



**La importación de tiras de prensa extranjeras y su impacto en el desarrollo del cómic  
en Colombia: el caso del periódico El Tiempo (1911–1935)**

George Paul Juilland Prada

Trabajo de grado presentado para optar al título de Historiador

Asesora

Catalina Castrillón Gallego, Doctora en Historia

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Teología, Filosofía y Humanidades

Historia

Medellín, Antioquia, Colombia

2026

# Tabla de Contenido

<b>Resumen</b> .....	7
<b>Abstract</b> .....	8
<b>Introducción</b> .....	9
<b>1. El cómic y su evolución histórica</b> .....	17
<b>1.1 ¿Qué es el cómic?</b> .....	17
<b>1.2 Cómic y caricatura: una distinción necesaria</b> .....	20
<i>1.2.1 El grado de identificación y la escala de abstracción en el dibujo</i> .....	23
<b>1.3 Las denominaciones del cómic en el mundo</b> .....	28
<b>1.4 Los antecedentes del cómic</b> .....	30
<i>1.4.1 Las estampas populares</i> .....	31
<i>1.4.2 William Hogarth y la secuencialidad</i> .....	32
<i>1.4.3 Thomas Rowlandson y la caricatura británica</i> .....	35
<i>1.4.4 Rodolphe Töpffer: el pionero del cómic</i> .....	37
<b>1.5 El cómic: la prensa y la ciudad</b> .....	41
<b>2. La importación de tiras de prensa en <i>El Tiempo</i> (1911-1935)</b> .....	48
<b>2.1 El Cómic en el periódico <i>El Tiempo</i> (1911-1935)</b> .....	48
<i>2.1.1 El cómic no serializado en <i>El Tiempo</i>, la etapa de 1911 a 1919</i> .....	48
<i>2.1.2 El cómic no serializado en <i>El Tiempo</i>, la etapa de 1920 a 1928</i> .....	54
<i>2.1.3 El cómic publicitario de Rinaldo Scandroglio en <i>El Tiempo</i></i> .....	62

<b>2.2 El cómic serializado en El Tiempo (1928-1935)</b> .....	64
<i>2.2.1 Tarzán en El Tiempo y la propuesta alfabetizadora</i> .....	66
<b>3 Conclusión</b> .....	71
<b>4 Bibliografía</b> .....	73
<b>5 Trabajo de archivo</b> .....	77
<b>6 Anexos</b> .....	79

## Tabla de Figuras

<b>Figura 1.</b> El Gato Félix. Ejemplo de dibujo caricaturesco. ....	22
<b>Figura 2.</b> Ejemplo de caricatura editorial. ....	22
<b>Figura 3.</b> Contraste entre el dibujo realista y el dibujo caricaturesco. ....	24
<b>Figura 4.</b> Grado de identificación. ....	25
<b>Figura 5.</b> El dibujo caricaturesco de Popeye. ....	26
<b>Figura 6.</b> A Rake's Progress. Serie de grabados de William Hogart (1735) .....	33
<b>Figura 7.</b> Dr. Syntax de Thomas Rowlandson.....	36
<b>Figura 8.</b> Fragmento de Les Amours de Mr. Vieux Bois (1837) .....	39
<b>Figura 9.</b> The Yellow Kid, el pionero del cómic moderno.....	47
<b>Figura 10.</b> Ejemplo de los primeros grafismos publicitarios en El Tiempo .....	50
<b>Figura 11.</b> Anuncio del servicio cablegráfico de El Tiempo.....	52
<b>Figura 12.</b> Primer ensayo de cómic nacional en El Tiempo.....	55
<b>Figura 13.</b> Primer ensayo de cómic de Adolfo Samper en El Tiempo .....	56
<b>Figura 14.</b> Anuncio del lanzamiento de Mundo al Día en El Tiempo.....	57
<b>Figura 15.</b> Primer cómic extranjero en El Tiempo .....	58
<b>Figura 16.</b> Cómic de la Cruz Roja de Japón.....	59
<b>Figura 17.</b> Los deportes en Broma el debut del género deportivo .....	61
<b>Figura 18.</b> Robert W. Edgren y los cómics de boxeo.....	61
<b>Figura 19.</b> Cómic publicitario de Rinaldo Scandroglío.....	62
<b>Figura 20.</b> Publicidad de Scandroglío para Café Riviere .....	63
<b>Figura 21.</b> Debut de Las Aventuras de Bambuco en El Tiempo .....	64
<b>Figura 22.</b> Primera aparición de Adamson en El Tiempo .....	65

<b>Figura 23.</b> Debut de Tarzán en El Tiempo .....	67
<b>Figura 24.</b> Debut de Cómo se Originó de Paul F. Berdanier.....	68
<b>Figura 25.</b> La Gran Guerra Hace 20 Años, cómic histórico .....	69
<b>Figura 26.</b> Debut de la sección de tiras de prensa en El Tiempo.....	70

## Tablas

<b>Tabla 1.</b> Denominaciones en torno al cómic alrededor del mundo .....	29
<b>Tabla 2.</b> Registros de series de tiras de prensa, El Tiempo (1928-1935) .....	79

## Resumen

Esta investigación examina el impacto de la importación de tiras de prensa extranjeras en el desarrollo del cómic en Colombia y cómo las agencias extranjeras PIB Copenhagen, United Feature Syndicate y King Features Syndicate, eclipsaron el desarrollo de una industria nacional de cómics. Se estudió el caso concreto del periódico *El Tiempo* desde su primer ejemplar publicado el 30 de enero de 1911 hasta el 30 de enero de 1935, año en que por primera vez se configuró una sección con seis tiras de prensa distintas en el diario bogotano. El objetivo principal del trabajo es demostrar cómo la llegada de series desde el exterior como Adamson, Tarzán, entre otras, se encargaron de sentar las bases de la configuración del gusto del público colombiano, fenómeno que a su vez opacó los ensayos nacionales. El estudio del cómic se abordó como concepto ligado a la comunicación masiva, desde la postura teórica de autores como Oscar Steimberg, Umberto Eco y Peter Burke. A su vez, se interpretó la tira de prensa como producto cultural que funciona a partir de las dinámicas de las ciudades modernas y de la industrialización de la prensa. Se concluye, luego de la revisión exhaustiva del periódico y un análisis sistemático, que la importación de tiras de prensa extranjeras fue determinante para estructurar al cómic como agente promocional de *El Tiempo*, donde se empleó la tira de prensa para ayudar a impulsar la venta de ejemplares, la promoción de una campaña alfabetizadora que incrementó el número de lectores e indirectamente ayudó eclipsar las posibilidades de desarrollar cómic de autoría nacional.

**Palabras clave:** cómic colombiano, agencias extranjeras, tira de prensa, El Tiempo, importación de cómics, Adamson, Tarzán.

### Abstract

This research examines the impact of imported foreign comic strips on the development of comics in Colombia and how foreign agencies such as PIB Copenhagen, United Feature Syndicate and King Feature Syndicate overshadowed the development of a national comics industry. The study focuses on the newspaper *El Tiempo*, from its first issue published on January 30, 1911, to January 30, 1935, the year in which a section featuring six different comic strips was first established in the Bogotá daily. The main objective of this work is to demonstrate how the arrival of series from abroad, such as Adamson and Tarzan, among others, shaped the tastes of the Colombian public, a phenomenon that, in turn, overshadowed national comics. The study of comics is approached as a concept linked to mass communication, drawing on the theoretical perspectives of authors such as Oscar Steimberg, Umberto Eco, and Peter Burke. The newspaper strip was interpreted as a cultural product that operates within the dynamics of modern cities and the industrialization of the press. After an exhaustive review of the newspaper and a systematic analysis, it was concluded that the importation of foreign newspaper strips was crucial in structuring the comic strip as a promotional tool for *El Tiempo*. The strip was used to boost sales, promote a literacy campaign that increased readership, and indirectly help to overshadow the development of locally authored comics.

**Keywords:** Colombian comic, foreign agencies, newspaper strip, *El Tiempo*, comics import, Adamson, Tarzan.

## Introducción

Esta investigación surge por el interés personal del autor por analizar desde la profesión de la historia un fenómeno de la cultura de masas que en los últimos quince años ha gozado de excepcional popularidad. Esto debido a la fuerte influencia del cine estadounidense de superhéroes en todo el continente, que aumentó la importancia y la visibilidad de los estudios académicos y aficionados sobre el cómic.

En una etapa inicial se planteó estudiar el cómic como mecanismo de propaganda política impulsada por los Estados Unidos en Colombia, revisando en el diario *El Tiempo*, el periodo concreto de la Segunda Guerra Mundial. Hallando las tiras de prensa de *Superman* de Jerry Siegel y Joe Shuster, *El Fantasma* de Lee Falk, *Luis Ciclón*<sup>1</sup> de Milton Caniff, entre otros. Sin embargo, el trabajo de Milton Caniff por su alto contenido semiótico despertó la curiosidad y el interés por analizar que otras series podía haber en *El Tiempo*.

Por tal razón, se decidió revisar desde la etapa más temprana del periódico, encontrándose mucho material que ha pasado desapercibido y que abre posibilidades para la historiografía del cómic en Colombia. Gracias a estos hallazgos, se pudo formular todo un planteamiento donde se logra demostrar el impacto de la importación de tiras de prensa en el desarrollo del cómic en Colombia.

Este examen se realizó mediante el análisis de *El Tiempo* como fuente primaria y abarcando un rango temporal que va desde 1911 hasta 1935. La decisión de elegir este diario responde a dos razones esenciales: la primera, es debido a la fácil consulta del archivo

---

<sup>1</sup> Luis Ciclón es el nombre que recibió la serie Steve Canyon en América Latina.

digitalizado del periódico desplegado en la red;<sup>2</sup> y la segunda es porque *El Tiempo* resulta idóneo para estudiar el fenómeno del cómic en Colombia. Debido a que fue uno de los periódicos abanderados en los procesos de modernización de la prensa en el país, especialmente a partir de la década de 1920.

El proyecto periodístico que desarrolló Eduardo Santos para convertir a *El Tiempo* en un periódico moderno,<sup>3</sup> desde que llegó a la dirección en 1913, repercutió directamente más adelante, cuando finalizando la década del veinte y comenzando la del treinta, empezaron a llegar tiras de prensa extranjeras promocionadas y distribuidas por agencias que ofrecían contenido de entretenimiento a los periódicos, las cuales reciben el nombre de *syndicates*. En el caso de *El Tiempo*, se pudo rastrear la llegada de series provenientes de la agencia danesa PIB Copenhagen y de las agencias estadounidenses United Features Syndicate y King Features Syndicate.

La razón de elegir una temporalidad que abarca un total de 24 años, que va desde la primera edición del periódico el 30 de enero de 1911 hasta el 30 de enero de 1935, corresponde a un intento académico serio por ampliar la historiografía del cómic en Colombia estudiando las tiras de prensa importadas desde el extranjero por el diario bogotano y el impacto de dichas series en el desarrollo de la industria nacional del cómic.

---

<sup>2</sup> Estos archivos fueron consultados en las ediciones de 1911 a 1935 de *El Tiempo* en Google News Archive. Se revisaron durante 2017 a 2025. Véase: *El Tiempo* (Bogotá), 1911-1935, archivo digitalizado en: <https://news.google.com/newspapers?nid=N2osnxbUuuUC>

<sup>3</sup> La tesis de magíster de Oscar Mauricio Aponte Moreno plantea que Eduardo Santos llevó a cabo el proceso de modernización de *El Tiempo*, en cuanto logró que el periódico tuviera autonomía financiera respecto a su partido político afiliado, primero el Republicano y después el Liberal (este último a partir de 1921). Esto ocurrió, según el autor, paulatinamente durante la década del veinte cuando el periódico se fue consolidando en una empresa periodística sólida y autosostenible mediante la venta de periódicos, suscripciones y avisos publicitarios en prensa. Lo cual valida que un periódico moderno: comercializa información, es masivo y no depende financieramente de los aportes económicos de un partido político, a pesar de que puede hablar de ellos en sus páginas. Dicho fenómeno también coincidió con los procesos de modernización urbana e industrial de Bogotá. Véase: Oscar Mauricio Aponte Moreno, “20 años de *El Tiempo*: un análisis de la modernización de la prensa en Colombia (1911-1930)”, (tesis de maestría, Universidad de los Andes, 2017), 26-28, 33-36. <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/c134b423-25f2-4d5f-8ceb-11bbb977ca91/content>

Hasta la fecha en Colombia, se suele mencionar que la escasez de un cómic nacional institucionalizado es el resultado del poco apoyo gubernamental en el desarrollo de una industria dedicada enteramente a la producción de cómics<sup>4</sup>. Fenómeno que de por sí no es falso, pero el propósito de esta investigación es profundizar en la carencia de producción nacional contrastando la llegada temprana de series de cómics extranjeros, a finales de la década del veinte y principios del treinta, que progresivamente fueron opacando los ensayos nacionales, que aún no contaban con los mecanismos industriales de producción y de distribución a gran escala.

A diferencia de otros países latinoamericanos como Argentina, Brasil, Chile y México, donde existía desde principios del siglo XX una inversión mayor en los procesos de modernización de la prensa, que facilitó la consolidación de una infraestructura acorde a las necesidades industriales de la producción y distribución de un cómic medianamente masivo. En Colombia, la ausencia de una industria nacional del cómic, que nunca se ha podido consolidar adecuadamente hasta el día de hoy, repercutió a su vez, configurando un público lector colombiano que se acostumbró y adquirió el gusto por consumir series de cómics extranjeras por encima de las pocas producidas nacionalmente. Pues el registro más antiguo que se posee en la historiografía nacional es la iniciativa de Arturo Manrique y Adolfo Samper con la serie, *Mojicón*, en 1924,<sup>5</sup> que surge como una adaptación de la serie estadounidense *Smitty*.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Daniel Rabanal, "Panorama de la historieta en Colombia", *Revista latinoamericana de Estudios sobre la Historieta 1*, no. 1 (2001): 15-30.

<sup>5</sup> Felipe Ossa, *Cómic la aventura infinita*, (Bogotá: Editorial Planeta, 2019), 242; Beatriz González, *Historia de la caricatura en Colombia*, vol. III: 1936-2020 (Bogotá: Villegas Editores, 2020), 63.

<sup>6</sup> En América Latina es común que muchos autores desde inicios del siglo XX utilizaran la estrategia de emular series del extranjero. Pues resultaba más conveniente imitar que empezar de cero toda una serie, que requería mayor inversión económica y toda la formulación de una narrativa por entregas que fuera exitosa con el público.

Este trabajo respondiendo a una investigación extensiva, se estructuró en dos capítulos. El primero aborda nociones conceptuales en torno al cómic, como su definición, la distinción con términos como caricatura y dibujo caricaturesco, y las denominaciones con las que se le refiere a este fenómeno y a su materialidad en algunos lugares del mundo. También, se hizo el esfuerzo por analizar la evolución histórica del cómic como fenómeno de masas desde el siglo XIX y su relación con la prensa y la ciudad.

Se aclara que para comprender esas dinámicas industriales que rodearon al cómic, se estudiaron unos antecedentes que se delimitaron desde la masificación de las estampas populares en el siglo XVIII en Europa, el desarrollo de la noción de secuencialidad narrativa que aportó William Hogarth (1697-1764), las contribuciones del caricaturista británico Thomas Rowlandson (1756-1827) y la configuración teórica del medio que estableció el suizo Rodolphe Töpffer (1799-1846), considerado el padre del cómic moderno.

El marco teórico que se empleó para entender y delimitar el cómic se basó en la revisión de autores como Scott McCloud, Thierry Groensteen, Roger Sabin y Antoni Guiral, que son teóricos del cómic muy referenciados desde la década del noventa y todavía son vigentes en los análisis actuales del cómic. Para el estudio de la imagen, el entendimiento de las dinámicas comerciales e industriales de la comunicación masiva y el desarrollo histórico de las publicaciones periódicas y la serialización, se abordaron los aportes de los semiólogos Oscar Steimberg y Umberto Eco; ambos críticos muy relevantes desde la década del sesenta en la interpretación académica y concienzuda del cómic como fenómeno de la comunicación masiva. Además, se complementó con el historiador inglés, Peter Burke, esencial para justificar los procesos históricos implicados en el desarrollo de una cultura impresa que para el propósito de esta investigación está estrechamente relacionada con la materialidad del

cómic, su producción a gran escala y la configuración de las imágenes dentro del fenómeno artístico que son testimonio histórico del periodo estudiado.

El segundo capítulo profundiza directamente en la hipótesis de la investigación, demostrar que la importación de tiras de prensa en el periódico *El Tiempo* durante el periodo analizado influyó decisivamente en el desarrollo del cómic en Colombia, opacando las producciones nacionales y configurando el gusto de los lectores colombianos de prensa por el consumo de series de cómics extranjeros. Para demostrar esta situación se hizo una revisión y sistematización profunda de todos los cómics publicados en *El Tiempo*, o al menos se procuró hacerlo, durante el periodo de estudio, 1911-1935 dividiéndolo en dos etapas bien diferenciadas, resultado del análisis minucioso del periódico, aportando a su vez gran valor a la historiografía del cómic en Colombia.

La primera etapa va del 30 de enero de 1911 hasta octubre de 1928, y será denominada “El cómic no serializado en El Tiempo”, correspondiendo a la variedad de cómics que poseen la característica común de ser trabajos sueltos que no pertenecen a ninguna serie y que no son publicados en un formato estandarizado; mientras que a la segunda etapa se le llamará “El cómic serializado en El Tiempo”, que corresponde al momento crucial de la configuración del formato de tira de prensa en el periódico con la publicación de la serie de cómics sueca, *Adamson*, a partir del 16 de noviembre de 1928<sup>7</sup> hasta el 28 de enero de 1935.<sup>8</sup>

Cabe destacar, que se puede afirmar que durante la publicación de la serie sueca se le puede atribuir el mérito de ser la primera tira diaria de *El Tiempo*, cuando se estableció de

---

<sup>7</sup> Oscar Jacobsson, “Historieta sin palabras”, [serie de cómics sueca de humor pantomímico de título original Adamson. Primera aparición en El Tiempo], *El Tiempo*, viernes 16 de noviembre de 1928, Dinamarca: PIB Copenhagen, 12.

<sup>8</sup> Oscar Jacobsson, “Aventuras de Adamson”, [serie de cómics sueca de humor pantomímico de título original Adamson. Última aparición en El Tiempo en la temporalidad estudiada], *El Tiempo*, lunes 28 de enero de 1933, Dinamarca: PIB Copenhagen, 10.

forma fija en la sección de Avisos Limitados desde el 20 de marzo de 1932,<sup>9</sup> y por haber sido la fuente de inspiración para que el caricaturista Adolfo Samper, creará el 1 de abril de 1933 para *El Tiempo*, la serie *Las Aventuras de Bambuco*.<sup>10</sup>

Para la fase propuesta de El cómic serializado en *El Tiempo* se hallaron series muy diversas publicadas en el periódico. Como la adaptación a tira de prensa de las novelas de *Tarzán*, varios trabajos del autor Ed Wheelan que parodian al cine silente de la década del veinte, *Mickey Mouse* a cargo de Floyd Gottfredson, la propuesta de cómic educativo de Paul F. Berdanier, el panel de curiosidades de Robert L. Ripley y la crónica histórica en formato de cómic *La Guerra Mundial Hace 20 Años* de Walter Williams y Harry Eckman.

Historiográficamente este grupo de tiras representa la llegada del cómic estadounidense institucionalizado a *El Tiempo*, concretamente de las agencias United Features Syndicate y King Features Syndicate, que gozarían hegemónicamente de entretener a los lectores bogotanos y del resto del país. A partir del 14 de mayo de 1933, con el debut de *Tarzán, El Hombre Mono*,<sup>11</sup> agenciado por United Features Syndicate, y le sigue el 31 de mayo del mismo año, *Coincidencia: Historia Sensacional de Aventuras Policiacas*,<sup>12</sup> por King Features Syndicate. El lanzamiento de ambas series constituye el momento en el que

---

<sup>9</sup> Oscar Jacobsson, “Adamson no es atractivo a las mujeres”, [serie de cómics sueca de humor pantomímico de título original Adamson. Debut de la serie en la sección de Avisos Limitados en *El Tiempo*], *El Tiempo*, domingo 20 de marzo de 1932, Dinamarca: PIB Copenhagen, 10.

<sup>10</sup> Adolfo Samper, “Las Aventuras de Bambuco”, [serie de cómics colombiana que emulaba a Adamson. Primera aparición de la serie en *El Tiempo*], *El Tiempo*, sábado 1 de abril de 1933, 10.

<sup>11</sup> Harold Foster, “Tarzán, El Hombre Mono”. [serie de cómics estadounidense, adaptación de la primera novela de Edgar Rice Burroughs. Primera aparición en *El Tiempo*], *El Tiempo*, domingo 14 de mayo de 1933, Estados Unidos: United Features Syndicate, 2.

<sup>12</sup> Edgar Wheelan, “Coincidencia: Historia Sensacional de Aventuras Policiacas”, [cómic estadounidense, que corresponde a uno de los arcos narrativos de la serie de cómics Midget Movies. Primera aparición en *El Tiempo*], *El Tiempo*, miércoles 31 de mayo de 1933, Estados Unidos: King Features Syndicate, 2.

inicia una marcada rivalidad entre ambas agencias por el dominio del entretenimiento en El Tiempo y que será explorada a lo largo de este trabajo.

Para entender el proceso de modernización del periódico El Tiempo, aparte de la revisión propia, se estudió a detalle la tesis de magister de Oscar Mauricio Aponte Moreno, *20 años de El Tiempo: un análisis de la modernización urbana e industrial de Bogotá*, que ayudó a interpretar el rol fundamental de la publicidad en el financiamiento del diario bogotano. Basado en ese análisis se logró comprender el papel del cómic como agente promocional y su estrecha relación con la publicidad.

Un elemento fundamental a nivel metodológico que se debe indicar antes de dar cierre a la introducción. Fue la necesidad de desarrollar estrategias para sistematizar la información, en ese caso se utilizó Excel para crear tablas con los datos recolectados y posteriormente desarrollar un análisis profundo para arrojar conclusiones. Para no saturar el cuerpo del trabajo, se sintetizaron más de 10 tablas bastante extensas, que responden al trabajo de archivo, en una sola que se puede revisar al final en el anexo.

A su vez, hay que señalar que se tuvo que hacer averiguaciones en distintos repositorios. Por un lado, para corroborar a qué agencia de prensa pertenecía cada serie, se utilizó la base de datos del Copyright Office Public Records de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos,<sup>13</sup> con el fin, de verificar los registros de publicaciones periódicas donde se puede consultar cada detalle de propiedad intelectual de una tira de prensa. Y en el caso de los cómics de la etapa 1911-1928, muchos de ellos no contaban con nombre o con alguna característica que facilitará su identificación más allá de una firma del autor. Por lo que se

---

<sup>13</sup> United States Copyright Office, *Public Records System* (Washington DC: U.S. Copyright Office), <https://publicrecords.copyright.gov/>

cotejaron dichas firmas haciendo uso de Lambiek Comicipedia<sup>14</sup> y Tebeosfera,<sup>15</sup> ambas plataformas digitales dedicadas a la difusión especializada del cómic. La primera recopilando datos biográficos de los autores y la segunda almacenando publicaciones del contexto iberoamericano.

---

<sup>14</sup> Lambiek, *Comicipedia*, (Amsterdam: Lambiek, en funcionamiento desde 1999), <https://www.lambiek.net/>

<sup>15</sup> Manuel Barrero, dir., *Tebeosfera. Enciclopedia y repositorio digital sobre historieta y cultura gráfica* (Sevilla: Asociación Cultural Tebeosfera, en funcionamiento desde 2001), <https://www.tebeosfera.com/>

## 1. El cómic y su evolución histórica

### 1.1 ¿Qué es el cómic?

El término cómic tiene su origen en el idioma inglés y deriva de las expresiones *comic* y *funny*, asociadas inicialmente a las revistas satíricas londinenses y a las primeras tiras publicadas en los periódicos neoyorquinos de finales del siglo XIX. Estas primeras manifestaciones se caracterizaban por un enfoque predominantemente humorístico y costumbrista, orientado a un público amplio y de clase trabajadora, lo que explica la temprana vinculación del concepto con lo cómico más que con otras posibilidades narrativas del lenguaje gráfico-secuencial.<sup>16</sup> Sin embargo, como han señalado diversos teóricos, el cómic no puede definirse únicamente por su contenido humorístico, sino por la articulación de imágenes en secuencia y por un sistema narrativo propio que se consolida progresivamente a lo largo del siglo XX.<sup>17</sup>

A partir de la década de 1930, el uso del término cómic se empezó a difundir progresivamente a escala internacional, en gran medida debido a la consolidación de la industria estadounidense como uno de los principales centros de producción, distribución y legitimación cultural del medio. Este predominio industrial y simbólico contribuyó tanto a la estandarización del término como a la expansión al extranjero de determinados modelos narrativos y estéticos, que influyeron de manera decisiva en otros mercados nacionales.<sup>18</sup> La fortaleza de la industria estadounidense no solo se reflejó en el volumen de ventas, sino

---

<sup>16</sup> Roger Sabin, *Comics, Comix & Graphic Novels: A History of Comics Art* (London: Phaidon Press, 1996), 14-25.

<sup>17</sup> Scott McCloud, *Entender el cómic. El arte invisible*, trad. Enrique Sánchez Abulí (Bilbao: Atisberri Ediciones, 2009), 2-23; Thierry Groensteen, *The System of Comics*, trad. Bart Beaty y Nick Nguyen (Jackson: University Press of Mississippi, 2007), 1-17.

<sup>18</sup> Jean-Paul Gabilliet, *Of Comics and Men: A Cultural History of American Comic Books*, trad. Bart Beaty y Nick Nguyen (Jackson: University Press of Mississippi, 2010), 3-12.

también en su capacidad para establecer cánones visuales y narrativos que fueron asumidos como referentes hegemónicos dentro del campo del cómic.<sup>19</sup>

Entre los principales sistemas de producción que dialogan o compiten con el modelo estadounidense se encuentra el manga japonés, cuyo desarrollo moderno incorpora influencias occidentales, particularmente visibles en el periodo de la posguerra, sin perder continuidad con una rica tradición gráfica local. Autores como Osamu Tezuka reconocieron abiertamente la influencia del cine de animación y del estilo visual de Walt Disney en la configuración de un nuevo lenguaje gráfico, lo que contribuyó a la popularización del manga en el Japón de la segunda mitad del siglo XX.<sup>20</sup> No obstante, estudios posteriores han enfatizado que el manga constituye un sistema cultural autónomo, con dinámicas industriales y narrativas propias.<sup>21</sup>

El cómic franco-belga, identificado bajo el término *bande dessinée*, cuenta con un desarrollo temprano que antecede en algunos aspectos al modelo estadounidense. Este mercado se consolidó a través de políticas editoriales dirigidas a públicos diversos, privilegiando narrativas extensas y una exploración formal que buscaba equilibrar entretenimiento y formación cultural, especialmente en el ámbito juvenil.<sup>22</sup> Finalmente, el cómic latinoamericano, comúnmente llamado historieta, con particular relevancia en los casos argentino y mexicano, se ha caracterizado por una apropiación crítica de modelos

---

<sup>19</sup> Gabilliet, *Of Comics and Men*, 13-19, 56-70.

<sup>20</sup> Ossa, *Cómic la aventura infinita*, 212; Dan Mazur y Alexander Danner, *Cómics una historia global, desde 1968 hasta hoy* (Barcelona: Editorial Blume, 2014), 12-13, 89-91.

<sup>21</sup> Frederik L. Schodt, *Manga! Manga! The World of Japanese Comics* (Tokyo; New York: Kodansha International, 1986), 68-87; Sharon Kinsella, *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society* (Honolulu: University of Hawai'i Press, 2000), 19-31.

<sup>22</sup> Laurence Grove, *Comics in French: The European Bande Dessinée in Context* (New York: Berghahn Books, 2010), 1-11.

extranjeros, combinada con propuestas locales y una fuerte presencia de autoría nacional, lo que permitió el desarrollo de tradiciones propias sin renunciar al diálogo transnacional.<sup>23</sup>

Para abordar el estudio del cómic, esta investigación parte de la definición propuesta por el teórico del medio Scott McCloud (1960), quien lo define como “ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencia deliberada, con el propósito de transmitir información y obtener una respuesta estética en el lector”.<sup>24</sup> Esta definición permite comprender el cómic como una forma de narración visual basada en la disposición secuencial de imágenes, en la que se establece un orden de lectura y una intencionalidad estética claramente definida.

Desde esta perspectiva, el cómic se estructura a partir de viñetas, entendidas como los espacios, generalmente delimitados por recuadros, en los que se organizan los dibujos y los textos que articulan el relato. La combinación de imagen y palabra, así como la relación entre las distintas viñetas, constituye el núcleo del lenguaje del cómic y posibilita múltiples formas de construcción narrativa.

La versatilidad del cómic en cuanto a contenidos, formatos y estrategias visuales lo convierte en un medio especialmente adecuado para el desarrollo de relatos en los que el componente gráfico desempeña un papel central en la construcción del sentido. Asimismo, la ausencia de restricciones rígidas en términos de géneros o estilos gráficos ha permitido

---

<sup>23</sup> Jorge Catalá Carrasco, Paulo Drinot y James Scorer, eds., *Comics and Memory in Latin America* (Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2017), 1-23, <https://doi.org/10.2307/j.ctt1qmw8fb>; Oscar Steimberg, *Leyendo historietas: Textos sobre relatos visuales y humor gráfico* (Buenos Aires: Eterna Cadencia Editora, 2013), 11-21.

<sup>24</sup> McCloud, *Entender el cómic*, 9.

que el medio se caracterice por una amplia diversidad de propuestas autorales, en las que cada creador imprime su propio sello estético y narrativo.<sup>25</sup>

## 1.2 Cómico y caricatura: una distinción necesaria

Cuando se plantea analizar el cómic, resulta necesario diferenciarlo de la caricatura, ya que ambos constituyen prácticas gráficas distintas, aunque históricamente hayan coexistido en el ámbito de la prensa. La caricatura se caracteriza por el uso de la exageración y la deformación de las proporciones como recurso expresivo, y suele estar asociada a una finalidad satírica o humorística, particularmente cuando se vincula con la representación de personajes públicos.<sup>26</sup> Por tanto, se puede afirmar que la caricatura corresponde a un género del retrato, ya que su intención es satirizar a través de la representación del dibujo desproporcionado: a personajes, a instituciones o incluso conceptos como la justicia y la muerte, teniendo siempre como punto de referencia la realidad, la cual va a ser objeto de las críticas en cuestión.<sup>27</sup>

Dentro del campo del humor gráfico es posible distinguir entre la caricatura editorial y el dibujo caricaturesco, categorías que responden a funciones y contextos de producción diferenciados. La caricatura editorial forma parte de una tradición periodística que se consolidó en la prensa inglesa de finales del siglo XIX y se orienta principalmente a la crítica política y social. A través de dibujos deliberadamente desproporcionados y del uso de recursos humorísticos, esta práctica busca ridiculizar a figuras públicas, especialmente

---

<sup>25</sup> McCloud, *Entender el cómic*, 22-23.

<sup>26</sup> Ernst H. Gombrich, *Art and Illusion: A Study in the Psychology of Pictorial Representation* (Princeton: Princeton University Press, 1960), 330-358.

<sup>27</sup> Beatriz González, *Historia de la caricatura en Colombia*, vol. I: Independencia-1860. (Bogotá: Villegas Editores, 2020), 22-25.

actores del ámbito político y miembros de las élites de poder, con una clara intención de denuncia moral y de cuestionamiento del ejercicio de la autoridad.<sup>28</sup>

Tanto la caricatura editorial como el dibujo caricaturesco se inscriben dentro del humor gráfico, entendido como una práctica discursiva propia del ámbito periodístico y cultural. No obstante, mientras la caricatura editorial constituye un subgénero estrechamente vinculado a la prensa, a la coyuntura política y a la crítica social, el dibujo caricaturesco puede entenderse como una posibilidad estilística más amplia, basada en la exageración y la simplificación de rasgos, que puede ser empleada con fines humorísticos, narrativos, o expresivos sin limitarse necesariamente a una función crítica.<sup>29</sup>

Si se profundiza en esta distinción, el dibujo caricaturesco se vincula principalmente a un estilo gráfico simplificado, orientado a la construcción de imágenes de fácil reconocimiento y de alto grado de identificación por parte del público.<sup>30</sup> A diferencia del cómic como forma de narración secuencial, la caricatura suele presentarse como una imagen única y autónoma, que no requiere necesariamente del desarrollo de una secuencia narrativa para producir sentido. Esta característica permite establecer una distinción tanto formal como funcional entre ambos lenguajes gráficos, ya que mientras el cómic construye significado a partir de la articulación de múltiples imágenes en el tiempo, la caricatura concentra su eficacia comunicativa en la inmediatez visual y en la condensación simbólica.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Lawrence H. Streicher, "David Low and the Sociology of Caricature", *Comparative Studies in Society and History* 8, no. 1 (1965): 1-23, <http://www.jstor.org/stable/1775333>; Antoni Guiral, *Del tebeo al manga: Una historia de los cómics. Los cómics en la prensa diaria: humor y aventuras* (Barcelona: Panini España, 2007), 13-27.

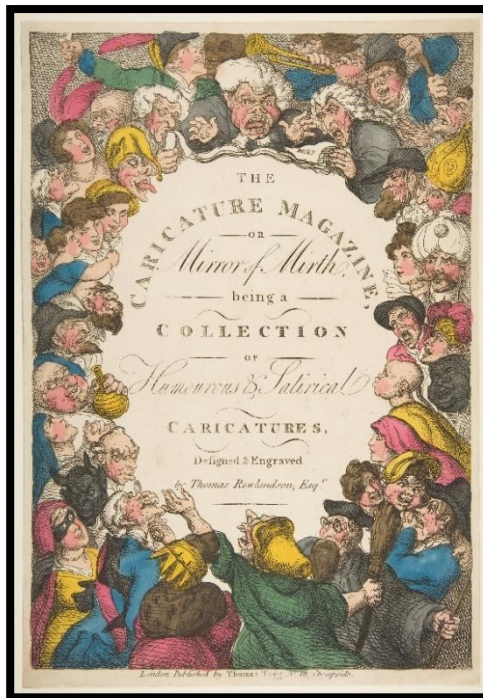
<sup>29</sup> Steimberg, *Leyendo historietas*, 11-21.

<sup>30</sup> McCloud, *Entender el comic*, 21, 24-59.

<sup>31</sup> Groensteen, *The System of Comics*, 25-30; Guiral, *Del tebeo al manga*, 17-19.



**Figura 1.** *El Gato Félix. Ejemplo de dibujo caricaturesco.*<sup>32</sup>



**Figura 2.** *Ejemplo de caricatura editorial.*<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Pat Sullivan y Otto Messmer, *El Gato Félix*, en Felipe Ossa, *Los héroes de papel: homenaje a los cien años del cómic* (Santa Fe de Bogotá: Altamir Ediciones, 1996), 25, fotografía del autor.

<sup>33</sup> Thomas Rowlandson, *Title Page, The Caricature Magazine, or Mirror of Mirth*, 19 de noviembre de 1808, grabado al aguafuerte coloreado a mano, 34.7 x 23.9 cm, Metropolitan Museum of Art, Nueva York, <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/392759>

Desde una perspectiva histórica, algunos estudios han rastreado los antecedentes formales de la caricatura en debates artísticos previos a la prensa moderna, particularmente en los aportes atribuidos a Annibale Carracci (1560-1609) en torno a la exageración de rasgos como recurso expresivo.<sup>34</sup>

### 1.2.1 El grado de identificación y la escala de abstracción en el dibujo

Una vez establecidas las distinciones entre cómic, caricatura y humor gráfico, resulta pertinente abordar los mecanismos mediante los cuales las imágenes gráficas generan identificación en el espectador. En este sentido, los aportes teóricos de Scott McCloud permiten comprender cómo distintos niveles de abstracción visual influyen en la relación entre la imagen y quien la observa, particularmente en el tránsito entre el dibujo realista y el dibujo caricaturesco.

El grado de identificación que genera el dibujo caricaturesco es un aspecto desarrollado en profundidad por Scott McCloud en su ensayo *Entender el cómic. El arte invisible* (1993),<sup>35</sup> una de las obras fundamentales de la teoría del cómic contemporánea. En este texto, el autor analiza cómo los distintos niveles de representación visual influyen en la relación entre la imagen y el espectador, señalando que “cuanto más se simplifica una imagen, más personas pueden identificarse con ella”, ya que la reducción de rasgos favorece procesos de proyección subjetiva sobre la figura representada.<sup>36</sup>

McCloud introduce asimismo el concepto de **escala de abstracción** para describir un fenómeno que va desde representaciones altamente realistas, como el retrato o la fotografía,

<sup>34</sup> González, *Historia de la caricatura*, vol. I: 22-25; Gombrich, *Art and Illusion*, 343.

<sup>35</sup> El título original de la obra es: *Understanding Comics: The Invisible Art*. Scott McCloud, *Understanding Comics: The Invisible Art* (New York: HarperCollins, 1993).

<sup>36</sup> McCloud, *Entender el cómic*, 30-31.

hasta formas gráficas simplificadas, entre las que se encuentra el dibujo caricaturesco.<sup>37</sup> En este marco, dicho estilo se sitúa en un nivel de abstracción que reduce los rasgos visuales a sus elementos esenciales, lo que favorece la identificación del espectador con la imagen. En palabras del autor, “cuando vemos una cara realista, vemos a alguien; cuando vemos una cara simple, nos vemos a nosotros mismos”.<sup>38</sup>



**Figura 3.** *Contraste entre el dibujo realista y el dibujo caricaturesco.*<sup>39</sup>

En este marco, McCloud distingue entre **iconos pictóricos**, entendidos como imágenes que representan elementos del mundo material, como personas, animales, objetos o lugares, e **iconos no pictóricos**, que remiten a ideas abstractas sin una correspondencia física directa, como ocurre con los números o las letras.<sup>40</sup> A partir de esta distinción, puede comprenderse por qué la caricatura, pese a su aparente simplicidad formal, conserva una elevada capacidad expresiva y comunicativa, ya que la reducción visual no implica una pérdida de significado, sino una reconfiguración de los mecanismos de reconocimiento e identificación por parte del espectador.

<sup>37</sup> McCloud, *Entender el cómic. El arte invisible*, 24-59.

<sup>38</sup> McCloud, 36.

<sup>39</sup> McCloud, 36, fotografía del autor.

<sup>40</sup> McCloud, 27-29.

Un ejemplo ilustrativo de este fenómeno puede observarse en la comparación entre una caricatura de Mickey Mouse y una fotografía de un ratón. En el primer caso, la representación caricaturesca simplifica radicalmente la forma del animal, reduciendo sus rasgos a elementos esenciales que facilitan la identificación del espectador y la atribución de cualidades humanas al personaje. En contraste, la fotografía de un ratón busca una reproducción lo más fiel posible del mundo físico, destacando la complejidad y el detalle del referente real. Si bien la imagen fotográfica conserva una relación evidente con el objeto representado, esta mayor fidelidad no favorece necesariamente la identificación, ya que el espectador percibe al animal como un otro claramente diferenciado. Este contraste permite comprender que la simplicidad formal de la caricatura no implica una pérdida de expresividad, sino que, por el contrario, potencia su capacidad para generar vínculos simbólicos y afectivos entre la imagen y quien la observa.<sup>41</sup>



Figura 4. Grado de identificación.<sup>42</sup>

<sup>41</sup> McCloud, *Entender el cómic*, 27-41.

<sup>42</sup> McCloud, 36, fotografía del autor.

Teniendo en cuenta las precisiones realizadas en torno al concepto de caricatura, es necesario señalar que el cómic, en tanto lenguaje narrativo visual, puede recurrir al estilo caricaturesco como recurso gráfico sin que ello implique una pérdida de complejidad narrativa. Un ejemplo representativo de esta apropiación es *Popeye*, personaje creado por el caricaturista estadounidense E. C. Segar (1894–1938), que apareció por primera vez el 17 de enero de 1929 en la tira cómica *Thimble Theatre (1919)*.<sup>43</sup> El diseño visual de Popeye, caracterizado por la exageración de rasgos y la simplificación formal, constituye un claro caso de dibujo caricaturesco aplicado a la narración secuencial, lo que contribuyó decisivamente a su rápida identificación por parte del público y a la consolidación del personaje dentro del imaginario cultural estadounidense. Su grado de iconicidad lo convirtió en una de las figuras más representativas del cómic de la primera mitad del siglo XX.<sup>44</sup>



**Figura 5.** El dibujo caricaturesco de Popeye.<sup>45</sup>

<sup>43</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 67.

<sup>44</sup> Guiral, 64-68.

<sup>45</sup> E. C. Segar, *Thimble Theatre*, 1929, viñeta con Popeye, en Guiral, 67, fotografía del autor.

Originalmente concebido como un personaje secundario, Popeye formaba parte del elenco de *Thimble Theatre*, una tira en la que otros personajes, en particular Olive Oyl, ocupaban un lugar central en la trama inicial. No obstante, la favorable recepción del público llevó al personaje a adquirir progresivamente mayor relevancia, hasta convertirse en el eje narrativo de la serie, que finalmente adoptó el nombre de *Thimble Theatre Starring Popeye*.<sup>46</sup> La posterior expansión del personaje hacia otros medios, como la animación, el cine y la televisión, ha contribuido a que una parte significativa del público desconozca su origen en el cómic, fenómeno que se repite en otros personajes emblemáticos como Mickey Mouse, el Pato Donald o Garfield.

Como ya se establecieron las diferencias claves entre cómic y caricatura, resulta pertinente señalar que el término *cartoon*, usualmente traducido como caricatura, es empleado en el contexto estadounidense para designar también a las producciones de animación que se derivan del estilo caricaturesco.<sup>47</sup> En este sentido, *cartoon* no solo remite a una modalidad gráfica, sino también a un conjunto de producciones audiovisuales animados en dos dimensiones, tradicionalmente asociados al entretenimiento infantil o familiar, aunque no exclusivamente.

Ejemplos paradigmáticos de esta tradición son los cortos animados de *Looney Tunes*, que dieron origen a personajes como Bugs Bunny (1940) y Daffy Duck (1937), producidos en el seno de los estudios Warner Bros durante la denominada era dorada de la animación estadounidense. Concebidos como animales antropomorfizados, estos personajes alcanzaron una amplia difusión y se consolidaron como figuras centrales de la industria del

---

<sup>46</sup> Sabin, *Comics, Comix & Graphic Novels*, 34-35.

<sup>47</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 7.

entretenimiento estadounidense, en gran medida gracias al trabajo de animadores como Tex Avery, Chuck Jones y Bob Clampett, entre otros.<sup>48</sup>

La rentabilidad y la proyección internacional del *cartoon* fueron tales que, a partir de la segunda mitad del siglo XX, surgieron canales de televisión dedicados de manera exclusiva a la transmisión de animación. Ejemplos representativos de este proceso son *Cartoon Network*, fundado en 1992 y perteneciente a WarnerMedia, y *Nickelodeon*, consolidado como canal infantil a partir de 1979 y responsable de producciones emblemáticas como *SpongeBob SquarePants* (1999), creada por Stephen Hillenburg.

### 1.3 Las denominaciones del cómic en el mundo

Con el fin de evitar ambigüedades conceptuales y anacronismos terminológicos, resulta necesario delimitar de manera precisa los principales conceptos asociados históricamente al cómic y a sus manifestaciones afines. La circulación transnacional del medio, así como la diversidad de tradiciones culturales y editoriales en las que se ha desarrollado, ha dado lugar a una pluralidad de denominaciones que, aunque en ocasiones remiten a fenómenos similares, no son estrictamente equivalentes. La siguiente tabla no busca establecer una jerarquía entre términos, sino ofrecer una herramienta comparativa que permita distinguir entre lenguaje, formato, género y estilo, atendiendo a su contexto histórico de aparición y a sus usos específicos en distintos países. De este modo, se sintetizan las nociones conceptuales que se han venido desarrollando hasta ahora en el presente trabajo. Estos conceptos serán retomados y profundizados en secciones posteriores, desde una perspectiva histórica y analítica.

---

<sup>48</sup> Timothy R. White, "From Disney to Warner Bros: The Critical Shift", *Film Criticism* 16, no. 3 (1992): 3-16. <http://www.jstor.org/stable/44075967>.

**Tabla 1.** Denominaciones en torno al cómic alrededor del mundo

**Denominaciones en torno al cómic alrededor del mundo**

<i>Concepto</i>	<b>País de origen y periodo</b>	<b>Definición</b>	<b>Traducción en otros países</b>
<i>Comic/comics</i>	En Estados Unidos, finales del siglo XIX.	Lenguaje narrativo basado en la articulación secuencial de imágenes, eventualmente acompañadas de texto, que conforma un sistema narrativo propio. El término alude al fenómeno cultural y comunicativo del medio, no a un formato material específico.	Historieta o cómic (países hispanohablantes); manga (Japón, como tradición cultural específica); quadrinhos (Brasil); tebeo (España); fumetti (Italia); bande dessinée (Francia, Bélgica y Suiza).
<i>Political cartoon</i>	En Inglaterra, finales del siglo XVIII.	Imagen caricaturesca de carácter satírico y crítico, orientada a la denuncia política o social. Generalmente no secuencial, publicada en prensa y revistas de opinión.	Caricatura editorial (Colombia); humor gráfico político (Argentina); editorial cartoon (Estados Unidos).
<i>Cartoon</i>	En Inglaterra, finales del siglo XVIII; resignificación en Estados Unidos, siglo XX.	Estilo de dibujo basado en la simplificación formal y la exageración de rasgos. En el contexto estadounidense, el término también designa la animación bidimensional de estética caricaturesca.	Caricatura (en los países hispanohablantes); dibujos animados (América Latina, cuando se refiere a animación).
<i>Comic-book</i>	En Estados Unidos, década de 1930.	Formato editorial del cómic presentado como revista periódica, generalmente entre 24 y 32 páginas, con historias seriadas. Su consolidación está estrechamente vinculada al auge del género de los superhéroes.	Revista de cómics (Colombia); revista de historietas (México, Argentina, entre otros).
<i>Comic strip</i>	En Estados Unidos, finales del siglo XIX.	Formato de publicación de cómics en periódicos, presentado en una sección fija de entretenimiento. Constituyó uno de los principales medios de difusión masiva del cómic en sus orígenes.	Tira de prensa (países de habla hispana).
<i>Daily strip</i>	En Estados Unidos, inicios del siglo XX. <sup>49</sup>	Modalidad de la tira de prensa publicada de lunes a sábado, generalmente en blanco y negro y de extensión reducida. Se caracteriza por su regularidad y su función de fidelización del lector.	Tira diaria (países de habla hispana).
<i>Sunday strip</i>	En Estados Unidos, finales del siglo XIX. <sup>50</sup>	Tira de prensa publicada los domingos, usualmente a color y en formato de página completa. Asociada al surgimiento de los suplementos dominicales y al desarrollo temprano del cómic como espectáculo visual. <sup>51</sup>	Tira dominical (países de habla hispana).

<sup>49</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 48.

<sup>50</sup> Guiral, 31.

<sup>51</sup> Guiral, 47-48.

#### 1.4 Los antecedentes del cómic

La aparición de la imagen impresa, mediante técnicas de grabado como la xilografía y el aguafuerte durante los siglos XV y XVI, constituye, según Peter Burke, una de las revoluciones históricamente más significativas en la producción de imágenes.<sup>52</sup> La impresión permitió una expansión sin precedentes del mercado y del consumo visual, al introducir un sistema de reproducción y circulación más rápido y asequible que la pintura,<sup>53</sup> cuya elaboración requería largos tiempos de ejecución y que había permanecido tradicionalmente vinculada a los ámbitos eclesiásticos y a las altas esferas del poder. Esta transformación no solo modificó las condiciones materiales de producción de contenidos visuales, sino que introdujo nuevas formas de acceso, apropiación y lectura, sentando las bases del consumo masivo de imágenes impresas.

Sobre este nuevo régimen de circulación visual, los antecedentes del cómic suelen situarse en la Europa del siglo XVIII, en un contexto marcado por profundas transformaciones técnicas, sociales y culturales que favorecieron la aparición de nuevas formas de entretenimiento de carácter masivo. Las mejoras en los procesos de impresión, como el surgimiento de la técnica del grabado al boj en 1775 por el inglés Thomas Bewick<sup>54</sup> y la invención de la litografía en 1796 por el alemán Aloys Senefelder,<sup>55</sup> permitieron la reproducción a gran escala y a bajo costo de producciones gráficas impresas que anteriormente habían estado restringidas a las élites, ampliando así su circulación en los sectores populares.

---

<sup>52</sup> Peter Burke, *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, trad. Teófilo de Lozoya (Barcelona: Crítica, 2005), 20. El autor menciona que “la aparición de la imagen impresa (xilografía, grabado, aguafuerte, etc.) durante los siglos XV y XVI” representa una de las dos revoluciones más importantes en la producción de imágenes. La otra es la imagen fotográfica en los siglos XIX y XX.

<sup>53</sup> Burke, *Visto y no visto*, 21.

<sup>54</sup> González, *Historia de la caricatura*, vol. I: 171.

<sup>55</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 21.

### 1.4.1 Las estampas populares

Entre estos antecedentes se encuentran las llamadas *estampas populares*, hojas sueltas con textos e imágenes que circulaban desde el siglo XVI y que, con el perfeccionamiento progresivo de las técnicas gráficas, alcanzaron durante el siglo XVIII una presencia sociocultural aún mayor. Estas piezas impresas se consolidaron como una de las principales formas de reproducción y estandarización de imágenes con texto, anteriores al desarrollo del lenguaje gráfico secuencial que más adelante se denominará cómic. Según Peter Burke, retomando el planteamiento del coleccionista e historiador del grabado William M. Ivins Jr (1881-1961), la relevancia de estas estampas residía en que constituían “afirmaciones plásticas susceptibles de ser repetidas con toda exactitud”,<sup>56</sup> subrayando así el papel central de la reproductibilidad técnica en la configuración de un nuevo modelo de consumo masivo de imágenes.<sup>57</sup>

Estas estampas cumplían funciones diversas: se comercializaban en tiendas, tabernas o a través de vendedores ambulantes, y servían tanto para el entretenimiento como para la difusión de ideas religiosas, políticas o moralizantes en sociedades con índices considerables de analfabetismo. En este sentido, como señala Peter Burke, las imágenes impresas han funcionado históricamente como objetos de devoción, medios de persuasión y fuentes de información o placer, lo que las convierte en testimonios privilegiados de las formas de creencia, conocimiento y prácticas sociales del pasado.<sup>58</sup> Su relevancia como antecedente del

---

<sup>56</sup> Burke, *Visto y no visto*, 21.

<sup>57</sup> Sobre el concepto de reproductibilidad técnica y su impacto en la circulación y recepción de las imágenes, véase Walter Benjamin, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos I: Filosofía del arte y de la historia*, trad. Jesús Aguirre (Buenos Aires: Taurus, 1989), 15-57.

<sup>58</sup> Burke, *Visto y no visto*, 17.

cómico radica en la articulación entre imagen y texto, así como en su capacidad para construir sentido narrativo a partir de la sucesión de escenas.<sup>59</sup>

#### 1.4.2 William Hogarth y la secuencialidad

En este contexto, la obra del artista británico William Hogarth (1697-1764) ocupa un lugar central. Inspirado tanto en la tradición de las estampas populares, como en la pintura neerlandesa de género del siglo XVII (caracterizada por la representación de escenas cotidianas y la carga moralizante),<sup>60</sup> y mediante el uso del grabado, Hogarth desarrolló series de imágenes organizadas en secuencia narrativa, en las que cada estampa funcionaba como un episodio dentro de una historia mayor. Estas series constituyen una referencia fundamental para comprender el surgimiento de la narración visual secuencial que más tarde caracterizaría al cómic.<sup>61</sup>

Su trabajo más emblemático, *A Rake's Progress* (1732-1735), está compuesto por ocho grabados que relatan el ascenso y caída moral de un joven libertino, a través de una sátira mordaz de la sociedad urbana londinense, marcada por el crecimiento demográfico y las nuevas dinámicas de la vida moderna.<sup>62</sup> Además de su importancia estética y narrativa, Hogarth desempeñó un papel clave en la consolidación de la noción moderna de autoría, al impulsar entre 1732 y 1735 una legislación destinada a proteger los derechos de los grabadores frente a la piratería, conocida posteriormente como el *Engraver's Copyright Act* o *Hogarth's Act*.<sup>63</sup>

---

<sup>59</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 13.

<sup>60</sup> Burke, *Visto y no visto*, 106, 143-144.

<sup>61</sup> Gombrich, *Art and Illusion*, 337; González, *Historia de la caricatura*, vol. I: 105-106; McCloud, *Entender el cómic*, 16-17.

<sup>62</sup> Guiral, *Del Tebeo al manga*, 13-15.

<sup>63</sup> Peter Burke, *Historia social del conocimiento*, vol. I: de Gutenberg a Diderot, trad. Isidro Arias (Barcelona: Paidós, 2002), 209.



**Figura 6.** *A Rake's Progress*. Serie de grabados de William Hogart (1735)<sup>64</sup>

<sup>64</sup> William Hogart, *A Rake's Progress*, 1735, grabado y aguafuerte, Imagen compuesta creada a partir de las colecciones del The Metropolitan Museum of Art, Nueva York.  
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search?q=William+Hogarth+A+Rake%27s+Progress&offset=0>

El grabado y las estampas populares conservaron, en términos generales, un estilo visual de carácter realista y proporciones equilibradas. Aunque podían incorporar elementos de sátira política y crítica social, como ocurre en la obra de William Hogarth, estas representaciones se inscribían en una tradición artística vinculada a los ideales estéticos de la Ilustración, en la que la figura humana ocupaba un lugar central y se concebía como expresión de orden, racionalidad y armonía. Este enfoque respondía tanto a un proyecto cultural como a una forma de concebir el arte y otros productos visuales destinados al consumo urbano, antes de la irrupción de estilos más abiertamente deformantes y burlescos.<sup>65</sup>

Resulta pertinente subrayar esta dimensión estilística para comprender la relevancia del cambio que se produjo hacia finales del siglo XVIII en Gran Bretaña, en paralelo al inicio de la Primera Revolución Industrial. En este contexto comenzó a consolidarse un lenguaje gráfico de carácter satírico y deformante que, si bien retomaba la tradición de la denuncia moral presente en Hogarth, se apartaba de manera deliberada de los cánones de proporcionalidad y refinamiento propios del arte ilustrado. Esta ruptura estilística respondió a nuevas sensibilidades sociales y a la necesidad de representar, mediante la exageración y la distorsión formal, las tensiones, vicios y contradicciones de la sociedad urbana industrializada emergente. Asimismo, estas prácticas gráficas se convirtieron en un espacio privilegiado de intervención crítica y de circulación de discursos dentro de la esfera pública.<sup>66</sup>

Esta transformación estilística no respondió únicamente a una evolución formal, sino que implicó una toma de posición consciente por parte de los artistas frente al legado estético de la Ilustración. La caricatura emergió, así como una estrategia deliberada de diferenciación

---

<sup>65</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 15.

<sup>66</sup> Burke, *Visto y no visto*, 99-100.

cultural, que rechazaba el ideal de armonía y proporcionalidad para adoptar la exageración, la simplificación y la distorsión como recursos expresivos. Desde sus orígenes, este lenguaje gráfico fue empleado para señalar y ridiculizar a figuras asociadas al poder político y económico, utilizando la deformación corporal como metáfora visual de la corrupción moral, el vicio y el abuso de poder. En este sentido, la caricatura se configuró no solo como un estilo, sino como una forma de crítica social profundamente ligada a los conflictos de la modernidad urbana.<sup>67</sup>

#### 1.4.3 Thomas Rowlandson y la caricatura británica

Según el crítico y estudioso del cómic Antoni Guiral, la tradición de la caricatura británica se consolidó a partir de la obra de cuatro figuras fundamentales: William Bunbury (1750-1811), Thomas Rowlandson (1756-1827), James Gillray (1757-1815) y George Cruikshank (1792-1878)<sup>68</sup>. Dentro de este grupo, la figura de Thomas Rowlandson resulta especialmente relevante por la creación del personaje *Dr. Syntax* (1809),<sup>69</sup> cuya extraordinaria popularidad dio lugar no solo a una serie de obras de humor gráfico de gran éxito, sino también a una amplia gama de productos comerciales (ropa, objetos domésticos y accesorios) que lo convirtieron en uno de los primeros personajes ficticios en articular una forma temprana de mercadotecnia.

Este fenómeno, que anticipa la lógica de explotación comercial asociada posteriormente a los personajes del cómic estadounidense a mediados del siglo XX, es respaldado por Guiral a partir de la valoración del autor británico Paul Gravett, quien señala

---

<sup>67</sup> Gombrich, *Art and Illusion*, 351-353. Gombrich retoma *Rules for Drawing Caricatures* (1788) de Francis Grose para explicar cómo la caricatura se fundamenta en la exageración selectiva de rasgos significativos como estrategia expresiva consciente, orientada a revelar el carácter moral y social del sujeto representado.

<sup>68</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 15; Sabin, *Comics, comix & graphic novels*, 12.

<sup>69</sup> Gombrich, *Art and Illusion*, 352.

que el caso del *Dr. Syntax*: “demostró a los artistas y a los editores hasta qué punto un personaje gráfico podía convertirse en popular, anticipando a todos los niveles el merchandising asociado hoy en día a los personajes de cómics. Los ingleses compraban los sombreros, las chaquetas del Dr. Syntax, jarras, muñecas, etc”.<sup>70</sup>



**Figura 7.** *Dr. Syntax de Thomas Rowlandson.*<sup>71</sup>

<sup>70</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 16.

<sup>71</sup> William Combe y Thomas Rowlandson, *The Tour of Dr. Syntax in Search of the Picturesque*, 1809-1812, caricatura de Thomas Rowlandson, en Guiral, 16, fotografía del autor.

Durante la primera mitad del siglo XIX, la caricatura alcanzó en Inglaterra un nivel de popularidad tal que comenzó a ser percibida no solo como una práctica artística, sino también como un negocio cultural altamente rentable. Este contexto favoreció el surgimiento de iniciativas editoriales y de patrocinio dirigidas a artistas interesados en desarrollar personajes gráficos capaces de atraer un público amplio y de generar ingresos a través de la venta de publicaciones periódicas y productos asociados. En este sentido, Roger Sabin señala que, a partir de la década de 1820, puede hablarse ya de una auténtica industria de la sátira impresa en Gran Bretaña.<sup>72</sup>

La fundación en 1841 de *Punch*, revista satírica de publicación semanal, consolidó este modelo al establecer una plataforma estable para la circulación seriada de caricaturas y comentarios gráficos sobre la actualidad política y social, sentando un precedente fundamental para el desarrollo posterior de la prensa con ilustraciones y del cómic.<sup>73</sup> Además, el progresivo abaratamiento de las impresiones con imágenes, como señala Peter Burke, facilitó que: “las imágenes añadieran atractivo a los periódicos, tales como el *Illustrated London News* (1842), el primer semanario ilustrado con una tirada de doscientos mil ejemplares en la década de 1850”.<sup>74</sup>

#### 1.4.4 Rodolphe Töpffer: el pionero del cómic

El impacto cultural de este fenómeno trascendió rápidamente las fronteras británicas y despertó el interés de artistas e intelectuales de otros países europeos. Entre ellos se encontraba el suizo Rodolphe Töpffer (1799-1846), quien articuló un diálogo entre la

---

<sup>72</sup> Sabin, *Comics, comix & graphic novels*, 12.

<sup>73</sup> Sabin, 14.

<sup>74</sup> Peter Burke, *Historia social del conocimiento*, vol. II: de la Enciclopedia a la Wikipedia, trad. Carme Font Paz y Francisco Martín Arribas (Barcelona: Paidós, 2012), 129.

tradición caricaturesca británica y el modelo narrativo secuencial extendido por William Hogarth. Y complementó, a partir de su propia reflexión teórica sobre el dibujo, para desarrollar una propuesta de narración gráfica basada en la sucesión de imágenes acompañadas de texto manuscrito integrado.<sup>75</sup>

Su obra es considerada hoy como uno de los antecedentes fundamentales del cómic moderno, en la medida en que sistematizó un lenguaje gráfico narrativo coherente y reconocible, que sería retomado, adaptado y ampliado por autores posteriores a lo largo del siglo XIX y comienzos del XX.<sup>76</sup>

La conciencia de esta nueva forma narrativa fue aclarada por el propio Töpffer, cuando escribió una pequeña nota en la revista académica *Bibliothèque universelle de Geneve*, donde publicó por primera vez su relato en imágenes *Histoire of Mr. Jabot* (1831-1835). Ahí describió su propuesta como “un pequeño libro de naturaleza mixta”, compuesto por una serie de dibujos acompañados de breves textos, subrayando que “los dibujos, sin el texto, no significarían nada”.<sup>77</sup> Esta formulación evidencia una temprana comprensión de la interdependencia entre imagen y palabra como principio estructural del medio.

Su trabajo más conocido, *Les amours de M. Vieux-Bois* (1827-1837), considerado como uno de los primeros cómics de la historia, fue concebido inicialmente con fines pedagógicos y recreativos en el internado donde trabajaba, pero su rápida aceptación motivó su posterior comercialización ante públicos más amplios. En aquel trabajo, se consolidaron

---

<sup>75</sup> Philippe Willems, “This Strangest of Narrative Forms: Rodolphe Töpffer’s Sequential Art”, *Mosaic: An Interdisciplinary Critical Journal* 41, no. 2 (2008): 127-129, <http://www.jstor.org/stable/44029499>.; Gombrich, *Art and Illusion*, 336-351.

<sup>76</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 17-19.

<sup>77</sup> Willems, “This Strangest of Narrative Forms”, 139. Philippe Willems identifica esta formulación de Töpffer como un momento clave en la emergencia de la conciencia del arte secuencial como forma narrativa autónoma, al subrayar la interdependencia estructural entre imagen y texto en sus primeras reflexiones teóricas.

tres elementos fundamentales del cómic moderno: la narración centrada en un protagonista, la segmentación del relato en viñetas y el uso del texto como complemento explicativo de la imagen.



**Figura 8.** Fragmento de *Les Amours de Mr. Vieux Bois* (1837)<sup>78</sup>

La influencia decisiva de Rodolphe Töpffer en el desarrollo del cómic radica, ante todo, por la reflexión teórica que formuló en torno a la novedosa posibilidad de articular narraciones mediante la integración consciente de dibujo, texto y secuencialidad. En su propuesta, estos elementos no operaban de forma aislada, sino como partes interdependientes de un mismo sistema narrativo orientado a la producción de sentido.<sup>79</sup> Esta toma de

<sup>78</sup> Rodolphe Töpffer, *Les Amours de Mr. Vieux Bois*, 1837, fragmento de cómic, en Guiral, *Del tebeo al manga*, 18, fotografía del autor.

<sup>79</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 17-19.

conciencia se manifiesta de manera clara en *Essai de Physiognomie* (1845), considerado uno de los primeros intentos sistemáticos para la comprensión de la narración gráfica.<sup>80</sup>

Más allá de la dimensión estética del cómic, ya se ha mencionado que el objetivo central de Töpffer fue el de proponer un recurso innovador con claras aplicaciones pedagógicas. La novedad se evidenciaba en la configuración de un nuevo modelo de lectura consciente, donde dibujo y texto ordenado en secuencialidad facilitarían el aprendizaje, de aquel que lo lee.<sup>81</sup>

Aunque, originalmente no se concibió el fenómeno con una clara intención comercial, el dinamismo y la fácil interpretación del medio, captaría a finales del siglo XIX, la atención de los magnates de la prensa en los Estados Unidos, que vieron en el cómic el potencial suficiente para ayudar a promover la venta de periódicos.<sup>82</sup>

Enumerando las aportaciones del autor suizo, se puede afirmar que fueron decisivas en varios sentidos: en primer lugar, estableció una relación sistemática entre imagen y texto que subordinaba la forma gráfica a la claridad narrativa; en segundo término, defendió la simplicidad del dibujo como recurso expresivo eficaz, privilegiando la fluidez del relato por encima del detallismo visual. Finalmente, al optar por formatos de impresión asequibles y fácilmente reproducibles, como la estampa, su obra se inscribió de lleno en la lógica de la cultura impresa moderna.<sup>83</sup> En conjunto, estas decisiones permitieron a Töpffer sentar las bases de un lenguaje gráfico narrativo coherente, sistemático y reproducible, cuya influencia

---

<sup>80</sup> Gombrich, *Art and Illusion*, 336-337; Willems, “This Strangest of Narrative Forms”, 130.

<sup>81</sup> Willems, “This Strangest of Narrative Forms”, 131.

<sup>82</sup> Steimberg, *Leyendo Historietas*, 35-37.

<sup>83</sup> McCloud, *Entender el cómic*, 17.

se extendería a lo largo del siglo XIX en Europa y América. Su legado es tal, que sus comentarios serán retomados por las tradiciones posteriores del cómic.<sup>84</sup>

En este sentido, Töpffer puede considerarse pionero no solo por la formulación de una narración gráfica basada en dibujos simples y en el uso estratégico de un formato de impresión económico, sino también por la temprana circulación internacional de su obra. Este modelo sería retomado y amplificado progresivamente desde mediados del siglo XIX en los Estados Unidos, donde las condiciones tecnológicas, urbanas y editoriales permitieron una expansión del cómic a una escala mucho mayor. En 1842, *Les amours de M. Vieux-Bois* (1837), fue publicado como suplemento del periódico neoyorquino *Brother Jonathan*, traducido al inglés bajo el título *The Adventures of Mr. Obadiah Oldbuck*. Es considerado por los especialistas del medio como el primer cómic publicado en Estados Unidos, lo que evidencia una temprana apropiación del modelo narrativo töpfferiano en el contexto anglosajón.<sup>85</sup>

### **1.5 El cómic: la prensa y la ciudad**

Este antecedente de la llegada del trabajo de Töpffer a los Estados Unidos coincidió con la revolución de la *Penny Press* iniciada en la década de 1830. Esta revolución inauguró la modernidad en los periódicos al disminuir considerablemente el precio de venta para aumentar la circulación. Dándole prioridad a la comercialización de la información por encima de los asuntos políticos e intelectuales, y a su vez, logrando independencia financiera respecto a los partidos políticos.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 17-19.

<sup>85</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 19.

<sup>86</sup> Aponte Moreno, "20 años de El Tiempo", 7.

Para que se pudiera modernizar la prensa, Estados Unidos tuvo que experimentar una serie de procesos muy importantes a lo largo del siglo XIX: primero, un acelerado crecimiento demográfico y un desarrollo urbanístico en las principales ciudades del país, especialmente en Chicago y Nueva York.<sup>87</sup> Segundo, la oferta laboral de las grandes urbes impulsó movimientos migratorios internos del campo a la ciudad y externos de Europa hacia Estados Unidos.<sup>88</sup> Tercero, el incremento de los niveles de alfabetización, que hacia 1850, alcanzaban aproximadamente cuatro quintas partes de la población estadounidense, lo que ampliaba considerablemente el público potencial de los periódicos.<sup>89</sup> Cuarto, las innovaciones tecnológicas aplicadas a los sistemas de comunicación y producción editorial, en las que destacan la implementación del telégrafo, que permitió articular informativamente al territorio nacional<sup>90</sup> y la introducción de la rotativa en 1846 que aceleró significativamente la impresión de ejemplares.<sup>91</sup> Quinto, el desarrollo de una infraestructura de transporte altamente eficiente, particularmente con la expansión del ferrocarril, que en 1860 se convirtió en la red ferroviaria más extensa del mundo occidental, facilitando así la distribución en masa de periódicos por todo el país.<sup>92</sup>

En este contexto, la ciudad comenzó a consolidarse como el epicentro de nuevas formas de consumo cultural y de circulación de información (democratización del consumo),<sup>93</sup> transformando a los periódicos en una extensión fundamental de la

---

<sup>87</sup> Aurora Bosch, *Historia de los Estados Unidos 1776-1945* (Barcelona: Crítica, 2005) 150, 245-246.

<sup>88</sup> Bosch, *Historia de los Estados Unidos*, 94-95, 149, 246.

<sup>89</sup> Bosch, 150.

<sup>90</sup> Burke, *Historia social del conocimiento*, vol. II: 122.

<sup>91</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 12.

<sup>92</sup> Bosch, *Historia de los Estados Unidos*, 149.

<sup>93</sup> Bosch, *Historia de los Estados Unidos*, 332.

comunicación masiva que a partir de ese momento estará destinada a informar y a entretener amplios sectores de la población urbana.<sup>94</sup>

Ahora en ese escenario de ciudad modernizada, surgió una figura vital para el desarrollo de la prensa masiva. Joseph Pulitzer, que en 1883: “empezó a vender el New York World por un céntimo por ejemplar a un ritmo de medio millón de copias al día”.<sup>95</sup> Facilitando de esta forma el consumo de prensa en todos los niveles sociales y la búsqueda de estrategias editoriales para atraer lectores. A esto también se le suma la creación del concepto de suplemento dominical, por el mismo Pulitzer en 1889, que le confirió al periódico un enfoque no solo informativo, sino también de entretenimiento, especialmente en las grandes ciudades como Nueva York.<sup>96</sup>

Teniendo en cuenta el enfoque masivo con el que Pulitzer decidió promocionar la comercialización de la prensa, el recurso gráfico se volvió esencial para captar la atención de los lectores en un mercado periodístico cada vez más competitivo y saturado.<sup>97</sup> Por tal razón, Oscar Steimberg en su texto, *Leyendo historietas: textos sobre relatos visuales y humor gráfico*, afirma que el cómic moderno surge: “como el recurso bajo destinado a ganar lectores al competidor”.<sup>98</sup> A partir de entonces, los cómics se incorporaron de manera sistemática a la prensa diaria, llegando incluso a conformarse una sección específica en el periódico con la intención de incentivar su consumo masivo y fidelizar a los lectores.<sup>99</sup>

---

<sup>94</sup> Burke, *Historia social del conocimiento*, vol. II: 121.

<sup>95</sup> Burke, 122.

<sup>96</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 31.

<sup>97</sup> Guiral, 29-35.

<sup>98</sup> Steimberg, *Leyendo historietas*, 35.

<sup>99</sup> Steimberg, 35-37.

La vinculación de la producción industrializada del cómic como contenido de entretenimiento de los periódicos, despertó una rivalidad entre los magnates de la prensa, el ya mencionado Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst, en pleno apogeo de la prensa sensacionalista. Especialmente cuando se lanzó, el 5 de mayo de 1895, la serie *Hogan's Alley* de Richard F. Outcalt en el suplemento de Pulitzer. El personaje principal, The Yellow Kid, conectó inmediatamente con la audiencia neoyorquina. Hearst, que siempre analizaba a la competencia, se percató del éxito de la serie por su personaje, por lo que decidió el año siguiente contratar a Outcalt y a todo el equipo involucrado. Lo que acarreó un pleito legal que se decidió en los tribunales.<sup>100</sup> Dando lugar a que Pulitzer retuviera el nombre de la serie para ser continuada por otro dibujante, y que Hearst se quedará con Outcalt y con The Yellow Kid cambiando el nombre de la serie. Durante los siguientes treinta años los litigios comerciales por la propiedad de las series y la retención de autores sería un fenómeno común.<sup>101</sup>

Con el consumo masivo de cómics en prensa fueron surgiendo cada vez más series y las editoriales se vieron en la necesidad de configurar un modelo estandarizado para publicarlas. Naciendo de este modo la tira de prensa, que se convirtió en el formato de publicación estándar de los cómics en los periódicos. Dicho formato, incluye: nombre de la serie, numeración de entregas y viñetas, agencia de prensa que posee los derechos de distribución, firma del autor, entre otros elementos que faciliten su identificación. Para 1903 se lanza la primera tira diaria, *A. Piker Clerk*, de Clare Briggs por encargo de Moses

---

<sup>100</sup> Según Oscar Steimberg, con The Yellow Kid se ensayó por primera vez la inclusión del color amarillo para la impresión de diarios. Por tal razón, los diarios que se lo disputaron se les denominó prensa amarilla. Ese vínculo del cómic con la prensa sensacionalista connotó negativamente al fenómeno hasta su revaluación en la década de 1960 con el Arte Pop. Steimberg, *Leyendo Historietas*, 35.

<sup>101</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 31-33.

Koenisberg, miembro fundamental del equipo de Hearst. La tira duró al menos un año de publicación siendo exitosa, pero fue retirada por abordar constantemente la temática de las apuestas deportivas.<sup>102</sup> En 1907 se retomaría el concepto de la tira diaria con el lanzamiento de *A. Mutt* de Bud Fisher, siendo un total éxito.<sup>103</sup>

La tira de prensa se puede estudiar desde la perspectiva con la que Umberto Eco analizó el folletín en su trabajo *El Superhombre de masas*, donde propuso que las publicaciones periódicas fueron la plataforma ideal para consolidar las obras serializadas. Porque el desarrollo de una narrativa por entregas fideliza a los lectores empleando recursos como la intriga,<sup>104</sup> un bien triunfante sobre el mal (el héroe siempre gana)<sup>105</sup> y el lineamiento de una moralidad que no contradiga a la del público lector ni al grupo editorial. Por tal razón, nunca se han visto cómics del género de terror o similares en las páginas de un periódico.<sup>106</sup>

Retomando el modelo de negocio del cómic en la prensa. Este se volvió tan rentable que, de las agencias de prensa tradicionales, surgiría una completamente nueva que se dedicaría exclusivamente a suministrar contenido de entretenimiento a los periódicos.<sup>107</sup> En Europa nació PIB Copenhagen, fundada en 1899 por Hjalmar Carlsen en Dinamarca.<sup>108</sup> La cual, originalmente incursionó comercializando ilustraciones a los periódicos para posteriormente también dedicarse a la distribución de cómics a partir de 1915.<sup>109</sup>

---

<sup>102</sup> Guiral, *Del tebeo al manga*, 48.

<sup>103</sup> Guiral, 94.

<sup>104</sup> Umberto Eco, *El superhombre de masas*, trad. Teófilo de Lozoya (Bogotá: Debolsillo, 2012), 68.

<sup>105</sup> Eco, *El superhombre de masas*, 92.

<sup>106</sup> Oscar Steimberg menciona lo mismo cuando dice que hay pocas libertades creativas en la tira de prensa, por lo que se debe cumplir con los encargos específicos de la editorial. Steimberg, *Leyendo historietas*, 40-41.

<sup>107</sup> Según Peter Burke, la agencia de prensa más antigua es la AFP del francés Charles-Louis Havas fundada en París en 1835. Burke, *Historia social del conocimiento*, Vol. II: 122.

<sup>108</sup> Per Sanderhage, *PIB Copenhagen 100*, trad. Byron Erickson (Copenhague: PIB Copenhagen, 1999), 5-7. <https://pibfeatures.com/wp-content/uploads/2018/12/pib100.pdf>

<sup>109</sup> Sanderhage, *PIB Copenhagen 100*, 18.

En el caso de Estados Unidos estas agencias específicas reciben el nombre de syndicates y desde su aparición han competido por agenciar artistas y hacerse un catálogo amplio de series de renombre. De los tantos syndicates que se fundaron en territorio estadounidense en las primeras dos décadas del siglo XX, hay cuatro que destacan por encima de los demás, por su larga trayectoria y por poseer las series más famosas en un mercado internacionalizado. El King Features Syndicate (1915) propiedad de Hearst, The Bell Syndicate (1916) de John N. Wheeler, Chicago Tribune Syndicate (1918) y el United Feature Syndicate (1919) de Edward Willis Scripps propietario de United Press International (1907).

Teniendo en cuenta las aclaraciones previas se puede afirmar que, durante las primeras tres décadas del siglo XX, el cómic eclosionó comercialmente debido a las nuevas dinámicas de consumo de las grandes ciudades y a la modernización de la prensa. La difusión del cómic se consolidó en el formato de tira de prensa y dio lugar a que surgieran agencias especializadas en ofrecer contenido de entretenimiento a los periódicos. Cabe destacar, que otro aspecto fundamental del cómic es que su simpleza lo hace eficiente para alfabetizar a las masas lectoras de periódicos.

Este fenómeno no fue exclusivo de Estados Unidos y Europa, debido a que la influencia internacional de estas agencias de prensa llegó a propagarse por toda América Latina y la industrialización del cómic se fue dando progresivamente en cada territorio y según, las condiciones de operación cultural de cada uno de los países. Por ejemplo, Chile,<sup>110</sup>

---

<sup>110</sup> En Chile se creó en 1906 el personaje Federico Von Pilsener a manos del artista italiano Pedro Subercaseaux (1880-1956). Inaugurando el gusto del público chileno por los cómics y abriendo las puertas en un futuro a nuevos artistas de la talla de Pepo, creador de Condorito. Ossa, *Cómic la aventura infinita*, 235-236.

Argentina<sup>111</sup> y Brasil<sup>112</sup> experimentaron procesos de modernización en prensa más tempranos, lo que permitió desarrollar cómic desde la emulación de trabajos extranjeros y el desarrollo de propuestas de autoría nacional, muchas veces auspiciadas desde el exterior.<sup>113</sup> Y hay otros casos como el de Colombia con un proceso de modernización más lento, donde se recurrió a la importación de tiras de prensa extranjeras para satisfacer la demanda de los lectores de prensa de ciudades como Bogotá.



Figura 9. *The Yellow Kid*, el pionero del cómic moderno<sup>114</sup>

<sup>111</sup> Argentina es el país más rico de Sudamérica en tradición gráfica relacionada con el cómic, contando con series como Mafalda de Quino y El Eternauta de Héctor Oesterheld.

<sup>112</sup> En Brasil se experimentó desde muy temprano con el cómic, gracias al inmigrante italiano Angelo Agostini (1843-1910) que en 1869 presentó *As Aventuras de Nho-Quim*. Catalogado como uno de los primeros trabajos de narración secuencial en el continente americano. Ossa, *Cómic la aventura infinita*, 235.

<sup>113</sup> Steimberg, *Leyendo historietas*, 18-19.

<sup>114</sup> Richard F. Outcault, *The Yellow Kid*, 1896, en Guiral, 34, fotografía del autor.

## 2. La importación de tiras de prensa en *El Tiempo* (1911-1935)

### 2.1 El Cómic en el periódico *El Tiempo* (1911-1935)

A continuación, en el segundo capítulo se estudiará el impacto de la importación de cómics en Colombia, analizando el caso concreto del periódico *El Tiempo* durante el periodo de 1911 a 1935. Con el fin de demostrar como la industria colombiana del cómic basó su mercado en la importación de series de agencias como PIB Copenhagen, King Features Syndicate y United Feature Syndicate. Para determinar cómo este fenómeno repercutió a largo plazo en el desarrollo del cómic nacional.

#### 2.1.1 *El cómic no serializado en El Tiempo, la etapa de 1911 a 1919*

El periódico *El Tiempo* es una fuente valiosa para estudiar históricamente el desarrollo del cómic en Colombia. Especialmente porque fue uno de los primeros promotores del fenómeno junto con el diario gráfico *Mundo al Día* de Arturo Manrique y *El Espectador*. Todos tres cercanos a las ideas del liberalismo, apostaron por la modernización de la prensa. Incentivando el consumo de periódicos a través del uso de precios estratégicos, el financiamiento por medio del servicio publicitario y haciendo uso del recurso gráfico para atraer lectores y promocionar secciones específicas como la deportiva o los avisos limitados.

La razón de abordar el estudio desde la circulación del primer ejemplar de *El Tiempo*, el 30 de enero de 1911, responde al interés de querer detallar la evolución y el momento exacto en el que el cómic aparece en el diario bogotano, qué condiciones se dieron para que se fuera publicando progresivamente cada vez con más frecuencia y el vínculo estrecho que se desarrolló con la promoción de la publicidad en el periódico.

El primer año de *El Tiempo*, con la dirección de Alfonso Villegas Restrepo, se puede catalogar como un periodo de periodismo tradicional, donde aún no se notaba la estructura de un periódico moderno. Solamente se nota el interés de informar situaciones de actualidad y comentar asuntos de política, haciéndose mayor énfasis a la Unión Republicana (1909-1921), al que tenía afiliación *El Tiempo*. Por tal razón, aun no se encuentra evidente el uso de estrategias graficas para captar lectores. A nivel de formato es una edición de cuatro páginas sin ilustraciones.

En 1912 se nota una leve transición hacia la modernización del periódico cuando se percibe que se empieza a hacer uso de ilustraciones para promover el consumo de productos, especialmente farmacéuticos. El uso de las imágenes destaca por su utilidad como promoción publicitaria y enganche para atraer lectores. Eduardo Santos, que colaboraba con *El Tiempo* desde la segunda edición, era consciente de ello y su fuerte influencia proveniente del periodismo francés moderno le hizo desarrollar estrategias comerciales que pondría en marcha, concretamente desde que le compra el diario a Villegas Restrepo y asume la dirección en 1913.<sup>115</sup>

---

<sup>115</sup> Aponte Moreno, “20 años de *El Tiempo*”, 27-28, 59.



Figura 10. Ejemplo de los primeros grafismos publicitarios en *El Tiempo*<sup>116</sup>

Durante los siguientes siete años aún no hay presencia de comics en *El Tiempo*, pero tienen lugar varios acontecimientos que ayudaron a perfilar al periódico como un claro exponente de la prensa en vía de modernización en Colombia. Primero, se empieza a notar cada vez más la aparición de grafismos publicitarios que respondían a la necesidad de Santos por establecer una independencia financiera respecto a La Unión Republicana, pues esto le confería mayores libertades para comunicar información más allá de la esfera política.<sup>117</sup>

<sup>116</sup> *El Tiempo* (Bogotá), portada, 11 de junio de 1914, captura de pantalla del autor.

<sup>117</sup> Aponte Moreno, “20 años de *El Tiempo*”, 8.

Durante el periodo de la Primera Guerra Mundial, Santos tuvo que enfrentarse a la problemática del encarecimiento del papel por culpa del conflicto europeo, por lo que decidió, a diferencia de otros periódicos, de no elevar el precio de venta de ejemplares, sino incrementar el costo publicitario para los anunciantes. La estrategia dio frutos porque el aumento del precio en publicidad se justificó con un elevado nivel de circulación en Bogotá.<sup>118</sup> Esto posicionó a *El Tiempo* como el diario con la información más variada y con el precio más competitivo del mercado bogotano.

Segundo, el primero de enero de 1916 ante la negativa del gobierno nacional de seguir invirtiendo en la recepción de cablegramas provenientes del extranjero. *El Tiempo* presenta el anuncio de seguir el proyecto de financiar el Servicio Especial de Noticias Cablegráficas, en compañía de *El Espectador*, debido al interés por mantener informando sobre los acontecimientos del exterior y sostener el estatus de un diario vanguardista. Esto es fundamental debido a que le permitió a *El Tiempo* manejar una estrecha relación con agencias de prensa extranjeras, especialmente con la United Press International. Muy importante posteriormente en el desarrollo del cómic en el país.

---

<sup>118</sup> A la naciente industria bogotana lo que más le convenía para promover sus negocios, era que sus anuncios llegaran al mayor número posible de personas. Por tal razón, la eficiencia publicitaria de *El Tiempo* justificó el incremento de los servicios en publicidad, pues el bajo precio de venta de los ejemplares aseguraba llegar a muchos lectores de todos los niveles socioeconómicos. Una propuesta que beneficiaba a todas las partes. Aponte Moreno, “20 años de *El Tiempo*”, 31-33.

**Servicio especial  
de noticias  
cablegráficas  
para “El Espectador” y  
“El Tiempo”**

Como saben nuestros lectores, el Gobierno resolvió suspender el servicio oficial de noticias que había venido suministrándose a la prensa nacional, por creer que originaba él una erogación excesiva para el Tesoro. Tal servicio quedó suspendido desde ayer, pero deseosas las empresas de *El Espectador* y *EL TIEMPO* de dar a sus favorecedores la más completa información, lo han tomado a su cargo, sin reparar en el gasto ingente que esto les implica, y haciendo así un esfuerzo más por corresponder a los favores del público.

Ofrecemos, pues, a nuestros lectores el mejor y más rápido servicio de noticias que llega al país, y que procuraremos mejorar diariamente hasta hacerlo plenamente satisfactorio en todo sentido.

*Figura 11. Anuncio del servicio cablegráfico de El Tiempo*<sup>119</sup>

Tercero, el 30 de agosto de 1919 debuta la sección de Avisos Limitados, que fue el resultado de configurar una sección dedicada a la publicidad, que desde años anteriores se convirtió en uno de los músculos financieros del periódico. Como ya se ha expuesto, desde 1912 ya había publicidad en *El Tiempo*, solo que la configuración de una sección específica respondía a las pretensiones de modernización del director. Pues una sección que ofrecía el

<sup>119</sup> “Servicio especial de noticias cablegráficas para El Espectador y El Tiempo”, anuncio, *El Tiempo* (Bogotá), 1 de enero de 1916, 2, captura de pantalla del autor.

servicio de publicitar aseguraba concretar un mayor volumen de contratos con empresas que requerían el servicio.<sup>120</sup>

Dentro de la fórmula de modernidad de Santos, aparte del servicio publicitario y el bajo costo de venta de ejemplares, su propuesta también estuvo encaminada en ofrecer modelos de suscripción baratos que garantizaban el consumo de su diario a largo plazo. Esta empresa periodística tan bien ejecutada fue respaldada por Fabio Restrepo, pilar administrativo de *El Tiempo*.<sup>121</sup>

Cabe destacar, que a finales de la década de 1910 ya se empleaba la telegrafía a nivel nacional, pero las redes no se encontraban en las mejores condiciones y esto causaba intermitencia y retraso en los mensajes. Según Oscar Mauricio Aponte Moreno, el momento crucial para el mejoramiento en la recepción de información desde el extranjero, se da el 15 de enero de 1926 con la actualización de la red telegráfica que unía a Bogotá con Buenaventura, ciudad portuaria a donde llegaban los cablegramas de la United Press y otras agencias extranjeras.<sup>122</sup>

Esa confluencia de recepción de información que llegaba desde afuera y los constantes viajes al extranjero de los distintos miembros de *El Tiempo*,<sup>123</sup> permitió que descubrieran el fenómeno global que estaba desarrollándose en torno al cómic presentado en prensa. Por tal razón, el año de 1923 resulta fundamental en la experimentación con el cómic nacional en *El Tiempo*, aunque fueron escasos los trabajos se notó la conciencia sobre la

---

<sup>120</sup> Aponte Moreno, “20 años de El Tiempo”, 32-33.

<sup>121</sup> Aponte Moreno, 34.

<sup>122</sup> Aponte Moreno, 46.

<sup>123</sup> Aponte Moreno, 58.

narración gráfica por parte de artistas como Ricardo Rendón (1894-1931) y Adolfo Samper (1900-1991).

Historiográficamente se decidió incluir estos primeros ocho años, de 1911 a 1919, como parte integral de lo que se denominó El cómic no serializado en *El Tiempo* (1911-1928), debido a que resulta esencial comprender los procesos de modernización que dieron lugar al desarrollo del cómic a partir de 1923, con los ensayos nacionales de Ricardo Rendón y Adolfo Samper. Para posteriormente en 1924 comenzar el influjo progresivo de cómics del extranjero.

### 2.1.2 El cómic no serializado en *El Tiempo*, la etapa de 1920 a 1928

De 1920 a 1923 ya el grafismo del periódico no solo era publicitario, sino que también empieza a notarse una fuerte presencia de caricatura editorial, especialmente de Ricardo Rendón artista de excepcional talento para satirizar asuntos políticos y que ha sido objeto de múltiples estudios de la historiografía colombiana. Los primeros ensayos del cómic nacional en *El Tiempo* ocurren de la mano del ya mencionado Ricardo Rendón y por el considerado pionero del cómic, Adolfo Samper. Donde ambos aprovecharon las posibilidades del cómic cuando necesitaron narrar algo que escapaba de los límites de la caricatura editorial, la cual solo posee una única viñeta.

El primer cómic es de Rendón y apareció el 25 de noviembre de 1923 en la primera plana bajo el nombre de *Apuntes gráficos de la semana: la música nacional*,<sup>124</sup> donde satirizó varias figuras políticas prominentes del partido conservador de inicios de la década del veinte, representándolos como si se trataran de una banda musical y cada uno de ellos está

---

<sup>124</sup> Ricardo Rendón, “Apuntes gráficos de la semana: la música nacional”, [caricatura editorial que emplea el recurso narrativo del cómic para hacer comentarios políticos], *El Tiempo*, Domingo 25 de noviembre de 1923, primera plana.

interpretando un instrumento distinto. Importante aclarar que esta publicación de Rendón es caricatura editorial que emplea el recurso del cómic para narrar que está haciendo cada uno de los políticos en la ilustración.



Figura 12. Primer ensayo de cómic nacional en El Tiempo<sup>125</sup>

<sup>125</sup> Ricardo Rendón, "Apuntes gráficos de la semana: la música nacional", El Tiempo (Bogotá), domingo 25 de noviembre de 1923, primera plana, captura de pantalla del autor.

El siguiente cómic de Rendón recibió el nombre *Apuntes gráficos de la semana: los campeones nacionales*, que fue publicado el domingo 16 de diciembre de 1923.<sup>126</sup> Propuesta similar a la anterior, pero esta vez las sátiras iban acompañadas de alusiones al deporte. Luego tardaría alrededor de un año para que se publicara un nuevo cómic, esta vez de Adolfo Samper y bajo el nombre de *La Cripa*.<sup>127</sup> Este trabajo fue publicado el 8 de enero de 1925 en la primera plana y era una clara sátira al mal manejo de la higienización de las ciudades en Colombia, puesto que la salud pública era un tema de alto interés debido a la crisis sanitaria internacional con la “gripe española” años atrás.



**Figura 13.** Primer ensayo de cómic de Adolfo Samper en *El Tiempo*<sup>128</sup>

<sup>126</sup> Ricardo Rendón, “Apuntes gráficos de la semana: los campeones nacionales”, [segundo ensayo de cómic de Rendón en *El Tiempo*], *El Tiempo*, domingo 16 de diciembre de 1923, primera plana.

<sup>127</sup> Adolfo Samper, “La Cripa”, [primer ensayo de cómic de Adolfo Samper en *El Tiempo*], *El Tiempo*, jueves 8 de enero de 1925, primera plana.

<sup>128</sup> Adolfo Samper, “La Cripa”, *El Tiempo* (Bogotá), jueves 8 de enero de 1925, primera plana, captura de pantalla del autor.

Adolfo Samper no era ajeno al cómic, ya venía trabajando con la serie *Mojicón* en el diario gráfico Mundo al Día de Arturo Manrique desde febrero de 1924. El domingo 6 de enero de 1924, *El Tiempo*, anunciaba el lanzamiento del periódico Mundo al Día el siguiente 15 de enero de 1924. En aquella publicación se mencionan dos detalles fundamentales, la recepción de cablegramas de la United Press, casa matriz de United Feature Syndicate. Y la promoción de cómics en el público infantil. Pese a la pretensión de consumo exclusivamente infantil, el cómic era leído por adultos, que como señala Steimberg, no a muchos les gustaba admitirlo por un tema relacionado con la configuración social del gusto.<sup>129</sup>

**En la Segunda Quincena  
de Enero**

**Aparecerá**

**“MUNDO AL DIA”**

**Los Hombres**  
 encontrarán en MUNDO AL DIA las notas más importantes sobre el movimiento político. En ellas se analizará la acción de los hombres y de los partidos desde un punto de vista nacional, con criterio desinteresado de todo personalismo y que entusiasmará tan sólo el interés del país. Además, hallarán completa información sobre gráfica transmitida especialmente por la United Press de Nueva York y por las oficinas especiales de MUNDO AL DIA en la misma ciudad, situadas en 8-10 Beldge Street.  
 Información especial, opiniones de los más importantes hombres de todos los partidos sobre los topics del día y completa información de los departamentos.

**Las Mujeres**  
 encontrarán en MUNDO AL DIA páginas amenas que leerán con placer, acciones de moda, vida social, elegancias, literatura escogida y, en fin, todo lo que pueda constituir un rato de lectura amable para el hogar.

**Los Niños**  
 encontrarán en MUNDO AL DIA páginas de sport, cuentos, entretenidos, dibujos infantiles, historietas ilustradas, etc. Además MUNDO AL DIA prepara varias escenas para sus pequeños lectores y estimulará las aptitudes artísticas y literarias de éstos con frecuentes premios.

**“MUNDO AL DIA”**  
 aplica a ser el diario más popular de Bogotá y el predilecto de todos los hogares.

**CUENTA PARA SU FACTURA** con los elementos más modernos, los introducidos al país para el desarrollo del periodismo gráfico.

**PARA SUSCRIPCIONES Y ANUNCIOS**  
 LLÁMASE AL TELEFONO 15-21.  
 OFICINAS Y PLANTA: CALLE 13, NRO. 234 F.

**“MUNDO AL DIA”**  
 circulará todos los tardes. El valor del ejemplar será de cinco centavos en toda la República.

Figura 14. Anuncio del lanzamiento de Mundo al Día en *El Tiempo*<sup>130</sup>

<sup>129</sup> Steimberg, *Leyendo historietas*, 25-35.

<sup>130</sup> “En la segunda quincena de enero aparecerá Mundo al Día”, anuncio, *El Tiempo* (Bogotá), domingo 6 de enero de 1924, 3, captura de pantalla del autor.

Para el 9 de julio de 1924 se lanza por primera vez un cómic extranjero en *El Tiempo*, y a su vez se promociona que se seguirá publicando material de ese tipo como incentivo de la compra de los ejemplares.<sup>131</sup> El cómic publicado en cuestión es del caricaturista estadounidense Will B. Johnstone (1881-1944),<sup>132</sup> y a pesar de no pertenecer a una serie concreta, *El Tiempo* va a nombrar a cuatro cómics que llegan del autor como *La Eterna Historia*.<sup>133</sup> Es de género satírico, similar a lo ya propuesto por Rendón y Samper. A partir de la llegada del trabajo de Johnstone, progresivamente irán apareciendo con mayor frecuencia cómics provenientes de distintos países, especialmente de Estados Unidos y España.



Figura 15. Primer cómic extranjero en *El Tiempo*<sup>134</sup>

<sup>131</sup> Will B. Johnstone, "La Eterna Historia", [primer cómic extranjero en *El Tiempo*], *El Tiempo*, 9 de julio de 1924, 9.

<sup>132</sup> Este caricaturista fue ampliamente reconocido en su país por su pionerismo diagramando encuentros de fútbol americano.

<sup>133</sup> Las fechas de publicación de cada uno de los cuatro cómics son: 9 de julio de 1924, 8 de octubre de 1924, 11 de febrero de 1925 y 8 de abril de 1925. Todos en la página novena que corresponde a la sección de Artículos y comentarios.

<sup>134</sup> Will B. Johnstone, "La Eterna Historia", *El Tiempo* (Bogotá), miércoles 9 de julio de 1924, captura de pantalla del autor.

La presencia de los trabajos de Rendón y Samper demuestra que a nivel artístico eran conocedores de las posibilidades del cómic, pero al menos en *El Tiempo* nunca se alinearon correctamente los intereses de los artistas y de la editorial para producir muchos ensayos. Pues con la llegada del material de Will B. Johnstone, empezaría a notarse un mayor número de cómics importados en relación con los pocos que se producían nacionalmente. Samper, tuvo un mayor acercamiento, seguramente por su contacto con las ideas modernas de Arturo Manrique sobre el grafismo, mientras que Rendón posiblemente por su postura intelectual no fue adepto a perseguir un afán comercial en los cómics, como hacían los caricaturistas estadounidenses.

Durante la década del veinte una de las mayores rarezas presentadas en *El Tiempo*, fue la publicación de una tira de prensa japonesa el 26 de mayo de 1925.<sup>135</sup> Dicho tira hizo parte de una campaña pedagógica y sanitaria de la Cruz Roja del Japón orientada a los niños. Una de las características de la modernización de las ciudades en varios países era la educación en higiene, para evitar la propagación de virus y enfermedades en centros urbanos con crecimiento demográfico acelerado.



Figura 16. Cómics de la Cruz Roja de Japón<sup>136</sup>

<sup>135</sup> La Cruz Roja de Japón, “Como vela la Cruz Roja por la infancia en el Japón”, [tira de prensa que se difundió internacionalmente desde Japón con fines pedagógicos], *El Tiempo*, martes 26 de mayo de 1925, 2.

<sup>136</sup> La Cruz Roja de Japón, “Como vela la Cruz Roja por la infancia en el Japón”, *El Tiempo* (Bogotá), martes 26 de mayo de 1925, 2, captura de pantalla del autor.

La llegada de cómics españoles fue un fenómeno que se presentó desde el 7 de junio de 1925 con la publicación de *Los Deportes en Broma* de Francisco Ramírez,<sup>137</sup> hasta el 11 de mayo de 1928 con un cómic de humor costumbrista de Joaquín Xaudaró.<sup>138</sup> Este material era conveniente importarlo debido a que se ahorraba en costos de traducción y fue un momento clave porque coincidía con la promoción de la sección de deportes en *El Tiempo*.<sup>139</sup> La cual, ya existía en el periódico desde el 17 de agosto de 1924.

Esta promoción se empezó a notar incluso más desde el 14 de abril de 1926 con la presentación de los cómics de boxeo de Robert W. Edgren (1874-1939),<sup>140</sup> caricaturista estadounidense famoso por reseñar encuentros de boxeo en formato de cómic aplicando una mezcla de comentario deportivo y humor. Hasta mediados de 1928 aún no se presenta cómic serializado en *El Tiempo*, todas las publicaciones corresponden a entregas sueltas y auto conclusivas. Robert W. Edgren es el primero en llegar a la cifra de 27 cómics publicados en un periodo de tres años y con su trabajo se empezó a configurar el cómic para promocionar una sección específica, en este caso la deportiva.

---

<sup>137</sup> Francisco Ramírez, “Los deportes en Broma”, [cómic español que inaugura el género de los deportes en *El Tiempo*], *El Tiempo*, domingo 7 de junio de 1925, 11.

<sup>138</sup> Joaquín Xaudaró, “La Farándula”, [cómic español que marca el cierre de la llegada de trabajos españoles en *El Tiempo*], *El Tiempo*, viernes 11 de mayo de 1928, 9.

<sup>139</sup> De 1925 a 1928 se contabilizaron diecisiete cómics españoles: cuatro de Francisco Ramírez, cinco de Pedro Antonio Villahermosa Borao (Sileno), siete de Joaquín Xaudaró y uno de Ricardo García López (K-Hito).

<sup>140</sup> Robert, W. Edgren, “La ambición de Young Stribling”, [Primera aparición de los cómics de Robert W. Edgren en el *El Tiempo*], *El Tiempo*, miércoles 14 de abril de 1926, 9.



### 2.1.3 El cómic publicitario de Rinaldo Scandroglio en *El Tiempo*

El cómic publicitario de Rinaldo Scandroglio (fl. 1926-1955),<sup>143</sup> es un caso muy especial dentro del periódico *El Tiempo*, debido a que resultó novedoso que para la segunda mitad de la década de 1920 este artista empleara la narración secuencial para promocionar negocios nacionales. Por esta razón, se le puede considerar pionero al contribuir en el desarrollo del cómic en Colombia en su etapa más temprana. En el periódico se logró registrar publicidades de Scandroglio para Viuda Richard & Plata, una sombrerería muy famosa de Bogotá que importaba artículos de lujo, en este caso puntual del 29 de mayo de 1928, promocionaron la exclusividad que poseían con la marca francesa de sombreros, Tirard.<sup>144</sup> Un detalle ingenioso en el grafismo de Scandroglio, es la forma en la que da a entender con su dibujo que portar un sombrero denota estatus y civismo en quien lo porta.



**Figura 19.** *Cómic publicitario de Rinaldo Scandroglio*<sup>145</sup>

<sup>143</sup> Rinaldo Scandroglio fue un artista e ilustrador italiano que se radicó en Bogotá durante la segunda mitad de la década de 1920. Fue un autor que contribuyó al desarrollo del cómic nacional en Colombia.

<sup>144</sup> Rinaldo Scandroglio, “Desde el principio hasta el fin siempre igual el sombrero”, [Cómic publicitario de Rinaldo Scandroglio para Viuda Richard & Plata], *El Tiempo*, martes 29 de mayo de 1928, 11.

<sup>145</sup> Rinaldo Scandroglio, “Desde el principio hasta el fin siempre igual el sombrero”, *El Tiempo* (Bogotá), 29 de mayo de 1928, 11, captura de pantalla del autor.

Una característica de la figura de Scandroglio como artista es que trabajaba para la gente de un estatus alto de la ciudad de Bogotá y manejaba una relación estrecha con otros intelectuales que frecuentaban los cafés reconocidos, como el Café Riviere, escenario de encuentro de artistas gráficos, pensadores, poetas y literatos. Esto se deduce por su trabajo como el ilustrador de Café Riviere. Su actividad en *El Tiempo* se puede rastrear especialmente durante el año 1928.



Figura 20. Publicidad de Scandroglio para Café Riviere<sup>146</sup>

<sup>146</sup> Rinaldo Scandroglio, "Café Riviere Sucursal del Riviere Café de la Paz", *El Tiempo* (Bogotá), 9 de agosto de 1928, 7, captura de pantalla del autor.

## 2.2 El cómic serializado en *El Tiempo* (1928-1935)

Esta etapa concreta del periódico es cuando empiezan a llegar las series agenciadas por los syndicates. La primera serie en llegar es *Adamson* (16 de noviembre de 1928-28 de noviembre de 1935) del autor sueco Oscar Jacobsson (1889-1945) y era sindicada por PIB Copenhagen. Con un total de 409 entregas publicadas durante siete años, se puede considerar la primera serie extranjera relevante en *El Tiempo*. Entre los puntos más importantes de *Adamson* es que inauguró el humor pantomímico y sirvió de fuente de inspiración para la creación de la única serie colombiana que se presentó durante los primeros 24 años de *El Tiempo*, *Las Aventuras de Bambuco* (1 de abril de 1933- 30 de junio de 1933) de Adolfo Samper, para un total de 45 entregas verificadas.



**Figura 21.** Debut de *Las Aventuras de Bambuco* en *El Tiempo*<sup>147</sup>

<sup>147</sup> Adolfo Samper, “Las Aventuras de Bambuco”, *El Tiempo* (Bogotá), 1 de abril de 1933, 10, captura de pantalla del autor.

*Adamson* contó con una característica estratégica que le permitió una distribución internacional temprana, el hecho de no contar con textos, al ser una serie de humor pantomímico, facilitó abaratar los costos de comercialización debido a que se ahorraba en gastos de traducción. Por tal razón, esta primera serie publicada en *El Tiempo* fue especial, ya que era de un autor sueco, distribuida por una agencia danesa y sirvió para sentar las bases de la configuración de los lectores colombianos para consumir tiras extranjeras.



Figura 22. Primera aparición de Adamson en *El Tiempo*<sup>148</sup>

<sup>148</sup> Oscar Jacobsson, “Historieta sin palabras”, [Nombre inicial con el que se conoció la serie Adamson en Colombia], *El Tiempo* (Bogotá), 16 de noviembre de 1928, 12, captura de pantalla del autor.

### 2.2.1 Tarzán en *El Tiempo* y la propuesta alfabetizadora

Tarzán fue la serie que creó el hábito de lectura y la fidelización de los lectores de *El Tiempo* hacia una tira de prensa. Pues Adamson al ser pantomímico y de episodios auto conclusivos no requería un esfuerzo literario tan grande. En cambio, para poder seguir las aventuras de Tarzán el lector debía seguir un correcto orden de lectura y consumir prensa a diario para no perderse ninguna entrega de la serie. Esto indica un proceso de consumo moderno, pues subían las ventas del periódico, se consolidaba un público que con afán de entretenerse mejoraba sus hábitos de lectura, y una agencia extranjera como United Feature Syndicate se beneficiaba suministrando contenido a clientes como *El Tiempo*.

La serie de Tarzán puede considerarse pionera en el territorio nacional por su relevancia en el periódico *El Tiempo* y porque su consumo ya no solo representaba un simple entretenimiento casual, sino que desde su lanzamiento configuró todo un evento de alfabetización. Que por un lado promovía la circulación del periódico y el consumo de las tiras. En ese sentido, se puede mencionar a Peter Burke cuando se refiere al comentario del filósofo Cesare Beccaria: “los periódicos difunden el conocimiento más ampliamente que los libros”,<sup>149</sup> apelando entre muchas cosas a la conexión más cercana que logra un periódico con el lector al desarrollarle la costumbre de la lectura diaria y por la posibilidad de llegar potencialmente a más lectores. El mercado de la prensa es más amplio que el de la comercialización de los libros.<sup>150</sup>

---

<sup>149</sup> Burke, *Historia social del conocimiento*, vol. I: 231.

<sup>150</sup> Se aclara que Cesare Beccaria vivió en un periodo donde la prensa era académica y especializada, por eso la formulación de su comentario fue muy acertada para hablar de la difusión de conocimiento y del mayor rango de circulación de los periódicos respecto a los libros. Ya con la aparición de la Penny Press el concepto de la prensa dejó de centrarse en la difusión de conocimiento, las opiniones políticas y las tertulias literarias; ahora el objetivo principal del medio pasaba a ser la comercialización de información y entretenimiento. Sin embargo, para esta investigación la propuesta alfabetizadora detectada en Tarzán sirve como expresión de agente didáctico para las masas lectoras del periódico *El Tiempo*.

El factor del precio es relevante para comprender la circulación del periódico. Por tal razón, se puede afirmar que consumir prensa siempre ha sido más barato que adquirir un libro. Por ejemplo, en Bogotá durante el periodo estudiado, los libros eran exclusivos de la elite intelectual, social y política del país. *El Tiempo* en su proyecto periodístico moderno ofrecía modelos de suscripción económico para sus lectores.<sup>151</sup> Esa dinámica del precio competitivo favoreció la difusión y popularidad de Tarzán, que se convirtió en un agregado diario para entretener y educar a los lectores bogotanos.



Figura 23. Debut de Tarzán en *El Tiempo*<sup>152</sup>

Cabe destacar, que United Feature Syndicate en su catálogo no solo promovió a Tarzán con estos fines didácticos, puesto que en el periodo estudiado se hallaron otras dos de sus series en *El Tiempo* con un alto contenido pedagógico. La primera es, *Cómo se Originó* de Paul F. Berdanier (1879-1961), que constaba de episodios auto conclusivos con información para aprender de cultura general abordando el origen histórico de herramientas,

<sup>151</sup> Aponte Moreno, "20 años de *El Tiempo*", 34. Durante los primeros diez años de existencia del periódico, según la revisión sistemática de Aponte Moreno, los ingresos por suscripción ya representaban en promedio un 40% de los ingresos totales del periódico. La intención de *El Tiempo* siempre fue ofrecer el modelo de suscripción más competitivo del mercado de prensa colombiano.

<sup>152</sup> Harold Foster, "Tarzán, El Hombre Mono", [Adaptación a tira de prensa de la primera novela de Tarzán del autor Edgar Rice Burroughs], *El Tiempo* (Bogotá), 14 de mayo de 1933, 2, captura de pantalla del autor.

conceptos, entre otros temas variados. La segunda, *Como fue la Gran Guerra hace 20 años* de Walter Williams y Harry Eckman, es una serie de cómic bastante interesante que relataba los sucesos de la Primera Guerra Mundial, en aquel momento llamada La Gran Guerra, de forma educativa para promocionar el legado histórico de los veteranos y para concientizar sobre los horrores de la guerra, especialmente con el clima de tensión internacional de mediados de la década del treinta.

La serie *Cómo se Originó*, de título original *How It Began*, se estrenó el 25 de octubre de 1933 en *El Tiempo* en la sección de Avisos Limitados,<sup>153</sup> sección en la que siempre aparecerá de ahí en adelante, con una frecuencia que no es diaria, pero si recurrente durante cada mes, al menos hasta enero de 1935. Sobre el autor se puede mencionar que fue un caricaturista estadounidense afiliado al United Features Syndicate durante las décadas del treinta y cuarenta. Su estilo de dibujar era realista similar al de Harold Foster y Rex Maxon. Los temas de la serie son tan variados que en esa primera publicación en *El Tiempo* se relató el origen de la geometría y la primera mención de la navaja de rasurar en la biblia.



**Figura 24.** Debut de *Cómo se Originó* de Paul F. Berdanier<sup>154</sup>

<sup>153</sup> Paul F. Berdanier, “Cómo se Originó”, [Serie de cómics estadounidense que se publicó como panel educativo durante la década de 1930], *El Tiempo*, miércoles 25 de octubre de 1933, Estados Unidos: United Features Syndicate, 10.

<sup>154</sup> Paul F. Berdanier, “Cómo se Originó”, *El Tiempo* (Bogotá), 25 de octubre de 1933, 10, captura de pantalla del autor.

En el caso de *La Gran Guerra Hace 20 Años*, se notó el esfuerzo de United Features Syndicate para emplear el cómic para educar a las masas, pues la narración secuencial empleada como crónica histórica hasta ese momento era una novedad en Colombia. El hallazgo de este contenido abre la posibilidad de nuevas líneas de investigación donde se interprete historiográficamente el uso del cómic para narrar la historia. Pues se sabe ahora, que para 1934, un cómic extranjero innovó con esta técnica.



**Figura 25.** *La Gran Guerra Hace 20 Años, cómic histórico*<sup>155</sup>

En contraste a United Feature Syndicate que sostenía un propósito alfabetizador en compañía con *El Tiempo*. El King Features Syndicate distribuyó series más ligeras y divertidas donde se puede destacar los trabajos de Ed Wheelan con varios arcos argumentales publicados en *El Tiempo*, que competían directamente con Tarzán, y todos pertenecientes a *Midget Movies*. La publicación de un arco argumental de Mickey Mouse en 1933 que resultó relevante, ya que se utilizó como material para promocionar las películas animadas del personaje que se estrenaron durante ese año. Y finalmente, la competencia de *Cómo se Originó*, creada en la década de 1920 por Robert Ripley (1890-1949), bajo el título de *Believe It or Not!* (conocido en español como, *Parece Increíble*), y que fue publicada en *El Tiempo*

<sup>155</sup> Walter Williams y Harry Eckman, “La Guerra Mundial Hace Veinte Años”, *El Tiempo* (Bogotá), 22 de octubre de 1934, 12, captura de pantalla del autor.

a partir de 1934. Esta última serie era educativa, pero con datos sorprendentes y sensacionalistas.

Para dar cierre al segundo capítulo, se mencionará los dos eventos fundamentales que ocurren a partir del año 1935 en *El Tiempo*. El 15 de agosto de 1935 se empieza a publicar Educando a Papá (Bringing Up Father) de George McManus (1884-1954),<sup>156</sup> una de las series más longevas y exitosas de la historia del cómic. Ya luego desde el 11 de noviembre de 1935 aparece una sección dedicada a la publicación de tiras de prensa donde ya figuran hasta seis tiras distintas.<sup>157</sup>



Figura 26. Debut de la sección de tiras de prensa en *El Tiempo*<sup>158</sup>

<sup>156</sup> George McManus, “Educando a Papá”, [serie de cómics estadounidense de título original Bringing Up Father], *El Tiempo*, jueves 15 de agosto de 1935, Estados Unidos: King Feature Syndicate, 12.

<sup>157</sup> King Features Syndicate, sección de tiras de prensa sindicadas, Estados Unidos: King Feature Syndicate, *El Tiempo*, 11 de noviembre de 1935.

<sup>158</sup> *El Tiempo*, “Sección tiras de prensa”, *El Tiempo* (Bogotá), 11 de noviembre de 1935, 6, captura de pantalla del autor.

### 3 Conclusión

Para concluir se puede indicar que la importación de tiras de prensa jugó un rol fundamental en el desarrollo del cómic en el país. Debido a que periódicos como *El Tiempo* apostaron por el cómic como agente promocional para aumentar las ventas de ejemplares. El éxito de las series extranjeras incentivó a su vez la alianza comercial con PIB Copenhagen, United Feature Syndicate y King Feature Syndicate. Este fenómeno repercutió a largo plazo porque el público lector colombiano se acostumbró y adquirió el gusto por consumir el material importado.

Desde la década de 1920 para los autores nacionales se convirtió en una constante competir desde cero contra producciones exitosas internacionalmente, por lo que al menos en el periodo estudiado se puede afirmar que tan solo se logró producir en *El Tiempo* una sola serie local durante un lapso de 24 años. Donde Adolfo Samper respondiendo a las condiciones técnicas y de operación cultural que le brindó su contexto, se atrevió a emular la serie *Adamson* trasladando el contexto escandinavo a uno tropical con su carismático personaje Bambuco.

La ventaja industrial y técnica de Estados Unidos, Suecia y Dinamarca supuso un reto mayor para la consolidación de una industria nacional de cómics en Colombia. Puesto que resultaba más barato para *El Tiempo* importar material desde el extranjero, que invertir en la maquinaria necesaria para la producción y distribución de tiras de prensa. Además, para darle continuidad a un proyecto de gran envergadura era necesario apoyar la profesionalización del oficio para que los artistas se pudieran dedicar a la producción industrial de cómics, es decir, que era necesario capacitarlos para cumplir con unos tiempos de entrega estipulados por la editorial y para desarrollar estrategias en la construcción de guiones y el

perfeccionamiento de los dibujos. Contrastando con la actualidad y entendiendo las circunstancias que marcaron la primera mitad del siglo XX, se puede afirmar que en Colombia nunca se consolidó un cómic institucionalizado importante y con continuidad. Recién en la década de 1960 comienzan a aparecer nuevos artistas dedicados a la elaboración de cómics, pero salvo por *Copetín* de Ernesto Franco (1928-2017) y un par de series más, han sido escasos los intentos por volver relevante la producción industrial de cómics nacionales.

Otro fenómeno fundamental es que la importación se realizaba por lotes, lo que garantizaba tener material de sobra para publicar durante un periodo de tiempo. Lo que afectó aún más a la producción de los autores colombianos. Esta situación hizo imposible competir creando series inéditas, por lo que la mejor y única estrategia fue la de la emular.

Para finalizar se puede indicar que el año de 1935 es crucial para el cómic en el periódico *El Tiempo*, porque es el momento en que se configura la sección completa dedicada las tiras de prensa. Además, inicia una rivalidad comercial entre United Features Syndicate y King Features Syndicate, donde la primera propone series de tipo pedagógico y dibujo realista, mientras que la segunda al ser una agencia de Hearst apostaba por series más ligeras y divertidas.

El cómic es tan rico en contenido que abre múltiples posibilidades de investigación histórica que merecen ser revisadas, pues de esta investigación surgen nuevas propuestas como la revisión de otros periódicos o la búsqueda más profunda en las relaciones comerciales establecidas entre la prensa colombiana y las agencias extranjeras. Así que se abre la invitación a otros autores para que se acerquen a un tema tan amplio y que recién se está explorando académicamente.

#### 4 Bibliografía

- Aponte Moreno, Oscar Mauricio. “20 años de El Tiempo: un análisis de la modernización de la prensa en Colombia (1911-1930)”. Tesis de maestría, Universidad de los Andes, 2017.  
<https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/c134b423-25f2-4d5f-8ceb-11bbb977ca91/content>
- Barrero, Manuel, dir. Tebeosfera. Enciclopedia y repositorio digital sobre historieta y cultura gráfica. Sevilla: Asociación cultural Tebeosfera, en funcionamiento desde 2001. <https://www.tebeosfera.com/>
- Benjamin, Walter. “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”. En *Discursos interrumpidos I: Filosofía del arte y de la historia*. Traducido por Jesús Aguirre. Buenos Aires: Taurus, 1989.
- Burke, Peter. *Historia social del conocimiento: de Gutenberg a Diderot*. Traducido por Isidro Arias. Barcelona: Paidós, 2002.
- Burke, Peter. *Visto y no visto: El uso de la imagen como documento histórico*. Traducido por Teófilo de Lozoya. Barcelona: Crítica, 2005.
- Burke, Peter. *Historia social del conocimiento, vol. II, de la Enciclopedia a Wikipedia*. Traducido por Carme Font Paz y Francisco Martín Arribas. Barcelona: Paidós, 2012.
- Carrasco, Jorge L. Catalá, Paulo Drinot, y James Scorer, eds. *Comics and Memory in Latin America*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2017.  
<https://doi.org/10.2307/j.ctt1qnw8fb>.

Eco, Umberto. *El superhombre de masas*. Traducido por Teófilo de Lozoya. Bogotá: Debolsillo, 2012.

Gabilliet, Jean-Paul. *Of Comics and Men: A Cultural History of American Comic Books*. Traducido por Bart Beaty y Nick Nguyen. Jackson: University Press of Mississippi, 2010.

Gombrich, Ernst H. *Art and Illusion: A Study in the Psychology of Pictorial Representation*. Princeton: Princeton University Press, 1960.

González, Beatriz. *Historia de la caricatura en Colombia*. Vol. I, Independencia-1860. Bogotá: Villegas Editores, 2020.

González, Beatriz. *Historia de la caricatura en Colombia*. Vol. III, 1936-2020. Bogotá, Villegas Editores.

Groensteen, Thierry. *The System of Comics*. Traducido por Bart Beaty y Nick Nguyen. Jackson: University Press of Mississippi, 2007.

Grove, Laurence. *Comics in French: The European Bande Dessinée in Context*. New York: Berghahn Books, 2010.

Guiral, Antoni. *Del tebeo al manga una historia de los cómics. Los cómics en la prensa diaria: humor y aventuras*. Barcelona: Panini España, 2007.

Hogarth, William. *A Rake's Progress*. 25 de junio de 1735. Grabado y aguafuerte. Imagen compuesta creada a partir de las colecciones del Metropolitan

Museum of Art. Nueva York.

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search?q=William+Hogarth+A+Rake%27s+Progress&offset=0>

Kinsella, Sharon. *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*. Honolulu: University of Hawai 'i Press, 2000.

Lambiek. Comicipedia. Amsterdam: Lambiek, en funcionamiento desde 1999.  
<https://www.lambiek.net/>

Mazur, Dan y Alexander Danner. *Cómics: Una historia global, desde 1968 hasta hoy*. Traducido por Antonio Díaz Pérez. Barcelona: Editorial Blume, 2014.

McCloud, Scott. *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York: HarperCollins, 1993.

McCloud, Scott. *Entender el cómic. El arte invisible*. Traducido por Enrique Sánchez Abulí. Bilbao: Atisberri Ediciones, 2009.

Ossa, Felipe. *Los héroes de papel: homenaje a los cien años del cómic*. Santa Fe de Bogotá: Altamir Ediciones, 1996.

Ossa, Felipe. *Cómic, la aventura infinita*. Bogotá: Planeta Cómic, 2019.

Rabanal, Daniel. "Panorama de la historieta en Colombia". *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta 1*, no. 1 (2001).

Rowlandson, Thomas. *Title page, The Caricature Magazine, or Mirror of Mirth*. 19 de noviembre de 1808. Grabado al aguafuerte coloreado a mano, 34.7 x 23.9 cm. Metropolitan Museum of Art, Nueva York.  
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/392759>

Sabin, Roger. *Comics, Comix & Graphic Novels: A History of Comic Art*. London: Phaidon Press, 1996.

Schodt, Frederik L. *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*. Tokyo: Kodansha International, 1983.

Steimberg, Oscar. *Leyendo historietas: Textos sobre relatos visuales y humor gráfico*. Buenos Aires: Eterna Cadencia Editora, 2013.

Streicher, Lawrence H. "David Low and the Sociology of Caricature." *Comparative Studies in Society and History* 8, no. 1 (1965): 1–23.  
<http://www.jstor.org/stable/177533>.

United States Copyright Office. Public Records System. Washington, DC: U. S. Copyright Office. <https://publicrecords.copyright.gov/>

Willems, Philippe. "'This Strangest of Narrative Forms': Rodolphe Töpffer's Sequential Art." *Mosaic: An Interdisciplinary Critical Journal* 41, no. 2 (2008): 127–47. <http://www.jstor.org/stable/44029499>.

White, Timothy R. "From Disney to Warner Bros.: The Critical Shift." *Film Criticism* 16, no. 3 (1992): 3–16. <http://www.jstor.org/stable/44075967>.

## 5 Trabajo de archivo

Berdanier, Paul F. "Cómo se Originó". *El Tiempo*. Miércoles 25 de octubre de 1933.

Edgren, Robert W. "La ambición de Young Stribling". *El Tiempo*. Miércoles 14 de abril de 1926.

Edgren, Robert W. "Los boxeadores de Color en Ring". *El Tiempo*. 1 de diciembre de 1926.

El Tiempo. "En la segunda quincena de enero aparecerá Mundo al Día" (anuncio). *El Tiempo*. Domingo 6 de enero de 1924.

El Tiempo. "Portada". *El Tiempo*. 11 de junio de 1914.

El Tiempo. "Sección tiras de prensa". *El Tiempo*. 11 de noviembre de 1935.

El Tiempo. "Servicios especial de noticias cablegráficas para El Espectador y El Tiempo" (anuncio), *El Tiempo*. 1 de enero de 1916.

Foster, Harold. "Tarzán, El Hombre Mono". *El Tiempo*. Domingo 14 de mayo de 1933.

Jacobsson, Oscar. "Adamson no es atractivo a las mujeres". *El Tiempo*. Domingo 20 de marzo de 1932.

Jacobsson, Oscar. "Aventuras de Adamson" (tira de prensa). *El Tiempo*. Lunes 18 de enero de 1933.

Jacobsson, Oscar. "Historieta sin Palabras" (tira de prensa). *El Tiempo*. Viernes 16 de noviembre de 1928.

Johnstone, Will B. "La Eterna Historia". *El Tiempo*. 9 de julio de 1924.

La Cruz Roja de Japón. "Como vela la Cruz Roja de Japón por la infancia en el Japón". *El Tiempo*. Martes 26 de mayo de 1925.

McManus, George. Educando a Papá. *El Tiempo*. 15 de agosto de 1935.

Ramírez, Francisco. "Los Deportes en Broma". *El Tiempo*. Domingo 7 de junio de 1925.

Rendón, Ricardo. "Apuntes gráficos de la semana: la música nacional". *El Tiempo*. Domingo 25 de noviembre de 1923.

Rendón, Ricardo. "Apuntes gráficos de la semana: los campeones nacionales". *El Tiempo*. Domingo 16 de diciembre de 1923.

Samper, Adolfo. "La Cripa". *El Tiempo*. Jueves 8 de enero de 1925.

Samper, Adolfo. "Las Aventuras de Bambuco". *El Tiempo*. Sábado 1 de abril de 1933.

Scandroglio, Rinaldo. "Café Riviere Sucursal del Riviere Café de la Paz". *El Tiempo*. 9 de agosto de 1928.

Scandroglio, Rinaldo. "Desde el principio hasta el fin siempre igual el sombrero". *El Tiempo*. Martes 29 de mayo de 1928.

Wheelan, Edgar. "Coincidencia: Historia Sensacional de Aventuras Policiacas. *El Tiempo*. Miércoles 31 de mayo de 1933.

Williams, Walter, y Harry Eckman. "La Guerra Mundial Hace Veinte Años". *El Tiempo*. 22 de octubre de 1934.

Xaudaró, Joaquín. "La Farándula". *El Tiempo*. Viernes 11 de mayo de 1928.

## 6 Anexos

Tabla 2. Registros de series de tiras de prensa, *El Tiempo* (1928-1935)Registros de series de tiras de prensa, *EL Tiempo* (1928-1935)

<i>Serie</i>	Número de entregas	Género	Publicación en <i>El Tiempo</i>	Sección del periódico	Tira diaria	Autor	Agencia de prensa
<i>Adamson</i>	409	Humor pantomímico	16/11/1928-28/01/1935	Ultima página/Avisos limitados	solo durante 1932/33	Oscar Jacobsson	PIB Copenhagen
<i>Las Aventuras de Bambuco</i>	45 verificadas	Humor pantomímico/costumbrista	01/04/1933-30/06/1933	Avisos Limitados	No	Adolfo Samper	El Tiempo
<i>Tarzán, El Hombre Mono</i>	60	Aventuras	14/05/1933-12/07/1933	Directorio Comercial y profesional	Si	Harold Foster	United Features Syndicate
<i>Coincidencia: Historia Sensacional de Aventuras policiaicas</i>	31 verificadas	Policiaica/parodia	31/05/1933-/? /08/1933	Directorio Comercial y profesional	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>Cenicienta: Pelicula Parlante</i>	17	Aventuras/parodia	22/08/1933-07/09/1933	Directorio Comercial y profesional	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>El Regreso de Tarzán</i>	60	Aventuras	17/07/1933-14/09/1933	Directorio Comercial y profesional	Si	Rex Maxon	United Features Syndicate
<i>Aventuras de Mickey Mouse: Miquito aviador</i>	54	Aventuras/humor	10/09/1933-02/11/1933	Directorio Comercial y profesional	Si	Floyd Gottfredson	King Features Syndicate
<i>Las Fieras de Tarzán</i>	84	Aventuras	15/09/1933-07/12/1933	Directorio Comercial y profesional	Si	Rex Maxon	United Features Syndicate
<i>El Misterio de la Cena Nueva: Pelicula del Inspector Kene</i>	48	Policiaica/parodia	25/09/1933-12/11/1933	Directorio Comercial y profesional	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>El Hombre Mono</i>	30	Aventuras/parodia	12/11/1933-23/12/1933	Directorio Comercial y profesional	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>Cómo se Originó</i>	Por determinar	Educativo	25/10/33-continua	Avisos Limitados	No	Paul F. Berdanier	United Features Syndicate
<i>El Hijo de Tarzán</i>	96	Aventuras	08/12/1933-17/03/1934	Página 12	Si	Rex Maxon	United Features Syndicate
<i>Intriga: Emocionante Drama de la Época Napoleónica</i>	30	Aventuras/parodia	09/01/1934-07/02/1934	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>La Hija del Contrabandista</i>	6	Policiaica/parodia	12/02/1934-17/02/1934	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>Caballo Negro</i>	36	Aventuras/parodia	18/02/1934-26/03/1934	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate

Registros de series de tiras de prensa, *EL Tiempo* (1928-1935)

<i>Tarzán y Las Joyas de Opar</i>	102	Aventuras	19/03/1934-01/07/1934	Página 12	Si	Rex Maxon	United Features Syndicate
<i>La Isla del Tesoro</i>	42	Aventuras/parodia	01/04/1934-14/05/1934	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>Parece Increible</i>	Por determinar	Educativo	06/04/1934-continua	Avisos Limitados	Si	Robert L. Ripley	King Features Syndicate
<i>La Amenaza</i>	36	Aventuras/parodia	22/05/1934-26/06/1934	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>Isabel de Rusia</i>	40	Aventuras/parodia	09/07/1934-18/08/1934	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>Tarzán y El Imperio Perdido</i>	84	Aventuras	09/07/1934-30/09/1934	Página 12	Si	Rex Maxon	United Features Syndicate
<i>La Guerra Mundial Hace 20 Años</i>	Por determinar	Educativo	07/08/1934-continua	Página 12	No	Walter Williams-Harry Eckman	United Features Syndicate
<i>Secuestro Misterioso</i>	36	Policiaca/parodia	20/08/1934-03/10/1934	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>La Araña</i>	84	Aventuras/parodia	08/10/1934-28/12/34	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate
<i>Tarzán El Indomito</i>	112 verificadas	Aventuras	10/10/1934-continua	Página 12	Si	Rex Maxon	United Features Syndicate
<i>Juan y Las Avichuelas</i>	18	Aventuras/parodia	08/01/1935-25/01/1935	Página 12	Si	Edgar Wheelan	King Features Syndicate