Notas para el estudio histórico de la revista *Pepín*

Notes towards a historical study of the comic book *Pepín*

Notas para o estudo histórico da revista Pepín

Laura Nallely Hernández Nieto[1]
Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco, México

10.11606/2316-9877.2025.v13.e239227

Resumen
Ofrece un primer acercamiento a la reconstrucción de la historia de la revista *Pepín*, una de las publicaciones más representativas de la historieta mexicana durante la llamada Época de oro, que se dio entre las décadas de 1930 y 1950. A partir de la consulta de la totalidad de ejemplares disponibles en la Hemeroteca Nacional de México - aproximadamente 2500 revistas -, se reconstruye su trayectoria editorial, se identifican sus contenidos principales y se examina su vínculo con el contexto social de su tiempo. El estudio busca mostrar la relevancia de *Pepín* en la cultura impresa popular y sentar las bases para el desarrollo de una investigación más amplia.

Palabras clave: Historieta - Mexico. *Pepín* (título). Época de oro.

Abstract
It presents a preliminary approach to reconstructing the history of *Pepín*, one of the most representative publications of Mexican comics during the so-called Golden Age, which spanned from the 1930s to the 1950s. By consulting all available issues held at the Hemeroteca Nacional de México - approximately 2,500 comic books -, the study reconstructs its editorial trajectory, identifies its main contents, and examines its connection to the social context of the time. The aim is to highlight the relevance of *Pepín* within popular print culture and to lay the groundwork for broader research.

---

[1] Especialista en historieta mexicana. Doctora en Historia del Arte por la Universidad Nacional Autónoma de México. Docente de la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco. Ha participado en múltiples encuentros académicos de carácter internacional y se ha desempeñado como curadora de exposiciones dedicadas al tema. Encabezó el Comic Art Working Group en la International Association for Media and Communication Research (IAMCR) entre 2021-2025. Email: nallelyhn@gmail.com. ORCIDiD: https://orcid.org/0000-0001-6751-5824.

Keywords: Comics - Mexico. *Pepín* (title). Golden age.

Resumo
Apresenta uma abordagem preliminar à reconstrução da história da revista em quadrinhos *Pepín*, uma das publicações mais representativas da história em quadrinhos Mexicana durante a chamada Época de ouro, que se deu entre as décadas de 1930 e 1950. A partir da consulta à totalidade de exemplares disponíveis na Hemeroteca Nacional de México - aproximadamente 2500 revistas -, reconstrói-se sua trajetória editorial, identificam-se seus principais conteúdos e examina-se seu vínculo com o contexto social de seu tempo. O estudo busca mostrar a relevância de *Pepín* na cultura impressa popular e assentar as bases para o desenvolvimento de uma pesquisa mais ampla.

Palavras-chave: História em quadrinhos – México. *Pepín* (título). Época de ouro.

Introducción

La revista *Pepín* fue una de las principales revistas de la llamada Época de oro de la historieta mexicana, aunque su historia e impacto han sido poco explorados. Este artículo ofrece una serie de datos preliminares para reconstruir su trayectoria, considerando el contexto en el que se publicó, sus principales contenidos y actores involucrados en su desarrollo. A partir del análisis del conjunto de ejemplares localizados en la Hemeroteca Nacional de México y fuentes documentales, se proponen algunos ejes para explorar su relación con la sociedad y los lectores. Este análisis constituye un primer paso en la reconstrucción de la historia de una de las revistas de historieta más relevantes en México, la cual influyó notablemente en otras publicaciones de su tipo.

1 - José García Valseca, magnate de la prensa

Resulta inevitable referirse a la revista *Pepín* sin antes mencionar a su creador, José García Valseca. Veterano de la Revolución, con escasa educación formal pero un espíritu emprendedor, García Valseca se convirtió en un magnate de la prensa en México. El periodista Miguel Ángel Granados Chapa (2002, p. 80) afirmó que “se ufanaba, exhibiendo su hoja de servicio, de haber llegado a coronel”.

Más allá del halo mítico que rodea a García Valseca, lo cierto es que nació en la ciudad de Puebla, México en 1901. Desde niño mostró su ingenio comercial vendiendo jabones de belleza, empanadas y dulces en las calles, hasta que se

unió al ejército en 1914. Entre los 13 y los 23 años su vida osciló entre la carrera militar y los fallidos intentos por entrar al mundo de los medios impresos. Uno de estos esfuerzos fue la fundación, en 1917, del periódico *El Rayo*, proyecto de corta duración. Posteriormente incursionó - también sin éxito -, en diversos negocios, como una empresa mercantil y un hotel.

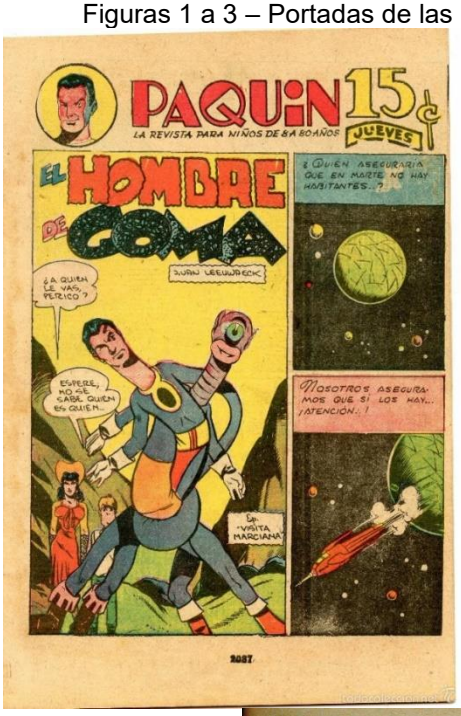
A pesar de sus fracasos iniciales, José García Valseca persistió en su intención de incursionar en el ámbito editorial. Tras trabajar como vendedor en Puebla e intentar ser diputado, se trasladó al estado de Oaxaca en 1929, donde fundó la revista *Antequera*, la cual fracasó. En 1932 lanzó *Provincias*, una publicación editada en la Ciudad de México que "se sostenía gracias al patrocinio político de los gobiernos estatales y al apoyo económico forzado de los comercios locales" (Aurrecoechea; Bartra, 1993, p. 16). Este modelo funcionó durante el periodo histórico conocido como el Maximato (1929-1934), durante el cual, el político y militar Plutarco Elías Calles mantuvo una influencia en la vida política del país, a pesar de no ocupar la presidencia. Los presidentes Emilio Portes Gil, Pascual Ortiz Rubio y Abelardo L. Rodríguez gobernaron bajo la sombra de Calles, quien era conocido como el Jefe máximo de la Revolución. Sin embargo, los cambios políticos posteriores obligaron a García Valseca a buscar nuevas alternativas de negocio.

La segunda mitad de la década de los treinta marcó el inicio del auge de los *cómics*, ya que empezaron a publicarse en revistas especializadas donde, en un solo ejemplar, aparecían varias series de diferentes autores. El éxito de *Paquín*, la primera revista miscelánea de historietas en México, lanzada en 1934 por el empresario Francisco Sayrols, llevó al coronel García Valseca a identificar un potencial negocio en este medio. De esta manera, en marzo de 1936 se publicó el primer número de *Pepín*, cuyo nombre deriva del diminutivo de José. El éxito económico obtenido con las revistas de historietas lo llevó a fundar, años después, la cadena de diarios *El sol de México*, que contaban con su edición regional en cada estado del país, algunos de los cuales sobreviven hasta nuestros días.

Paquín, de Francisco Sayrols; *Pepín*, de José García Valseca; y *Chamaco*, de Ignacio Herrerías (figuras 1 a 3), fueron pilares de la llamada Época de oro de la historieta en México, la cual se desarrolló desde 1934 hasta mitad de la década de 1950. Durante este periodo, las industrias culturales como radio,

cine y la historieta se hicieron rentables para los empresarios de la etapa modernizadora de México que se dio tras la Revolución.

Figuras 1 a 3 – Portadas de las revistas *Paquín*, *Pepín* y *Chamaco*



Fuentes: Disponibles en: https://www.tebeosfera.com/numeros/paquin_1934_sayrols_2087.html e www.pepines.unam.mx. Acceso en 10 jul. 2025.

2 - Periodicidad, tiraje y las firmas detrás de sus historietas

Al principio, la publicación de estas revistas fue semanal, pero la enorme demanda de los lectores hizo que los tirajes aumentaran considerablemente, hasta llegar a salir en forma diaria e incluso a tener dos ediciones dominicales: "La combinación de series abiertas y planchas conclusivas caracteriza a los primeros números, que aparecen semanalmente, pero al acortarse la periodicidad el 'continuará' se hace norma y las aventuras se prolongan desmesuradamente" (Aurrecoechea; Bartra, 1993, p. 61). Fueron la diversidad de temas y los tratamientos los que provocaron que la historieta se convirtiera en la lectura popular por excelencia, ya que en un solo ejemplar se podían encontrar series infantiles, melodramas y aventuras, entre otros.

Según dice un anuncio publicado en la revista, en 1940 *Pepín* se imprimía todos los lunes, martes, miércoles, jueves y sábados. Su costo era de diez centavos y tenía 68 páginas. A partir el número 656, publicado el 4 de enero de 1941, la revista comienza a circular también los días domingo. En los datos de la revista, dice que se imprimía en rotograbado en la Cooperativa de producción de Artes Gráficas Cuauhtémoc SCL-Carretera Azcapotzalco-Tlalnepantla, Estado de México. No hay información más precisa de la ubicación exacta de la cooperativa y en la actualidad, esa zona está ocupada por actividades industriales.

Se desconoce el tiraje de la revista, pues, como ocurrió con muchas otras publicaciones mexicanas del siglo XX, se solía ocultar esta información por motivos políticos fiscales y de subsidios. Aunque no hay cifras precisas de los tirajes de *Pepín*, podemos tener un acercamiento a través de los datos de la revista *Chamaco*, coetánea a esta:

> Según Ramón Valdiosera, que dirigió *Chamaco* al inicio de los años cuarenta, la revista alcanzó tiros de entre 650 y 700 mil ejemplares diarios. La cifra parece desmesurada, sobre todo al considerar los enormes retos tecnológicos, de impresión y distribución que implicaban tirajes de esta magnitud en aquella época. Lo cierto es que los *pepines* y *chamacos* llegaron a los rincones más apartados del país, y a partir de los años cuarenta se constituyeron en los impresos de mayor relevancia económica de toda la industria editorial mexicana (Catálogo de Historietas de la Hemeroteca Nacional).

Respecto a los títulos que fueron parte de la revista *Pepín*, cabe señalar que estos variaban, ya sea por la conclusión de algunas series o, posiblemente, también en función de la recepción del público. Para 1943 se publicaban *Ventarrón* y *Adelita y las guerrillas*, de José G. Cruz; *Nick Carter* y *Avalancha*, de Alfonso Tirado; *Oreja y Rabo*, de Ramón Valdiosera; *Gitanillo*, de Francisco Flores; *Cumbres de Ensueño*, de Guillermo Marín y *Corazón del Norte*; de Eduardo Martínez. Además, se anuncia la próxima aparición de nuevos argumentos en *La usurpadora*, de José G. Cruz; *Ruta de Estrellas*, de Cadena M.; y *Tu y yo*, de Rafael Viadana.

Para finales de 1943, *Pepín* agregó a su portada la leyenda "Diario de novelas gráficas para adultos", hecho que disuelve la creencia de que en México los principales lectores de historieta eran los infantes ya que este auge "lo sostienen principalmente lectores jóvenes y adultos, y pronto los editores asumen el verdadero perfil de la demanda. Algunas revistas - las menos -, se dirigen aún a los niños, si bien la mayoría atiende definitivamente a los mayores" (Aurrecoechea; Bartra, 1993, p. 80).

Con el final de la Segunda Guerra, cambiaron las series publicadas. Para 1945 aparecen: *Crucero*, de José G. Cruz; *Don Proverbio*, de Antonio Gutiérrez; *Joaquinillo*, de Arturo Casillas y Roberto Reynoso; *Corazón del norte*, de Eduardo Martínez; *A Fuerza de puños*, de Francisco Flores y Roberto Reynoso; *Almas de niño*, de Alberto Cabrera y Yolanda Vargas Dulché; y *Cumbres de Ensueño*, de Guillermo Marín.

Hacia 1946, *Cumbres de ensueño*, *Almas de niño* y *Don Proverbio* seguían manteniendo su preferencia entre el público, razón por la cual eran, junto a *Los Superlocos* (figuras 4 a 6), series estelares de *Pepín*. Asimismo, se publicaban: *Percal*, de José G. Cruz; *Manolete*, de E. Bojórquez y Flores; *Pepe el inquieto*, de Germán Butze; y *Malevaje*, de José G. Cruz.

Figuras 4 a 6 – *Almas de niño*, *Don Proverbio* y *Superlocos*, tres series estelares de Pepín

Fuentes: Disponibles en: www.pepines.unam.mx. Acceso en: 10 jul. 2025.

A partir de lo anterior, una posible línea de estudio en torno a *Pepín* podría ser el análisis de la evolución del estilo gráfico de los dibujantes que fueron constantes en la revista. Por otra parte, esta publicación podría ofrecer datos para elaborar una historia de las representaciones en la historieta mexicana.

En 1948 se anunció el aumento al costo de la revista, el cual entraría en vigor a partir del 4 de octubre de 1948 (Pepín, 1948), entre líneas podemos leer que se dicha alza se justificaba en la calidad del material con el que se elaboraba:

“debido al alza del papel, del material fotográfico y otros materiales casi todos de importación con los que se confecciona este periódico, *Pepín* costará 25 centavos desde mañana”. Dada la competencia, el objetivo era dar la impresión de que *Pepín* era la mejor en su tipo.

En los primeros años de la década de 1950 la revista tuvo un cambio en su contenido. Disminuyó el número de historietas humorísticas y comenzaron a predominar las series de corte melodramático, realizadas con técnicas como el medio tono y fotomontaje. Este cambio pudo estar influido por una transformación similar que ocurrió en la revista *Chamaco* bajo la dirección de dibujante y guionista Laura Bolaños. En ese entonces, *Chamaco* se había posicionado como su principal competidora ya que *Paquín* había cambiado de empresa editorial en 1947. Cabe señalar que también se redujo el tamaño de la revista, su impresión pasó a ser completamente en sepia y se disminuyó el número de páginas.

3 - Más allá de las historietas: contenido adicional y funciones

A principios de la década de 1940, estalló un pánico moral contra las revistas de historietas. Grupos conservadores las condenaron por considerarlas contrarias a los valores y las creencias religiosas. En 1942 el grupo Acción Social presentó a la Procuraduría de Justicia un proyecto para restringir estas publicaciones (Rubenstein, 2004, p. 164), respaldado por la Legión Mexicana de la Decencia y la Sección de Acción Familiar de la Unión de Católicos Mexicanos, así como algunos sindicatos que temían su impacto en la unidad nacional. En respuesta a las protestas, en 1944, el gobierno creó la Comisión Calificadora de Periódicos y Revistas Ilustradas. Esta entidad revisaba que las publicaciones no mostraran textos o imágenes que ofendieran el pudor y las buenas costumbres.

En este contexto, la revista emprendió una batalla para dar legitimidad cultural a la revista *Pepín* frente a la sociedad. La revista no necesitaba defenderse de la Comisión Calificadora, pues el coronel José García Valseca gozaba de préstamos por parte del gobierno, además de que éste le proporcionaba papel a su editorial. Ante la sociedad, había una necesidad de demostrar que la revista también ofrecía contenido de calidad. De esta manera,

buscaba congraciarse tanto con las autoridades como con la instancia calificadora.

En un primer acercamiento al estudio del contenido de *Pepín* (Hernández Nieto, 2022), se propuso clasificarlo de la siguiente manera: *Campaña patriótica*, que comprende contenido cívico; *Campaña modernizadora*, la cual invitaba a la población a donar para la construcción de la Universidad Nacional Autónoma de México; en *Publicidad de la cadena de José García Valseca* se abordan los anuncios sobre publicaciones de la cadena; y como *Cartas del público, concursos y Feria del libro* aborda el contenido cultural y la interacción con sus lectores. En el presente trabajo se incorporan datos recientemente obtenidos que permiten profundizar en aspectos ya presentados.

La *Campaña patriótica* considera los concursos y dinámicas que organizó *Pepín* con la finalidad de fomentar el sentimiento nacionalista entre la población de cara a la guerra. Uno de estos fue el "Gran concurso patriótico" realizado por la revista en 1940. Según se afirma en sus páginas, se hacía "con el propósito de contribuir ampliamente a la campaña de engrandecimiento de la nacionalidad, infiltrar respeto a la niñez, los sentimientos de veneración, amor y respeto a la patria y a la Bandera Nacional". La dinámica consistía en enviar, por escuela, la mayor cantidad de cupones recortados que diariamente se publicaban en la revista con el propósito de ganar una bandera.

En la *Campaña modernizadora* fueron incorporados los pies de página que invitaban a donar dinero para la construcción del campus Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México, que para esos años era un símbolo de la modernidad y el desarrollo al que México aspiraba. Aunque su construcción comenzó en 1950, la planeación empezó en 1946, años en los que se buscó un terreno. Para financiar el proyecto, se lanzó una colecta para reunir 10 millones de pesos, la cual duró varios meses. Entre 1946 y 1947 las frases invitaban a mostrar el patriotismo por medio de su donación, por ejemplo: "la labor de todo buen mexicano prestar su apoyo económico a la máxima casa de estudios".

En la denominada *Campaña cultural* se agruparon secciones como "El álbum romántico de la poesía", donde los lectores enviaban composiciones propias o la revista seleccionaba textos de autores reconocidos. En esta clasificación también se incluyeron las trivias y contenido con datos curiosos de

cultura general. Además, en las páginas centrales se publicaron entregas de *Se fue con el viento* (*Gone with the Wind*), novela de 1936 escrita por Margaret Mitchell, cuya popularidad creció tras el estreno de su adaptación cinematográfica en 1939. El objetivo era que el lector pudiera reunir los fragmentos y empastarlos como libro.

Por otra parte, los anuncios orientados a la búsqueda de legitimidad cultural se agruparon en *Publicidad de la cadena de José García Valseca*. La revista *Pepín* competía con otras publicaciones del mercado, por lo que, a través de la publicidad, la editorial destacaba la calidad de éste y otros títulos de la misma empresa, como la revista femenina *Paquita* y el diario deportivo *Esto* (figura 7). Además de esta publicidad, En *Pepín* se publicaron una serie de dibujos con frases como “la historieta ha llegado a ser en poco tiempo la máxima expresión del periodismo ilustrado, además, es un formidable vehículo de cultura al servicio de todos” (Pepín, 1940).

Figura 7 – Publicidad de la cadena de José García Valseca

Fuente: Hernandez Nieto, 2022, p. 389. Disponible en: https://www.iifilologicas.unam.mx/ebooks/prensa-periodica-genero-e-historia-literaria-siglos-xix-y-xx/. Acceso en: 10 jul. 2025.

La relación de los autores con el público se aborda en el rubro *Cartas del público, concursos y Feria del libro.* A partir de 1942, la revista le dedicó un espacio a las cartas que mandaba el público al dibujante de su preferencia, quien

en ocasiones les respondía dedicando un episodio o un dibujo. Pepín también incluía una sección de avisos en la que los lectores publicaban anuncios para buscar a sus familiares, algunos acompañados de fotografías. Estos avisos fueron registrados por Oscar Lewis (1961, p. 107) en el libro *Antropología de la pobreza*: "En ese tiempo salía el *Pepín*, una revista cómica y en ella una sección de que fulano de tal buscaba a un fulano de tal".

Otra de las formas de interactuar con los lectores fue a través de la realización de concursos y rifas, sobre todo en la época decembrina. En el sorteo de navidad de 1939 se publicó la lista de ganadores, la cual muestra la diversidad de lugares de México donde se leía la revista; incluso, un lector escribió desde Barquisimeto, Venezuela. También hubo concursos vinculados a títulos de historietas, como "La rifa del traje del *Charro misterioso"*, "El peso de *Chucho El Roto*", donde se regalaron monedas a los lectores.

Para 1943, *Pepín* tuvo un stand en la Feria del Libro y Periodismo, celebrada en la Ciudad de México, junto a otros medios escritos considerados culturalmente legítimos, como los periódicos *El Universal* y *Excélsior*, entre otros. La revista anunció que los dibujantes estarían presentes en el evento para que los lectores los conocieran.

Este hecho es importante si consideramos que, en el imaginario de la sociedad, durante décadas las historietas como *Pepín* han sido vistas como publicaciones "menores", dirigidas a las clases populares y alejadas de los circuitos culturales. Bajo esta perspectiva, parece impensable que hace casi cien años compartieran espacio con editoriales "serias".

Llama la atención este hecho, ya que, si tomamos el caso de la Feria del Libro del Palacio de Minería, realizada en la Ciudad de México, vemos que la presencia de las editoriales de cómic e historieta tiene pocos años, y fue a partir de 2010 cuando iniciaron las "Jornadas de cómic" en el evento. Por su parte, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, una de las más importantes de Iberoamérica, no tuvo un Salón del Cómic y Novela Gráfica hasta 2017 (Aguilar Sosa, 2017).

Por otra parte, el publicitar la presencia de los autores da cuenta que, a pesar de que la historieta era un producto que se producía masivamente y parecía que el autor estaba ausente, el público sí lograba establecer un vínculo

con el autor, sus historietas, sus personajes o su estilo gráfico y, por tal motivo, quisieran conocerlo en persona.

4 - Publicación de *Pepín* durante la Segunda Guerra Mundial

Aunque a primera vista pudiera parecer que en conflicto mundial no guarda relación con la revista *Pepín*, esté tuvo un impacto en el contenido y en las condiciones materiales de producción.

A finales de la década de los treinta, el mundo estaba al pendiente del desarrollo de la Segunda Guerra Mundial, que inició el primero de septiembre de 1939 con la invasión de Alemania a Polonia. Desde 1933, el presidente de Estados Unidos, Franklin D. Roosevelt, promovió la política de la "buena vecindad" para mejorar sus relaciones con América Latina. Al comenzar la guerra, Estados Unidos promovió una posición "panamericana" de neutralidad y creó la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos (CIAA) para difundir propaganda en la región.

México rompió relaciones con las potencias del Eje tras el ataque a Pearl Harbor en 1941. En mayo de 1942, luego del hundimiento de los buques "Faja de Oro" y "Potrero del llano" por submarinos alemanes, el Congreso declaró estado de guerra contra los países del Eje.

Tras el hundimiento de estos buques, hubo disenso en los sectores sociales respecto a la declaración de guerra. Una gran parte de la población rechazó la entrada de México en la guerra debido al recuerdo de las intervenciones de Estados Unidos, a quien se consideraba un enemigo histórico. Por esta razón, el gobierno de Ávila Camacho, impulsó una campaña de propaganda para persuadir a la población de que unirse a los Países Aliados era la opción más viable. Estados Unidos apoyó esta campaña para fomentar el interés de México en la alianza (Velázquez, 2007, p. 123).

Durante la Segunda Guerra Mundial se decretó la suspensión de las garantías individuales y el derecho a la libre expresión, medida que limitó la disidencia política. "Así, para mediados del sexenio, entre la prensa nacional mostró un consenso forzado a favor de Estados Unidos" (Leyva, 1992, p. 39).

En 1942 se realizó el Primer Congreso Nacional y Panamericano de la Prensa del 15 al 19 de mayo de ese año en la Ciudad de México. En la llamada

“Declaración de principios” afirma que se celebraba “en un momento en que los principios de Libertad y Democracia que constituyen la base política, cultural y económica de los pueblos de América, se hallan seriamente amenazados” (Ideario, 1942, p. 5). Por tal motivo, era necesario “contribuir a la unidad del continente” a través del “periodismo moderno”, el cual era un “formidable instrumento de superación individual y de progreso colectivo” (Ideario, 1942, p. 6).

En la lista de los delegados al primer congreso estaban personas de distintos periódicos del continente americano entre quienes se encontraba José García Valseca representando a Editorial Panamericana. También asistió Manuel Gutiérrez Balcázar por parte de *Esto* y Eduardo Fentanes como embajador de *Paquita*, ambas publicaciones de la misma empresa.

En cuanto a los delegados internacionales figuran nombres como Manuel Braña, de *Luz* (La Habana, Cuba); Jacobo Cárcamo, de *La Época* (Tegucigalpa, Honduras); Arthur Constantine, de *International News Service* (Estados Unidos); Gustavo Daquea T., de *El Comercio* y *Últimas Noticias* (Ecuador); Carlos Girón Cerna, de *El Imparcial* (Guatemala); Vicente Dávila, de *La Esfera* (Caracas, Venezuela); Salvador Escobar Ballesteros, de *Cupactly* (El Salvador); José V. Faura, de *Suplemento* (Perú); Joshua B. Powers, de *La Unión* (Valparaíso, Chile); Jesús Pérez Moreno, de *Revista Javeriana* (Bogotá, Colombia); Efraín S. Hidalgo, de *Periodistas Unidos de América* (Uruguay), entre otros (Ideario, 1942).

Esto es revelador ya que al analizar lo que se publicó en la revista tras este decreto, vemos que *Pepín* empezó a publicar en su contraportada una serie titulada *Campeones de la democracia* en la que se reseña la proeza de algún militar de Estados Unidos en cuatro viñetas, la cual era comprada a la agencia de prensa estadounidense *King Features Syndicate Inc. World.* Del mismo modo se publicó *Ases de combate*—comprada a la misma agencia— que habla de los pilotos estadounidenses que participaron en la Primera Guerra Mundial.

Otro aspecto interesante es que, a partir de julio de 1942, y hasta 1945, año en que acaba la guerra, al pie de cada página de *Pepín* se colocaron mensajes donde se recalcaba que “por honor y dignidad, los mexicanos debíamos rechazar la propaganda enemiga que se llegara a filtrar a nuestro territorio”. Si nuestros vecinos no estaban de acuerdo, “como buenos mexicanos,

debíamos convencer a nuestros compatriotas que las leyes dictadas por el gobierno en este estado de guerra tienden a defender nuestros hogares" (Ideario, 1942).

En 1942 se decretó el Servicio Militar Obligatorio, el cual causó descontento entre algunos sectores, por lo que también se publicaron notas al pie de página en *Pepín* que mostraban su apoyo a esta medida. Los textos exaltaban que la Patria "exigía de los jóvenes honor y disciplina para dar a nuestra nacionalidad la solidez y unidad que eran indispensables en ese momento". Una vez que México reunió los reclutas suficientes, en diciembre de 1944 se enviaron soldados a Estados Unidos para recibir capacitación. De esta manera, los pilotos aviadores conformaron el Escuadrón 201 que se unió en la última parte del conflicto bélico.

Además, otro de los deberes de los mexicanos en tiempo de guerra era "cuidar el patrimonio nacional, más aún cuando la nación permanecía en estado de guerra" ya que ésta "impone privaciones y sacrificios" por lo que había que "ayudar a la Patria economizando los artículos de hule". En esos años, México dio a Estados Unidos diversas materias primas por lo que "aunque la escasez se padeció desde 1942 hasta bien terminada la guerra, el año más crítico fue tal vez el de 1943" (Torres.1979, p. 177). En este contexto, *Pepín* experimentó una reducción en su número de páginas como resultado de las medidas de austeridad; no obstante, su publicación no se interrumpió.

5 - Posibles impactos en su audiencia, referencias en otros medios y cierre de la revista

Como se mencionó anteriormente, la serie nació en un contexto en el que los grupos conservadores tachaban de inmorales y vulgares a las historietas y buscaban que el gobierno las prohibiera, aunque en la vida diaria eran "leídas por todos", como mencionan Harold E. Hinds y Charles Tatum (2007, p. 23).

Aunque no es posible hacer un estudio de recepción debido a la distancia temporal, pueden identificarse indicios de la popularidad de *Pepín* a partir de sus referencias en otros medios. Un ejemplo se encuentra en la película *Recién casados…No molestar* (1951), protagonizada por Mapy Cortés y Ángel Garasa, donde el protagonista, de carácter infantil, pasa gran parte del tiempo leyendo la

historieta *Los Superlocos*, de Gabriel Vargas, publicada en esta revista; los diálogos hacen referencia constante a los personajes de la serie. En este caso, la inserción de *Los Superlocos* en la cinta sugiere que la revista y los personajes eran lo suficientemente populares como para que el espectador promedio captara la referencia sin necesidad de explicaciones o, por lo menos, que esta historieta le resultara familiar.

Por otra parte, en películas, como *Mátenme porque me muero* (1951), aparecen ejemplares de *Pepín*, como en una escena ambientada en un consultorio médico donde el protagonista, Germán Valdés "Tin Tán" está leyendo una de estas revistas.

Además de estas menciones, resulta pertinente considerar las adaptaciones de historietas publicadas en la revista que llegaron al cine, como es el caso de José G. Cruz con las series *Carta Brava* (1949) y *Ventarrón* (1949) dirigidas, respectivamente, por Agustín P. Delgado y Chano Urueta (figuras 8 e 9). Estos ejemplos pueden darnos una idea de la popularidad de las historias y constituyen una posible línea de estudio prospectivo.

Figura 8 e 9 – Dos adaptaciones al cine de historietas publicadas en *Pepín*

Fuentes: Disponibles en: https://www.cine.com/pelicula/carta-brava/cartel y https://letterboxd.com/film/ventarron/. Acceso en: 10 jul. 2025.

El 11 de febrero de 1950, el Diario Oficial de la Federación dio a conocer el primer decreto que establecía los lineamientos técnicos, económicos y legales

que debían cumplir los concesionarios de la televisión. A partir de esto, el gobierno mexicano comenzó a otorgar concesiones para operar canales de televisión; el panorama de la industria de la historieta comenzó a tener un declive frente a la consolidación de este nuevo medio de entretenimiento. Aunque en un inicio la presencia de este aparato se limitó a algunos hogares, poco a poco se fue popularizando y desplazó a las revistas como una de las principales formas de ocio.

La fecha exacta en que dejó de publicarse la revista *Pepín* se desconoce, en parte debido a la falta de una colección completa en los acervos institucionales. Los ejemplares disponibles en la Hemeroteca Nacional de México sólo llegan hasta 1955. Sin embargo, en un lote de revistas que fue adquirido a un coleccionista permitió comprobar que la publicación seguía en circulación al menos hasta 1956. En una investigación anterior se había propuesto 1954 como posible año de cierre, pero esta nueva evidencia sugiere que, durante esos años, la periodicidad de la revista fue intermitente.

Conclusiones

En el presente artículo se han presentado líneas de análisis para el estudio de *Pepín*, revista que, pese a su relevancia durante la llamada Época de oro de la historieta mexicana, no se ha historiado en su totalidad. A través de la lectura de los ejemplares disponibles en la Hemeroteca Nacional de México se delinearon algunos de sus principales contenidos, contexto social de la época en que se publicó y líneas prospectivas de investigación.

El carácter exploratorio de este trabajo tiene limitaciones. Si bien esta investigación se apoyó en la consulta de ejemplares conservados en la Hemeroteca, dicho acervo no cuenta con una colección completa de *Pepín*, aun siendo un documento tan importante para la historieta mexicana. En esta primera etapa, se revisaron 2 500 ejemplares, de un total estimado de 3 500, ya que faltan los años 1943, 1944, la mitad de 1945 y la colección llega hasta 1955. Por esta razón, el trabajo se encuentra en una etapa de recuperación de números faltantes mediante el acceso a acervos privados y la adquisición de ejemplares a coleccionistas. Los hallazgos presentados en este trabajo constituyen una investigación que tienen como objetivo la elaboración de un libro.

Referencias

AGUILAR SOSA, Yanet. La FIL, a la conquista de jóvenes lectores. *El Universal* [site],Publicado en: 25 nov. 2017. Disponible en: https://www.eluniversal.com.mx/cultura/letras/la-fil-la-conquista-de-jovenes-lectores/. Acceso en: 15 jul. 2025.

AURRECOECHEA, Juan Manuel; BARTRA, Armando. *Puros cuentos*: la historia de la historieta en México 1934 – 1950. México: CONACULTA–Grijalbo, 1993.

CARTA Brava. Producción: Francisco Iracheta. Dirección: Agustín P. Delgado. Mexico: Producciones Iracheta, 1949. 95min., p&b.

CATÁLOGO DE HISTORIETAS DE LA HEMEROTECA NACIONAL. Disponible en: www.pepines.unam.mx. Acceso en: 10 jul. 2025.

GRANADOS CHAPA, Miguel Ángel. *Buendía, el primer asesinato de la narcopolítica en México*, México: Grijalbo, 2002.

HERNÁNDEZ NIETO, Laura Nallely. La batalla contra la censura de la revista de historietas Pepín. In: GÓMEZ RODRÍGUEZ, Irma Elizabeth; IBARRA CHÁVEZ, Fernando; VIVEROS ANAYA, Luz América (Eds.). *Prensa periódica, géneros e historia literaria*: siglos XIX y XX. México: Instituto de Investigaciones Filológicas; Instituto de Investigaciones Bibliográficas - UNAM, 2022. Disponible en: https://www.iifilologicas.unam.mx/ebooks/prensa-periodica-genero-e-historia-literaria-siglos-xix-y-xx/. Acceso en: 10 jul. 2025.

HINDS, Harold E.; TATUM, Charles. *No sólo para niños*: la historieta mexicana en los años sesenta y setenta. México: Instituto Cultural de Aguascalientes, 2007.

IDEARIO del periodista de América.*In*: CONGRESO NACIONAL Y PANAMERICANO DE LA PRENSA, 1º, Mexico, DF, 1942.

LEWIS, Oscar. *Antropología de la pobreza*. México: Fondo de Cultura Económica, 1961.

LEYVA, Juan. *Política educativa y comunicación social*: la radio en México 1940-1946. México: UNAM, 1992.

MÁTENME porque me muero. Producción: Rodríguez Hermanos. Dirección: Ismael Rodríguez. México: Producciones Rodríguez Hermanos, 1951. 99min., p&b.

PEPÍN, Editorial Juventud, México, DF, n. 440, 9 mayo 1940.

PEPÍN, Editorial Juventud, México, DF, n. 2394, 2 oct. 1945.

PEPÍN, Editorial Juventud, México, DF, n. 3485, 3 oct. 1948.

RECIÉN casados…No molestar. Dirección: Fernando Cortés. Mexico, 1951. 96min., p&b.

RUBENSTEIN, Anne. *Del Pepín a Los Agachados:* cómics y censura en el México posrevolucionario. México: Fondo de Cultura Económica, 2004.

TORRES, Blanca. *México en la Segunda Guerra Mundial*. México: El Colegio de México, 1979.

VELÁZQUEZ, Rafael. *La política exterior de México durante la Segunda Guerra Mundial*. México: Plaza y Valdés, 2007.

VENTARRÓN. Producción: Jesús Galindo; Pedro Galindo. Dirección de: Chano Urueta. México: Filmadora Chapultepec, 1949. 95min., p&b.

Recebido em: 11.07.2025.

Aprovado em: 15.07.2025.

Artigo está licenciado sob forma de uma licença

Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional