

Chiquitín: una historieta para la renovación espiritual y moral de México (1945-1963)

Gabriela Díaz Patiño*

CENTRO DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARES. CEID

RESUMEN: *Este artículo se propone dar a conocer, mediante su análisis, la primera historieta confesional católica de amplios alcances editoriales. Me refiero a la revista Chiquitín. Una revista para muchachos, impresa en los talleres de la editorial católica Obra Nacional Buena Prensa, dirigida por miembros de la Compañía de Jesús en México. Entre 1945 y 1963 —años en los que permaneció vigente— Chiquitín se presentó como la propuesta de una historieta de la Iglesia católica en México, ante el despunte que dicho formato de revista había logrado convirtiéndose en esos años en la más exitosa de las industrias creativas en México. El interés se enfoca en explicar los propósitos pastorales de la historieta Chiquitín y en profundizar sobre su propia elaboración en términos artísticos, literarios y comerciales.*

PALABRAS CLAVE: *historietas, Chiquitín, Buena Prensa, jesuitas, cultura impresa.*

Chiquitín: a comic for the spiritual and moral renewal of Mexico (1945-1963)

ABSTRACT: *This article intends to make known through its analysis the first Catholic confessional comic strip with wide editorial reach. I refer to Chiquitín. A magazine for boys printed in the workshops of the Catholic publishing house Obra Nacional Buena Prensa run by members of the Society of Jesus in Mexico. Between 1945 and 1963 —years in which it remained in force— Chiquitín was presented as the proposal of a comic strip of the Catholic Church in Mexico, given the emergence that magazine format had achieved, becoming in those years the most successful of the creative industries in Mexico. The interest focuses on explaining the pastoral purposes of the comic Chiquitín and on delving into its own development in artistic, literary and commercial terms.*

* diazpatinog@gmail.com

KEYWORDS: *comics, Chiquitín, Buena Prensa, jesuits, printed culture.*

INTRODUCCIÓN

La historia de las historietas en México tiene importantes investigaciones que han logrado esclarecer el vínculo de las tiras cómicas introducidas en algunos periódicos, hacia el último cuarto del siglo XIX, con los orígenes de las historietas ya en su formato de revista [Herner 1979; Bartra 2002: 127-156; Acevedo *et al.* 2011]; se han registrado los nombres de los empresarios que iniciaron en el país el negocio de la historieta y los títulos de muchas historietas de amplia duración, como de otras que fueron efímeras [Aurrecoechea *et al.* 1988, 1994; Camacho 2002; Bautista 2016]. Por medio de estudios sobre la materialidad de las historietas ha sido posible investigar los números de venta de algunas historietas, costos de producción, costos de venta, distribuidores, tipos de papel, tinta, tamaños de los ejemplares, entre otros, y analizar la producción creativa: guionistas, ilustradores, tipógrafos [Malvido 1989; Segovia 2013]; también se han estudiado las implicaciones de su posesión y lectura desde una perspectiva socio-cultural [Rubenstein 2004; Zalpa 2005].

Pero, particularmente el tema de las historietas confesionales es un tema poco abordado en términos generales y en el caso especial de México prácticamente es un tema inexplorado. En Estados Unidos existen algunos trabajos que exploran el papel de la religión en los comics o los estereotipos religiosos, reflejados en la literatura del comic [Lewis *et al.* 2010; Koltum-Fromm, 2015]. Para el caso mexicano, he abordado el análisis de una de las historietas confesionales de mayor éxito comercial, tanto en México como en varios países de América Latina y en España, *Vidas Ejemplares* que, cabe señalar, se creó a partir de la asociación entre la editorial jesuita Buena Prensa y la editorial más importante en la producción de historietas en el país, Editorial Novaro, creada y dirigida por los medios hermanos Luis y Octavio Novaro en el año de 1949, primero reeditando en español comics estadounidenses para posteriormente, crear una línea de historietas nacionales, entre las que se encontraba, desde 1954, *Vidas Ejemplares*. [Díaz 2019].

En ese sentido, al tener conocimiento de la existencia de una historieta confesional católica —previa a *Vidas Ejemplares*— como *Chiquitín*, impresa en los talleres de Buena Prensa, una editorial dirigida por miembros de la Compañía de Jesús y surgida en México en 1936 saltan diversas incógnitas sobre las razones de su producción: ¿dónde nace el interés de la Compañía

de Jesús por crear una revista en formato de historieta?, ¿por qué fue la editorial Buena Prensa la encargada de desarrollar dicho proyecto?, ¿cuáles son las características materiales de la historieta confesional *Chiquitín*?, ¿por qué el interés dirigido hacia el público infantil y juvenil?, ¿qué temas se introdujeron y de qué forma se abordaron?

Este artículo, enmarcado en el campo de las comunicaciones y su relación con la Iglesia católica, estudia la historieta *Chiquitín*. Una revista para *muchachos*, a lo largo de los casi 18 años que duró el proyecto (1945 a 1963). El interés está centrado en entender el acercamiento de la Iglesia católica por medio de la Compañía de Jesús hacia la producción de un medio de comunicación bajo el formato de una historieta y los contextos que envolvieron el desarrollo histórico de la misma.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL PROGRAMA PASTORAL DE ACCIÓN CATÓLICA EN MÉXICO

En México, el proceso de secularización que se desarrolló a lo largo del siglo xix continuó con mayor firmeza con los gobiernos posrevolucionarios, derivando en un levantamiento armado en defensa de las libertades religiosas de 1926 a 1929. Después de la cruenta guerra, los acuerdos para reestablecer la paz y las relaciones entre el Estado y la Iglesia católica en 1929, llevaron a esta última a replegar sus críticas al Estado en espacios reservados hacia al ámbito de la sociabilidad religiosa como las asociaciones y las publicaciones periódicas, las cuales fueron retomadas para ser reestructuradas y fortalecidas, bajo los parámetros del programa pastoral de Acción Católica diseñado por los papas Pío x y Pío xii, principalmente. En particular, la mirada eclesiástica se dirigió hacia los medios de comunicación masivos (cine, radio y prensa) que ya para principios del siglo xx se veía que podían tener un alcance e impacto de trascendencia sobre las sociedades. [Pío x 1903, 1905a, 1905b, 1910; Pío xii 1922, 1929].

Al pensar en esos alcances que tenían los modernos medios de comunicación sobre una población, la cual, desde la perspectiva de los miembros de la jerarquía católica mexicana, estaba siendo arrebatada por el Estado y por influencias ideológicas extranjeras, como el comunismo, entre otras, se decidió a reforzar y modernizar la tradición comunicativa con la prensa periódica, el medio de comunicación más ampliamente desarrollado por la Iglesia católica en general y por miembros de la Compañía de Jesús en particular. Frente al desarrollo industrial y comercial de una prensa periódica que venía transmitiendo ideas y valores no sólo distintos sino, desde la óptica eclesiástica, errados a las nuevas generaciones de mexicanos, se

pensó en las publicaciones periódicas como una herramienta de transmisión doctrinal y difusión del programa Acción Católica en México.

De esta forma, se fundó en México oficialmente, en 1936, la editorial *Obra Nacional Buena Prensa*, bajo la dirección del sacerdote jesuita José Antonio Romero, quién desde sus años como seminarista, manifestó un profundo interés en los medios de comunicación como propaganda para los diversos programas pastorales diseñados por la Iglesia católica.

Después de los acuerdos de paz de 1929, el padre Romero fue enviado a Sinaloa con el objetivo de iniciar el programa de Acción Católica en ese estado. Ahí, dio inicio a la elaboración de un programa editorial con algunas publicaciones periódicas y hojas sueltas de propaganda católica, proyectos que lo promovieron para su regreso a la capital del país. El arzobispo de México, Luis María Martínez, tomó la decisión de colocarlo en la dirección de un proyecto editorial que apoyara el plan de renovación del catolicismo, siguiendo las directrices del programa de Acción Católica en México; así nació la editorial *Buena Prensa*. Varios son los proyectos elaborados por la editorial, desde hojas de propaganda religiosa, revistas eclesiásticas, informativas —sobre el acontecer católico religioso en el mundo y en el país— devocional, de asociaciones laicas y revistas destinadas al público infantil y juvenil.

Precisamente, ese sector de la sociedad había comenzado a ser visualizado por la Iglesia católica como de los más importantes en el programa de “renovación religiosa”. En la medida en que las políticas del Estado posrevolucionario colocaban a la Iglesia católica como supeditada al poder civil, por medio de una política educativa que quería formar a las nuevas generaciones de ciudadanos con libertad de conciencia, prohibiendo la instrucción religiosa en las aulas escolares, la niñez y juventud mexicana estaban en posibilidades de caer más fácilmente —de acuerdo con el pensamiento del clero nacional— en el indiferentismo religioso o, peor aún, en otras religiones. A esto, se sumaban las diversas ideologías que entraban de distintas formas al país, las renovadas tecnologías, la urbanización y el crecimiento de una industria del entretenimiento que estaba cooptando las mentes infantiles y juveniles con mensajes ajenos a la tradición cultural y moral de los mexicanos, por lo que se hacía necesaria una intervención importante para combatir los elementos de la modernidad de principios del siglo xx, que estaban promoviendo “el abandono y rechazo de Dios” [Pío x 1903].

Y buena parte de la industria del entretenimiento, principalmente de la industria editorial, estaba llenando el mercado con materiales para el público lector en términos generales. Entre las décadas de 1920 y 1930 el mundo editorial en México vivió un desarrollo industrial y profesional que se vio

reflejado en la fundación de una importante cantidad de periódicos y en la calidad de los mismos. El desarrollo urbano que se comenzaba a suscitar en algunas poblaciones, principalmente en la ciudad de México y las políticas educativas que, aunque todavía con grandes rezagos, vio aumentar a la población lectora propiciaron un aumento en las ventas de periódicos y revistas [González 2006]. Esas mismas circunstancias provocaron el acercamiento de la población en general a los periódicos, aunque fuese sólo para observar las imágenes fotográficas o las tiras cómicas incluidas.

El gusto por las insertar por tiras cómicas derivó en la producción de revistas de historietas: publicación con una serie de personajes ilustrados acompañados de breves textos en viñetas contando una situación cotidiana, muchas veces cómica y otras, dramática. Nuevos empresarios de la cultura impresa, generados a partir de sectores medios posrevolucionarios o nacidos algunos de las propias entrañas del mundo editorial como José García Valseca, Ignacio Herrería y Francisco Sayrols apostaron por la producción de estas revistas cuyos títulos de *Paquín*, *Pepín*, *Paquito* o *Chamaco* volcaron a un público lector y escucha por la adquisición de esos ejemplares. Entre las décadas de 1940 y principios de 1950 el público lector de historietas creció exponencialmente, convirtiéndose ese formato en uno de los entretenimientos de mayor éxito en el país. [Aurrecoechea *et al.* 1988: 13-17, 56-69].

En su interior se presentaban todo tipo de historias e imágenes, desde las muy candidas, simpáticas e hilarantes hasta dramas cotidianos, inesperados, incluso, macabros y soeces. Los artistas gráficos hacían retrato de los hombres y mujeres, infantes o personas mayores en todo tipo de escenarios, tanto los más amables como los más trágicos y emotivos.

Para el clero, para los otros sectores conservadores de la sociedad y el propio Estado mexicano —dirigido por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) de corte derechista— los contenidos de las historietas podían representar un peligro para la moral de la sociedad, pues eran los niños y jóvenes quienes más peligro corrían frente a las nuevas libertades y los estímulos proporcionados por los medios de comunicación en general, por lo que se hacía necesaria la censura por medio de organismos institucionales o el incremento de alternativas que contrarrestaran los influjos de esos medios. El Estado creó en 1945 la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas con el objetivo de depurar la literatura, en especial la dirigida hacia la niñez [Rubenstein 2004: 172-180]. También presentó una propuesta de historietas didácticas como parte de los programas de la Secretaría de Educación Pública (SEP) [Chávez 2008: 51-76].

Por su parte, la jerarquía eclesiástica mexicana, con el movimiento de Acción Católica, encaminó la moralización de la sociedad como el principal

de sus objetivos. Teniendo la Compañía de Jesús amplia experiencia en el desarrollo de proyectos editoriales de importante éxito en el país como *El Mensajero del Sagrado Corazón de Jesús*, entre otras publicaciones, era lógico que la jerarquía eclesiástica mexicana encargará a los jesuitas la misión de renovación y fortalecimiento del área de las comunicaciones en general y editorial en particular.

LA COMPAÑÍA DE JESÚS, LAS HISTORIETAS Y LA NIÑEZ

El antecedente de historietas confesionales en México se encuentra en los esfuerzos de la Compañía de Jesús para introducir, en el proceso de formación religiosa, a los niños a través primero con la creación de una asociación eucarística vinculada al Apostolado de la Oración, pero exclusiva en sus actividades para la niñez católica del mundo, denominada La Cruzada Eucarística de los Niños [Díaz 2020: 179-180].

Los primeros centros de dicha asociación en México se fundaron a mediados de 1919 bajo la iniciativa del padre Bernardo Bergoend s. j. y en 1923 salió a la luz el primer número de la revista *La Cruzada Eucarística*, órgano de difusión de dicha asociación, dirigida por el padre Joaquín Cardoso s. j. El objetivo de la revista era generar un espacio de información sobre el programa pastoral de Acción Católica en el país, dar a conocer los avances del desarrollo de la asociación La Cruzada Eucarística e introducir en los hogares mexicanos una lectura familiar. Aunque la revista estaba más bien dirigida a los directores diocesanos, directores locales y celadores de los centros de la Cruzada y a los padres de familia, a quienes se les quería mantener informados sobre las acciones pastorales en el Vaticano y en el ámbito nacional, también tenía como objetivo ofrecer una lectura a la niñez y juventud del país. En ese sentido, se introdujo al interior de la revista una sección dedicada particularmente a ese sector de la sociedad. La sección consistía en la narración de una novela por entregas o de folletín —como se llegó a conocer en el siglo xix— con algunas imágenes que ilustraban partes de la historia narrada, misma que llegaba a durar hasta más de un año. Más tarde se agregó, aunque esporádicamente, una sección de historieta o tira secuenciada, que llegó a ocupar una página completa- al estilo de los periódicos de la época.

La revista *La Cruzada Eucarística* se mantuvo bajo la dirección del padre Cardoso durante 14 años. A partir de enero de 1938 cambió la administración a manos del padre José Antonio Romero, quién, siendo director de la editorial Buena Prensa, tomó la decisión de incorporar la revista *La Cruzada Eucarística* como parte de sus proyectos editoriales. Bajo su administración

la revista fue cambiando de formato e incluyendo contenidos mucho más dirigidos a los infantes como la incorporación eventual de tiras cómicas, pero no fueron constantes.

Ese mismo año apareció como suplemento en el interior de *La Cruzada Eucarística* —que seguía manteniendo su carácter informativo y noticioso— una nueva revista bajo el título de *La Cruzada. La Revista de los niños*. Dicha revista era plenamente de entretenimiento para niños y jóvenes, con contenidos que divertían, eran instructivos sobre valores y comportamientos propios del catolicismo. Ésta revista puede ser considerada el primer gran esfuerzo de la Compañía de Jesús en México para la aproximación a la producción de una historieta, aunque propiamente debe considerarse una revista infantil, con contenidos diversos que incluían algunas historietas. La revista tuvo una duración de siete años. Para finales de 1944 se anunciaba que *La Cruzada* sería reemplazada por otra revista bajo el título de *Chiquitín*, con los mismos objetivos de entretener al público infantil y juvenil, pero ¿cuáles fueron las razones de dejar el proyecto inicial que parecía tener una recepción importante, para dar inicio a otro con características similares?

CHIQUITÍN, PALADÍN DE LA MORALIDAD CATÓLICA MEXICANA A MEDIADOS DEL SIGLO XX

Según Aurrecochea y Bartra [1988:13-17], en la década de 1940 las historietas alcanzaron un apogeo inusitado que se vio reflejado en el aumento del tiraje de historietas como *Pepín*, de la cadena García Valseca y *Chamaco* de Publicaciones Herreras. Como ya se mencionó, las llamadas “revistas de monitos” se convirtieron en uno de los entretenimientos más importantes de la población —principalmente de la naciente población urbana, pero llegaron a muchos rincones inimaginables— por su bajo costo, por la posibilidad de llevarla consigo, de prestarla o intercambiarla y por las historias que retrataba. Con un lenguaje accesible, coloquial y cercano los sectores marginales o menos favorecidos económicamente se veían reflejados, pues la mayor parte de esas revistas ilustraban y hacían crítica, incluso sorna de los sectores ricos, de los jefes de oficinas, de los empleadores, pero también de los pobres, de los trabajadores, obreros, oficinistas, jardineros, secretarías, trabajadoras del hogar; presentaban la situación social y sentimental de las mujeres bajo el contexto de la modernidad: mujeres casadas, madres abnegadas o amargadas, solteras, engañadas, abandonadas, trabajando en el hogar y fuera de él; reflejaban a la niñez y juventud pobre, en abandono, bajo el peligro de “malas compañías”, a merced de la delincuencia y de vicios como el alcohol o el cigarro; o los hombres representados como

machistas, alcohólicos, delincuentes, trabajadores abusados. En ese retrato social las historietas mostraban la picardía, el morbo por lo desconocido y prohibido, la irreverencia, el cinismo, la trampa y el oportunismo de la sociedad, entre otras conductas.

Frente a esas representaciones sociales, que estaban inundando el mercado lector de la población mexicana, se levantaron voces diversas que calificaban a los también denominados “pepines” como publicaciones vulgares e indecentes, reproductoras de imágenes depravadas del ser humano. Diversas organizaciones seculares católicas como los Caballeros de Colón, la Legión Mexicana de la Decencia o la Unión de Padres de Familia en el ámbito nacional y vinculadas con otras organizaciones regionales aprovechaban sus espacios de reunión u órganos de divulgación propios para denunciar o advertir sobre los peligros a los que se exponían quienes tuvieran acercamiento a las revistas de historietas. [Rubenstein 2004: 139-197]. La llegada de gobiernos cercanos a las jerarquías eclesásticas católicas —como el de Ávila Camacho, Miguel Alemán y otros de las décadas de 1940 y 1950— permitió el crecimiento de esos espacios seculares católicos en la medida en que podían influir sobre la feligresía de manera más directa que el propio Estado, limitado por las leyes constitucionales sobre libertad de prensa. La Iglesia católica y esos grupos moralistas podían expresar abiertamente sus ideas sobre la modernidad, la cual, desde su perspectiva, estaba poniendo en mayor peligro la moralidad católica de la población mexicana. Así lo describía un miembro de la Compañía de Jesús a finales de 1944: “Hay una plaga que es una amenaza para la inocencia de los niños: las revistas inmundas, obscenas, repugnantes, criminales que tanto mal hacen a la niñez: las revistas de monitos” [Cantú 1945: 63].

Los avances técnicos y artísticos logrados en la industria del comic y/o historieta nacional, junto con el crecimiento del mercado de las historietas, tanto en su producción como en el gusto del público propició, entre los directivos de la Obra Nacional de Buena Prensa, la idea de crear una historieta que cumpliera con los estándares del mercado nacional en lo técnico y en lo creativo, pero pensando en ofrecer al público lector, ávido de las historietas, contenidos que fortalecieran los valores y moralidad católicos. De esta forma, el 7 de enero de 1945 salió a la venta el número 1 de *Chiquitín. Revista para muchachos*. Y así se anunciaba su aparición en una reunión para celebrar un aniversario de la Asociación del Apostolado Secular:

Hay también en la Buena Prensa y se recomienda con insistencia a los socios del Apostolado, sobre todo a las directivas para que hagan vacío a las revistas pornográficas dedicadas a los niños y se recomienda que se suscriban a la re-

vista semanaria que se llama “La Cruzada” [la cual ya había sido sustituida por *Chiquitín*] que pueden leer los niños de la Cruzada [la asociación eucarística infantil la Cruzada Eucarística de los niños] y los que no pertenezcan a ella, ya que ahora leen los monitos hasta los hombres con barba; pues a los hombres con barba también pueden enseñarles esos monitos, historias, cuentos que no perjudican si no que instruyen en la religión y que excitan al alma para practicar la virtud; las intenciones que se reparten, tan necesarias para fomentar el espíritu de piedad las revistas están para acordarnos constantemente de nuestro deber, de nuestros compromisos [Cantú 1945: 63].

Chiquitín. Una revista para muchachos es de las primeras historietas confesionales en México, destinada especialmente al sector infantil —niños entre cinco y 12 años— y juvenil —entre 12 y 18 años. El primer número, como ya se dijo, salió el 7 de enero de 1945 y el último, con el número 586, salió el 1 de septiembre de 1963. Se publicó semanalmente, todos los domingos, hasta diciembre de 1954, a partir del primer número del año 1955 fue mensual. Inició con un costo de \$0.10 por ejemplar y la suscripción anual por \$5 pesos. La intención era que la revista llegara al público mexicano, pero se aspiraba llegar también a otros lectores latinoamericanos. Debido al éxito comercial de las historietas en el país y al del propio proyecto de *Chiquitín*, a partir del año de 1950 la revista amplió sus destinatarios, dirigiéndose entonces a todos los públicos. Y así lo hicieron saber sus editores cambiando el subtítulo de *Una revista para muchachos* por *Una revista para todos* [imágenes 1 y 2].



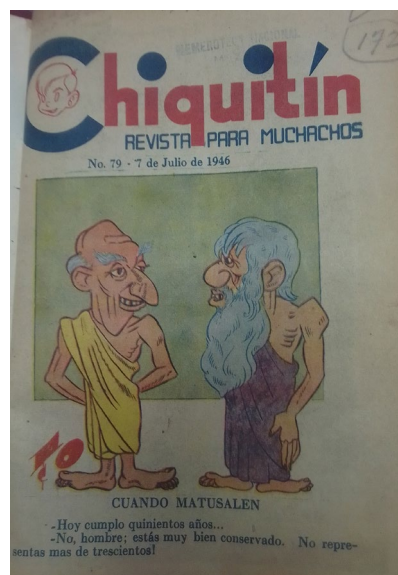
Imagen 1. Portada de *Chiquitín*. Revista para muchachos, 1, 7 de enero de 1945. Buena Prensa. México. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.



Imagen 2. Portada de *Chiquitín*. Revista para todos, 314, 7 de enero de 1951. Buena Prensa. México. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

Chiquitín estuvo dirigida por el padre José Antonio Romero s. j. hasta mayo de 1961, a partir de junio de ese año fungió como director el padre E. Torroella s. j. hasta septiembre de 1962 y, desde octubre de ese año hasta su último número en existencia en septiembre de 1963, fue director el padre Wifredo Guinea.

El perfil creativo de *Chiquitín*, aunque siguió la línea de *La Cruzada* en algunos aspectos, marcó algunas diferencias. El tamaño de la revista cambió de grapa o estándar (17 cm de ancho x 26 cm de alto), como ahora se les conoce, a uno más pequeño (13 cm de ancho x 20 de alto). Siguiendo el prototipo de las revistas de historietas nacionales, la portada de *Chiquitín* fue aprovechada para llamar fuertemente la atención de niños y grandes por medio de una mayor calidad de impresión por el tipo de papel y por el color, en especial por la contundencia de imágenes con una pequeña anécdota "cómica" que marcaba estereotipos sociales y que actualmente no serían aceptables, como se puede observar en las siguientes imágenes [imágenes 3, 4 y 5].



Imágenes 3, 4 y 5. Portadas de *Chiquitín. Revista para muchachos*, 6, 1945; 79, 1946; 117, 1947. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

Al interior, el papel e impresión se manejaba de menor calidad y con colores sepia o blancos y negros. Además de cierto financiamiento por parte de la propia institución eclesiástica católica, otorgada a la editorial Buena Prensa, la revista *Chiquitín* contaba con la venta individual, por suscripción de la misma y con la venta de espacios publicitarios al interior de la revista. Se siguió con la tónica publicitaria de *La Cruzada*, cada vez con mayor número de anunciantes, toda vez que se comprendió que el lector de historietas era susceptible consumidor de los productos que se anunciaban al interior (bebidas gaseosas como Orange-Crush, pasta de dientes Colgate, relojes Steelco, entre otros), razón por la cual también resultaba significativo llevar, bajo el mismo formato de viñetas secuenciadas, la propia propaganda, como fue el caso de Maizena. Destaquemos que la publicidad abría las posibilidades de una mayor duración para la revista en tanto, como sabemos, generaba entradas más seguras y constantes de capital [imagen 6].



Imagen 6. Propaganda al interior de la revista *Chiquitín*. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

El contenido de *Chiquitín* es versátil, con variadas secciones que llaman la atención de niños y jóvenes de diversas edades en esa época. Las notas editoriales manejaban igualmente temas varios. En sus inicios se dio prioridad a establecer la perspectiva católica sobre la modernidad, los avances tecnológicos, principalmente en los medios de comunicación y el impacto que esa modernidad estaba ejerciendo sobre la espiritualidad y religiosidad católica:

Mientras los hombres aplicándose a inventar recreos de todo género que no tardan en disgustarles, la Naturaleza, con una bondad maternal, ofrece a todos sus hijos el menos costoso, el más inocente y el más durable de los placeres, el de que gozaban nuestros primeros padres en el Paraíso terrenal, y que la depravación del hombre desdeña por otro género de vanas e insanas diversiones; por poco que hayamos conservado la primitiva sencillez, es casi imposible no hallar mil encantos que observar en la Naturaleza. Así el pobre como el rico puede proporcionarse este placer y gusto. En comparación de ellos, ¿cuán frívolas y engañosas son esas diversiones tan estudiadas y magníficas que busca el poderoso con tantos cuidados y dispendios, y al propio tiempo cuán efímeras! [“Miramos sin Amor”. *Chiquitín*, No. 2, 1945].

Los temas abordados en la editorial de cada número iban más dirigidos hacia los padres de familia o a un público un tanto más maduro. Con un lenguaje más formal, eran tratados temas sobre los comportamientos sociales y las actitudes entre los seres humanos frente a circunstancias de confrontación individual y social. De tal forma que se abordaban aspectos sobre las virtudes como el buen ánimo, sobre los hábitos domésticos como levantarse temprano, asearse, comer bien, la limpieza del hogar, el respeto a la autoridad, la influencia de la religión sobre todos esos aspectos de la vida en sociedad y su papel como guía de las nuevas generaciones en su camino hacia la “dignificación humana”. También se aprovecharon las páginas editoriales para establecer la posición de la Iglesia católica con relación a temas de orden político y social como la introducción del comunismo o las políticas educativas en el país. Ejemplificando la forma en que se introducían estos temas en una revista de historietas como *Chiquitín*, cito el siguiente texto que hace referencia a la educación laica:

La escuela sin Dios, sea cual fuere la aparente neutralidad con que el ateísmo se disimula, es una indigna mutilación del entendimiento humano, en lo que tiene de más ideal y excelso: es una extirpación brutal de los gérmenes de la verdad y de la vida que latén en el fondo de toda alma, para que la educación

los fecunde. No sólo la Iglesia Católica, oráculo infalible de la verdad, sino todas las ramas que el cisma y la herejía desgajaron de su tronco, y todos los sistemas de filosofía espiritualista, y todo lo que en el mundo lleva algún sello de nobleza intelectual, protestan a una contra esa intención sectaria y sostienen en las respectivas escuelas confesionales, o aquellas, por lo menos, en que los principios cardinales de la teodicea sirven de base y supuesto a la enseñanza, y la penetran suave y calladamente en su influjo ["La educación sin Dios". *Chiquitín*, No. 82, 1946].

También se comenzaron a introducir en la página editorial temas de conocimiento general como la biografía de algún músico, científico o profundizar sobre algún tema de historia universal o de México. Se incluían secciones de entretenimiento como preguntas curiosas, chistes, temas de ciencia o cultura general, algunas secciones de amenidades como aprender a dibujar o recortar imágenes para la diversión de los pequeños.

Pero también se procuró mantener una conexión con el público lector por medio de otras secciones como la creación de un ALBUM en el que semanalmente se presentaba la fotografía de alguno de los niños suscriptores o lectores cotidianos de *Chiquitín*, registro que también proporcionaba a los creadores de la revista una aproximación sobre el público lector de la misma. Esta sección llama particularmente la atención pues gracias a las imágenes fotográficas que enviaban los pequeños lectores o sus padres, se visualizan los sectores que accedían a la lectura de *Chiquitín*. Dominan las fotografías de niñas y niños de ambientes urbanos, desde las grandes ciudades como la de México o Guadalajara hasta pequeñas poblaciones urbanas del interior de la República con edades de los dos años hasta jóvenes de más de 18 años. Por medio de esas imágenes podemos observar también grupos de niñas y niños ordenados junto a la presencia de un sacerdote, muy probablemente gran parte del público lector se encontraba en grupos catequéticos o en miembros de la asociación La Cruzada Eucarística los cuales eran suscritos a la revista con el apoyo de los padres de familia [imágenes 7, 8 y 9]. Con el mismo tenor de mantener comunicación con los lectores, se creó otra sección para responder preguntas del público y un concurso de cuento, en el que el ganador tendría como recompensa la publicación de su escrito en las páginas de la revista.



Imagen 7. Sección "Fotos de nuestros lectores" en *Chiquitín*, 25, junio de 1945. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

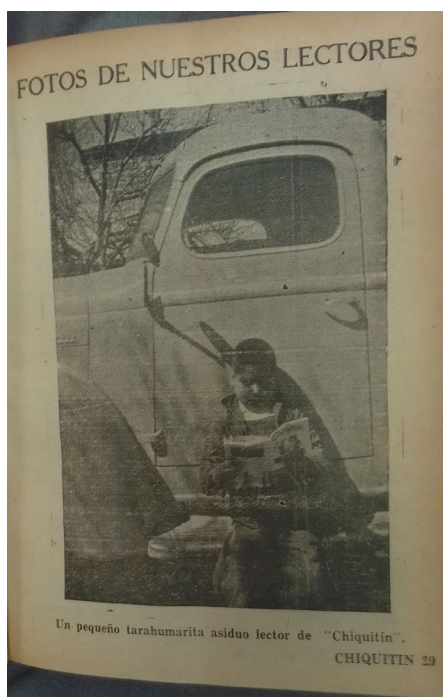


Imagen 8. Sección "Fotos de nuestros lectores" en *Chiquitín*, 3, agosto de 1945. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

Imagen 9. Sección “Fotos de nuestros lectores” en *Chiquitín*, 176, mayo de 1948. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.



La publicación de *Chiquitín* debió ser un acontecimiento relevante para ciertos sectores de la sociedad, los de ideas más tradicionales y apegados a la moral católica, que veían por primera vez un esfuerzo verdaderamente importante por su calidad de producción y por ofrecer con imágenes, historias y entretenimiento “una lectura sana” que pudiera competir en popularidad con los “pepines”. Se había comprendido que las nuevas generaciones, aún en su mayoría analfabetas, estaban integrando como parte de su entretenimiento la lectura en imágenes que proporcionaban las historietas. Esas revistas que permitían la doble lectura en imágenes y texto posibilitaba a muchos iniciar su acercamiento a las letras y a otros reforzar su lectura con apoyo de las imágenes.

Pero, para los creadores de *Chiquitín*, más que una revista con posibilidades didácticas o incluso de entretenimiento, su objetivo era incidir sobre la formación ética y moral de la sociedad mexicana, principalmente su niñez y juventud. En ese sentido, otro aspecto importante para la revista, que surgía como producto de un movimiento en contra de las revistas de historietas nacionales como *Pepín* o *Chamaco*, era legitimar su función instructiva y moralizante a la vez que reiterar el “peligro” de esas otras lecturas. Así se planteaba en una de sus editoriales:

Amáis la lectura y por eso me alegro mucho, porque así podéis instruiros y educaros. Pero debo advertiros que la lectura, así como es una excelente manera de instrucción, también puede serlo de corrupción; y a lo que veo, alguno de vosotros tiene ya experiencia, y lo malo es que no quiere escarmentar. La lectura es alimento de la inteligencia, y si la lectura es mala es alimento envenenado, y la inteligencia morirá por intoxicación.

Como yo quiero que os eduquéis vosotros mismos, hago un llamamiento a vuestra conciencia y os recomiendo que ahora, y más tarde y SIEMPRE, dejéis en el acto toda lectura que juzguéis mala o peligrosa [“Las buenas lecturas”. *Chiquitín*, No. 37, 1945].

La campaña en contra de las historietas, registrada por Anne Rubenstein [2004:159-172] para la década de 1940, en específico por parte de los grupos conservadores encabezados por la institución eclesiástica católica y por el programa pastoral Acción Católica en México quería, si no terminar con la comercialización de ese tipo de revistas, disminuir, por medio de la advertencia, incluso prohibición con la censura, su lectura. Por ello, los editorialistas de *Chiquitín* enfatizaban sobre la idea de que el peligro de las malas lecturas radicaba en extender “la corrupción”, “malas costumbres”, y fundamentalmente en “la pérdida de la fe” de toda la sociedad. El recordatorio semanal, colocado al interior de las páginas de *Chiquitín*, de ser una publicación registrada por la Secretaría de Educación Pública (SEP), pertenecer a la Asociación Nacional de Prensa, Escritores, Libreros y Editores Católicos (ANPELEC) y desde 1951 ser una revista “con aprobación eclesiástica”, era una forma de distinción y legitimación frente a otras historietas. Bajo ese mismo objetivo de distinción con respecto a otras historietas aparecieron desde 1946 al interior de la revista leyendas que subrayaban el objetivo principal de la misma: “DIFUNDA ‘CHIQUITIN’ [...]. Hará usted un BIEN [...]” o “Positivamente Infantil ‘CHIQUITIN’” o claramente la leyenda que subrayaba sus intenciones instructivas y moralizantes.

Con base en esas consignas, se fue delineando una diferenciación de la infancia a partir de los contenidos propuestos. Para niños de entre dos y ocho años se ofrecían historietas con más imágenes que contenido textual como “Huizachito” —un niño como de cinco años que vive en una población rural— o “Pepe Tromba” —un joven de entre 15 y 17 años que trabaja en una embarcación—, ambos personajes están acompañados por una mascota que funge como “la conciencia”, que indica los peligros o apoya las acciones positivas, en el caso de “Huizachito”, un perro llamado Pingó, mientras que a “Pepe Tromba” lo acompaña un periquito llamado Pupy [imágenes 10, 11 y 12].

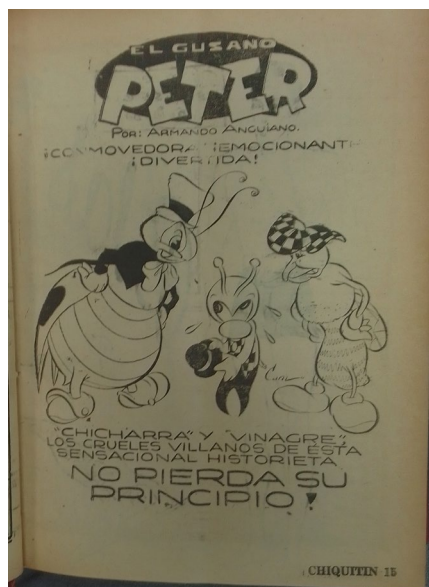


Imagen 10, 11 y 12. Historietas “Huizachito”, “Pepe Tromba” y “El gusano Peter”. *Chiquitín*, 25, 1945; 6, 1945 y 25, 1945. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

Cada una de las historietas introducidas en la revista tenían una amplia duración (entre un año o más), pero se renovaban apareciendo numerosos títulos que llamaron la atención del público lector a lo largo de la existencia de la revista. Se propusieron también historietas que tenían como protagonistas animales diversos (zorrillos, grillos, ratones, etcétera) a los que se les presenta viviendo aventuras de todo tipo, cómicas pero también dramáticas y que recuerdan las posteriores historietas de *Cuentos de Walt Disney* que comenzaron a editar en español los Talleres Editores-Impresores-Novaro a partir de 1949. Los títulos que va proponiendo *Chiquitín* querían contraponer a las imágenes y discursos que ofrecían otras historietas como *Pepín* y *Chamaco*. Frente a imágenes e historias de niños pícaros, con malos modales y actitudes retadoras hacia figuras de autoridad, las historietas de *Chiquitín* presentaban la imagen tierna de niños o animalitos cándidos, obedientes, traviesos, curiosos que frente a los diversos conflictos de la vida, terminaban saliendo de ellos con un aprendizaje sobre “los caminos correctos” a seguir, mediante la dirección hacia “el buen camino” y el respeto. Lo mismo ocurría con aquellas representaciones de adultos tramposos y desafiantes que ofrecían algunos títulos de historietas más comerciales.¹

En los 18 años de existencia *Chiquitín* pasó por tres etapas de cambios importantes. La primera va de 1945 a 1950, años en los que se va constituyendo como uno de los materiales importantes en la lucha por contrarrestar “las malas lecturas” por “buenas lecturas”, además de las historietas que ya hemos mencionado se propusieron otras para niños más grandes, con mayor experiencia en la lectura; se inició con historias largas y muy pocas imágenes, pero paulatinamente se fueron integrando historietas de novelas clásicas, para introducir a la niñez y juventud en el conocimiento de la literatura de aventuras destinada a ese sector; varias de las obras de Julio Verne fueron adaptadas en *Chiquitín* bajo el formato de historieta. Por un tiempo se retomó la historieta didáctica de Historia nacional que había introducido la revista *La Cruzada* en sus páginas, ese tipo de historieta tuvo una muy corta duración.

La segunda etapa, que va de 1951 a 1955, en la cual hizo el cambio de *Chiquitín. Revista para muchachos* a *Chiquitín. Revista para todos* con la clara intención de sumar a todos los públicos lectores, hubo un intento por aumentar de forma considerable el número de páginas que sería de 32 a

¹ Otros títulos de esas historietas en *Chiquitín* serán: “El gusano Peter”, “Tufillo”, “Animales de la floresta”, “Roe Queso en la era atómica”, “Cayito”, “El Copetazo”, “El gigante egoísta” —historieta basada en el cuento de Oscar Wilde—, “Tacuche y Pitorro”, “La Cucaracha”, entre otros.

52, pues el propósito era introducir, además de las historietas destinadas a los niños y jóvenes, otras historietas con narrativas un tanto más dramáticas para públicos adultos. Esas nuevas historietas respondían a una nueva campaña en contra de “las lecturas pecaminosas” que la Iglesia católica y diversos grupos tradicionalistas estaban haciendo en una nueva campaña de moralización que inició a principios de la década de 1950. [Rubenstein 2004: 180-186]. A partir del primer número de 1951 se ofrecieron historietas que presentan escenas sociales producidas por la industrialización y urbanización de las ciudades. Enmarcados en escenarios claramente urbanos se presentaron personajes que conectaban con la mayoría de la población mexicana de la década de 1950: las grandes y aristocráticas casas citadinas, los barrios populares, las clases medias que estaban creciendo y tomando un papel importante en las exigencias sociales del momento, entre otros muchos escenarios.

Inicia esta etapa una historieta bajo el título de “El padre Juan y la pandilla del barrio” que presentaba las problemáticas sociales y peligros a los que se tenían que enfrentar los jóvenes subrayando, a partir de su protagonismo, la fortuna de contar con los “buenos concejos” y apoyo de un religioso para sobrellevar sus dificultades [imagen. 13] En esta historieta, escrita por Roberto Aldaña, la representación de la niñez y juventud es de bondad natural, pero se enfrentaba a las exigencias de la modernidad como la existencia de clases sociales sin acceso a la atención médica, con sueldos muy bajos cuyas inmensas necesidades obligaban a trabajar a los niños y jóvenes en apoyo a sus padres, razones por las cuales se veían envueltos en situaciones complicadas y para tomar decisiones que los podían llevar hacia “caminos incorrectos”. Pero, también se les representaba como un apoyo importante en la vida de los adultos, pues su candidez y buenas intenciones naturales cuestionaban el accionar de muchos adultos.

Otro título que revela los nuevos objetivos de *Chiquitín* hacia la creación de historietas que pudieran reflejar los entornos modernos y sus problemáticas sociales fue “Destino de Redentor”, escrita por Octavio Díaz [imagen 14]. Esta historieta mostraba las aflicciones de diversos personajes relacionados con el protagonista, y cómo a través de la oración y la fe católica se podía sobrellevar las circunstancias adversas.



Imagen 13. “El padre Juan y la pandilla del barrio”. *Chiquitín*, 314, 1951. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.



Imagen 14. “Destino de Redentor”. *Chiquitín*, 314, 1951. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

Cada número contaba con cerca de 10 historietas para el entretenimiento, formación moral y religiosa de la sociedad mexicana de la década de 1950.² En su mayoría los argumentistas e ilustradores fueron hombres. Destacan los nombres de Armando Anguiano, Ricardo Fernández Jr., José Huerta y Octavio Díaz, por mencionar sólo algunos. En la primera etapa el lugar de las mujeres dentro de *Chiquitín* se remitía a las fotografías enviadas por las niñas lectoras o a su participación en una sección especial para las niñas, intitulada “Para las lectorcitas” que consistía en un concurso de tejido. Se invitaba a las niñas a presentar trabajos tejidos para ser evaluados. En cuanto a las historietas ninguna de la primera etapa colocaba la

² Otros títulos de historietas durante esos años son: “Sendas humanas” de Emilio Cuesta B; “Aventura en el desierto” de Juan Carlos S. Rojo; “Chucho el intrépido” de Jorge Briseño; “Cuauhtémoc” de Francisco del Real; “Kalu. El rey de la selva”, adaptación de Adrián Luky, entre otros.

figura femenina como protagonista. No obstante, la presencia femenina era inevitable, pero siempre representada como una mujer abnegada, sumisa y dedicada al cuidado de los hijos y de las actividades domésticas en el hogar, ejemplificando con ello el lugar ideal en el que la Iglesia católica colocaba a las mujeres.

En la segunda etapa, ya en la década de 1950, la participación femenina en la revista *Chiquitín* cambia de forma relevante, tanto por el papel que adquiere la mujer en la participación como creadora de historietas como en la representación que sobre las mujeres se ilustraba en la revista. Muy probablemente esto se debió a la visibilidad que adquieren las mujeres frente a su inserción en la vida económica del país; las mujeres tienen que salir en busca de trabajos, las nuevas generaciones de mujeres se están preparando en las universidades y su presencia también crece dentro de la industria del entretenimiento: en la música, en el cine, en el teatro y son visibles en las revistas de esparcimiento. La Iglesia católica tiene que redefinir el papel de las mujeres en la modernidad del siglo xx.

Dentro de las nuevas historietas de *Chiquitín* comenzaron a aparecer muchas mujeres, monjas, novias, madres, trabajadoras del hogar. De entre las primeras historias que colocan a una mujer como protagonista, dentro de las páginas de *Chiquitín*, se encuentra una de Menéndez Pelayo, bajo el título de “La florista”. En esa historia, que contiene muy pocas imágenes, todos los personajes son mujeres, a las que se representa de la forma más tradicional: una mujer de edad madura, aristócrata, venida a menos después de perder buena parte de su fortuna, pero que necesitaba de un séquito de mujeres que la atendiera, mujeres trabajadoras, chismosas, envidiosas y entrometidas. Pero, estaba otra joven mujer con características distintas: amable, comedida, sacrificada, virginal, todas tipologías pensadas desde lo que la moralidad católica entendía, eran las cualidades propias de una “buena mujer”.

A partir de julio de 1952, *Chiquitín* presentó por primera vez una historieta protagonizada por una mujer, con el título de “Florecita” la cual fue escrita por Susana Hernández, argumentista e ilustradora que se convertirá en una de las más recurrentes creadoras de historietas de *Chiquitín*, con varias historietas a la largo de la década de 1950.³ En “Florecita” se presentan historias de la cotidianidad de una joven mujer frente a un escenario urbano y moderno. La joven es colocada en un escenario familiar, pues vive con sus padres y hermanos varones, está comprometida y trabaja como secretaria

³ Otras historietas de Susana Hernández que salieron en *Chiquitín* son: “Alrededor del mundo”, “Caballero Tigre”, “Kigrid”, “El paje de paja”, entre otros.

en una oficina de la ciudad de México [imagen 15]; a pesar de ese entorno, Florecita conserva las cualidades de una “buena mujer”, obediente con sus padres, comedida con sus hermanos, atenta con su prometido. Esencialmente la historieta relata situaciones cotidianas de Florecita con su familia, en el trabajo o con su prometido. Desde la óptica católica, la protagonista es un ejemplo de virtud femenina, mostrando la forma de conciliar las exigencias de la modernidad hacia las mujeres con la tradición moral católica.

En ese mismo tenor de presencia femenina en las páginas de *Chiquitín*, al año siguiente, en 1953, se ofrece por primera vez una historieta dirigida al público infantil que tiene como protagonista a una pequeña niña, “Trencitas”. Una niña inteligente, vivaz y curiosa cuyas características la meten en algunos problemas pero gracias a esas mismas particularidades de su personalidad la ayudan a salir adelante de los problemas a los que se pueda enfrentar [imagen 16].



Imagen 15. Portada de la Revista *Chiquitín*, 394, 1952. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.



Imagen 16. Interior de *Chiquitín*, 445, 1953. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

Además de esas nuevas historietas, *Chiquitín* dio continuidad a las destinadas al público infantil con historias más cándidas y divertidas, pero no por ello dejaron de tener un sentido moralizante. Asimismo, se comienza la adaptación a historietas de narrativas católicas de prolíficos autores jesuitas como en el pasado cuando se había hecho *La Monja Milicianiana* del jesuita Hipólito Jerez en la revista *La Cruzada*. Concretamente me refiero a la adaptación en historieta que se hizo de la novela de aventuras del padre Carlos María de Heredia s. j. y su obra *Las aventuras espiritistas de Sherlock Holmes* en la que dio continuidad a su intento por demostrar que los fenómenos espiritistas no eran más que fraudes.

Tal era la intensión de Buena Prensa y su director José Antonio Romero de colocar a *Chiquitín* como uno de los productos literarios más importantes de la editorial que, en 1953 hubo un esfuerzo por presentar la revista de historietas con todas las páginas a color, desafortunadamente el proyecto no duró ni un año, muy probablemente los costos de la impresión a color fueron excesivos. Durante ese año aparecieron otras historietas que reflejaban las preocupaciones más latentes para la Iglesia católica como el tema del avance del comunismo en territorio nacional, sobre ese aspecto se presenta la historieta “Evitemos este mañana”, de José Luis Ezquerro, quien relata la forma en cómo fuerzas extranjeras quieren convertir el sistema de gobierno mexicano en comunista. Dentro de las páginas de la revista un dirigente comunista es representado con una imagen muy parecida a la de León Trotsky y a quién se hace describir las formas en las cuales serán introducidas las ideas comunistas entre la población. Llama la atención el énfasis sobre los medios de comunicación, prensa, cine y radio como esenciales en la propaganda ideológica [imágenes 17 y 18].

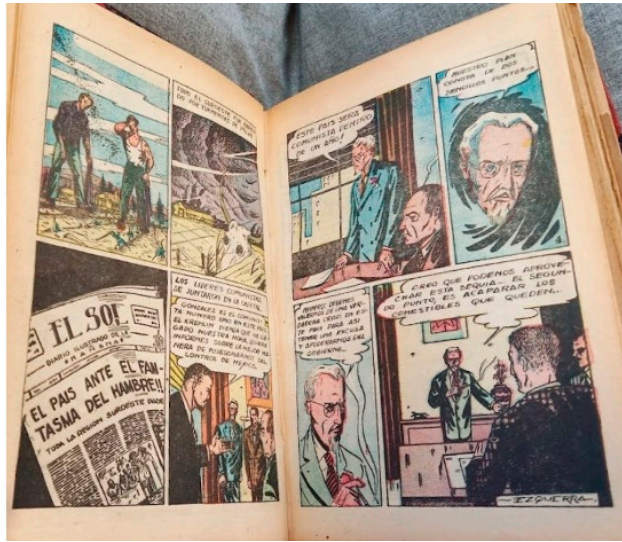


Imagen 17. “Evitemos este mañana”. *Chiquitín*, enero 4 de 1953. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

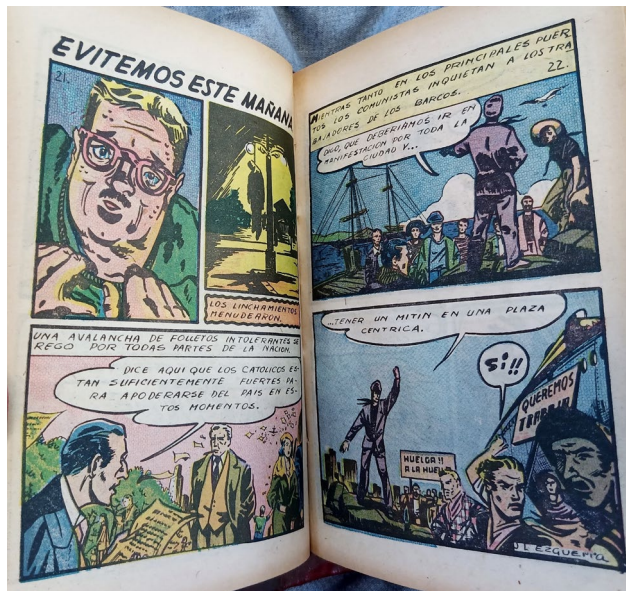


Imagen 18. “Evitemos este mañana”. *Chiquitín*, 422, 1953. Fuente: Hemeroteca Nacional de México.

Finalmente la tercera etapa de *Chiquitín* se dio iniciado el año de 1954 reduciendo su aparición de semanal a una revista mensual, disminuyó también el número de historietas y volvió a las 32 páginas. El objetivo de estos cambios respondía nuevamente a las exigencias del mercado de historietas, el cual había crecido en propuestas, calidad y lectores. Cabe señalar también que justo en ese año de 1954, la editorial Buena Prensa se asoció con los talleres Editores-Impresores-Novaro para la realización de *Vidas Ejemplares*, una propuesta de historieta confesional católica de gran calidad en el papel y edición con fines instructivos y moralizantes, a la vez que, fuera “divertida y amena” para el mercado hispanoamericano. Con este proyecto Buena Prensa trataba de llevar su propuesta editorial de historietas moralizantes y religiosas a mercados más amplios.

Pero *Chiquitín* no dejaría de cumplir su misión de oponer “las malas lecturas” por “buenas lecturas”. En sus páginas llamaba nuevamente la atención de la población incitándolos a coleccionar las historietas que mensualmente se presentarían en cada número que saliera de *Chiquitín*, pues a decir de los editores:

Chiquitín lleva ya muchos años de publicarse, en medio de un sinnúmero de dificultades, tratando siempre de llevar a los niños lecturas sanas que les oriente y les ayuden a ser buenos ciudadanos, honestos y honrados.

“*Chiquitín*” sigue en ese plan, pero necesita su ayuda. En este tiempo, pleno de inmoralidades, debemos aunar nuestros esfuerzos, defendiendo la limpieza de las mentes de niños y jóvenes, para poder aspirar a un México mejor. Recomendando “*Chiquitín*” [...] difúndalo!!! [*Chiquitín*, No. 493, 1955].

Para mediados de la década de 1950 la sociedad mexicana había crecido demográficamente de forma exponencial, el proyecto de urbanización había crecido también de forma importante, las clases medias que se concentraban en las grandes ciudades como la de México, Guadalajara o Monterrey tenían nuevas exigencias que estaban modificando el actuar tradicional de la sociedad mexicana. Los creadores de *Chiquitín* plantean dramáticamente cómo crece la delincuencia entre los jóvenes, la desmoralización de las mujeres, la eliminación de la institución familiar con el aumento de los divorcios, de las infidelidades matrimoniales; acciones todas inducidas por “lectura de insanas historietas”. A partir de 1956 y hasta su último número, en septiembre de 1963, *Chiquitín* presentó sólo una historieta completa por número; dejaron de aparecer las otras historietas al interior de la revista.

CONSIDERACIONES FINALES

La revista de historietas *Chiquitín* se constituyó entre los años de 1945 a 1963 en uno de los esfuerzos de modernización de la comunicación de la Iglesia católica en México. Frente a la imposibilidad de manifestar sus desacuerdos con las políticas que en materia religiosa estaban implantando los gobiernos posrevolucionarios después de los Acuerdos de Paz de 1929, sus esfuerzos se replegaron al ámbito de la sociabilidad religiosa: asociaciones católicas, manifestaciones religiosas y las comunicaciones, particularmente la prensa.

El avance modernizador de México entre las décadas de 1940 y 1960, traducido en el crecimiento demográfico, en la urbanización de algunas ciudades, en el crecimiento de las clases medias y en la industrialización, propició cambios en el entorno social, mismos que fueron vistos por la jerarquía eclesiástica mexicana y por otros grupos conservadores, como un peligro para el mantenimiento de la tradicional moral católica. En ese contexto, *Chiquitín* era parte de las estrategias para mantener los lazos de comunicación entre la población y la Iglesia católica. Con el transcurrir del tiempo, cuando las historietas en general se convertían en el medio de comunicación de masas de mayor alcance e influencia se advertía, por parte de la Iglesia católica, que eran también espacios de transmisión de ideas y comenzaban a reflejar una realidad social complicada que atentaba contra los valores tradicionales del catolicismo. Bajo esa premisa y en el entendimiento de que no es posible acabar con la producción de historietas, el episcopado mexicano recurrió a una de las instituciones eclesiásticas, la Compañía de Jesús, con una importante tradición en el ámbito de las comunicaciones impresas para desarrollar un programa editorial de alcances importantes.

Así surgió la revista de historietas *Chiquitín* y con ella un camino de éxito en los nuevos esfuerzos de instrucción religiosa y moralización de la población. Iba dirigida inicialmente al público infantil y juvenil pero, dado el éxito, se convirtió en una revista para todo el público lector del país. *Chiquitín* funcionó como una lectura de amplio entretenimiento para los más jóvenes, pero también como una guía moral y espiritual frente a las nuevas circunstancias sociales de la vida moderna. Frente a la ausencia de la instrucción religiosa en las escuelas públicas, por medio de historias diversas, *Chiquitín* intentó “instruir” y “moralizar” a las generaciones más jóvenes que se convertirían en los futuros ciudadanos católicos y defensores de las instituciones religiosas católicas, sin olvidar sus valores morales.

El Estado, por su parte, que anteriormente había estado compitiendo por incorporar a la niñez y juventud en el programa de laicización de la sociedad, mediante diversas políticas educativas y culturales, durante las décadas de 1940 a 1960 apoyó los esfuerzos de moralización de la sociedad que estaba promoviendo la Iglesia católica por instituciones que censuren las lecturas populares, así que se sumó también a los esfuerzos por proponer otras lecturas en formato de historietas.

En el plano de la comunicación los jesuitas participantes en la creación de la revista de historietas *Chiquitín* tuvieron un entendimiento del fenómeno social y comercial de ese formato lector. Lograron conjuntar un importante grupo de argumentistas e ilustradores que, probablemente, compartían y entendían el mensaje que la Iglesia católica quería transmitir. También hubo un proceso de adaptación a las necesidades que la modernidad estaba imponiendo, en particular se visualizó en la representación de las mujeres en las narrativas de algunas historietas, y en el papel de las mujeres como creadoras de historietas que se incorporaron. Será importante sumergirnos a las diversas propuestas de historietas confesionales que se propusieron a lo largo de la segunda mitad del siglo xx para observar las transformaciones y adaptaciones de la cultura católica en el país.

ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS CONSULTADOS

Archivo Histórico de la Provincia Mexicana de la Compañía de Jesús. Hemeroteca Nacional de México.

REFERENCIAS

Acevedo Valdés Esther y Agustín Sánchez González

2011 *Historia de la caricatura en México*. Editorial Milenio, Universidad de Alcalá. Lleida, España.

Aurrecoechea Juan Manuel y Armando Bartra

1988 *Puros Cuentos. Historia de la historieta en México, 1874-1934; 1934-1950*, vol. I. Editorial Grijalbo. México.

1994 *Puros Cuentos. Historia de la historieta en México, 1874-1934; 1934-1950*, vols. II, III. Editorial Grijalbo. México.

Bartra, Armando

- 2002 Piel de papel. Los “pepines” en la educación sentimental de México, en *Hacia otra historia del arte en México. La fabricación del arte nacional a debate (1920-1950)*, Esther Acevedo (coord.). Fondo de Cultura Económica, CONACULTA. México.

Bautista López, Angélica Leticia

- 2016 *La Familia Burrón: una objetivación identitaria*, tesis doctoral en Ciencias Sociales y Humanidades. UAM-Cuajimalpa. México.

Camacho Morín, Thelma

- 2002 *Imágenes de México. La historieta de El Buen Tono de Juan B. Urrutia*. Instituto Mora. México.

Cantú Corro, José

- 1945 Las publicaciones del Secretariado Nacional del Apostolado de la Oración y de la Cruzada Eucarística son medio muy eficaz para fomentar la devoción al Corazón Sacratísimo de Jesús, en *Recuerdo del Segundo Congreso Nacional del Apostolado de la Oración y de la Cruzada Eucarística*. Secretariado Nacional del A. de la O. y de la C. E. México: 59-66.

Chávez, Daniel

- 2008 Cuando el Estado habla en cómic: Historieta e historiografía en México. *Quaderns de Filologia Estudis de Comunicació* III, Vol. 3: 51-76..

Díaz Patiño, Gabriela

- 2019 Vidas Ejemplares: la historieta en los proyectos culturales de las derechas en México (1954-1974), en *Con-temporánea. Toda la historia en el presente*, 11. INAH. México. <https://con-temporanea.inah.gob.mx/del_oficio_gabriela_patino_num11>. Consultado el 3 de mayo de 2023.
- 2020 La Cruzada Eucarística y la Campaña Espiritual: contraofensiva eclesiástica en el inicio del *Modus Vivendi*, en *Activismo Católico, Acuerdos de Paz y Modus Vivendi en México*, Tania Hernández, María Gabriela Aguirre y Gabriela Contreras (coords.). UAM-Xochimilco. México: 169-192.

González Marín, Silvia

- 2006 *Prensa y poder político: la elección presidencial de 1940 en la prensa mexicana*. IIB-UNAM, Siglo XXI editores. México.

Herner, Irene

- 1979 *Mitos y monitos. Historietas y fotonovelas en México*. UNAM/Editorial Nueva Imagen. México.

Koltum-Fromm, Ken

- 2015 *Drawing on Religion. Reading and the Moral Imagination in Comics and Graphic Novels*. Penn State University Press. EE.UU.

Lewis A. David y Christine Hoff Kraemer

- 2010 *Graven Images: Religion in Comic Books and Graphic Novels*. Typeset by Pindar NZ. EE.UU.

Malvido, Adriana

- 1989 La industria de la historieta mexicana o el floreciente negocio de las emociones. *Revista Mexicana de Comunicación*. México. <<http://payan33.blogspot.com/2005/06/otro-articulo-muy-interesante.html>>. Consultado el 3 de mayo de 2023.

Romero, José Antonio

- 1945 “Bienvenida al Segundo Congreso Nacional” en Secretariado Nacional del Apostolado de la Oración y de la Cruzada Eucarística. *Recuerdo del Segundo Congreso Nacional del A. de la O. y de la Cruzada Eucarística*. México.

Rubenstein, Anne

- 2004 *Del Pepín a los agachados. Cómic y censura en el México posrevolucionario*. Fondo de Cultura Económica. México.

Segovia Nava, Rosendo Alberto

- 2013 Análisis formal de los elementos compositivos, espaciales y estructurales en el comic mexicano contemporáneo, tesis de licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. UNAM, Escuela Nacional de Artes Plásticas. México.

Zalpa, Genaro

- 2005 *El mundo imaginario de la historieta mexicana*. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Instituto Cultural de Aguascalientes. México.

DOCUMENTOS EN PÁGINAS WEB

Pío x

- 1903 *E Supremi Apostolatus*. <https://www.vatican.va/content/pius-x/it/encyclicals/documents/hf_p-x_enc_04101903_e-supremi.html>. Consultado el 3 de mayo de 2023.
- 1905 *Acerbo Nimi*. <<http://www.clerus.org/clerus/dati/2004-06/24-15/mpacern.html>>. Consultado el 19 de mayo de 2023.
- 1905 *Sacra tridentina synodus*. <<https://ortodoxiacatolica.org.mx/san-pio-x/magisterio-de-san-pio-x/sacra-tridentina-synodus-decreto/>>. Consultado el 19 de mayo de 2023.
- 1910 *Quam Singulari*. <<http://es.catholic.net/op/articulos/18306/quam-singulari-sobre-la-edad-de-la-primera-comunin.html>>. Consultado el 19 de mayo de 2023.

Pío XI

- 1922 *Ubi arcano*. <https://mercaba.org/PIO%20XI/ubi_arcano.htm>. Consultado el 19 de mayo de 2023.
- 1929 *Discurso del Santo Padre Pío XI sobre las tareas de la prensa católica*. <<https://www.comunicazione.va/it/magistero/documenti/discorso-del-santo-padre-pio-xi-sui-compiti-della-stampa-cattoli.html>>. Consultado el 19 de mayo de 2023.
- 1929 *Divini Illius Magistri*. <https://www.vatican.va/content/pius-xi/es/encyclicals/documents/hf_p-i_enc_31121929_divini-illius-magistri.html>. Consultado el 19 de mayo de 2023.