valores de los grupos de derecha en México. Tanto la censura impuesta a las historietas y otros productos gráficos por parte de la Legión Mexicana de la Decencia, en la década de 1940, como las advertencias y programas en contra de la lectura de historietas con títulos específicos que emprendió la Comisión Nacional para la Moralización del Ambiente, en la siguiente década, dirigieron la propuesta editorial de Luis Novaro, desde el inicio del proyecto, hacia la elaboración de un producto con “contenidos apropiados” para la niñez y la juventud, que cuidaba el lenguaje utilizado tanto en los textos como en las imágenes y que los sellos de los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores tenían que ser identificados por la sociedad como emblemas de “calidad, moralidad y originalidad”.⁵¹

Tal vez ésa fue otra de las razones por las que el proyecto de la traducción y reimpresión de cómics estadounidenses dio inicio con los de Walt Disney, cuyas historias y personajes, ampliamente conocidos a través de sus películas, eran identificados como parte de un proyecto destinado a entretener a un recientemente identificado consumidor: la niñez.⁵² A este sector algunas empresas culturales como los Talleres



51 Las críticas realizadas tanto por la Legión Mexicana de la Decencia como por la Comisión Nacional para la Moralización del Ambiente calificaban las historietas como un producto “ordinario” por el material utilizado: “papel simple y de dimensiones cortas, en tamaño y volumen”, que, si bien las hacía más accesibles por su bajo precio, a decir de los críticos, lejos de llamar a la lectura, contribuían a alejar a las masas de “la verdadera literatura”. Asimismo, se enfatizaba que eran textos que hacían uso de un lenguaje austero y coloquial, cuyos “peligrosos contenidos” no hacían más que difundir “la criminalidad, la degeneración moral y el vicio”. Sobre las agrupaciones señaladas, véase: Rubenstein, *Del Pepín*, 148-153; Laura Pérez Rosales, “Censura y control. La Campaña Nacional de Moralización en los años cincuenta”, *Historia y Grafía*, año xix, núm. 37 (2011): 79-112. Véase también, en este mismo monográfico, el texto de Laura Camila Ramírez Bonilla, “Re Cristianizar para salvar. La Legión Mexicana de la Decencia como proyecto cultural en el *modus vivendi*”, *Signos Históricas*, vol. xxv, núm. 49 (2023).

52 Susana Sosenski ha tratado en diversos momentos la construcción del niño consumidor a partir de su reconocimiento como sujeto de derechos; asimismo, ha señalado cómo a partir de mediados del siglo xx la identificación de una clase media urbanizada propició la identificación de la niñez como agente consumidor. Susana Sosenski, “El niño consumidor: una construcción publicitaria de mediados de siglo xx”, en *Ciudadanos inesperados. Espacios de formación de la ciudadanía ayer y hoy*, coordinación de Ariadna Acevedo Rodrigo y Paula López Caballero (México: El Colegio de México, 2012), 192. Martha Pacheco, “El conservadurismo católico en campaña”, en *Los rostros del conservadurismo mexicano*, compilación de Renée de la Torre, Marta Eugenia García Ugarte y Juan Manuel Ramírez Sáiz (México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2005), 151-169.

Novaro-Editores-Impresores querían proporcionar historias cándidas, con mensajes positivos y que permitían —desde la perspectiva de los editores— una identificación entre “el bien y el mal”.

En ese contexto nació y se desarrolló el proyecto editorial de historietas de los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores, con las características que he venido señalando.⁵³ Pero, además, se dio un importante espacio para introducir leyendas propagandísticas que indicaran una declaración de principios. En el primer número del sello editorial SEA, se enfatiza sobre esto en un recuadro dirigido a los padres de familia y maestros escolares, al señalar el “especial cuidado” que se ha observado en la realización del producto ofrecido, pensado para que “su contenido tanto en las ideas como en la forma de expresarlas esté apegado a la ética más estricta y constituya, a la vez, material de ameno entretenimiento, interesante lo mismo para niños y jóvenes que para adultos”.⁵⁴

Poco después, también el sello de EMSA destacaba y recordaba a los lectores en cada número que “bajo el sello de Ediciones Modernas se garantiza CALIDAD Y ORIGINALIDAD”. Pero, a pesar de las imágenes de un mundo de fantasía y amabilidad en el lenguaje, los primeros cómics de la empresa Novaro tenían todo, menos originalidad.

En su materialidad, el *comic book* estadounidense era reproducido por los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores de forma casi idéntica. La empresa llegó a hacerse de un amplio personal de traductores, correctores de estilo, formadores, ilustradores, dibujantes, etcétera, encargados de cuidar la producción artística, literaria, la edición y propaganda. Se respetó el formato, el trabajo de los ilustradores originales y los guiones de las historias narradas. Sin embargo, en cuanto al contenido textual, era otra cosa. A decir del traductor Gustavo Medina, quien trabajó en la editorial de los hermanos Novaro, la traducción de los cómics fue uno de los aspectos que más cuidó la empresa por varias razones. Por un lado, la Comisión Calificadora de Revistas y Publicaciones Ilustradas de la década de 1950 —integrada por miembros de la Secretaría de Educación Pública— estableció que la letra manuscrita dañaba la vista de los niños, de tal forma que instó a las editoriales de dichos materiales a introducir letra con máquina de escribir y en mayúsculas, a lo cual los talleres Novaro



53 Ya en otro estudio he ahondado sobre la construcción de un discurso moralista implantado en las consignas propagandísticas introducidas en las páginas de las historietas de los Talleres Novaro-Editores-Impresores. Gabriela Díaz Patiño, “Vidas Ejemplares”.

54 Leyenda de las historietas bajo el sello de SEA. Díaz Patiño, “Vidas Ejemplares”.

se apegaron.⁵⁵ Y, por otro lado, desde la propia dirección de la empresa editorial, se determinó hacer una traducción cultural y no literal de los guiones estadounidenses, lo cual se reflejó principalmente en la castellanización de los nombres (por ejemplo, Bruno Díaz y Ricardo Tapia, para referirse a las personalidades secretas de Batman y Robin o el Ratón Miguelito, el Pato Pascual, etcétera) y en la introducción de algunas frases coloquiales reconocidas por los mexicanos: *cáspita*, *zambomba*, *recórcholis*, entre otras.⁵⁶ Muy probablemente, esa política del lenguaje determinada por la empresa tenía que ver con una intención de hacer más cercanas a la sociedad mexicana realidades extranjeras representadas en los cómics.

De esta forma, los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores reproducían más o menos con la misma calidad los cómics estadounidenses, con el objeto de establecer mayores estándares que los usados en las “revistas de monitos”. No obstante, en algún momento, la reedición de historietas estadounidenses también fue criticada por representar un “sutil modo de expansión ideológica”. En 1951, la Comisión Calificadora de Revistas de Publicaciones y Revistas Ilustradas apuntaba que las historietas estadounidenses “muestran a sus protagonistas triunfando en la vida transgrediendo la ley o despreciando instituciones establecidas, incitan el desprecio por el pueblo de México, por su historia o sus capacidades”.⁵⁷

Desde luego, la reproducción de los cómics al español por los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores estaba exportando el modelo de vida de Estados Unidos, o, en palabras de Ariel Dorfman, el modo en que éste “se sueña a sí mismo”.⁵⁸ Y, en buena medida, esa representación resultaba altamente llamativa para la clase obrera y para la creciente clase media mexicana de las décadas de 1950 y 1960. Ambos sectores leían historietas y aspiraban a mejorar económica y socialmente. La constante referencia que hacían *Los cuentos e historietas de Walt Disney* hacia la obtención de riquezas y bienes materiales recordaba los deseos de modernización personal y de los hogares tanto de las clases obreras como medias. La percepción de rechazo y amenaza



55 Rubenstein, *Del Pepín*, 212-213.

56 Gustavo Medina, “Notas del Traductor”, *Perú 21*, 8 de febrero de 2013.

57 Sobre las historietas estadounidenses, principalmente las de indios y vaqueros, la Comisión señalaba que “eran racistas y brindaban un punto de vista fuertemente norteamericano de la historia mexicana. [...] dependían de la imagen del salvaje sanguinario [...] solían usar como villanos estereotipos de perezosos mestizos”. Citado por Rubenstein, *Del Pepín*, 212.

58 Dorfman y Materland, *Para leer*, 91.

de las ideas comunistas que tuvieron muchos miembros de la clase media después de la experiencia cristera (1926-1929) y de las políticas educativas socialistas de Lázaro Cárdenas fue reforzada a través de los cómics de superhéroes estadounidenses, que defendían los valores de democracia, libertad, modernización y progreso económico o la imagen de una juventud enfocada en una constante fiesta, sin la fiscalización paterna que se representaba en las historietas de *Archie*, o la imagen de mujeres independientes y fuertes, con voz propia, que era expuesta por *La Mujer Maravilla*, *La pequeña Lulú* o *Sabrina*. Todas estas representaciones tenían un público lector con aspiraciones de solvencia económica y estatus, impulsadas desde el propio Estado. Sin embargo, ¿cabía la posibilidad de reapropiación de esos mensajes a los contextos hispanoamericanos? Para los fanáticos defensores de los añorados cómics de Editorial Novaro, sí. A decir de algún cibernauta coleccionista de historietas: “Editorial Novaro era la Catedral del pensamiento ético de Latinoamérica. Era la creación de una moralidad basada en el sueño, en la ilusión, en el viaje a mundos fantásticos”.⁵⁹ Y, de alguna forma, esas representaciones también eran imaginadas, con lenguajes propios, en historietas nacionales como *La Familia Burrón*, *Kalimán* o *Lágrimas y Risas*.

No obstante las críticas y censuras, los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores siguieron publicando y aumentando la periodicidad de sus historietas, de mensual a quincenal, lo cual, en consecuencia, aumentó el tiraje de cada serie.⁶⁰ Sin embargo, debido a que continuaron las críticas y señalamientos hacia los contenidos de las traducciones de cómics estadounidenses por parte de la empresa y a que el mercado se presentaba cada vez más grande, los hermanos Novaro comenzaron a planificar la realización de historietas propias, con el objetivo de dirigir una forma de pensamiento y moralidad ajustada a la sociedad hispanoamericana.

SEGUNDO PROYECTO: LA ELABORACIÓN DE HISTORIETAS NACIONALES

Como ya señalé, a principios de la década de 1950, algunos sectores de una derecha religiosa y el propio Estado mexicano —los gobiernos priistas de Miguel Alemán, Adolfo Ruiz Cortines y Adolfo López Mateos, con una orientación política más liberal de derecha— apoyaron la Campaña Nacional de Moralización de la sociedad mexicana. Dicho movimiento formaba parte de las acciones que, tras



59 Don 5a, “Novaro, el coloso mexicano”, *La Quinta Dimensión*.

60 Según algunas contratapas de cómics de Batman, aparecía la cifra de 15 000 ejemplares.

el establecimiento del *modus vivendi* entre el Estado mexicano y la Iglesia católica, el episcopado nacional desarrolló para mantener una presencia e influencia constante sobre la sociedad. En las décadas de 1940 y 1950, las preocupaciones de la jerarquía eclesiástica y de otros grupos conservadores se encontraban en las transformaciones que las políticas económicas de industrialización del país estaban generando sobre la institución familiar y las tradiciones religiosas.

El escenario nacional se estaba transformando: un incremento demográfico exponencial, una urbanización acelerada y una clase media en crecimiento que demandaba políticas sociales por parte del Estado para satisfacer sus necesidades en educación, vivienda, salud, entretenimiento. Todo esto, sumado a los avances tecnológicos, médicos y científicos que generaban mejoras materiales y humanas en la vida de los ciudadanos, en especial en las ciudades, conllevó también transformaciones en los papeles tradicionales de la familia, principalmente el de las mujeres, que se insertaban en la vida económica, intelectual y profesional con mayor presencia. Las nuevas generaciones, influidas por los movimientos sociales en el mundo, comenzaron a ser críticas de las autoridades y sus manifestaciones públicas fueron interpretadas, por parte de los sectores conservadores y tradicionalistas, como expresiones de rebeldía.⁶¹ Los divorcios, el “amor libre” y la pastilla anticonceptiva eran realidades con las que ahora se enfrentaban esos grupos que defendían el matrimonio “hasta la muerte”, la “virtud femenina”, las relaciones sexuales como acto exclusivo para la procreación, el hogar como baluarte esencial de las mujeres, etcétera.

La Campaña de Moralización señalaba que esas movilizaciones y actitudes juveniles eran resultado de las libertades modernas, alimentadas por las “perniciosas influencias” de la industria del entretenimiento, como el cine, la televisión, el teatro o las revistas de historietas. Desde la perspectiva de la Campaña Nacional de Moralización, a través de esos medios de comunicación se influía en la formación de la niñez y juventud mexicanas. En particular, en relación con las revistas de historietas, se planteaba que no eran más que entretenimiento sin contenido que alejaba a la niñez y juventud de la



61 Tengamos presente que a lo largo de la década de 1950 hubo un mayor interés por parte de los jóvenes, principalmente, en conocer y ejercer sus derechos como ciudadanos, además de confrontar a los Estados a través de movilizaciones tumultuosas, para evidenciar las realidades de gran desigualdad de las minorías, lo cual fue traducido por los gobiernos como un desafío a la autoridad y el orden. Para ahondar sobre el tema de la Campaña de Moralización, véase Pérez Rosales, “Censura”.

lectura de la “verdadera literatura”, además de que muchas de las imágenes generadas en ese medio podían perturbar las mentes inocentes de los jóvenes lectores, y, sumado a ello, la reproducción de cómics estadounidenses no hacía más que presentar la idiosincrasia de una cultura, como la del país vecino, alejada de los valores nacionales.

Desde ese panorama y a partir de las críticas directas hacia el trabajo de los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores, los hermanos Novaro comenzaron a idear la realización de historietas que presentaran elementos de la cultura popular nacional, que elevaran el nivel intelectual de la población y que mantuvieran un compromiso ético y moral. Con ello, se pretendía dejar tranquilos tanto a quienes manifestaban su desacuerdo con la introducción de la idiosincrasia estadounidense a través de los cómics traducidos al español, como a quienes demandaban la defensa de la tradición cultural católica de los mexicanos. De esta manera, en febrero de 1954 y bajo el título de *La vida y amores de Jorge Negrete*, salió a la luz pública la primera historieta de manufactura propia, editada por los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores. Formó parte de la colección Pepita, con dibujos de María Isabel Camberos, una de las ilustradoras y dibujantes más destacadas de la empresa Novaro. Dicha historieta, que presentaba algunos pasajes de uno de los actores más importantes en la industria cinematográfica nacional en esos años, tuvo un éxito importante, pero no hubo mayor continuidad.

Ese mismo año, Luis Novaro se asoció con el sacerdote jesuita José Antonio Romero, organizador inicial del movimiento y asociación Acción Católica, luego de la firma de los Acuerdos de paz cristera, así como director de la Editorial Obra Nacional de la Buena Prensa desde 1936 y director de la Campaña Nacional de Moralización del Ambiente.⁶² La relación entre Luis Novaro y el padre José Antonio Romero parece haber venido de tiempo atrás, pues la prensa llegó a registrar varios momentos en los que, a solicitud de Luis Novaro, el padre Romero bendijo las instalaciones y maquinaria de los talleres editoriales de la empresa (véanse imágenes 5 y 6). El propósito de la asociación era dar vida a una publicación bajo el formato de historieta.

A pesar de todos los esfuerzos realizados por diversas organizaciones católicas y civiles conservadoras en contra de la publicación de historietas o de denunciar como peligrosos muchos de los contenidos que se introducían en las mismas, buena parte de la sociedad mexicana y latinoamericana seguía consumiendo esos “pasquines”.



62 La participación y presencia de José Antonio Romero ya la he explorado en un estudio anterior que particulariza el proyecto de la historieta *Vidas Ejemplares*: Díaz Patiño, “*Vidas Ejemplares*”. Aquí profundizo en algunos aspectos tratados en dicho estudio.

Frente a esa realidad, el padre José Antonio Romero decidió publicar una revista de historietas dirigida al público infantil. Bajo el título de *Chiquitín* dio inicio ese proyecto en 1944; sin embargo, a pesar de su amplia duración —hasta 1961—, no lograba competir con las historietas comerciales. De ahí el acercamiento de Luis Novaro, el cual, hay que enfatizarlo, a pesar de encontrar mensajes positivos en los cómics estadounidenses, de apoyar la cercanía diplomática y comercial con el vecino país del norte, tenía, como muchos mexicanos de la época, un fuerte sentimiento nacionalista —así de contradictoria era la sociedad del momento—, pero sustancialmente un profundo apego hacia la espiritualidad católica. En una nota necrológica por el fallecimiento del padre Romero, en 1961, se hace mención de que a principios de 1954 sería Luis Novaro quien le propondría al jesuita “la creación de una revista especializada en la vida de los santos, tratando en sus biografías el aspecto humano pero con el interés, la amenidad y la calidad artística necesarios para triunfar en toda la línea, en México y fuera de México”.⁶³ De esta manera fue como Luis Novaro y el padre José Antonio Romero dieron inicio a la producción en serie de la historieta confesional *Vidas Ejemplares*.

La historieta pronto tuvo una aceptación muy favorable entre los lectores nacionales y extranjeros.⁶⁴ Incluso, otras editoriales replicaron la fórmula para presentar tanto la vida de personajes religiosos, como la de alguno de la historia universal.⁶⁵ Los valores de abnegación, sacrificio, honradez, obediencia y sumisión eran desarrollados a través de ilustraciones hermosamente trazadas y diálogos cuidadosamente realizados. Por medio de las historietas de personajes de la catolicidad hispanoamericana, se estaba acercando un mundo literario con el que muchos padres de familia se sentían identificados y deseaban proporcionar a su descendencia. Los programas pastorales de Acción Católica, que desde 1929 venían trabajando asociaciones católicas y programas eclesiales de adoctrinamiento, tuvieron un apoyo importante de divulgación



63 Archivo Histórico de la Provincia Mexicana de la Compañía de Jesús (AHPMCI), Carpeta José Antonio Romero Espinosa de los Monteros. Más sobre el desarrollo histórico de este proyecto editorial en particular, véase Díaz Patiño, “Vidas Ejemplares”.

64 En el año de la muerte del padre José Antonio Romero, se registró la cantidad de medio millón de ejemplares editados quincenalmente. AHPMCI, Carpeta José Antonio Romero Espinosa de los Monteros.

65 A partir de 1958, la EDAR (Editorial Argumentos), dirigida por Guillermo de la Parra, comenzó a editar una revista de historietas bajo el título de *Biografías Selectas*, en la que presentaba la vida de personajes históricos y de santos, una combinación de *Vidas Ilustres* y *Vidas Ejemplares* de los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores.

doctrinal a través de *Vidas Ejemplares*, para responder con ello al llamado que, desde principios del siglo xx, la Santa Sede había hecho para reestructurar la vida religiosa. Y, en ese sentido, sólo al conocer el proceso del proyecto de recristianización de las sociedades diseñado desde la Santa Sede, el cual incorporó a los medios masivos de comunicación como herramienta sustancial del mismo, podemos entender el compromiso adquirido por una empresa como los Talleres Novaro-Editores-Impresores para la divulgación de contenidos confesionales.

Si bien León XIII logró delinear un proyecto de renovación del catolicismo con su propuesta de integración a la vida apostólica de la clase obrera y otros sectores marginados por los avances de una modernidad ampliamente individualista, de acuerdo con el diagnóstico que hiciera Pío X en su encíclica inaugural en 1903, los nuevos acontecimientos históricos de finales del siglo xix y principios del xx en Occidente mantenían el peligro de la impiedad e indiferentismo religioso definidos por diversos ataques a las libertades religiosas.⁶⁶ Por tanto, se hacía aún más necesario reactivar las movilizaciones laicas desde las altas esferas eclesíásticas para lograr *instaurare Omnia in Christo* (“instaurar todas las cosas en Cristo”).⁶⁷

Con esto inició otro momento de la renovación de la vida cristiana, centrada en las acciones que permitiesen una verdadera unidad católica, a través del trabajo conjunto de clérigos y laicos, por lo que bajo el papado de Pío X las asociaciones y congresos católicos debían reestructurar sus postulados hacia ese fin. Ante la dirección educativa por parte de los Estados liberales y socialistas, se planteó la urgencia de introducir en los objetivos de las asociaciones católicas programas de instrucción para una buena y profunda enseñanza de la doctrina cristiana, la cual pudiese contrarrestar “la ignorancia religiosa” que —según el diagnóstico papal— permeaba en casi todos los sectores sociales.⁶⁸ La niñez y la juventud se constituyeron en el centro de la irradiación de una nueva era del catolicismo y todas las acciones debían estar destinadas hacia el mantenimiento y engrosamiento de esas nuevas generaciones en las filas de la Iglesia católica.

El modernismo se convirtió en una de las preocupaciones centrales de la Santa Sede a lo largo de la primera mitad del siglo xx, en la medida que ponía en peligro la piedad religiosa y contribuía a extender la secularización de las conciencias. Aunado



66 Pío X, *Encíclica E Supremi Apostolatus de Pío X-1903*, 4 de octubre de 1903.

67 Pío X, *Encíclica*.

68 Pío X, *Encíclica*.

IMÁGENES 5 Y 6. FOTOGRAFÍAS QUE ILUSTRAN LA NOTA NECROLÓGICA POR LA MUERTE DEL PADRE JOSÉ ANTONIO ROMERO EN 1961



FUENTE: AHPMCJ, CARPETA JOSÉ ANTONIO ROMERO ESPINOSA DE LOS MONTEROS.

a ello, se sumaban los avances tecnológicos en los medios de comunicación, en donde la imagen a través del cine, la televisión, la radio y los medios impresos propiciaban aun más esa temida secularización en detrimento de las prácticas, valores y ética del catolicismo. Los pontífices siguientes darían continuidad al proyecto diseñado por Pío X de “instaurar todas las cosas en Cristo”; para ello, a través de diversos documentos papales, fueron llegando a la conclusión de que, para mantener la unidad católica y defender las libertades de la Iglesia, se hacía necesario utilizar todos los medios al alcance, incluso los de la propia modernidad. De ahí que, a lo largo de esa primera mitad del siglo xx, veremos varias encíclicas y otros documentos que exhortaban ya no sólo a prohibir el acceso a los medios en los cuales se hacía difusión de los peligros de la modernidad, sino a hacer uso de esos mismos medios —la prensa, la radio, el cine, etcétera— para la transmisión y extensión de la doctrina y vida cristianas.⁶⁹

En esa lógica entró el proyecto de Acción Católica en México, y, como ya se señaló, en el contexto nacional de la firma de los Acuerdos de la paz cristera. El movimiento fue encargado al jesuita José Antonio Romero, quien, como también ya se dijo, además de hacerse cargo de la reorganización de las asociaciones laicas en la Acción Católica, tomó la dirección del proyecto editorial de Buena Prensa, con el objetivo de hacer uso de los medios impresos para realizar una “propaganda católica en defensa de la Iglesia y para la extensión de la doctrina de Jesucristo y el bien de nuestra patria”.⁷⁰

Justo por ello fue que se logró entablar una sociedad entre los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores y el padre José Antonio Romero para la realización de la historieta de *Vidas Ejemplares*, la cual sintetizaba los esfuerzos solicitados por el papado para que los católicos que tuviesen los medios económicos pudieran integrarse al movimiento de recristianización mediante la propaganda católica a través de los medios de comunicación.⁷¹ Por eso, en su número inicial se enfatizaba que sería una “revista de dignificación y consagración”.⁷² Dignificación en la medida en que, a través



69 Algunos de esos documentos que nos pueden guiar en el desarrollo de una vía de las comunicaciones como medio para la renovación de la vida cristiana son: Pío XI, *Divini Illius Magistri*, 31 de diciembre de 1929; Pío XII, *L'importance. Discorso sobre la prensa católica y la opinión pública*, 17 de febrero de 1950; Pío XII, *Corte Encíclica Miranda Prorsus del sumo pontífice Pío XII. Sobre el cine, la radio y la televisión*, 8 de septiembre de 1957.

70 José Antonio Romero, *El apostolado seglar* (México: Buena Prensa, 1955), 152.

71 Pío X, *Discorso sobre las tareas de la prensa católica*, 26 de junio de 1929.

72 “San Felipe de Jesús, protomártir mexicano”, *Vidas Ejemplares*, núm. 1 (1 de mayo de 1954): 1. Toda la serie de *Vidas Ejemplares* fue consultada en línea a través del portal *Sanviator. Comunidad Viatoriana*.

de un medio de comunicación masivo como la historieta, se podían transmitir adecuadamente conocimientos de la tradición católica, introduciendo en la memoria de las nuevas generaciones la vida de personajes importantes en la historia del catolicismo en el mundo, en general, y de México, en particular. Vidas que no sólo recordaban momentos relevantes en la historia del catolicismo, sino que también ejemplificaban los valores defendidos por esa misma religión. Y consagración en el sentido de que *Vidas Ejemplares* era la acción tangible de la unión que hiciera la Iglesia católica a través de Buena Prensa y un sector de la comunidad empresarial mexicana por medio de los Talleres Novaro-Editores-Impresores para efectuar la recristianización mediante la instrucción religiosa.

El éxito comercial de *Vidas Ejemplares* dio paso a otras series de historietas de corte cultural y educativo. En este proyecto, estuvo a la cabeza como director de edición Octavio Novaro, quien, de acuerdo con sus hijos, no compartía del todo el interés por *Vidas Ejemplares*. Para Octavio Novaro, resultaban de mayor interés y necesidad social contenidos de tipo científico con los cuales dar acceso a la población en su generalidad al conocimiento universal. Bajo las mismas normas editoriales, con un estilo idéntico al de *Vidas Ejemplares*, salieron a la venta a partir de 1956 otros títulos que llamaron nuevamente la atención de niños, jóvenes y mayores. La primera historieta de ese proyecto fue *Vidas Ilustres* (1956-1974), con 332 números ordinarios y 6 extraordinarios, destinada principalmente a biografiar a personalidades destacadas por sus descubrimientos en todos los ámbitos de las ciencias o por sus aportaciones en las artes, pero también se incluyeron algunos personajes de la historia nacional, como Sor Juan Inés de la Cruz, Miguel Hidalgo o Benito Juárez. A partir del número 314 comenzaron las historietas de obras de la literatura universal, en las que se adaptaron títulos como *El retrato de Dorian Grey*, *El hombre del kimono azul* o *Marianela*. El mismo año se realizó *Aventuras de la Vida Real* (1956-1974), con 377 números ordinarios y 1 especial. La temática de esta historieta se centró inicialmente en la vida de los principales personajes que participaron en la conquista del continente americano, para después tratar las biografías de otros exploradores, algunos personajes singulares de la historia nacional mexicana y prehispánica y de otras culturas hispanoamericanas. Bajo el mismo concepto surgió *Leyendas de América* (1956-1979), que integraba narraciones y leyendas de los pueblos originarios con historias de los inicios de la presencia europea en el continente; fueron 383 números ordinarios. Lo mismo ocurre con *Epopéya* (1956-1973), con 230 números ordinarios y 4 extraordinarios, que narraba la historia de los continentes, la fundación de imperios y ciudades o el descubrimiento de cualquier lugar de relevancia histórica. *Tesoros de Cuentos*

Clásicos (1957-1973) presentó los cuentos clásicos de la literatura universal en 211 números ordinarios y 8 extraordinarios. *Lectura para Todos* (1959-1964) realmente estaba dirigida al público más pequeño, como libro de actividades y con ejercicios didácticos; fueron 70 números ordinarios y 5 especiales. *Mujeres Célebres* (1961-1974) comprendió 160 números. Otros títulos fueron *Grandes Viajes* (1963-1975), *Joyas de la Mitología* (1963-1975) y *Estrellas del Deporte* (1965-1975).

Ya Jorge Gard señalaba el acento “hispanófilo” en la narración que de la historia de América, en general, y de México, en particular, se construye en algunas de las historietas Novaro.⁷³ Sin embargo, también hay que señalar que en *Leyendas de América*, particularmente, hay un interés marcado por resaltar tanto las cualidades heroicas de los hombres y mujeres del periodo prehispánico, como de las prácticas bélicas y de sacrificios de los pueblos americanos. En términos más generales, el rescate de la memoria del pasado a través de la revisión de personalidades y sucesos destacados de la historia occidental enfatiza sobre las ideas de progreso, civilización y modernización. Incluso, como parte del propio proceso modernizador, las historietas didácticas de los talleres Novaro destacan el papel que las mujeres tuvieron en el desarrollo de los avances civilizatorios de la humanidad a través de la historieta *Mujeres Célebres*, colocando en la memoria los nombres de mujeres ampliamente conocidas, como Catalina la Grande, Helen Keller o Leona Vicario —reconocida por el público mexicano—, pero también otras como Nur-Mahal, Berta Von Suttner o Agustina de Aragón, menos reconocidas en México. Asimismo, hay que destacarlo, este proyecto de historietas didácticas de los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores respondía a las coyunturas políticas y sociales del momento, como el caso de *Vidas Ejemplares* o *Lectura para Todos*. Este último respondía a la política educativa impulsada por Adolfo López Mateos, quien en 1959 creó la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito y, a través de un concurso, adjudicó a la empresa de los hermanos Novaro una parte de la impresión de los libros de texto para primer año de primaria.⁷⁴ *Lectura para Todos* pretendía ser un apoyo en la enseñanza de las primeras letras de los niños que cursaban el primer año.⁷⁵



73 Gard, *Cuando Bruce*, 303-308.

74 Elizer Ixba Alejos, “La creación del libro de texto gratuito en México (1959) y su impacto en la industria editorial de su tiempo. Autores y editores de ascendencia española”, *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. XVIII, núm. 59 (2013): 1189-1211.

75 Gard, *Cuando Bruce*, 308.

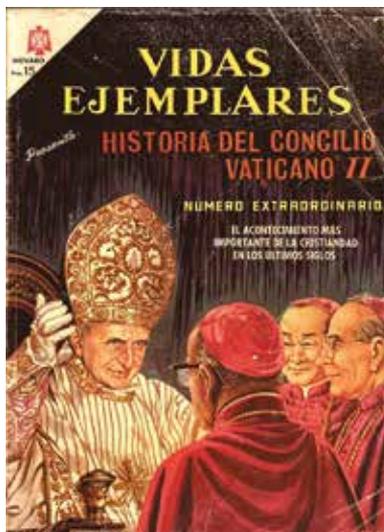
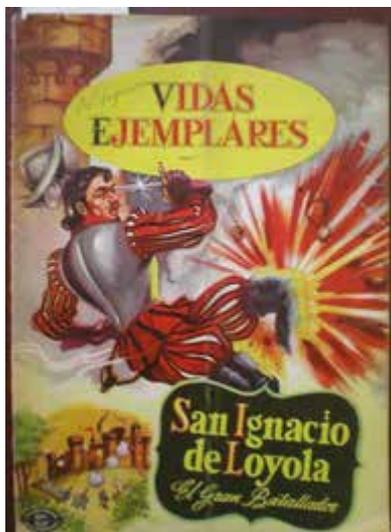
En cuanto a la transferencia de la literatura a las historietas, los Talleres Novaro- Editores- Impresores destacaron por una buena adaptación en sus guiones e ilustraciones de títulos importantes de la literatura universal, pero también en la introducción de autores poco conocidos por el público mexicano. De esta forma, los conocimientos y la cultura general adquiridos por muchas generaciones de hispanoamericanos se deben a la lectura de las historietas elaboradas por los Talleres Novaro.

Si bien el género de historietas didácticas ya había iniciado dentro de los *Paquitos* y *Pepines*, en donde se introdujeron las biografías “historietadas” de destacadas figuras revolucionarias como Francisco I. Madero, Emiliano Zapata o Pancho Villa, el proyecto cultural de los Talleres Novaro-Editores- Impresores, con el conjunto de series biográficas de personalidades de la ciencia y de la historia mundial o historietas históricas de acontecimientos de la historia universal, vino a llenar un vacío dentro del género de historietas didácticas. Es un intento de la enseñanza de la historia y la ciencia a través de un producto visual de consumo popular que dio respuesta a las críticas de quienes calificaban a este medio como “vulgar”, “ordinario” y sin contenidos importantes o sugerentes para las masas.

A través de estas historietas, se quiso instruir a las masas, proporcionarles una lectura básica, con ilustraciones de calidad y con temáticas que le pudieran significar al público lector hispanoamericano elementos de identidad, como la historia de personajes que les eran reconocidos. Pero, al mismo tiempo, y con la misma idea con la que se inició *Vidas Ejemplares*, de hacer uso de los medios de comunicación para la propaganda doctrinal cristiana, la historieta fue utilizada para promocionar diversos conocimientos considerados por el mundo occidental letrado como fundamentales para el progreso y modernización de las naciones, pues el proyecto de las historietas didácticas también incluyó personajes menos populares e historias igualmente poco reconocidas, incluso en los ámbitos académicos.

Los proyectos editoriales de Luis y Octavio Novaro estaban significando el desarrollo de una derecha religiosa empresarial mexicana moderada, que se distanciaba del radicalismo de otros grupos de derecha religiosa, como la Legión Mexicana de la Decencia, el Movimiento de Moralización de la Sociedad y las asociaciones católicas secretas que surgían en esos mismos años. De alguna forma, las dos propuestas editoriales se complementaban, en la medida en que el proyecto de Luis Novaro había proporcionado el modelo de santificación de personajes laicos de la historia, y, el de Octavio Novaro, la secularización de los valores del catolicismo. Las cualidades de los santos mostrados en *Vidas Ejemplares* integraban los mismos valores tradicionales como la decencia, prudencia, castidad, recato, que otros nuevos introducidos por la

IMÁGENES 7 Y 8. PORTADAS DE LA REVISTA *VIDAS EJEMPLARES*, NÚM. 2: *SAN IGNACIO DE LOYOLA* (1954)
Y NÚM. 9: *HISTORIA DEL CONCILIO VATICANO II* (1966)



FUENTE: SANVIATOR. COMUNIDAD VIATORIANA, EN LÍNEA.

modernidad, como la cooperación, la justicia, el emprendimiento social o la importante voz de las mujeres en la construcción histórica.

El impacto de estos productos editoriales en la sociedad se vio reflejado en las ventas y en la durabilidad de las revistas: casi todas estuvieron en circulación más de quince años. Las historietas confesionales y educativas que produjeron los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores adquirieron el respaldo tanto de autoridades eclesiásticas como del gobierno, a través del Arzobispado de México o de la Secretaría de Educación Pública; se convirtieron en productos de alta valía en el seno familiar, y dejaron de formar parte de las “revistas de monitos”, pues sus contenidos y calidad ofrecían valores, tradición y conocimiento.

Consolidados como una empresa de gran éxito internacional y decididos a marcar una diferencia con respecto a otros proyectos editoriales, a mediados de la década de 1950, los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores se adentraron también al mundo de la “literatura seria”, al lanzar una línea de narrativa policiaca, titulada *Policiaca y de Misterio*. Inició con una serie de novelas extranjeras, para dar paso a obras mexicanas de este género, como *La obligación de asesinar* (1957), de Antonio Helú.

Con el objetivo de establecer productos gráficos con calidad en sus contenidos, en 1961, Octavio Novaro inició otro proyecto editorial, la *Enciclopedia de Oro*, la cual comprendía 16 volúmenes que abarcaban 1 535 temas, complementados con 375 mapas y con más de 6 000 láminas a color, y cuya adaptación de la versión estadounidense estuvo a cargo de Octavio Novaro, Ernesto Duhart y Alfonso Teja Zabre. Este proyecto dio pie al surgimiento de una amplia línea de enciclopedias temáticas, muy parecido al que tuviera más o menos en los mismos años la revista estadounidense, también de extensión mundial, *Selecciones del Reader's Digest*.

En 1964, se unificaron en un solo sello los tres que conformaban los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores, para constituir Editorial Novaro, pero, en 1965, en función de los intereses personales tanto de Luis como de Octavio, decidieron vender a la familia del presidente Miguel Alemán la empresa editorial, la cual mantuvo el sello tal y como se conoció, así como la línea editorial de revistas de historietas, que era el gran éxito de la empresa y de una línea literaria que recién habían iniciado cuando decidieron venderla. El éxito de los productos continuó casi quince años más, hasta la década de 1980.

Luis Novaro siguió trabajando en el mundo de los impresos, creando dos editoriales: Ediciones Litúrgicas, claramente dedicada a la promoción de contenidos religiosos, y Editorial Cultural y Educativa, que pretendía dar continuidad al proyecto de enciclopedias temáticas que había realizado con su hermano Octavio. Sin embargo, el deterioro en su salud no permitió mayor continuidad en ambos proyectos, pues Luis Novaro murió en 1969.

Por su parte, Octavio Novaro continuó su labor como escritor y sostuvo algunas columnas en periódicos nacionales, y siguió ampliando su producción poética; murió en 1991.

CONSIDERACIONES FINALES

A través del proyecto cultural que, a mediados del siglo xx, emprendieron los hermanos Luis y Octavio Novaro, se puede observar la formación de un pensamiento ideológico que se separa de la radicalidad de las derechas constituidas a lo largo de la primera mitad del siglo xx. Un sector empresarial, integrado por las clases medias y profesionistas —producto de los esfuerzos posrevolucionarios—, ligado fuertemente a la tradición de la cultura católica y a un liberalismo conservador, veía en el acercamiento a la modernidad las posibilidades de cambios y beneficios para una ciudadanía más amplia. Los nuevos empresarios de la industria

del entretenimiento encontraron en los gobiernos posrevolucionarios —hasta López Mateos— coincidencias y apoyos para el desarrollo de sus empresas y de sus aspiraciones ideológicas.

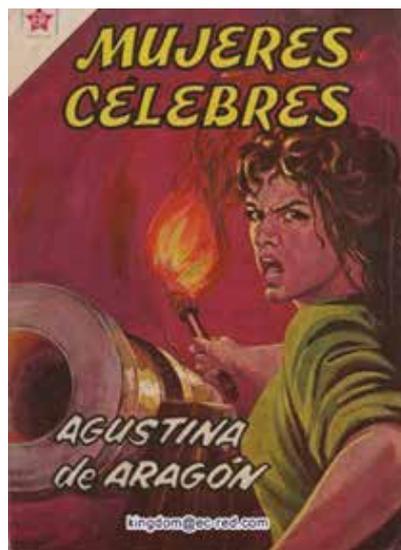
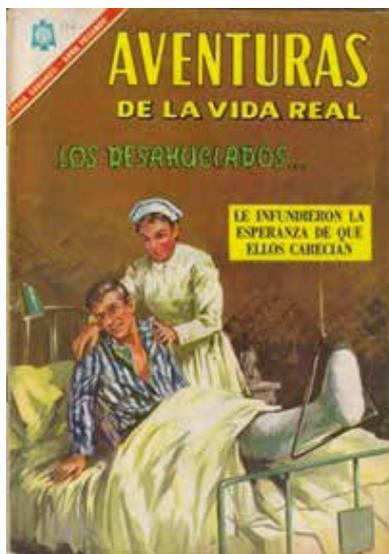
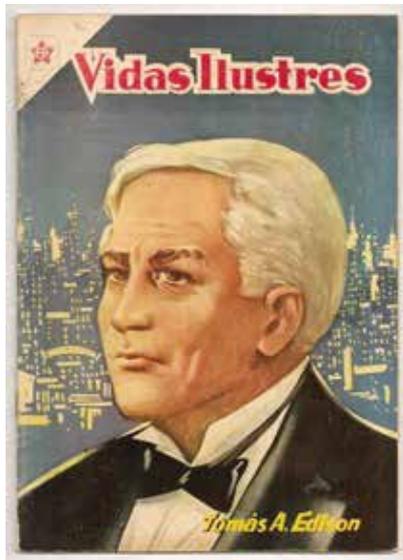
Hemos podido observar que, a mediados del siglo xx, los grupos conservadores de la sociedad mexicana habían tomado caminos diversos. Después de los Acuerdos de la paz cristera (1929) y del *modus vivendi* establecido a partir del gobierno de Lázaro Cárdenas, algunos decidieron seguir su proyecto político distanciado de la jerarquía eclesiástica, otros se sumaron a la reorganización de las bases católicas laicas que estableció el episcopado nacional, y algunos más optaron por difundir y defender sus creencias ideológicas y valores por medio de su actuar profesional o actividades de vida.

Dentro de las coyunturas históricas nacionales e internacionales de las décadas de 1940 a 1960, un importante sector empresarial en México, y el mundo, vio en la comercialización de la cultura una forma de expandir sus intereses económicos, al tiempo que podía transmitir su propia concepción de vida. La política de modernización e industrialización que habían planteado los gobiernos posrevolucionarios comenzó a ser tangible a partir de la llegada de Manuel Ávila Camacho a la presidencia (1940-1946). Dicha política hacía necesaria la entrada de capitales de Estados Unidos, lo cual conllevó una presencia palpable de ese país, misma que se acrecentó con el inicio de la Guerra Fría y la política internacional estadounidense. Pero, al mismo tiempo, los gobiernos posrevolucionarios defendieron y promovieron una política nacionalista, mientras que ciertos sectores conservadores —que al igual que el Estado nacional apoyaba e incentivaba las inversiones estadounidenses en el país— hacían una férrea defensa de la institución familiar y de la tradición religiosa.

La experiencia adquirida por Luis Novaro en el ramo de la industria editorial, su conocimiento sobre la situación de México en el contexto internacional y la observación de una política internacional estadounidense dirigida a establecer importantes conexiones comerciales y culturales con América Latina le permitieron visualizar el mundo de las historietas como un negocio rentable. Y, al mismo tiempo, para Luis Novaro, la introducción de los cómics de Walt Disney, con los que comenzó su empresa, representaba el rescate de historias inocentes que podían proporcionar una sana diversión a la población. Las historias de los superhéroes, introducidas al poco tiempo por los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores, hacían alusión a la defensa de un modelo económico, social y cultural con el que comulgaban diversos sectores de la sociedad mexicana, y que resultaba muy llamativo para otros.

A pesar de las críticas realizadas por otros sectores de derecha más radicales, que advertían a la población sobre los peligros inmorales y de ignorancia que se des-

IMÁGENES 9-12. PORTADAS DE LAS REVISTAS *VIDAS ILUSTRES*, *AVENTURAS DE LA VIDA REAL*, *LECTURA PARA TODOS* Y *MUJERES CÉLEBRES*



FUENTE: SANVIATOR. COMUNIDAD VIATORIANA.

prendían de la lectura de las historietas, Luis Novaro supo encontrar un momento de coincidencia para desarrollar otro proyecto, *Vidas Ejemplares*, de la mano de la propia institución eclesiástica —a través de la editorial confesional Buena Prensa— y del Estado —a través de la Secretaría de Educación Pública—. Y, en esa misma tónica, Octavio Novaro dirigió el proyecto de historietas didácticas. Todo ello, sin dejar la producción de los cómics estadounidenses.

De esta forma, el proyecto de los Talleres Tipográficos Novaro-Editores-Impresores es una muestra clara de las contradicciones que vivían tanto el Estado nacional como la sociedad mexicana, así como de la posibilidad de la convivencia de los modelos culturales y sociales importados de Estados Unidos y el nacionalismo y la tradición católica propios de la sociedad mexicana.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco la lectura y comentarios de los dictaminadores, cuyas sugerencias fueron valiosas para mejorar ampliamente esta investigación. Asimismo, quiero agradecer la lectura que hicieron el doctor Jaime del Arenal y la doctora Tania Hernández, gracias por su tiempo y atinados comentarios.

ARCHIVO

Archivo Histórico de la Provincia Mexicana de la Compañía de Jesús (AHPMCJ)

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Leonardo. *Medios masivos e ideología imperialista*. Quito: Universitaria Quito, 1974.
- Álvarez, Carlos. “El atentado”. *La Prensa*, 26 de marzo de 2021, disponible en [<https://www.la-prensa.com.mx/archivos-secretos/el-atentado-contra-el-gerente-luis-novaro-de-la-prensa-archivos-secretos-de-policia-6523614.html>], consultado: 26 de marzo de 2021.
- Álvarez, José Rogelio (dir.). *Enciclopedia de México*, tomo 10. México: Instituto de la Enciclopedia de México, 1999.
- Anverre, Ari. *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. México: Fondo de Cultura Económica, 1982.

- Aurrecochea, Juan Manuel y Armando Bartra. *Puros cuentos III: Historia de la historieta en México, 1934-1950*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Museo Nacional de las Culturas/Grijalbo, 1994.
- Aurrecochea, Juan Manuel y Armando Bartra. *Puros cuentos II: Historia de la historieta en México, 1934-1950*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Museo Nacional de las Culturas/Grijalbo, 1993.
- Aurrecochea, Juan Manuel y Armando Bartra. *Puros cuentos I: Historia de la historieta en México, 1874-1934*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Museo Nacional de las Culturas/Grijalbo, 1988.
- Bautista López, Angélica Leticia. *La Familia Burrón: una objetivación identitaria*, tesis de doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa, 2016.
- Bazant, Mílada. “Retos para escribir una biografía”. *Secuencia. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, núm. 100 (2018): 53-84, DOI: [doi.org/10.18234/secuencia.v0i100.1518].
- Blancarte, Roberto. *Historia de la Iglesia católica en México (1929-1982)*. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.
- Burkholder de la Rosa, Arno. “El periódico que llegó a la vida nacional. Los primeros años del diario *Excelsior* (1916-1932)”. *Historia Mexicana*, vol. LVIII, núm. 4 (2009): 1369-1418, disponible en [https://historiamexicana.colmex.mx/index.php/RHM/article/view/1678/1496, 1946], consultado: 19 de marzo de 2021.
- Cabral del Hoyo, Roberto y Dolores Castro. “Octavio Novaro (1910-1991): un poeta olvidado”. *Proceso*, núm. 766 (1991): 46-49, disponible en [http://www.proceso.com.mx/157419/octavio-novaro-1910-1991-un-poeta-olvidado], consultado: 30 de agosto de 2020.
- Camacho Morfín, Thelma. “Los álbumes de ‘El Buen Tono’: fotografía y catolicismo social (México, 1894-1909)”. *Boletín Americanista*, año LXV, vol. II, núm. 71 (2015): 77-96, disponible en [https://revistes.ub.edu/index.php/BoletinAmericanista/article/view/14604/17768], consultado: 3 de marzo de 2022.
- Camacho Morfín, Thelma. *Imágenes de México. Las historietas de El Buen Tono de Juan B. Urrutia*. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2002.
- Camarillo, María Teresa. “Desencuentro laboral en el periodismo mexicano”. *Revista de la Universidad de México*, núms. 582-583 (1999): 34-38, disponible en [https://www.revistadelauniversidad.mx/articles/63822b98-d6e2-4f36-af4b-8d7945914b1e/desencuentro-laboral-en-el-periodismo-mexicano], consultado: 3 de noviembre de 2021.

- Castelli Olvera, Sarahi Isuki. “El campo y la historieta mexicana de fin de siglo”. *Religación. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, vol. v, núm. 25 (2020): 42-56, disponible en [<https://revista.religacion.com/index.php/religacion/article/view/665/655>], consultado: 11 de julio de 2021.
- Collado Herrera, María del Carmen. *Las derechas en el México contemporáneo*. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora/Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2015.
- Coral, Emilio. “La clase media mexicana: entre la tradición, la izquierda, el consumismo y la influencia cultural de Estados Unidos (1940-1970)”. *Estudios Históricos*, núm. 63 (2006): 103-126, disponible en [<https://www.estudioshistoricos.inah.gov.mx/revistaHistorias/?p=5059>], consultado: 27 de julio de 2019.
- Díaz Patiño, Gabriela. “‘Vidas Ejemplares’: la historieta en los proyectos culturales de las derechas en México (1954-1974)”. *Con-temporánea. Toda la Historia en el Presente*, núm. 11 (2019), disponible en [https://con-temporanea.inah.gov.mx/del_oficio_gabriela_patino_num11], consultado: 3 de septiembre de 2020.
- Dorfman, Ariel y Armand Materland. *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 1972.
- Eco, Umberto. *El superhombre de masas: retórica e ideología en la novela popular*. Barcelona: Lumen, 1995.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen, 1975.
- Enciso González, Jesús y Emmanuel Román Espinosa Lucas. “La industria cultural de la historieta mexicana: una visión desde la economía política”. *CuCo. Cuadernos de Cómic*, núm. 16 (2021): 132-153, disponible en [<https://erevistas.publicaciones.uah.es/ojs/index.php/cuadernosdecomic/article/view/1397/819>], consultado: 24 de febrero de 2022.
- Fabela Quiñonez, Guillermo (coord.). *Los diseños del futuro*, El Universal 25 años decisivos. México: Ediciones Gemika, 1994.
- Franco Quiroz, Fernando. “Editorial Novaro. La historia jamás contada”. *Kingdom* (2001), disponible en [<http://www.kingdomcomics.org/novaro/novhist.html>], consultado: 30 de agosto de 2020.
- Gard, Jorge. *Cuando Bruce Wayne se llamaba Bruno Díaz. Un viaje por Novaro*. Madrid: Diábolo Ediciones, 2016.
- González Marín, Silvia. *Prensa y poder político: la elección presidencial de 1940 en la prensa mexicana*. México: Instituto de Investigaciones Bibliográficas-Universidad Nacional Autónoma de México/Siglo XXI Editores, 2006.

- Granados Chapa, Miguel Ángel. *Buendía. El primer asesinato de la narcopolítica en México*. México: Grijalbo, 2012.
- Herner, Irene. *Mitos y monitos. Historietas y fotonovelas en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México/Nueva Imagen, 1979.
- Hinds, Harold E. y Charles M. Tatum. *No sólo para niños. La historieta mexicana en los años sesenta y setenta*. Aguascalientes: Instituto Cultural de Aguascalientes, 2007.
- Hormaechea Ocaña, Andrea. “El cómic como propaganda anticomunista durante la Guerra Fría (1947-1960)”. *Historia y Comunicación Social*, vol. xxv, núm. 1 (2020): 5-14, DOI: [doi.org/10.5209/hics.69221].
- Ixba Alejos, Elizer. “La creación del libro de texto gratuito en México (1959) y su impacto en la industria editorial de su tiempo. Autores y editoriales de ascendencia española”. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. xviii, núm. 59 (2013): 1189-1211, disponible en [https://www.comie.org.mx/revista/v2018/rmie/index.php/nrmie/article/view/285], consultado: 7 de noviembre de 2018.
- Medina, Gustavo. “Notas del traductor”. *Perú 21*, 8 de febrero de 2013, disponible en [http://blogs.peru21.pe/comics21/2013/02/notas-del-traductor.html], consultado: 31 de agosto de 2020.
- Moliné, Alfons. *Novaro, el globo infinito*. Madrid: Sinsentido, 2007.
- Monsiváis, Carlos. *A ustedes les consta: antología de la crónica en México*. México: Era, 2013.
- Ocampo Alfaro, Aurora Maura (dir.). *Diccionario de escritores mexicanos del siglo xx: desde las generaciones del Ateneo y novelistas de la Revolución hasta nuestros días*, tomo 6: N-Q. México: Centro de Estudios Literarios-Instituto de Investigaciones Filológicas-Universidad Nacional Autónoma de México, 2002.
- Pacheco, Marta. “El conservadurismo católico en campaña”. En *Los rostros del conservadurismo americano*, compilación de Renée de la Torre, Marta Eugenia García Ugarte y Juan Manuel Ramírez Sáiz, 151-169. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2005.
- Pérez Rosales, Laura. “Censura y control. La Campaña Nacional de Moralización en los años cincuenta”. *Historia y Grafía*, año xix, núm. 37 (2011): 79-113, disponible en [https://www.revistahistoriaygrafia.com.mx/index.php/HyG/article/view/7/pdf_4], consultado: 27 de julio de 2019.
- Pérez-Stadelman, Cristina. “*El Universal*: 98 años de historia”. *El Universal*, 1 de octubre de 2014, disponible en [http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion-mexico/2014/impreso/el-universal-98-aos-de-historia-218993.html], consultado: 30 de agosto de 2020.

- Ramírez Bonilla, Laura Camila. “Recristianizar para salvar. La Legión Mexicana de la Decencia como proyecto cultural en el *modus vivendi*”. *Signos Históricos*, vol. xxv, núm. 49 (2023): 122-157, disponible en [<https://signoshistoricos.izt.uam.mx/index.php/historicos/article/view/679>].
- Ramírez Bonilla, Laura Camila. “El radar moral de los cincuenta. La Comisión Nacional de Moralización del Ambiente frente a los medios de comunicación en México”. *Historia y Grafía*, año xxvi, núm. 51 (2018): 267-292, disponible en [<https://www.revistahistoriaygrafia.com.mx/index.php/HyG/article/view/240/185>], consultado: 31 de octubre de 2021.
- Rodríguez Reyna, Andrea. *Ni manchas ni damiselas: la constitución del estereotipo de la chica moderna en la historieta Adelita y las guerrilleras*, tesis de licenciatura en Letras Hispánicas. Guadalajara: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades-Universidad de Guadalajara, 2018.
- Romero, José Antonio. *El apostolado seglar*. México: Buena Prensa, 1955.
- Rubenstein, Anne. *Del Pepín a los Agachados. Cómic y censura en el México posrevolucionario*. México: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Sancho Cremades, Pelegrí, Carmen Gregori Signes y Santiago Renard Álvarez (eds.). *El discurs del còmic*. Valencia: Universidad de Valencia, 2008.
- Sarlo, Beatriz. *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires: Norma, 2004.
- Segovia Nava, Rosendo Alberto. *Análisis formal de los elementos compositivos, espaciales y estructurales en el cómic mexicano contemporáneo (2009-2011)*, tesis de licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. México: Escuela Nacional de Artes Plásticas-Universidad Nacional Autónoma de México, 2013.
- Serna Rodríguez, Ana María. “Prensa y sociedad en las décadas revolucionarias (1910-1940)”. *Secuencia. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, núm. 88 (2014): 111-149, doi: [doi.org/10.18234/secuencia.v0i88.1217].
- Sosenski, Susana. “El niño consumidor: una construcción publicitaria de mediados del siglo xx”. En *Ciudadanos inesperados. Espacios de formación de la ciudadanía ayer y hoy*, coordinación de Ariadna Acevedo Rodrigo y Paula López Caballero, 191-222. México: El Colegio de México, 2012.
- Tablada, José Juan. “Nueva York de día y de noche”. *El Universal*, año xv, tomo 58, núm. 5265, 29 de marzo de 1931, disponible en [<http://www.tablada.unam.mx/poesia/disco1/31mar29m.html>], consultado: 10 de enero de 2022.
- Tirado, Ricardo. “Los empresarios y la derecha en México”. *Revista Mexicana de Sociología*, vol. XLVI, núm. 1 (1985): 105-123, doi: [doi.org/10.2307/3540239].

- Torre Castellano, Renée de la. “Religión y cultura de masas. La lucha por el monopolio de la religiosidad contemporánea”. *Comunicación y Sociedad*, núm. 27 (1996): 161-198, disponible en [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/27_1996/161-198.pdf], consultado: 24 de abril de 2022.
- Torre Castellano, Renée de la, Marta Eugenia García Ugarte y Juan Manuel Ramírez Sáiz. *Los rostros del conservadurismo*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2005.
- UNESCO. *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. París/México: UNESCO/Fondo de Cultura Económica, 1982.
- Varela Ruiz, Leticia Teresita. “El sistema natural de la música de Augusto Novaro. Un nuevo paradigma musical para el siglo XXI”. *Arte, Entre Paréntesis*, núm. 3 (2016): 13-20, DOI: [doi.org/10.36797/aep.vi3.39].
- Yujnosky, Inés. “Cultura y poder: el papel de la prensa ilustrada en la formación de la opinión pública”. *H-México*, disponible en [<http://www.h-mexico.unam.mx/node/6549>], consultado: 27 de julio de 2021.
- Zacarías, Armando. “El papel del papel de PIPSA en los medios mexicanos de comunicación”. *Comunicación y Sociedad*, núms. 25-26 (1995-1996): 73-88, disponible en [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/25-26_1996/73-88.pdf], consultado: 24 de febrero de 2022.
- Zalpa, Genaro. *El mundo imaginario de la historieta mexicana*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes/Instituto Cultural de Aguascalientes, 2005.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Baúl del Cómic. “Historia de Editorial Novaro”, 12 de marzo de 2009, disponible en [http://www.bauldelcomic.com/comentarios_news.php?num=7], consultado: 30 de agosto de 2020.
- Don 5a. “Novaro, el coloso mexicano”. *La Quinta Dimensión*, disponible en [<http://la5a-dimension.blogspot.com/2016/10/novaro-el-coloso-mexicano.html>], consultado: 27 de julio de 2021.
- “El gran catálogo”. *Tebeosfera*. *Cultura Gráfica*, disponible en [https://www.tebeosfera.com/entidades/ediciones_recreativas_s._a._de_c._v..html], consultado: 27 de julio de 2019.
- “Los cómics Novaro peruanos”. *Kingdom*. *El universo de los cómics Lima, Perú*, disponible en [<http://www.kingdomcomics.org/peru-novaro.html>], consultado: 27 de julio de 2019.

- “Luis Novaro”. *Historieta Mexicana*, disponible en [<https://www.facebook.com/HistorietaMexicana/photos/editorial-novarosello-surgido-en-1964-como-organizacion%C3%B3n-editorial-de-varios-sello/1588491614586122/>], consultado: 20 de diciembre de 2021.
- “Novaro Fiora del Fabro, Octavio”, 1991. Universidad Nacional Autónoma de México, *Escritores del Cine Mexicano Sonoro*, disponible en [http://escritores.cinemexicano.unam.mx/biografias/N/NOVARO_fiora_del_fabro_octavio/biografia.html], consultado: 30 de agosto de 2020.
- Pantoja, Raúl. “Los cómics más buscados de México: 9º lugar”. *Comikaze. Por Amor al (9º) Arte*, septiembre de 2014, disponible en [<https://comikaze.net/los-comics-mas-buscados-9/>], consultado: 31 de agosto de 2020.
- Pardo, Andrés. “Luis Novaro: fundador de Editorial Novaro”, *Historietas*, 27 de noviembre de 2011, disponible en [<https://n-o-v-a-r-o.blogspot.mx/2011/11/luis-novaro-fundador-de-editorial-novaro.html>], consultado: 30 de agosto de 2020.
- Pardo Piccone, Andrés (dir.). *Novaro, el coloso mexicano*. México/Uruguay: Cineteca Nacional/K3Films/SONY/Lomas Post, 2012, disponible en [<https://www.youtube.com/watch?v=pgF3XxqP4f4>], consultado: 27 de julio de 2021.
- Pío X. *Discurso sobre las tareas de la prensa católica*, 26 de junio de 1929, disponible en [<https://www.comunicazione.va/it/magisterio/documenti/discorso-del-santo-padre-pio-xi-sui-compiti-della-stampa-cattoli.html>], consultado: 24 de febrero de 2022.
- Pío X. Encíclica *E Supremi Apostolatus de Pío X-1903*, 4 de octubre de 1903, disponible en [<https://fsspx.mx/es/e-supremi-apostolatus-de-p%C3%ADo-x-1903-0>], consultado: 24 de febrero de 2022.
- Pío XI. *Carta encíclica Divini Illius Magistri de su santidad Pío XI. Sobre la educación cristiana de la juventud*, 31 de diciembre de 1929, disponible en [https://www.vatican.va/content/pius-xi/es/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_31121929_divini-illius-magistri.html], consultado: 24 de febrero de 2022.
- Pío XII. *L'importance. Discurso sobre la prensa católica y la opinión pública*, 17 de febrero de 1950, disponible en [https://www.vatican.va/content/pius-xii/es/speeches/1950/documents/hf_p-xii_spe_19500217_la-presse.html], consultado: 24 de febrero de 2022.
- Pío XII. *Carta encíclica Miranda Prorsus del sumo pontífice Pío XII. Sobre el cine, la radio y la televisión*, 8 de septiembre de 1957, disponible en [https://www.vatican.va/content/pius-xii/es/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html], consultado: 24 de febrero de 2022.

Sanviator. Comunidad Viatoriana, disponible en [<https://sanviator.net/multimedia/biblioteca/comic-vidas-ejemplares/>], consultado: 3 de septiembre de 2020.

Spenser, Daniela. “Dos proyectos de nación: el presidente Lázaro Cárdenas y el dirigente obrero Lombardo Toledano”. *Ciclo: Medio Siglo de la Muerte de Lázaro Cárdenas*. México: Academia Mexicana de la Historia, 3 de agosto de 2020, disponible en [<https://www.facebook.com/watch/?v=2748163852062692>], consultado: 24 de febrero de 2022.

Superman de la Editorial Novaro, disponible en [<http://superman.marianobayona.com/lanostalgiaadenovaro.htm>], consultado: 24 de febrero de 2022.

ENTREVISTAS

Entrevista con Gabriel Novaro, hijo de Octavio Novaro, 5 de noviembre de 2018.

Entrevista con Gabriel Novaro, nieto de Octavio Novaro, 5 de noviembre de 2018.

GABRIELA DÍAZ PATIÑO: Es doctora en Historia. Investigadora de tiempo completo del Centro de Estudios Interdisciplinarios (CEID) y profesora de la Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1. Algunas de sus publicaciones más recientes son las siguientes: “Una aproximación a la narrativa y la poética de la derecha mexicana en el contexto constitucionalista de 1917”, en *Las derechas mexicanas frente a la Constitución, siglos xx y xxi*, coordinación de Tania Hernández Vicencio, Austreberto Martínez, Laura C. Ramírez y César E. Valdez (México: Universidad Iberoamericana, 2021); “La Cruzada Eucarística y la Campaña Espiritual: contraofensiva eclesíástica en el inicio del *modus vivendi*”, en *Activismo católico. Acuerdos de paz y modus vivendi en México*, coordinación de Tania Hernández, María Gabriela Aguirre y Gabriela Contreras (México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, 2020); “Vidas Ejemplares: la historieta en los proyectos culturales de las derechas en México (1954-1974)”, *Con-temporánea. Toda la historia en el presente*, núm. 11 (2019).

D.R. © Gabriela Díaz Patiño, Ciudad de México, enero-junio, 2023.