

Identidad Visual de **superheroes**



Trabajo Final de Graduación

Lic. en Diseño Gráfico

Universidad Empresarial Siglo 21

Marco A. Mohaded

2007





Identidad Visual de
superheroes

Trabajo Final de Graduación
Lic. en Diseño Gráfico
Universidad Empresarial Siglo 21

Marco A. Mohaded
2007



Índice

Capítulo I. Introducción

I.1 Fundamentación

Pág.07

I.2 Objetivos

Pág.08

Capítulo II. Marco Teórico

II.1 El Diseño Gráfico: Sus Elementos

II.1.1 Signo Cromático

Pág.10

II.1.2 Signo Morfológico

Pág.13

II.1.3 Técnicas Visuales de los Signos

Pág.14

II.2 Análisis semiótico

II.2.1 El Signo

Pág.16

II.2.2 La Imagen como Texto

Pág.17

II.3 Identidad Visual

II.3.1 Elementos de Identidad

Pág.20

II.4 La Historieta

II.4.1 Orígenes

Pág.22

II.4.2 El Cómic-Book

Pág.22

II.4.3 Historieta, Cultura de Masas

Pág.23

II.4.4 La Tipificación del Personaje

Pág.24

II.4.5 Estilos del Cómic: Influencias

Pág.24

Capítulo III. Marco Contextual

III.1 El Cómic-Book en la Historia

III.1.1 Década de los '30

Pág.29

III.1.2 Década de los '40

Pág.30

III.1.3 Década de los '50

Pág.32

III.1.4 Década de los '60

Pág.33

III.1.5 Década de los '70

Pág.34

III.1.6 Década de los '80

Pág.35

III.1.7 Década de los '90

Pág.36

III.1.8 A partir del año 2000

Pág.37

III.2 Historia de Estados Unidos

III.2.1 Introducción

Pág.38

III.2.2 La Crisis de los '30

Pág.38

III.2.3 El New Deal

Pág.39

III.2.4 La Segunda Guerra Mundial

Pág.39

III.2.5 Italia y el Fascismo

Pág.39

III.2.6 Alemania y el Nazismo

Pág.40

III.2.7 Japón

Pág.40

III.2.8 La Guerra: El Eje Vs. Los Aliados

Pág.40

III.2.9 El Frente Ruso

Pág.41

III.2.10 La Guerra Fría: Occidente Capitalista Vs. Oriente Comunista... Un mundo Bipolar

Pág.41

III.2.11 La Guerra de Vietnam

Pág.42

III.2.12 The American Way

Pág.42

III.2.13 Las Nuevas Tecnologías y la Era Espacial

Pág.42

III.2.14 La Lucha de la Mujer por sus Derechos

Pág.43

III.2.15 Las Nuevas Formas de Representación:

Pág.44

El Pop Art y el Consumo

III.2.16 El Fin de la Ilusión y el Comienzo

Pág.44

del Desencanto

III.2.17 Guerras del Golfo

Pág.45

III.2.18 Medios de comunicación y cultura

Pág.46



Capitulo IV. Marco Metodológico

IV.1 Tipo de investigación	Pág.48
IV.2 Herramientas de recopilación de datos	Pág.48
IV.3 Estructura de Análisis de Datos	Pág.48

Capitulo V. Análisis de Contenido

V.1 Superman 1938/39	Pág.51
V.2 Superman 1986	Pág.55
V.3 Superman 1996	Pág.59
V.4 Superman 1997	Pág.62
V.5 Wonder Woman 1941	Pág.66
V.6 Wonder Woman 1968	Pág.70
V.7 Wonder Woman 1995	Pág.73
V.8 Wonder Woman 2001	Pág.77

Capitulo VI. Conclusiones

VI.1 Superman 1938/39	Pág.82
VI.2 Superman 1986	Pág.83
VI.3 Superman 1996	Pág.85
VI.4 Superman 1997	Pág.86
VI.5 Wonder Woman 1941	Pág.88
VI.6 Wonder Woman 1968	Pág.89
VI.7 Wonder Woman 1995	Pág.90
VI.8 Wonder Woman 2001	Pág.91
VI.9 Conclusión General	Pág.92

Bibliografía	Pág.94
--------------	--------



Capítulo I - Introducción





I.1 Fundamentación

La sociedad moderna cotidianamente, se encuentra frente a una gran cantidad de mensajes visuales, los cuales intentan transmitir conceptos e ideas.

Los emisores de estas comunicaciones visuales, tienen objetivos particulares muy variados, pero que desde una mirada macro, podrían englobarse en dos: vender y/o transmitir ideologías.

No sólo es importante destacar al transmisor los mensajes (emisor) sino que, igualmente relevante, es el **qué** se transmite y **cómo**; nos referimos entonces, en términos de Diseño Gráfico; al mensaje propiamente dicho. Es decir, a la señal compuesta por signos, que articulados gráficamente forman una imagen particular.

Muchos ejemplos de imágenes se pueden encontrar en los mass media, pero nos referiremos a una en particular, que de manera implícita es un poderoso medio de comunicación; y que como tal, es capaz de incidir en las masas y transmitir ideologías con la misma potencia que cualquier otro medio convencional.

Ese fuerte medio es el **comic**, el que a través de su imagen puede vender una pieza de merchandising o mostrar una particular visión del mundo.

Desde sus comienzos y a lo largo del tiempo, el comic ha evolucionado mostrando sus cambios y tendencias, adhiriéndose a las transformaciones de la sociedad.

Podemos afirmar entonces, que la creación de Superman y Wonder Woman (dos de los personajes más populares, en lo que a comic se refiere), en conjunto con sus rediseños posteriores, están ligados a cambios históricos, sociales, y culturales. Desde esta perspectiva, el comic es importante para los comunicadores visuales, ya que son un espejo de la sociedad.

Estos héroes del comic, durante el siglo pasado, han capturado la imaginación de lectores alrededor del globo. Han sido relegados por los críticos como “material para niños”, pero una mirada mas detallada bajo las capuchas, capas y disfraces, revela la importancia del personaje de cómic en la transmisión de valores e

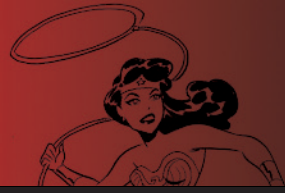
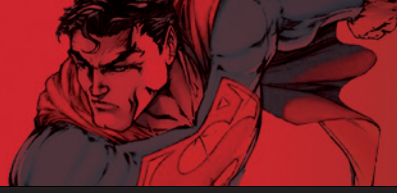
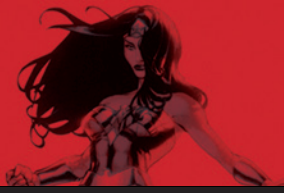
ideologías.

Esta herramienta comunicacional implícita, “oculta” tras el nombre de superhéroes, refleja lo mejor y lo peor de la humanidad, tocando historias personales, políticas y sociales.

Se propone en el presente proyecto, entonces, indagar sobre la manera en que los factores contextuales (históricos, sociales y culturales) influyeron en los cambios de la identidad visual de los personajes de Superman y Wonder Woman de la Editorial DC Comics referidos a sus escudos y vestuario desde su diseño inicial hasta el 2005.

De esta manera, el diseño de superhéroes, no sólo será de utilidad para el desarrollo de personajes para comics, sino en la creación de mascotas corporativas, para que éstas, colaboren en la transmisión adecuada de los valores y misión de la organización.

Resulta inadmisibles dejar de lado este fenómeno, a los fines de enriquecer el estudio del mismo desde disciplina del Diseño Gráfico, analizándolo como un instrumento comunicacional, articulado a través de signos gráficos, con el objetivo explícito de entretener y el objetivo implícito de transmitir ciertos conceptos e ideologías pertenecientes a determinados momentos históricos.



I.2- Objetivos

Objetivo General

Analizar los cambios en la representación gráfica de los superhéroes Superman y Wonder Woman de la Editorial DC Comics, como una manifestación material de los cambios históricos, sociales y culturales de Estados Unidos desde su creación, hasta el año 2000.

Objetivos Específicos

- a. Indagar sobre la historia de cada uno de los personajes y el argumento de las historietas de los mismos.
- b. Relevar información sobre los distintos factores históricos, sociales y culturales que coexistieron con los personajes o que determinaron su surgimiento y posteriores cambios.
- c. Analizar los signos identitarios y el vestuario de cada personaje a nivel morfológico, teniendo en cuenta el desarrollo de los mismos en el espacio temporal establecido (desde la creación hasta el año 2005).
- d. Analizar la identidad visual a nivel semiótico y estético.
- e. Establecer la relación entre las dos variables analizadas: los *cambios en la identidad visual* de los superhéroes en función a las *condiciones históricas, sociales y culturales*.



Capítulo II – Marco teórico





II-1 El diseño gráfico: sus elementos

Para introducirnos en la temática a estudiar, es necesario realizar un breve pasaje por algunos soportes teóricos respecto de la disciplina del Diseño gráfico, para luego poder referirnos puntualmente a las herramientas (pertenecientes al diseño como actividad) que serán utilizadas para el estudio del fenómeno.

De esta manera, se argumenta entonces, el concepto de diseño ligado a la realización de una actividad, que produce ciertas situaciones visuales y con el objetivo de generar una reacción respecto a un tercero.

Resulta pertinente citar a Jorge Frascara, quien en su libro *Diseño y Comunicación*, entiende el hecho de diseñar como una actividad: como la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales; y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esa actividad.¹

En términos del autor, el diseñador básicamente diseña un evento, un acto en el cual el receptor interactúa con el diseño y produce la comunicación. El objetivo del diseñador gráfico es, el diseño de situaciones comunicacionales.

Esas situaciones a las que nos referimos pueden derivar en diferentes modos de manifestación, es por esto que tenemos espacios comunicacionales diversos y que se transmiten en una amplia gama de medios, en otras palabras:

“El diseño gráfico ocupa con sus producciones, espacios tan variados como los que organizan nuestros modos de lectura, los de la información visual que recibimos para los de la operatoria persuasiva que se monta para estimular nuestra opinión, nuestra elección y nuestro consumo”.²

Todas estas manifestaciones plasmadas en espacios variados constituyen el modo visual. El modo visual para Donis Dondis forma todo un cuerpo de datos que puede utilizarse para componer y comprender mensajes situados a niveles diferentes de utilidad, abarcando lo puramente funcional a las regiones artísticas.³

“Es un cuerpo de datos compuesto de partes constituyentes, y de un grupo de unidades determinadas por otras unidades, cuya significancia en conjunto es una función de la significancia de las partes.”⁴

Las “unidades” a las que hace referencia, ut supra Dondis, se pueden definir a través de los elementos que conforman el lenguaje visual, por tanto en términos gráficos hablamos de los elementos de diseño.

A partir de que un diseñador proyecta en un todo unidades gráficas... “la sustancia visual de la obra se extrae de una lista básica de elementos. Y no hay que confundir los elementos visuales con los materiales del medio. Los elementos visuales constituyen la sustancia básica de lo que vemos y su número es reducido”.⁵

Los elementos visuales a los que se hace referencia, son: el signo cromático, el signo morfológico y el signo tipográfico. Particularmente, a fines del presente proyecto se ampliarán a continuación sólo los dos primeros:

II-1.1 Signo Cromático

El color (o signo cromático) es de relevancia al hablar de signos visuales, ya que no sólo puede caracterizarlos e identificarlos bajo diversas condiciones, sino que también puede potenciar y hasta cambiar un significado dado, según la gama cromática utilizada.

Según Donis Dondis, es la parte simple más emotiva del pro-

¹ FRASCARA, Jorge. *Diseño y Comunicación*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 1988. Pág. 19.

² LEDESMA, María. *El Diseño Gráfico, una voz pública (de la comunicación a la era del individualismo)*. Ed. Argonauta. Buenos Aires. 2003. Pág. 9.

³ DONDIS, Donis. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona. 1985. Pág. 10.

⁴ Ibidem Pág. 10.

⁵ Ibidem. Pág. 53.



ceso visual. Es decir, que se puede usar en pos de expresar y reforzar una información visual.

“El color no sólo tiene un significado universalmente compartido a través de la experiencia, sino que tiene también un valor independiente informativo a través de los significados que se le adscriben simbólicamente”.⁶

Siguiendo esta línea de pensamiento, citamos a Joan Costa quien expresa que, diseñar y visualizar, conlleva a utilizar el color, no sólo tal como lo vemos, sino con funciones comunicativas y expresivas del diseñador.

“El color es una propiedad de las cosas del mundo; un fenómeno luminoso, una sensación óptica (es la explicación físico – fisiológica). Pero que incluye significantes diversos en el mundo de las imágenes funcionales y el diseño. Y, por supuesto, incluye a su vez resonancias psicológicas”.⁷

Si bien sabemos que la iconicidad, en las imágenes y las formas, poseen una escala que va desde la máxima fidelidad representada de un objeto, a lo más abstracto; de la misma forma podemos afirmar que los colores poseen “iconicidad”.

La iconicidad de los colores de una imagen, hace referencia a que el color puede reproducir fielmente a lo que representa o modificarlos e inventarlos. Es decir, que al igual que hay formas mas o menos icónicas, hay colores mas o menos icónicos.⁸

Esta conceptualización se debe a que el sentido o semiótica del color es una función de dos componentes constituidas por: el grado de iconicidad cromática (correspondencia entre color y forma de lo que se representa) y la psicología del color, que es lo que la imagen evoca (atmósfera, expresividad, sentimientos), además de lo que representa. Lo psicológico muchas veces inspira a lo simbólico.

Para entender más estas nociones respecto al signo cromático, a continuación se cita la nomenclatura correspondiente a un

análisis semiótico de los colores en la comunicación gráfica, que se clasifica en tres grupos y sus variables (Elaboración propia con citas en base al texto de COSTA).⁹

a-Cromática realista

Intenta imitar el aspecto real de las cosas de manera formal y cromática.

Es por eso que se dice que no existe color realista sin forma realista.

Dentro de este apartado podemos observar diferentes clases de cromática realista:

Color Naturalista: Los colores se perciben como el atributo natural de las cosas. La forma, y su fidelidad con lo representado y el color realista, forman una imagen hiperrealista, logrando que la imagen se haga táctil.

Color Exaltado: Los colores se aplican en su mayor grado de saturación, pureza cromática y nitidez, logrando así, una imagen brillante, contrastante y fuertemente colorista.

Estos atributos transmiten una energía y plenitud, que el color naturalista no puede alcanzar. El color predomina en su relación con la forma, esto lo aproxima a los colores planos y llenos.

La excitación del signo cromático utilizado en las imágenes responde a la búsqueda de un mayor impacto visual, en donde se intenta potenciar la competitividad y donde la exageración de los colores alcanza un mayor poder.

Color Expresionista: en este caso, el color es fiel a las formas de la realidad pero contribuye a dar una mayor dramatización, escenificación y expresividad a la imagen y vuelve al mensaje más expresivo que la realidad. El color tiene en este caso un carácter retórico en el que juegan lo cultural y lo psicológico.

“la búsqueda de la expresividad cromática se funda en una impresión global, de la que imbaten un clímax que inyecta el signi-

⁶ Ibidem. Pág. 69

⁷ COSTA, Joan. *Diseñar para los ojos*. Segunda edición. Grupo Editorial Design. La Paz - Bolivia. 2003. Pág. 57.

⁸ Ibidem. Pág. 58.

⁹ Ibidem. Pág. 80.



ficado de la imagen mas allá de la reproducción parcial de los colores de las cosas que en ella aparecen. No hay contradicción, pues, entre la realidad cromática representada (naturalismo) y la expresividad añadida por el tratamiento “dramático” de la luz y el color”.¹⁰

b-Cromática fantasiosa

El caso de la cromática fantasiosa, como su nombre lo indica, es opuesto a su par realista. Tiende a la escena fantástica, y de ciencia ficción. El principal objetivo de ese tipo de signo cromático, es representar el carácter irreal de los sueños (entre otros); y otras veces valorar la paleta grafica.

Color Imaginario: Busca acentuar el carácter irreal de la imagen que aunque es fantástica y artificial, sigue siendo icónica, solo que en menor grado. Corresponde al imaginario colectivo que proviene de mitos, literatura y estereotipos culturales.

Color Arbitrario: El color aquí es independiente de la visión cromática de la realidad y de sus aspectos psicológicos. Se apoya en la plástica y no sobre la representación verista.

“El color arbitrario se impone sobre la forma icónica y la lógica perceptiva de los colores de la realidad. Esta arbitrariedad abandona precisamente lo real como referencia cromática – más o menos variable- para explotar los efectos gráficos del color”.¹¹

Esta arbitrariedad no es absoluta. Ya que el color no depende de la realidad empírica, sino de la razón grafica, plástica, estética, comunicativa e ideológica: El color, entonces, deviene puro signo.

c-Cromática Signica

Significa el abandono a la forma realista y figurativa, y da paso a la forma y la razón grafica.

Utiliza como herramienta, la superficie bidimensional del plano básico y los elementos que constituyen el sistema gráfico: tipogra-

fías, íconos geométricos, sígnicos y cromáticos etc.

Entonces el color no sólo se utiliza como una herramienta sino que también significa. Opera en estado puro y no como atributo.

Color Esquemático: En este caso, el color se ha esquematizado, se simplifica concentrándose en lo esencial, libre de sutiles tonales, mostrando su naturaleza gráfica plana y saturada.

Podemos ver ejemplos en el diseño de marcas, signos de identidad, carteles y embalajes de productos que deben llamar la atención en la góndola.

El color-signo radica en las nociones de la teoría psicológica de los colores, pero esto no siempre es tan lógico, en la práctica ya que hay circunstancias en la que se hace lo contrario.

Color Señalético: Es la opción funcional del color esquemático. El color señalético es una señal óptica, pura sensación luminosa, más que signo significante.

El color señalético es al mismo tiempo color-señal, por que transmite una sensación instantánea, y color-signo por que implica un significado, aunque sea arbitrario”.

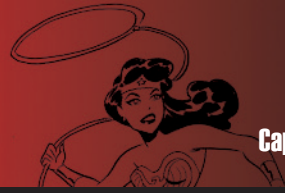
Para que esta variable del color comunique, el receptor debe conocer el código. Ya que cada color, según el contexto cultural en el que está inserto, tiene un significado. Esto hace del color un “lenguaje” comunicativo.

Color Emblemático: Esta variable tiene a veces algo de esquemático, algo de señalético, algo de psicológico y cultural, según la intención comunicativa y el contexto del mensaje. “...Hay aquí un componente cultural que esta menos funcionarizado que los códigos señaléticos. Estos son particularmente sígnicos, mientras que en los emblemas son mas simbólicos”.¹²

¹⁰ Ibidem. Pág. 71.

¹¹ Ibidem. Pág. 72.

¹² Ibidem. Pág. 80.



II-1.2 Signo Morfológico

Los elementos morfológicos, son aquellos que conforman una imagen dada.

La unión de los signos como unidades mínimas (punto, línea y plano) se interrelacionan para formar unidades más complejas, las cuales darán como resultado formas que se podrán percibir sobre un campo gráfico determinado.

Para poder estudiar formas complejas, es de suma importancia rescatar cada unidad mínima que las conforma, analizarla y así rescatar su significado.

La complejidad de los signos morfológicos estará basada en la mayor o menor capacidad de intersección de los elementos simples, es decir de la integración más o menos sencilla de los mismos.

Estos signos constituyen una estructura de lo que será el espacio plástico. "...Son los únicos que poseen una presencia material y tangible".¹³

A continuación se describen los elementos básicos morfológicos:

a- El punto

Es el elemento más simple.

Según Villafañe:

"...Su simplicidad no debe servir para ocultarnos la influencia plástica de éste y otros elementos similares.

El punto trasciende a la materia; no necesita estar gráficamente representado para que su influencia plástica se haga notar. El centro geométrico de una superficie, sobre todo si es regular, es un punto..."¹⁴

b- La línea

La línea es un elemento que deriva del punto, muchos puntos enlazados conforman una línea.

Es un elemento visual de primer orden y sus usos son infinitos. Por lo tanto, se caracteriza por la diversa utilización plástica que posee como elemento morfológico:

La línea puede crear vectores de dirección que aportan dinamicidad a la imagen, puede separar dos planos enteros entre sí, puede dar volumen, profundidad, y posee la fuerza suficiente para vehicular las características estructurales de un objeto.¹⁵

c- El Plano

La expresión plano puede tener muchas acepciones, pero en este caso no se trata del plano básico en términos espaciales en donde se plasma una representación, sino el plano como superficie bi-dimensional que no sean puntos o líneas, son planos.

Las formas planas tienen una variedad de figuras que pueden ser clasificadas como:

-**Geométricas:** construidas matemáticamente.

-**Orgánicas:** realizadas por curvas libres.

-**Rectilíneas:** limitadas por líneas rectas que no están relacionadas matemáticamente entre sí.

-**Irregulares:** limitadas por líneas rectas y curvas.

-**Manuscritas:** caligráficas o creadas a mano alzada.

-**Accidentales:** determinadas por un efecto u obtenidas accidentalmente.¹⁶

d- La textura

No es habitual que los autores describan la textura como un signo morfológico más.

Pero Villafañe citando a Munari, afirma que la textura es un elemento que sensibiliza y caracteriza materialmente a las superficies, además de atribuirle el hecho de ser la misma materia de

¹³ VILLAFANE, Justo. *Introducción a la Teoría de la Imagen*. Editorial Pirámide. 1987. Pág. 97.

¹⁴ Ibidem. Pág. 98.

¹⁵ Ibidem. Pág. 103-105

¹⁶ SCOTT GILLIAM, Robert. *Fundamentos del Diseño*. Ed. Limusa, Grupo Noriega. México. 2000. Pág. 45.



la textura la que horma las imágenes, al densificar o espaciar el fondo.¹⁷

II-1.3 Técnicas visuales de los signos

Los elementos morfológicos, o signos mínimos interconectados forman composiciones concebidas a través de técnicas visuales.

El término “técnicas visuales” respecto a la morfología de los signos, hace referencia a las diversas formas que utilizan los signos para relacionarse y así obtener efectos visuales, por consiguiente: significaciones variadas según su intersección.

Las técnicas nombradas a priori, nos marcarán una tendencia de las composiciones complejas. Para esto, los signos se interconectan de una forma particular utilizando herramientas que dan como resultado conjuntos de signos, relacionados por éstas técnicas, las cuales no sólo pueden ser aplicadas en sus extremos de intensidad.¹⁸

a- Equilibrio / Asimetría

Con esto se refiere a todas las partes de un campo. Ello implica un eje o punto central en el campo alrededor del cual las fuerzas opuestas están en equilibrio.¹⁹

Equilibrio axial o simetría: significa el control de atracciones opuestas por medio de un eje central explícito, vertical, horizontal o ambos.

Equilibrio o simetría radial: significa el control de fuerzas opuestas por rotación alrededor de un punto central. Un esquema radial

implica un movimiento giratorio.

Equilibrio oculto: en este caso no se utilizan ejes explícitos como en los casos anteriores. El equilibrio se da por el control de atracciones opuestas por medio de una igualdad sentida entre las partes que conforman el grupo sígnico.

b- Regularidad / Irregularidad

Consiste en favorecer la uniformidad de elementos, de un orden basado en algún principio o método, el que no permite desviaciones. La irregularidad, en cambio, como estrategia realiza lo inesperado.²⁰

c- Unidad / Fragmentación

La unidad es un equilibrio adecuado de elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente. La fragmentación, es la descomposición de los elementos y unidades de un diseño en piezas separadas que se relacionan entre sí pero conservan su carácter individual.²¹

d- Plano / Volumen

Estas dos técnicas se rigen fundamentalmente por el uso o ausencia de la perspectiva o volumen. Esta función será reforzada por la reproducción fiel de la información ambiental, mediante la reproducción fiel de la información ambiental, mediante la imitación de los efectos de luz y sombra propios del claroscuro.²²

e- Continuidad / Episodicidad

La continuidad también es denominada ritmo. Este factor se basa en la recurrencia esperada, periodicidad percibida, el movimiento virtual provocado por la percepción y acentos, pausas e

¹⁷ VILLAFANE, Justo. *Introducción a la Teoría de la Imagen*. Editorial Pirámide. 1987. Pág. 110.

¹⁸ DONDIS, Donis. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona. 1985. Pág. 130.

¹⁹ SCOTT GILLIAM, Robert. *Fundamentos del Diseño*. Ed. Limusa, Grupo Noriega. México. 2000. Pág. 46.

²⁰ DONDIS, Donis. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona. 1985. Pág. 132.

²¹ Ibidem. Pág. 134.

²² Ibidem. Pág. 142.



intervalos.

En otros términos es, una serie de conexiones visuales ininterrumpidas. Por otro lado, las técnicas episódicas expresan la desconexión de los elementos visuales, o al menos conexiones muy débiles.²³

f- Contraste

Sea cual fuere el lenguaje descriptivo que se utilice para conceptualizar el contraste, se designará como tal a los polos de la composición visual. Su buen uso contribuye considerablemente a evitar la confusión tanto en el diseñador como en el observador.

El contraste, como estrategia visual para aguzar el significado, no sólo puede excitar y atraer la atención del observador sino que es capaz también de dramatizar ese significado para hacerlo más importante y más dinámico.

Dentro de este nivel, es posible hacer un repertorio de los siguientes contrastes:

-Contraste de tonos: referido a la claridad u oscuridad relativas de un campo.

-Contraste de colores: se basa en numerosos contrastes que realzan el significado según su uso. Dentro de esta clasificación podemos citar el contraste claro-oscuro, el contraste polar (negro-blanco), el contraste cálido-frío (que divide los colores en cálidos dominados por el rojo-amarillo y fríos, dominados por la gama azul-verde) y el contraste complementario (es el que se sitúa en un lugar opuesto en la rueda de colores).

-Contraste de contornos: hace referencia a oposición en las formas y como se presenta el contorno de la misma. Por un lado contornos regulares y sencillos en contrapartida contornos irregulares e imprevisibles.

-Contraste de escala: utilizando la distorsión en la escala o

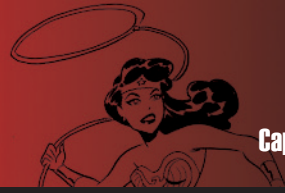
la manipulación subjetiva de las proporciones de los objetos en comparación a un objeto con escala y proporciones congruentes, forman el contraste de escala.²⁴

“Las técnicas visuales se superponen al significado y lo refuerzan en todos los esfuerzos compositivos; en conjunto suponen, tanto para el artista como para el que no lo es, el medio más efectivo de hacer y comprender la comunicación visual expresiva, en la búsqueda de un lenguaje universal”.²⁵

²³ Ibidem. Pág 145.

²⁴ Ibidem. Pág. 120.

²⁵ Ibidem. Pág. 147.



II-2 Análisis semiótico

II-2.1 El signo

Los elementos descriptos ut supra, están compuestos, en términos semióticos por signos.

El signo es la unidad mínima, factible de ser analizada en pos de comprender el significante y significado del mismo.

Nos introducimos así, en la definición de signo:

“Signo es una cosa que sustituye a otra...”

...de modo que desencadene (en relación a un tercero) un complejo análogo de reacciones. O, dicho de otro modo, y para adoptar la definición del fundador de la semiótica, Charles Sanders Peirce (1839-1914): signo o “representante” es toda cosa que sustituye a otra representándola para alguien, bajo ciertos aspectos y en cierta medida”.²⁶

Los signos pueden clasificarse con relación al referente, es decir la cosa que designa:

- **Icono:** cuando mantienen una relación directa con su referente o la cosa que produce el signo. “Este signo es explícito, traducible y conocido, expresado en forma clara y objetiva. Podemos decir que el icono es parte real del significante, existe una analogía con la cosa representada que se expresa en un soporte, su expresión.”²⁷
- **Índice o índice:** cuando posee alguna semejanza o analogía con su referente. El índice, establece una relación de contigüidad con el objeto, es una pista, un indicio, una señal que nos

remite al signo... La relación del índice no es puramente natural, espontánea.

- **Símbolo:** cuando la relación con el referente, es arbitraria, convencional. Las palabras escritas, en su mayoría son símbolos. “Aquí existe una relación que es puramente convencional, que no depende de la presencia de una similitud, como en el caso del ícono o de una contigüidad, como el índice.”²⁸

Un proceso sónico puede ser estudiado en tres niveles o dimensiones:

- **Nivel sintáctico:** cuando se refiere a las relaciones formales de los signos entre sí.

“En una composición gráfica, analizamos qué aspectos morfológicos de esa pieza se perciben, respecto a un orden sintáctico establecido y como se relacionan formalmente, los distintos elementos que la componen.”

- **Nivel Semántico:** cuando engloba las relaciones de significado, entre signo y referente.

“Estudia la relación del signo y la cosa significada. Se ocupa del sentido, que poseen los signos, el signo y su significado.

En la semiótica existen dos formas de significación:

La denotación, que es lo objetivo y traducible mediante la combinación de signos conocidos, es la primera lectura, descriptiva, material y objetivable.”²⁹

La connotación en cambio, surge de una segunda lectura analítica.

- **Nivel pragmático:** es el nivel que implica las relaciones significantes con el interprete, o sea con aquel que utiliza los signos.³⁰

²⁶ DÍAZ, Carlos Wormald. Apunte de la cátedra Planificación y organización. *Proceso de Comunicación visual*. Especialización en Comunicación Visual. Educación a Distancia - Universidad de Antofagasta. Chile. 2000. Pág. 6.

²⁷ DA COSTA, Adriana. *Borrador libro de Semiótica aplicada al análisis de la Publicidad y el Diseño Gráfico*. IES Colegio Universitario Siglo 21. Apunte de la cátedra. 2000. Pág. 4.

²⁸ Ibidem. Pág 5.

²⁹ Ibidem. Pág.10.

³⁰ Ibidem. Pág 7.

II-2.2 La imagen como texto

Al hablar de signos, es necesario hacer hincapié en el concepto de análisis de un lenguaje visual global fragmentado en unidades, vulnerables de ser estudiadas particularmente.

Pero desde otro lado de la semiótica, esa apariencia, llamada también imagen, puede ser analizada desde una perspectiva integral.

Por eso, y en primer momento parece útil recurrir a definiciones que como la propuesta de A. Moles, tiene la virtud de permitir una aproximación descriptiva:

“Al hablar de imagen será necesario hacerlo del concepto de comunicación visual en el que se materializa un fragmento del universo perceptivo y que presenta la característica de prolongar su existencia e el curso del tiempo.”³¹

A partir de esta definición podemos extraer la idea de materialidad (la imagen en sí misma), la referencia respecto a los temas u objetos representados (lo que permite su existencia) y se añade el hecho de que la imagen es un componente central de los mass media (lo que le da un sentido contextual).

De esta manera, las imágenes en la comunicación de masas, se transmiten en forma de textos culturales que contienen un mundo real o posible, incluyendo la propia imagen del espectador. Para que este hilo conductual pueda desarrollarse, es necesario contar con la interacción de tres componentes: la manipulación de formas y técnicas de los productos audiovisuales por parte de un realizador al que llamaremos AUTOR, la puesta en escena de un producto complejo y coherente que constituye el TEXTO y, finalmente, su recepción activa por parte de un destinatario individual o colectivo al que llamaremos lector modelo. Reforzando estos conceptos, Vilches afirma que: “La imagen que el lector tiene del texto es la que indica como ha de asumirse el contenido y la forma del mismo”.³²

³¹ Ibidem. Pág. 3.

³² VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen*. Ediciones Paidós. Barcelona – Buenos Aires. Primera Edición. 1983. Pág. 10.

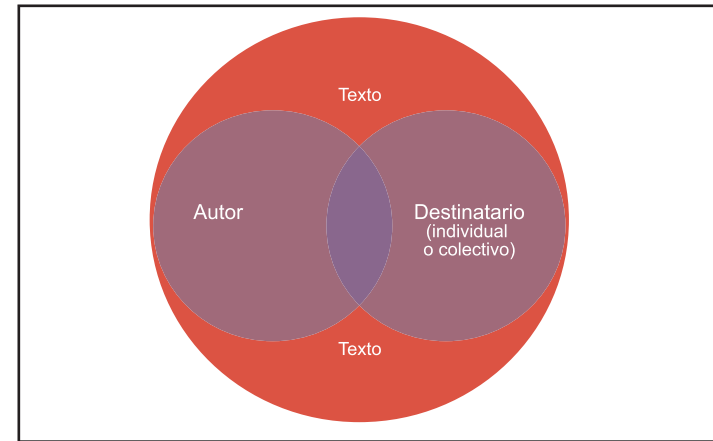


Gráfico 1: Elaboración propia en base a los conceptos mencionados a priori, de Lorenzo Vilches en “La lectura de la imagen”.

“En el actual panorama de las ciencias del lenguaje parece ampliamente aceptado que la lengua es un sistema de signos o una semiótica, sobre todo a partir de su fundación por obra de Pierce (1931-1935-1960 y 1965-1966), y Saussure (1916). Sin embargo, ambas fundaciones de la semiótica son diferentes teórica y metodológicamente. A partir de la apropiación estructuralista del signo, el desarrollo de los estudios de semiótica se han diversificado en dos universos bien definidos: una semiótica estructuralista y una semiótica pragmática”.³³

Entendemos por semiótica estructuralista, a aquella que estudia más profundamente los componentes del signo.

Con la llegada de Hjelmslev (1968), el análisis del signo ha ampliado sus límites teóricos, haciendo énfasis en las relaciones de los mismos: el plano del significante se convierte en plano de la expresión; y el plano del significado se convierte en plano del contenido.

³³ Ibidem. Pág. 29.



De esta manera se asume la significación como un acto –un proceso que relaciona- que se pone en movimiento, unido por dos términos: significante y significado. El resultado de esta unión es el signo.

Además, es pertinente destacar que el valor del signo está determinado por su entorno, y este valor (que no es otra cosa que su significación) está colocado dentro de un contexto.

Según Hjelmslev (1968) citado por Vilches, esto no es más que un valor dado por el significado del signo en un texto:

“La teoría del lenguaje se interesa por los textos, y su objetivo es indicar un procedimiento que permita el reconocimiento de un texto dado por medio de una descripción no contradictoria y exhaustiva de este texto.”³⁴

El texto debe ser considerado como el medio privilegiado de las intenciones comunicativas. Es a través de la textualidad donde es realizada, no solo la función pragmática de la comunicación, sino también, donde es reconocida por la sociedad.

Hablamos entonces de un todo, una composición totalitaria coherente, mediante la que es posible diseñar estrategias comunicacionales; desde esta línea, entonces, el todo discursivo puede aceptar los textos que son lingüísticos, como los que no lo son.

Para Schmidt (1973) citado por Vilches, el texto es: El trazo de la intención concentrada de un locutor de comunicar un mensaje y de producir un efecto.

Bajo esta línea conceptual, agregamos entonces, que el “texto” hace referencia a un todo que se manifiesta en el proceso comunicacional, y que no es posible desmembrar en unidades para su análisis: “sus elementos articulatorios son indiscernibles.”³⁵

El autor y el destinatario de la comunicación (Ver Gráfico 1), son los protagonistas de un proceso, en el cual no se interpretan palabras, frases o signos, sino textos. Estos textos pueden tomar la forma de programa de televisión, fotografías, pinturas, informaciones periodísticas, entre otros, las cuales serán estudiadas

como tal, dándole sentido al todo comunicacional.

Un texto puede ser, asimismo estudiado como un conjunto de procedimientos que determinan un conjunto discursivo, es decir, como una representación semántico sintáctica. Una fotografía puede ser estudiada como un texto visual, a partir de destacar las marcas sintácticas (su plano propiamente expresivo o significante), y el semema actualizado (su significado denotado).

De ahí que una tira cómica puede ser estudiada en su aspecto de viñeta o de “leyenda”.

Expresión y contenido

Para estudiar un texto visual es imprescindible tener en cuenta que éste está conformado por un sistema de expresión y un sistema de contenido. Ambos sistemas constituyen un todo semiótico y debido a su interrelación no pueden desmembrarse.

El sistema de contenido hace referencia al soporte semántico que posee el texto y el plano de la expresión refiere a la forma particular de manifestarse o significar ese contenido semiótico.

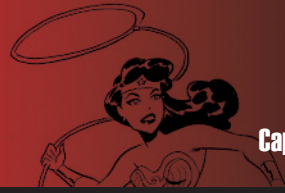
Estos dos sistemas sólo cumplirán su función cuando entren en la relación semiótica y cuando de su intersección mantengan una relación intertextual con otros signos o textos que cumplan la función semiótica.

“Todo texto visual, fotográfico o no, es siempre un resultado provisional, una congelación de significación realizada por un lector o interprete. Por nuestra parte, por lo tanto, no nos quedamos en la pura función semiótica, que sería la correlación de elementos abstractos del sistema de expresión con elementos abstractos del sistema de contenido, sino que establecemos la hipótesis de que esta función puede ser construida, no solo sistemáticamente, sino que se encuentra manifestada, como tal, en la forma de texto visual, en la medida en que toda lectura visual no es otra cosa que buscar una clave, un tópico o una estructura que permite establecer la relación entre el aspecto formal y sistemático de una expresión o estructura superficial, con un aspecto formar y sistemático de un contenido o estructura profunda.”³⁶

³⁴ Ibidem. Pág 30.

³⁵ Ibidem. Pág.31.

³⁶ Ibidem. Pág.61.



El lector en la imagen

Para que el destinatario de una comunicación dada, pueda recibir el mensaje, es necesario que tanto éste como el autor conserven cierta competencia. A partir de allí es que Vilches afirma que; “El discurso de la imagen funciona como una negociación pragmática”.³⁷

El plano pragmático, refiere a las competencias que permiten que el lector lea el mensaje en base a la coherencia.

El plano de negociación, refiere a que el texto icónico funciona como “asunto” que debe ser tratado a través de una gestión donde se evalúan ventajas y desventajas de ciertas orientaciones pragmáticas.

La comprensión del lector es una tarea pragmática; una verdadera manipulación en el sentido del HACER. Es el destinatario de la Comunicación quien construye su rol como Lector; se hace o se transforma en Lector, por que actualiza unas competencias que son de su propio SABER”.³⁸

Sabiendo que el texto visual comprende la interacción comunicativa y las condiciones contextuales en que esta se realiza, podemos estudiar la competencia visual del espectador (como transformación del lector) como espacio donde se realizan las condiciones para que los objetivos comunicativos de la imagen se lleven a cabo. Se trata, en consecuencia, de estudiar las reglas que forman el juego comunicativo en el texto visual. El terreno de encuentro entre ambos polos de la comunicación es el discurso visual.

Todo texto visual es un mapa que el observador recorre con la mirada descubriendo tópicos conocidos. Pero, también infiriendo nuevas informaciones implícitas en la representación visual.

³⁷ Ibidem. Pág. 95.

³⁸ Ibidem. Pág. 98.



II- 3 Identidad visual

A lo largo de su historia, la identidad fue y es un elemento utilizado por individuos y culturas en pos de lograr alguna forma de identificación/representación adecuada; apoyados en factores visuales que servirán para distinguirse de los demás en una ocasión dada y para ciertos momentos.

Para Joan Costa, la identidad es un término que tiene un sentido cultural y estratégico, que hace que cada empresa se diferencie de otras para ser única e irrepetible.

Para ejemplificar, agrega que, si cada individuo es capaz de descubrir su propia identidad, es decir, todo lo que lo diferencia de los demás, entonces se desarrollara en plenitud y será lo que desea y puede ser.

La identidad es una sustancia, un potencial valioso pero intangible. Pero la cuestión radica en ¿Cómo hacer tangible y visible este valor?

La respuesta para Costa es: “Simbolizándolo mediante la creación de símbolos exclusivos y duraderos”.³⁹

II-3.1 Elementos de la identidad

Sabemos que la lengua escrita se ha desarrollado de manera exponencial desde sus comienzos hasta la actualidad, pero ésta evolución, de ninguna manera ha dejado obsoleto el empleo de signos individuales, de marcas distintivas y firmas.

“El impulso hacia una identificación personal por medio de una muestra visible puede considerarse como punto de partida fundamental de la historia del signo en su más amplio sentido...”⁴⁰

De allí, que derivan las formas de identidad, que se describirán a continuación:

Monograma: en la antigüedad, para cada consonante y vocal se había hallado un signo específico, de modo que mediante su reunión se podía reducir la palabra o frase. Por lo tanto, hablamos de monograma, como la reducción de un nombre que representa solo en parte cierta predisposición hacia lo ornamental, y a propósitos de codificación e identificación.⁴¹

Pictograma: esta acepción hacer referencia a aquellos signos manifestados gráficamente, que hablan por sí mismos y son comprensibles universalmente. Estos esquemas, pueden ser imágenes naturalistas, que contienen cierto nivel de estilización y que además no dejan duda alguna en cuanto al significado para el observador. En segundo lugar, hay otro tipo de información pictórica que comprende aquellos mensajes que no son comprensibles a primera vista y que requieren cierto nivel de internalización. Y por último, tenemos aquellos que no derivan ni de esquemas ni de imágenes figurativas, y son los puramente abstractos.

Pero, sin embargo, cuando ya han incorporado el conocimiento al inconsciente, como sucede con los signos alfabéticos, la información que prestan es inmediata y espontánea.⁴²

El símbolo gráfico: es un símbolo de sustitución, que sustituye a la palabra, pero posee los valores icónicos de la forma, sea figurativo o abstracto.

“Lo simbólico de una representación es un valor no expreso, un intermediario entre la realidad reconocible y el reino místico e invisible de la religión la filosofía y la magia; media por consiguiente entre lo que es conscientemente comprensible y lo inconsciente”.⁴³

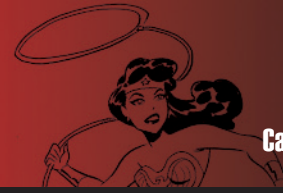
³⁹ COSTA, Joan. *Diseñar para los ojos*. Segunda edición. Grupo Editorial Design. La Paz - Bolivia. 2003

⁴⁰ FRUTIGER, Adrián. *Signos, símbolos, marcas y señales: Elementos, morfología, Representación, significación*. Ed. G.Gilli, S.A de C.V. México. 1981. Pág. 236.

⁴¹ *Ibidem*. Pág.241.

⁴² *Ibidem*. Pág 273.

⁴³ *Ibidem*. Pág 176.



Logotipo: es el nombre diseñado de manera legible y sobre todo visible.

“Los productos y organizaciones prósperos tienen su propia personalidad. Así como las personalidades humanas son complejas, también lo son las personalidades de los productos y las organizaciones. Las marcas y los logotipos de los productos y las organizaciones son condensaciones de realidades complejas en una afirmación simple, en una declaración que puede ser controlada, modificada, desarrollada y madurada en el curso del tiempo”.⁴⁴

El color: es otro elemento de la identidad visual. Ya que su capacidad comunicativa es instantánea debido a que no hay que decodificarlo como al logotipo y al símbolo gráfico. Ya se ha expuesto anteriormente las características del signo cromático (Ver Signo Cromático).

En cuanto a los principios fundamentales del diseño de identidad, Costa afirma que son, la diferenciación y la capacidad de recordación.

Pero no sólo estas características son importantes ante el diseño de un sistema identitario, sino también el reconocimiento y conocimiento del público destinatario.

Además, Costa adhiere a estos conceptos, la idea de que lo visual, lo icónico y lo simbólico tienen funciones altamente importantes en una imagen corporativa.

Esto se refiere principalmente a que los signos icónicos y simbólicos son universales y entendidos por todos, inclusive niños y analfabetos; por lo tanto no necesitan ser traducidas.

Por otro lado, contamos con funciones estéticas, recordativas y empáticas con el público.⁴⁵

⁴⁴ GARCIA TORRES, Milko A. “Qué son las marcas y los logotipos (1)” En <http://www.imageandart.com/teoria.html>

⁴⁵ Entrevista de Giovanna Rivero a Joan Costa. “Diseño e imagen corporativa”



II- 4. La Historieta

A continuación se realizará un recorrido sobre la historieta y su relación con la sociedad, con el fin de contextualizar el presente proyecto y situarlo dentro del fenómeno de estudio.

II-4.1 Orígenes

Ariel Olivetti, un conocido dibujante de Comics argentino, considera a la historieta o cómic (como se denomina comúnmente); una forma de comunicación moderna, ágil, cambiante y vital.

El autor afirma que es común pensar en el fenómeno como un invento reciente, aunque su nacimiento oficial tiene lugar hace aproximadamente un siglo atrás: en las páginas de los periódicos estadounidenses, gestándose entre caricaturas y bromas gráficas.

“El origen de la historieta en los Estados Unidos está estrechamente ligado al desarrollo del periodismo moderno. La causa principal fue la lucha de poderes de Hearst y Pulitzer, dos magnates de la prensa norteamericana, en la puja por la conquista de nuevos lectores de los diarios de información”.⁴⁶

Existen, además, antecedentes en países europeos. Pero la primera historieta tal como es conocida hoy, fue una tira cómica de sólo dos viñetas, protagonizada por el personaje Yellow Kid, y publicada en el año 1896 en Estados Unidos: “En ella se reunían los elementos básicos que forman una historieta, como las secuencias de cuadros y los globos de diálogo entre los personajes. Este hallazgo fue adoptado pronto por numerosos artistas, hasta hacerse muy popular como medio de entretenimiento”.⁴⁷

Durante las siguientes décadas, los comics se ofrecieron en

los diarios agrupados en suplementos humorísticos. La temática se amplió desde la comedia a otros géneros, como la aventura, el romance y la fantasía.

“A pesar de que muchas veces se le ha dado por muerto, este medio nacido junto al cine, ha logrado sobrevivir a la aparición de la radio, la televisión, los juegos de video, y más recientemente Internet, adaptándose a los gustos de las nuevas generaciones”.⁴⁸

II-4.2 El Comic-book

En el transcurso de la década del '30, y ante el éxito alcanzado por la historieta, se publica la primera revista de historietas con formato comic-book en los estados Unidos.

Antes de que termine la década, y potenciado por la Segunda Guerra Mundial, aparece uno de los géneros más populares de hoy en día, el de los superhéroes.

Esta es la época conocida con el nombre de edad dorada del cómic, y podría decirse que marca la madurez del comic como medio expresivo.

Olivetti describe al comic-book, como un formato fuertemente ligado a los superhéroes, ya que éstos lo popularizaron a nivel mundial; que en la actualidad contiene alrededor de 22 páginas, más una portada visualmente atractiva.

Adhiere que el comic-book es formato muy cómodo para trabajar, ya que brinda la cantidad de páginas suficiente para desarrollar una historia, razón por la cual ha sido adoptado en numerosos países. Además, narra historias episódicas lo suficientemente unitarias como para que la lectura sea interesante, pero dejando incógnitas que lleven al lector a sentirse interesado a consumir el siguiente número.

⁴⁶ <http://www.todohistorietas.com.ar>

⁴⁷ OLIVETTI, Ariel. *Iniciación al Dibujo de Historietas*. Colección Dibujantes. Libro 2. Ancares Editora – Argentina. 2004.

⁴⁸ *Ibidem*.



II-4.3 Historieta, Cultura de Masas.

Umberto Eco se refiere a la cultura de masas como un mundo que es nuestro. Un mundo que “Nace con el acceso de las clases subalternas al disfrute de los bienes culturales y con la posibilidad de producir estos últimos mediante procedimientos industriales”.⁴⁹

Refiriéndose a las masas, el autor afirma que éstas han impuesto un Ethos propio, exigencias particulares y un lenguaje que también les es propio, aunque su modo de pensar, y entretenerse no lo es, ya que estos son propuestos por la clase hegemónica según su código y formulado en forma de mensajes a través de los medios masivos.

La cultura de masas propone “situaciones modelos” aunque éstas no tengan conexión alguna con las situaciones reales de los consumidores.

También se observa que los mass media están dirigidos a un público heterogéneo que no tiene consciencia a lo que esta expuesto. Para Eco los mass media difunden una “cultura” homogénea alrededor del mundo mediante la producción intensiva de mensajes que se elaboran en serie y se transmiten dentro de un circuito comercial manejado por la “ley de la oferta y la demanda”, que da al público lo que desea, alentando una visión pasiva y acrítica del mundo.

Por lo tanto, siguiendo este hilo conceptual, los mass media están hechos para el ocio y el entretenimiento y solo captan nuestra atención de forma superficial, imponen símbolos y mitos de fácil reconocimiento, con lo que logran reducir la individualidad de las personas.

Se presentan como un instrumento educativo de la sociedad, y refuerzan continuamente lo que ya pensamos: “Como control de masas, desarrollan la misma función que en ciertas circunstancias

históricas ejercieron las ideologías religiosas”.⁵⁰

Acerca de la Historieta, Eco se refiere a ésta como un producto industrial de consumo que es fabricado por “la industria de la cultura de masas” a escala internacional y lo difunde a todos los niveles. Agrega que ante ellos, “muere el arte popular, el que surge desde abajo, mueren las tradiciones autóctonas, no nacen ya leyendas contadas al amor del fuego, y los narradores ambulantes no se llegan ya a las plazas (...)”.⁵¹

Es un producto ordenado desde arriba y que funciona según una mecánica oculta de persuasión y que estimula las veleidades paternalistas de los organizadores.

Con respecto a los autores, Eco asegura que la mayoría de estos se adaptan a esta mecánica y así los comics, “reflejan la implícita pedagogía de un sistema y funcionan como refuerzo de mitos y valores vigentes.”

“La mejor prueba de que los comics son un producto industrial de puro consumo, es que, aunque un personaje sea inventado por un autor de genio, poco después el autor es sustituido por un equipo, su genialidad se hace fungible, si invento producto de oficina”.⁵²

Entonces es factible preguntarse, si los comics enjaulados en un sistema comercial de consumo, están destinados a proporcionar solo productos estándar de un paternalismo inconsciente o programado.

La respuesta para Humberto Eco es obvia; afirma que desde siempre, las artes mayores y las artes menores han podido desarrollarse bajo un sistema dominante que cedía al artista un margen de libertad a cambio de la sumisión a ciertos valores preestablecidos. Y aun así, dentro de este circuito de producción y consumo, se ha visto nacer artistas que lograron cambios profundos en el modo de sentir de sus consumidores, y una función crítica dentro del sistema. “Como siempre, es cuestión de genialidad individual,

⁴⁹ ECO, Humberto. *Apocalípticos e integrados*. Ed. Lumen. Barcelona. 1968. Pág. 30.

⁵⁰ Ibidem. Pág 59.

⁵¹ Ibidem. Pág 60.

⁵² Ibidem. Pág.216.



de saber elaborar un discurso lo suficientemente limpio, incisivo y eficaz para lograr el dominio de todas las condiciones dentro de las que se mueve”.⁵³

III-4.4 La tipificación del personaje

Tipificar supone “caracterizar, es decir, determinar y presentar al individuo”.

La tipicidad no es un dato que hace al personaje estéticamente o ideológicamente válido, sino que es una relación entre el personaje y el lector, una proyección del personaje que realiza el lector. El concepto de tipicidad se relaciona además con una reflexión sobre la estructura del personaje como objeto estético, y determinar, que aspectos del objeto estético representados por el personaje provocan que el lector lo considere como ejemplo y se identifique con este.

Fisonomía del Personaje Típico:

Umberto Eco define al personaje típico como a aquel que, por el carácter orgánico de la narración que lo produce, adquiere una fisonomía completa, no solo exterior, sino también intelectual y moral.

El autor, hace referencia a la expresión “fisonomía intelectual” utilizada por Lukacs con la cual define uno de los modos con los que un personaje toma forma. Un personaje es válido cuando a través de sus gestos y su proceder se define su personalidad, su forma de reaccionar ante las cosas y actuar sobre ellas, y su concepto del mundo. “Las grandes obras maestras de la literatura delinean siempre cuidadosamente la fisonomía intelectual de personaje”⁵⁴

Para Eco un personaje es significativo y típico “cuando el autor consigue revelar los múltiples nexos que unen los rasgos individuales de sus héroes con los problemas generales de su época; cuando el personaje vive, ante nosotros, los problemas generales de su tiempo, incluso los más abstractos, como problemas individualmente suyos, y que tienen para él una importancia vital.”

Eco adopta la expresión de “fisonomía intelectual” y le confiere una acepción más amplia, en la cual se entiende a este concepto como el perfil que adopta el personaje, por el cual el lector consigue comprenderlo en todas sus motivaciones, coparticipar sentimentalmente en sus movimientos e identificarse con el intelectualmente.

II-4.5 Estilos del comic: influencias

Americano

Se denomina así, al estilo del dibujo nacido en Estados Unidos.

Este intenta imitar las proporciones reales del cuerpo humano, es decir, los rasgos del biotipo occidental, haciendo hincapié en los detalles de los rostros, las manos, los músculos y el cabello. Además siempre se basa en el género de superhéroes, o personajes heroicos y ciencia ficción.

Las representaciones generalmente están dotadas de dinamismo, asimismo, los sombreados están compuestos por líneas oblicuas.

El estilo puede subdividirse en clásico o moderno. El estilo clásico fue el usado en la edad dorada del cómic en Estados Unidos durante los años 30 y 40, con el cual se representaba la figura humana con las proporciones y cánones de belleza de la época.

El estilo moderno nace en los 50 junto con la edad de plata del cómic americano. Con el cual las formas de representación de la figura humana cambian a figuras más detalladas y estilizadas.

⁵³ Ibidem. Pág. 61.

⁵⁴ Die intellectuelle Physiognomie der Künstlerischen Gestalten, en Probleme des Realismus. Berlin, Aufbau, 1955. Citado en ECO, Humberto “Apocalípticos e integrantes” Ed. Lumen. 1968



Americano Clásico



Americano Moderno

Manga

Actualmente, el *manga* o historieta japonesa es el estilo más conocido del mundo y constituye una parte importantísima del mercado literario del país.

Este estilo abarca todos los géneros y llega a todos los públicos, motivando además adaptaciones a distintos formatos: series de dibujos animados, películas de imagen real y videojuegos.

El más popular y reconocido estilo manga es muy distintivo. Los rasgos más característicos se basan muchas veces en la línea sobre la forma, el modo de contar la historia y la manera de colocar los paneles que lo diferencian sobre todo de la historieta occidental. Los paneles y las páginas son típicamente leídas de derecha a izquierda al igual que la escritura tradicional japonesa. Aunque el arte pueda llegar a ser muy real para los mangaka se observa a menudo los rasgos occidentales como los ojos grandes.⁵⁵

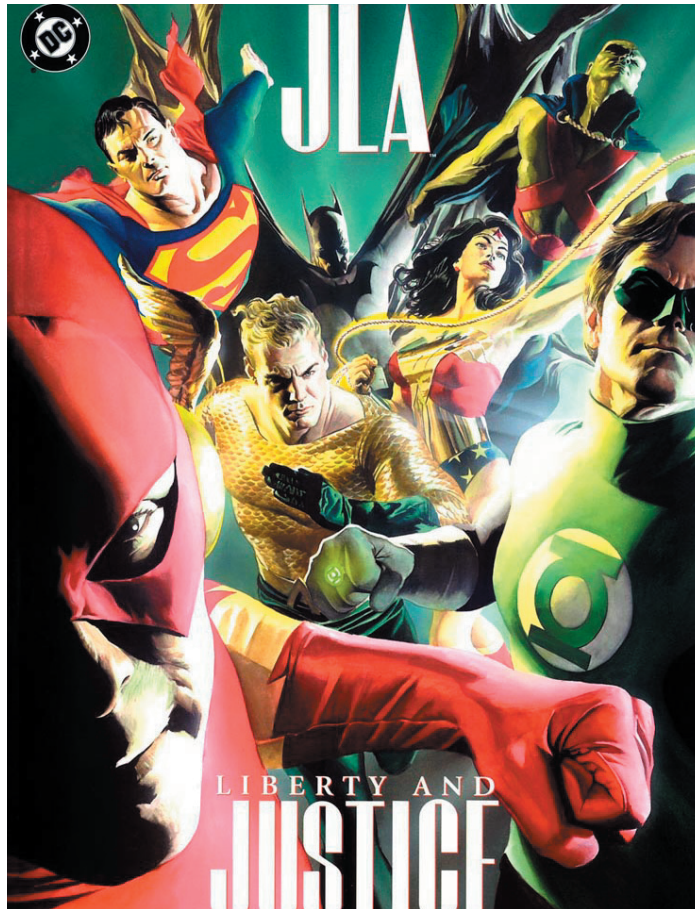


Estilo Manga

⁵⁵ Fuente: <http://www.wikipedia.com>

Realismo

Se concentra en representar la realidad lo más fielmente posible. Busca personificar en sus representaciones los cánones clásicos del cuerpo humano, a través de la utilización ponderada de luces, sombras y texturas.



Estilo Realista

Estilo animación

Es un estilo moderno de representación, en donde se utilizan formas geométricas y simplificación de las figuras, rasgos básicos, mediante la utilización de colores planos, con el objetivo de facilitar la animación de los personajes.

Luego trasciende de la pantalla, hasta que se llegan a plasmar en diferentes formatos logrando así una nueva forma representación visual desde el año 1992.

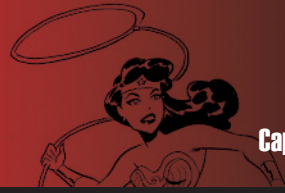
A partir de allí, Bruce Timm ha instalado el género animación, siendo éste un estilo entre cartoon y clásico; ha marcado escuela y funciona tan bien en pantalla que en papel.



Estilo Animación

Naturalismo

Similar al realismo, pretende imitar las características físicas



reales en cuanto a los rasgos identificatorios, gestos y detalles, pero sin llegar al hiperrealismo en cuanto color y texturas. Esta forma de dibujar los personajes de cómic fue encabezada a finales de los sesenta por Neal Adams, quien influyó en muchos dibujantes de la época. Se considera que este autor y su estilo definieron lo que sería la narración gráfica y dinámica en los cómics.

Híbrido Americano- manga

Híbrido entre el cómic americano moderno y el manga, que cobra vida en estados unidos gracias al auge del estilo manga. Se trata de personajes del cómic americano con rasgos faciales, una simplicidad intermedia de línea y el agrandamiento de los ojos.



Estilo Naturalista



Estilo Amerimanga



Capítulo III- Marco Contextual





III-1 El cómic-book en la historia

Se presenta a continuación una redacción de elaboración propia basada en el material presentado por el canal History Channel, en el documental llamado Superhéroes Unmasked y las descripciones recopiladas en diferentes artículos de la revista Comiqueado.

Es relevante asentar aquí, que toda la información a continuación presentada, hace hincapié en los eventos más relevantes concernientes a los personajes a estudiar.

Por otro lado, aclarar que se presentan datos verídicos respaldados por estos dos medios, que poseen experiencia en el fenómeno; pero que se redacta de manera personal el siguiente texto con el fin de articular la información de manera que sea legible y comprensible.

III-1.1 Década de los '30

Todo empezó en 1933, cuando el empresario Maxwell Gaines, se dispuso a deshacerse de diarios que se le habían acumulado en su estudio; pero antes estuvo horas leyendo las tiras cómicas y de aventuras.

Recortó y pegó varias tiras de una misma serie en distintos cuadernos. Con esto postuló que las tiras se disfrutaban mucho más leyendo varias de corrido, en vez de una por día, como aparecían en los diarios.

Gaines vendió la idea a varias marcas y empresas, que comenzaron a reeditar tiras de los diarios en pequeños cuadernos que se regalaban como promoción de distintos productos. Gaines mandó a imprimir Famous Funnies, una revista que recopilaba varias tiras. Eso fue un éxito.

En 1935, el Mayor Malcolm Wheeler-Nicholson, un escritor de literatura barata convertido en editor de historietas; tuvo una idea revolucionaria: historietas con contenido inédito, totalmente nuevo del formato inventado por Gaines.

Para eso fundó en 1936 la Nacional Allied Publishing, para luego lanzar el N°1 de New Fun Comics: el primer comic-book con

material íntegramente original.

Para que el negocio funcionase, este ingenioso escritor, tuvo que marcar estrategias de costo cero: "Los únicos que encontró para crear ese contenido fueron tipos que no conseguían trabajo en ninguna parte, por que eran jóvenes o muy inexpertos o eran judíos"⁵⁶

En 1937, la editorial de Malcolm Wheeler-Nicholson pasa a manos de Harry Dondorf, quien rebautizó la editorial como National Periodical Publications, mediante la cual lanzaron dos éxitos fundamentales: Detective Comics (1937) y luego Action Comics (1938).

En pocos meses, la incipiente editorial se convirtió en un imperio, que reinaría indiscutidamente durante tres décadas.

Maxwell Gaines y un compañero, Sheldon Mayer, buscaban tiras nuevas y contemplaron una de las piezas rechazadas por un sindicato que distribuía tiras a diarios: Superman, de Jerry Siegel y Joe Shuster debutaba en el N° 1 de Action Comics en 1938.

Una vez que el éxito de Superman sacude a EEUU, Gaines decide fundar su propia editorial, All-American Comics, y negocia con la National Periodical para que esta le distribuya sus publicaciones y conforma una nueva editorial: DC comics.

Naturalmente DC buscaba otro personaje disfrazado para igualar el éxito de Superman. Así nace Batman, creado por el joven artista Bob Kane, debutó en Detective Comics N° 27 en mayo de 1939. El éxito fue inmediato y en la primavera de 1940, Batman se convirtió en protagonista de su propia serie trimestral.

A diferencia de Superman no tenía superpoderes, y había otras diferencias: mientras que Superman peleaba por valores sociales y liberales, Batman solo combatía el crimen.

Con dos diferentes superhéroes produciendo ganancias en los kioscos, pasó mucho tiempo para que otros editores entraran en el negocio de las historietas.

⁵⁶ Michael Chabon. Guionista. Documental "Superhéroes Unmasked" History Channel



III-1.2 Década de los '40

Así en 1940 los superhéroes inundaban los kioscos, porque los editores sabían lo que buscaban los lectores: enemigos del crimen con nombres llamativos, y lo más importante “con un disfraz”.

DC comics era la mayor editora de historietas, pero había más de una docena de competidores: una era Timely Comics que luego fue conocida como Marvel comics.

“Las historietas de DC estaban sin duda mejor dibujadas y mejor escritas, pero las de Timely parecían mas ricas en ideas osadas, de excéntricos creadores”.⁵⁷

Llamado a menudo el padre de las historietas modernas, un joven escritor llamado Stan Lee comenzó a trabajar en Timely, en 1939 y pensó que las historietas podían ser atractivas para los lectores de más edad, pero su editor pensaba que esto era una locura:

“Discutíamos frecuentemente por que yo quería escribir cosas adultas para lectores más inteligentes, y él me decía; Stan nuestros lectores no son más que niños y unos cuantos adultos anal-fabetos”. (Stan Lee, dibujante)

No solo el jefe de Lee pensaba de esta manera. Aunque las tiras cómicas en los diarios eran leídas por todos, los editores de historietas sabían que los lectores de sus revistas eran casi exclusivamente niños.

Por esta causa, en vez de hacerse más maduras, los superhéroes empezaron a reflejar mejor el mercado juvenil. La teoría era que los lectores jóvenes se identificarían con héroes jóvenes. De hecho las ventas de Batman se duplicaron luego de la introducción del primer ayudante de las historietas: Robin. Pronto hubo una avalancha de ayudantes.

Las fantasías de los superhéroes eran nuevas formas para enfrentar las realidades de la depresión.

Otra cuestión importante, fue que antes de que el país atravesara la guerra los superhéroes no solo ondeaban la bandera, se vestían con ella.

Los creadores de Superman, Shuster y Siegel pensaron que éste personaje, podía terminar la guerra en dos páginas. En una historieta especial para la revista Look en febrero de 1940, Superman simplemente toma a Hitler y su entonces aliado Staling y los lleva a la sociedad de naciones. Fin de la historia, fin de la guerra:

“Los estadounidenses creemos en soluciones instantáneas, y los superhéroes nos las cumplen”⁵⁸

La victoria de Superman sobre el papel, llegó hasta el ministro de propaganda nazi Goebbels, algunas voces afirman que se refirió con indignación a Superman y su autor (“ese judío está circuncidado tanto física como espiritualmente”).

Si al éxito editorial de los comics, le faltaba algo que lo convirtiera en furor, esto sucedió el día que, luego de los sucesos de Perl Harbor, el presidente Frankin D. Roosevelt decide sumar a los EEUU a la Segunda Guerra Mundial. Los superhéroes se tiñen de fervor patriótico y los villanos (hasta ese momento delincuentes comunes, científicos locos o brujos de civilizaciones perdidas) dejan su lugar al enemigo por antonomasia: Hitler.

Este enrolamiento masivo de los personajes de ficción en una contienda bélica, hace subir las ventas aún más y convierte a los comic-books en la lectura obligada para los soldados americanos apostados en cualquier rincón del planeta. Cuanto mas nazis o japoneses golpee un superhéroe en su portada, mas ejemplares se vendían.

Esto tuvo su costo: en primer lugar, la guerra movilizó a miles de jóvenes hacia el campo de batalla (en este caso, Europa) y entre los jóvenes que se fueron había muchos dibujantes y guionistas que estaban haciendo carrera en la industria del comic book.

Los editores respondieron reemplazándolos por otros mas jóvenes y menos experimentados, con lo cual la calidad de estas publicaciones no hizo más que deteriorarse. Los editores empezaron a sentir que ellos estaban a cargo de estos personajes y los personajes entonces se hicieron corporativos y más controlados

⁵⁷ Jim Steranko. Dibujante y guionista. Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel

⁵⁸ Hill Eisner. Escritor y artista. Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel



por la corporación.

“Los episodios estaban tan llenos de propaganda estadounidense que se pensaba que eran subsidiados por el gobierno, pero solo pensábamos que era nuestro deber”⁵⁹

En 1941 es creada Wonder Woman, por el psicólogo William Moulton Marston (el hombre que perfeccionó el detector de mentiras que aún hoy se usa en todo el mundo), bajo el pseudónimo de Charles Moulton.

La idea de una “Superman femenino” despertó la desconfianza de los editores de la DC, pero finalmente le dieron la oportunidad. Wonder Woman debutó en All-Star comics N° 8 en Diciembre de 1941.

Wonder Woman enfrenta la misma decisión que otros aislacionistas y pacifistas encaran en 1941, tratar de ignorar a los nazis o pelear por la libertad. Por supuesto ella elige defender a los Estados Unidos, descrita en el mismo cómic, como la última ciudadela de la democracia y de la igualdad de la mujer.

Como Superman, Wonder Woman era más potente que una locomotora y tenía mejores artilugios que Batman. Un avión invisible, una tiara telepática, un lazo mágico que obligaba a otros a obedecerla y brazaletes antibalas.

Wonder Woman daba consejos sensatos a los niños en el país incitándolos a recoger papel y chatarra para reciclarlos como suministros bélicos. Otros héroes patrióticos también promocionaron el reciclaje y los bonos de guerra.

La segunda guerra mundial creó el mercado de coleccionistas. Cuando se necesitaba papel para reciclar, lo primero que se buscaba eran las historietas. Eso convirtió a las historietas de la edad de oro en eventuales tesoros.

La segunda guerra mundial fue el apogeo de lo que se llamó “La edad dorada de las historietas”; y en éstas, Estados Unidos siempre ganaba. Pero mientras los japoneses y los nazis eran mostrados como sádicos monstruosos con colmillos, el horror máximo de los nazis nunca se mencionó:

“Era sin duda una oportunidad para hablar acerca del holocausto,

el cual comenzaba entonces y todos lo sabían, pero nadie de las historietas trató de hacerlo, ya que pensaban que la audiencia no estaba interesada en eso y que no lo podrían entender”.⁶⁰

La industria multimillonaria del comic se sostuvo con una sola idea. Se clonó a Superman y Batman hasta el hartazgo y se produjeron miles de historias basadas en único conflicto y contra un único villano.

Pero en 1945, cuando las bombas atómicas, que devastaron Hiroshima y Nagasaki pusieron un cruento punto final a la guerra, el conflicto se terminó. Con la amenaza del eje ya rendida, no tenía mucho sentido seguir leyendo aventuras de paladines enmascarados fingiendo derrotas a un villano que ya no daba miedo a nadie.

Con la guerra como principal argumento de ventas, la paz trajo la extinción para casi todos los superhéroes. Y para 1949 muchas editoras se fundieron, otras reconvirtieron sus títulos para dar cabida a otro tipo de héroes (cowboy, beisbolistas, astronautas, animalitos, etc.).

“Los superhéroes estaban tan asociados a la cultura del New Deal y a la de la segunda guerra mundial que tuvieron problemas para sobrevivir.”⁶¹

Sólo unos pocos títulos lograron sobrevivir, todos ellos de la DC Comics: Superman, Batman, y Wonder Woman, estaban entre ellos.

Irónicamente, en el momento que los superhéroes se hacían mas conocidos, los políticos de post guerra los acusaron de ser “Una amenaza para la sociedad”. En los años 50 los superhéroes de las historietas enfrentaron su mayor batalla esta vez contra el Senado Estadounidense.

DC tenía fe en Wonder Woman como producto comercial, Batman ya había aparecido en dos series de películas cortas y como invitado en el programa de radio de Superman.

Superman expandió su audiencia con episodios de su juventud,

⁵⁹ Stan Lee. Escritor Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel

⁶⁰ Will Eisner. Escritor y artista. Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel

⁶¹ Bradford Wright. Escritor y autor de Cómics Book Nation. Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel



como Superboy. Superman era un símbolo Nacional.

Y así, a comienzos de los años cuarenta, la misión de Superman estaba definida por la exclamación: “Superman libra una eterna batalla por la verdad y la justicia”, en los años 50 con la introducción de Superman a la televisión cambio a: “La verdad, la justicia y nuestra forma de vida”

“Esa frase de NUESTRA FORMA DE VIDA estaba por todas partes en los años 50 debido a la guerra fría”⁶²

Un psiquiatra Aleman Fredric Wertham comenzó a predicar en contra las historietas.

Nacido en Munich, Wertham había sido el psiquiatra en jefe en un hospital de New Yoerk y de una clínica psiquiatría. En los ´40 comenzó a hacer sus propios estudios acerca de las conductas anormales en los jóvenes. Entrevisto a delinquentes juveniles en distintas prisiones y una de las preguntas fue: que leen.

Descubrió que todos leían historietas y dio por sentado que las historietas debían estar destruyendo la sociedad.

Los ataques de Wertham a las historietas comenzaron en 1948 y un sentimiento anti-historieta se regó por el mundo. Las historietas eran percibidas en el exterior como virus de cultura y crimen Estadounidense.

III-1.3 Década de los ´50

En su libro de 1954, “La Seducción del Inocente” El psiquiatra llegó a atacar a Superman acuñando el término “el complejo de Superman”. Wertham definió la enfermedad como fantasías de gozo sádico al ver a otros ser castigados una y otra vez mientras el mismo permanece inmune. Batman y Robin eran como el sueño de una pareja de homosexuales que viven juntos y la mujer maravilla era lo contrario de lo que las jóvenes debían ser.

En 1954 el senado norteamericano sostuvo audiencias acerca de la cultura popular en los jóvenes, con Wertham encabezando la lista de disertantes.

Ante el temor a la censura, la mayoría de los principales editores de historietas crearon un organismo rector, una especie de auto censura que emitía un sello de aprobación: El Comic Code Authority.

Todas las revistas debían ser enviadas primero a este organismo y ellos pondrían el sello para indicar que las historias en las revistas no eran demasiado sensuales o violentas y no perturbarían a ningún lector joven o mayor de ningún modo.

En los nuevos episodios con sello de aprobación, Superman trabajaba aún mas estrechamente con las autoridades constituidas, Batman pasaba más tiempo con chicas y Wonder Woman estaba más tiempo con su amado.

Pero las relaciones de los superhéroes no eran más que amores juveniles. Y eso reforzó la creencia en el público Estadounidense, de que las historietas eran exclusivamente para niños y aún hoy se lucha contra ese estigma.

El código establecía también reglas de estricto cumplimiento.

- Acerca de las autoridades decía: Los policías, jueces, funcionarios del gobierno e instituciones respetables no podrán ser presentadas en forma tal que fomenten el irrespeto a la autoridad establecida.

- Acerca de los padres decía: el respeto a los padres, los códigos morales y el comportamiento honorable deberán ser fomentados.

- Acerca de actividades demoníacas decía: las escenas relacionadas con muertos vivientes, vampiros y hombre lobos están prohibidas.

Muchos editores cerraron sus imprentas, muchos dibujantes, escritores abandonaron la industria. Ninguna persona respetable quería estar en ese campo.

Entre 1954 y 1956 las ventas de historietas cayeron más de un 50%. La industria del comic nunca más tuvo el número de lectores que tuvo antes del doctor Wertham y las audiencias en el senado.

En 1956 se modernizaron algunos superhéroes de los años ´40, y cuando estos héroes antiguos y nuevos unieron sus fuerzas, como en La Liga de la Justicia; las series dieron a DC comics un nuevo éxito.

⁶² Op. cit.



El nuevo éxito comercial eran los grupos de héroes. Stan Lee y Jack Kirby crean los 4 fantásticos. Inspirados por la carrera espacial entre los Estados Unidos y Rusia, la historia se trata de cuatro personas que no se llevan bien, tratan de llegar a la luna antes que los comunistas. Su nave es bombardeada por rayos cósmicos, adquieren superpoderes y forman un equipo pero aun así no siempre se llevan bien.

Uno de los personajes principales, La mole, odiaba en lo que se había convertido. La idea de un superhéroes inconforme con su condición era una novedad y produjo una gran riqueza psicológica, que no se había visto antes en las historietas.

Con la creación de los 4 fantásticos de las historietas entran a la era moderna.

III-1.4 Década de los '60

En 1962 Stan Lee y Jack Kirby lanzan un antihéroe de la era atómica: Hulk.

“En esa época había tantas películas con monstruos y cosas gigantes creadas por explosiones nucleares que invente uno que recibió una explosión de rayos gamma y eso lo transformo.”⁶³

Hulk era una metáfora del temor de la época.

Aún durante la guerra de Vietnam, el adversario más persistente de Hulk, era el ejército estadounidense. El código decía que no se podía mostrar al ejército como villanos, aún así los hacían parecer como tales. Pero justificaron esto diciendo que, simplemente el ejército hacia lo que pensaba, solo que estaban un poco desinformados.

Personajes como Hulk resonaban en una nueva generación de lectores que al crecer cuestionaban la autoridad.

Comenzaron a recibir más correo de los lectores, y no de los niños sino de los adolescentes y estudiantes universitarios. Stan Lee pensó que si había lectores adolescentes, debía haber un superhéroe adolescente, pero su jefe no estaba tan seguro.

Posiblemente el aporte más grande de los años 60 a los comics

de superhéroes, fue la puesta en énfasis no sólo en la aventura sino en la caracterización de los personajes.

Fue Spider-man, un superhéroe creado por Stan Lee, el primer héroe que “es” algo más que un poder y un traje.

En Peter Parker, el poder y el traje eran lo menos importante: él era, ante todo, Peter Parker, un adolescente con problemas.

La “caracterización” llevó a que los encuentros entre héroes se volvieran más interesantes, y eso a su vez volvió importante la “continuidad” de las historias, que a su vez trajo consigo el concepto de “universo” (en el cual convivían los distintos héroes de cada editorial).

En los '60 los héroes de DC comics como Superman, Batman y Wonder Woman actuaban como los padres del lector, los de Marvel actuaban como los lectores mismos. La visión del mundo que ofrecía DC era mucho más sencilla, más fácil de entender. Mientras DC era la antigua compañía del sistema establecido, Marvel eran de la vanguardia, casi de la contra cultura.

Se creo una rivalidad cuando Marvel comenzó a superar a DC en ventas.

Las narraciones se hicieron claramente psicodélicas, cuando un antiguo mago y escapista llamado Jim Steranko se hizo cargo de la historieta. Steranko llevo el sub-realismo a las historietas, el expresionismo, el arte pop y también los efectos ópticos.

Además, fue la primera estrella de rock de las historietas, y en este sentido forzó los límites de los que el código de autoridad encontraba aceptables.

En 1966, Batman de DC llegó a la televisión. La serie era una parodia del encapuchado que provocó un impresionante suceso y generó su correlato en los comics: la onda camp, los chistes, auto parodias y la estética pop se cuelan rápidamente en las páginas de Batman, cuyo público incluye ahora no solo al típico lector de comics, sino también a un amplio sector de la población que abraza indiscriminadamente a cualquier producto con la imagen del Héroe.

Pronto la batmanía se extendió por el país. Hasta las historietas que habían perdido lectores luego de décadas de historias mediocres, duplicaron su circulación y vendían.

⁶³ Stan Lee. Escritor. Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel



La parodia pronto se hizo aburrida, y para 1969 el programa estaba fuera del aire, y las ventas de las historietas de Batman cayeron a la mitad. Para el público en general los superhéroes eran de nuevo cosa de niños, y el país estaba demasiado serio para eso.

A comienzos de los años '60 algunos personajes pasaron por tramas cuyo tema era Vietnam, pero cuando las protestas en el país se arremetieron a finales de la década, Vietnam era evitado. En general había la sensación de que era un tema atemorizante.

Los lectores se preguntaban como es que los superhéroes no van a Vietnam a pelear contra los comunistas como contra los nazis en la segunda guerra mundial. Y aunque los héroes de Marvel habían combatido en Vietnam contra las fuerzas soviéticas a comienzos de los 60, a finales de la década, las posiciones de la guerra fría no parecían demasiado claras.

“Luego de un tiempo, creo que no estábamos seguros de que los comunistas eran los más malvados del mundo. Intente evitar episodios a cerca de la guerra. Para mí la guerra de Vietnam era algo demasiado trágico.”⁶⁴

III-1.5 Década de los '70

En 1970 se abre “The San Francisco Comic Book Company, la primera comiquería del mundo

En 1971, el Departamento Nacional de salud ordenó al editor a cargo de Marvel, Stan Lee, que hiciera un comic sobre el abuso de drogas. Lee aceptó y escribió una historia apropiada de Spider-man. Cuando el Códice de Autoridad (CCA) rechazó la publicación del comic por la presencia de narcóticos, Lee, con la aprobación de su jefe (Martin Goodman), de todas maneras publicó la historia, que fue tan bien recibida, que la autoridad del CCA fue socavada.

En mismo año, en respuesta al incidente con Stan Lee, el código fue revisado para permitir “Drogas o Drogadicción” siempre y cuando lo presentaran como “Hábito Vicioso”, también volvió a

permitir los vampiros, los demonios y hombres lobo cuando estuvieran usados como la tradición clásica como Frankenstein, Drácula y escritos por autores respetables cuyas obras se leen en las escuelas alrededor del mundo. Quizás por no haber fuentes respetables que hablen de zombies, estos permanecieron prohibidos.

La editorial Marvel evadió esta restricción a mediados de los '70 llamando a los “posiblemente difuntos”, “zombies”. Según leyenda, un redactor de la Marvel explicó que el CCA no pudo notar esta tentativa transparente de bordear el código por la razón simple que “la mayor parte de esa gente apenas puede leer.”

En 1977, DC se reestructura y queda bajo el mando de Jeanette Khan. Quien, sorprendida por la cantidad de títulos que Marvel publicaba al mes y contando con el inminente estreno de la primera y fundamental película de Superman, la nueva conducción anuncia para fines de 1977 la “DC Explosión”. Esta eventualidad consistió en convertir a los títulos más exitosos en revistas con muchas más páginas de un dólar y en sumar series nuevas, casi todos relanzamientos de ideas que no se habían concretado en su momento.

En 1978 la película de Superman protagonizada por Christopher Reeve conservo lo básico de la leyenda y les sumo rasgos del sexo y el romance de los años '70.

Tres años antes de que el personaje llegara a los cines, el proyecto llegó a ser un hito para los creadores del personaje, Siegel y Shuster.

En los años '40 habían demandado a DC por regalías y los derechos de Superman y habían perdido. Ahora el dibujante Neil Adams tomo su causa. Apoyado en la publicidad que rodeo en la película hizo presión sobre DC para enmendar la situación. En 1975 Siegel y Shuster lograron de DC una modesta pensión y la inclusión de sus nombres en los créditos. Pero DC conservo los derechos.

Las dos primeras películas de Superman fueron un éxito de taquilla y el valor del superhéroe como un producto comercial, se comprobó.

Gracias al furor de la película de Superman, en el 1979 el N°1 de Action Comics traspasa la barrera de los 100.000 dólares.

Además DC, lanza otro intento de por aprovechar el suceso, y

⁶⁴ Stan Lee. Escritor. Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel



World of Krypton, la primera serie con duración limitada (miniserie) resulta un éxito. Esta fórmula permitió a DC contratar talentos que no podían comprometerse a realizar un comic mensual, o explorar conceptos minoritarios, que no tendrían fans suficientes para sostener una serie regular. La intención era, claramente, trabajar para los coleccionistas, que en 1979 eran pocos, pero fervientes.

De a poco, los lectores de comics comienzan a acudir a las comiquerías que se expandían rápidamente por todo estados unidos a lo largo de la década.

En principio vendían exclusivamente comics underground, luego publicaciones de pequeñas editoriales alternativas.

Marvel se lanzó agresivamente a la tarea de estructurar la fórmula actual de comercialización de comics books. Y la posibilidad de evitar los kioscos y del Comic Code Authority, que sólo regula las publicaciones que se venden en kioscos, y llegar directamente al consumidor con una tirada ajustada a la demanda. Esto era garantía de mayor venta y mayor ganancia.

Y la comiquería se transforma en el lugar elegido para esta nueva y lucrativa comunión entre editor y lector.

III-1.6 Década de los '80

Ya entrando a los 80, los gustos de público cambiaban y Los nuevos héroes elegidos por los lectores eran The X-Men. Estos no manejaban siempre cuestiones políticas pero en un sentido más amplio estaban comprometidos.

“Los X-Men están comprometidos, porque por encima de todo es una historia de prejuicios, de estas personas que son odiadas por ser diferentes aunque sean buenas y traten de ayudar al mundo. Hay casi un tinte de Jesús Cristo en ellos”⁶⁵

X-Men son un equipo de mutantes, cada uno nacido con un superpoder que se manifiesta en la pubertad, y a medida que nacen los mutantes, crece el temor por ellos ya que los hombres normales creen que se van a apoderar de la tierra.

La metáfora era simple. Se trata del derecho a vivir, y el dere-

cho de existir.

“Si eres afro-americano y creces leyendo historietas, te puedes identificar con los X-Men, si eres homosexual y creces leyendo historietas puedes identificarte con los X-Men. Si eres de los chicos a los que molestan en la escuela, te ves reflejado en los X-Men. El ser a la vez especial, y perseguidos, es una idea muy poderosa.”⁶⁶

Los '80 se caracterizaron por una sucesión de migraciones de autores británicos hacia EEUU, casi siempre con gran éxito. Lo ingleses habían vivido su revolución estética y temática sobre el final de los '70, pero pronto, el estallido creativo había sido eclipsado por un feroz malestar económico. Por eso, cuando EEUU abres sus puertas a Gran Bretaña, incluso los autores menos afines a la temática superheroica se trasladan a Estados Unidos, incentivados por el dinero.

Lo cierto es que los ingleses trajeron al comic estadounidense de los '80, una inyección de solidez, fuerza, nuevas ideas, algunos éxitos memorables y algunas de los mejores comics jamás publicados.

Para los '80, América encaraba un incremento en la ola de crímenes, altibajos económicos y un sentimiento de impotencia. Los superhéroes buenos no parecían relevantes y una nueva sangre de antihéroes emergió y se convirtió en el nuevo estándar.

En esta era “gris y turbulenta”, viejos personajes tuvieron nuevos problemas. El abuso infantil fue revelado como la fuente de la ira de Hulk. Batman fue reinventado como un oscuro y más violento vigilante en “Dark Knight” de Frank Miller.

Con esto se acababa el paradigma del héroe noble, bueno, incorruptible y cuerdo que sólo apela a la violencia como último recurso.

Además, el hecho de que en los comics de los '80 estuviera claramente contemplada, la posibilidad de que los héroes murieran (debido a que en las “Crisis en Tierras infinitas” muchos héroes murieron), generó en los fans una sed de sangre que se vió plas-

⁶⁵ Stan Lee. Escritor. Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel.

⁶⁶ Michael Chabon. Guionista. Documental “Superhéroes Unmasked” History Channel.



mada en un experimento: La Muerte de Robin.

Surge el Grim & Gritty que Significa, intenso, determinado, fe-
roz, valiente etc. además grit describe la mueca de fruncir el ceño
y apretar los dientes cuando se realiza un esfuerzo físico. Juntos
“Grim & Gritty” se convirtieron en una termino clave de los ‘80,
que describe la actitud agresiva y amenazadora desplegada por
un creciente numero de supuestos héroes. El estilo violento viene
desde 1975 pero en los ‘80, el éxito de estos personajes hace
que los dientes apretados y los instintos asesinos se extiendan
entre muchos justicieros entre los cuales Batman era el principal
referente.

DC da rienda suelta a la nueva tendencia en el ‘87, cuando
pone el sello de “Suggested for Mature Readers” a revistas real-
mente adultas.

Algunos autores ven el sello como censura pero las buenas
ventas llevan a DC a seguir probando y coloca el sello a todo lo
que publican los autores ingleses.

Por 5 años, DC fue el hogar privilegiado del Grim and Gritty
mas puro y duro.

En 1985 DC festejaba su ‘50 aniversario y ponía la continuidad
de su “universo” en manos de Marv Wolfman (guionista de éxito
de la editorial) quien desato las “crisis en las tierras infinitas” un
gran evento dentro de la continuidad de DC, que cambió la historia
de todos los personajes de la editorial.

La madurez era vital para el nuevo universo y con los magistra-
les dibujos de George Pérez y la colaboración de todos los coordi-
nadores de la editorial, la maxi serie de 12 capítulos cumplió con
las expectativas.

Para entender todo había que leer todos los títulos de la edito-
rial, por que sus hechos y consecuencias afectaban a todos, todos
los meses.

Este hecho consagro la modalidad de mega evento anual en
los comics.

III-1.7 Década de los ‘90

En los ‘90, los comics continuaron evolucionando. Comics aclamados por la crítica como Sandman de Neil Gaiman mostraban

que la mayoría de los lectores de comics eran sofisticados y bus-
caban historias adultas.

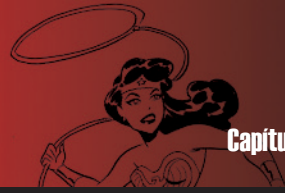
Los comics ahora trataban frecuente y abiertamente con proble-
mas políticos, sociales y sexuales. Aún así, a pesar de su cre-
cimiento, la industria de los comics casi colapsa.

DC experimentó un periodo breve de ventas muy elevadas, a
comienzos de los ‘90 gracias acciones de compra especulativa
sobre algunas historias muy populares de otras editoriales. Alguno
de los títulos clásicos de DC se hicieron enormemente popula-
res en algunas historias en las que Superman era asesinado y
Batman se enfrentaba a la destrucción de Gotham. El éxito fue
tan sólo temporal y poco después la compañía entró en serios
problemas de ventas.

DC Piranha Press y otras líneas de comics fueron introduci-
das en los ‘90 para intentar diversificar la presencia de DC en
un mercado del cómic cada vez más especializado. Durante este
periodo se incrementaron los contratos no tradicionales con tra-
bajos cuyos derechos permanecían en manos de sus autores, o
como la adquisición de derechos de publicación de historias de
otras compañías. También se incrementó la producción de nove-
las gráficas originales. La línea Vértigo estaba dirigida a un público
adulto de gustos más literarios, alejada del estigma de historias
infantiles o juveniles que arrastraba el cómic de superhéroes. DC
compró también Wildstorm Comics de Jim Lee manteniendo sus
publicaciones aparte y respetando su estilo anterior. A finales de
los ‘90 se añadió la línea America’s Best Comics, creada por Alan
Moore.

En 1991 la Warner Brothers trata de extender el éxito del film
de Tim Burton a través de una serie animada. Paul Dini y Bruce
Timm crean Batman The animated se estrena en 1992 con un gran
suceso. Una atmósfera dark con un toque de arte decó le dan una
consistencia tal que atrajo incluso un público adulto y engloba to-
dos los elementos que hicieron de Batman un comic clásico.

En 1996 la DC comics publica Kindom Come, una magistral
novela basada en un futuro alterno que estuvo a cargo del artista
Alex Ross, quien con su técnica foto realista le dio a los persona-
jes del panteón DC una dimensión que jamás se había visto antes
en el cómic.



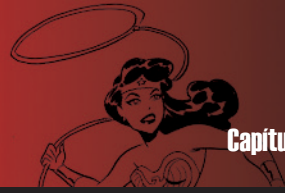
III-1.8 A partir del año 2000

Las ventas de cómics que habían estado languideciendo durante toda la década anterior comenzaron a revitalizarse levemente. DC diversificó sus publicaciones intentando alcanzar nuevos mercados. En marzo de 2003 DC Comics adquirió los derechos de publicación y merchandising de la popular serie de fantasía Elfoquest (publicada previamente por sus creadores Wendy y Richard Pini bajo el logotipo de Warp Graphics). En el 2004, DC empezó a vender manga (cómics japonés) bajo el sello CMX y adquirió los derechos para publicar en Norteamérica las novelas gráficas de diferentes compañías europeas incluyendo series como AD y Humanoides. También relanzó algunos de sus cómics más populares en líneas específicas para el público más joven.

En 2001, Marvel se retiró del CCA a favor de su propio sistema de rating que fue considerado otro paso en la irrelevancia de la organización en declinación. En fecha 2004, las insignias del CCA aparecen raramente en las tapas de cómics, y en las que sí aparece, es apenas visible. DC Comics es la única compañía principal en cuyos títulos todavía se ven las insignias de CCA, aunque solamente en algunas de sus publicaciones.

Luego de los eventos del 11 de septiembre en Estados Unidos, que desembocaron en la destrucción de las torres gemelas, algunos cómics como el de Spider-Man hacen referencia del hecho.

En el siglo 21, los superhéroes han ganado nueva popularidad. La televisión y los estudios de cine han revivido los superhéroes y los han convertido en estrellas de la gran pantalla. Sobre las páginas de los cómics, los superhéroes están encontrando una renovada relevancia en la vida moderna. Los cómics son una vez más un lugar para explorar lo mejor y lo peor de la humanidad.



III-2 Historia de Estados Unidos

A modo de contextualizar el trabajo de investigación en un espacio-tiempo, se realiza un breve resumen sobre los distintos hechos históricos más relevantes de Estados Unidos, que tuvieron repercusiones relevantes en el desarrollo de la historia del Cómic Book y los personajes que se analizarán en el trabajo.

Esta recopilación es de “elaboración propia” en base diferentes textos.

III-2.1 Introducción

Como consecuencia de la Primera Guerra Mundial (1914-1918) los países industriales aumentaron considerablemente su producción para abastecer a las potencias en guerra, al mismo tiempo que entraban en una economía de producción los países que no lo habían hecho hasta entonces y que debían enfrentarse competitivamente con las potencias industriales, de superior capacidad de manufactura.

Debido a esto, se desequilibró la relación oferta-demanda y abundaron los productos; por lo que bajaron sus precios y la gran cantidad de mercadería almacenada provocó la desocupación con todos sus inconvenientes.

Por otro lado, los integrantes de un sector de la sociedad norteamericana, tras la imagen decadente que les había dejado la sociedad europea, impulsaba restricciones en la inmigración, el consumo de bebidas alcohólicas, la lucha contra las concepciones del mundo que afectaban las tradiciones religiosas y estaba en contra de la igualdad racial. Se dictaron leyes de inmigración que establecían cupos, reducían drásticamente la entrada de extranjeros y sólo facilitaban la inmigración procedente del norte europeo.

III-2.2 La Crisis de los 30

En los Estados Unidos, la Primera Guerra Mundial, fue seguida por un período de gran crecimiento económico y el país entró en la “sociedad de consumo”, uno de los fenómenos más notables de su historia.

Esta prosperidad se caracterizó por el desarrollo industrial, una escasa inflación, la concentración empresarial y el desarrollo de la especulación financiera.

Así, los Estados Unidos asumieron el liderazgo económico, convirtiéndose en la potencia más rica del mundo y sus bancos acumularon una reserva superior al conjunto de los otros países. Los sectores más dinámicos fueron la siderurgia, el equipamiento eléctrico, la construcción, las industrias químicas y las exportaciones de capitales.

El avance tecnológico permitió la difusión de la radio, el automóvil y el avión en el mercado interno.

El aumento del índice de productividad, la falta de control de producción y los efectos de ese crecimiento desordenado terminaron por generar una crisis de superproducción.

El “crack” de Wall Street y la Gran Depresión

A partir de marzo de 1928 las acciones de la bolsa de New York subieron rápidamente. El 24 de octubre de 1929 -conocido como el jueves negro-, el mercado de valores de Wall Street tuvo una súbita caída en el valor de las acciones. Esta baja abrupta de las cotizaciones sucedió porque el valor de esas acciones había dejado de reflejar la marcha de la economía real y muchos accionistas procuraron venderlas desesperadamente y llegó un momento en que ya no tenían valor, porque nadie quería comprarlas.

En los días que siguieron, el fenómeno se reprodujo, se extendió a todos los sectores de la economía norteamericana y afectó a otros países. Muchas empresas entraron en bancarrota, disminuyeron sus actividades, suspendieron los pagos y despidieron personal.

Estos hechos derivaron en la “gran depresión”, que perduró hasta 1932 y se extendió por el mundo en forma de destrucción y sufrimiento: abundaban los paisajes de fábricas abandonadas, de



puertos y estaciones sin operaciones, de casas y terrenos vacíos por la especulación inmobiliaria y de interminables colas de trabajadores en las oficinas de colocación.

Imperó el hambre y millones de desocupados, muchos de ellos ex empresarios y obreros, se amparaban en las instituciones de ayuda en busca de alimentos.⁶⁷

III-2.3 El New Deal

Esta situación obligó a los gobiernos de los países afectados a intervenir en las cuestiones económicas a través de mecanismos de control y planificación. El presidente de Estados Unidos, Franklin Delano Roosevelt, electo en 1932, adoptó una nueva política económica denominada “New Deal”.

A través de ella se produjo un acentuado intervencionismo estatal para regular la economía.

El gobierno asumió el control de la producción industrial, agrícola y minera y fijó el precio de los productos, creó instituciones de crédito controladas por el Estado e inició un programa de grandes obras públicas para crear fuentes de trabajo. También desarrolló un sistema de previsión social y creó un seguro de desempleo.

La recuperación definitiva de la actividad industrial y el nivel de empleo se logró recién en la década del 40. En esos años se organizó el Complejo Militar Industrial, que significó un mayor grado de planificación de la economía por parte del Estado, que orientó las inversiones hacia la industria pesada – siderurgia y acero- destinada a producir armamentos. La incesante demanda de mano de obra que generó este crecimiento industrial llevó a la incorporación al mercado de trabajo industrial de las mujeres y los negros, grupos sociales hasta entonces excluidos.⁶⁸

⁶⁷ ETCHART-DOUZON-RABINI. *Historia 3: Argentina desde 1832 y el mundo contemporáneo*. Cesarini Hnos. Editores. 7ª Edición. Buenos Aires. 1990. Pág. 305-313

⁶⁸ Ibidem. Pág.383

III-2.4 La Segunda Guerra Mundial

Entre la mayoría de los investigadores consultados, existe un consenso básico acerca de los principales responsables del desencadenamiento de la Segunda Guerra Mundial: Alemania, Italia y Japón, las tres potencias de Eje.

En el período de entreguerras se desarrollaron complejos procesos políticos e ideológicos.

La economía del continente europeo -que todavía no lograba recuperarse de los daños de la Primera Guerra- fue duramente afectada por el crack de 1929.

En el plano político, el nacionalismo fue uno de los motivos de las tensiones entre los nuevos Estados multinacionales creados por los tratados de paz. Para la mayor parte de los grupos étnicos que formaban parte de ellos, los límites políticos resultaron arbitrarios. Las reivindicaciones nacionalistas cobraron especial importancia en Alemania e Italia.⁶⁹

III-2.5 Italia y el Fascismo

En Italia, como consecuencia de la primera Gran Guerra y la posterior crisis económica, se acentuó el nacionalismo y la disconformidad por las condiciones a que se vio sometida a causa de los tratados (pérdida de territorios).

A poco de terminar la guerra, Benito Mussolini creó el partido Fascista, que ganó adeptos de todos los grupos sociales. En 1922, la gran fuerza fascista organizó un golpe de Estado que se concretó en la formación de un nuevo gobierno liderado por Mussolini, quien instauró una dictadura que no vaciló en recurrir a todos los medios coercitivos para eliminar la oposición y procla-

⁶⁹ BUSTINZA-GRIECO-BAVIO. *Los tiempos contemporáneos, Argentina y el mundo*. AZ Editora. 4ª Edición. Buenos Aires.1994. Pág. 265.



marse Duce (guía, conductor, caudillo) y concentrar todo el poder en su figura.⁷⁰

III-2.6 Alemania y el Nazismo

Alemania, la gran derrotada en la Primera Guerra, tenía su economía exhausta; perdió territorios que le proporcionaban recursos materiales, mano de obra y mercados, y debió pagar fuertes reparaciones de guerra a los países vencedores, particularmente a Francia, en cuyo suelo se habían desarrollado la mayor parte de las acciones bélicas.

El ascenso de Hitler hacia el control total de Estado fue producto de la acción combinada de métodos violentos y parlamentarios.

Guiado por sentimientos anti-socialistas y antisemitas organizó grupos armados de choque y creó el Partido Nacionalsocialista Nazi, que progresó electoralmente hasta obtener la mayoría de bancas en el Parlamento en 1932.

Logró acumular un enorme poder personal, disolvió el Parlamento y fue proclamado Führer con plenos poderes políticos y manipuló al ejército para que le jurara fidelidad personal para así formar un nuevo tipo de Estado: el III Reich.

Para asegurar el absoluto control de la sociedad y el Estado, encaró una política de persecución y eliminación de toda oposición. Creó grupos especiales que se dedicaron a la quema de libros y la captura de prisioneros para enviar a los campos de concentración con el objetivo de “la purificación racial”.

La política económica de Hitler era la autarquía (autoabastecimiento del estado para no tener que obtener del exterior la energía y las materias primas) y reestructurar el aparato productivo hacia la industria bélica.

La política hitleriana, basada en la combinación de crecimiento

industrial y belicismo, condujo inevitablemente a una nueva guerra mundial.⁷¹

III-2.7 Japón

En Japón, después de la crisis del 30, los grupos ultra-nacionalistas llegaron al poder apoyados por el emperador y llevaron adelante una política agresiva dictada por los militares con el objetivo de construir un imperio en Oriente. En 1931, estos grupos penetraron en China, y de esta manera comenzó una guerra que se prolongó hasta 1945.

Japón, una potencia industrial y militar dueña de una flota temible concentrada en el océano Pacífico, se sumó al Eje en 1937. (BUSTINZA-GRIECO-BAVIO, 1994:266)

III-2.8 La Guerra: el Eje vs. Los Aliados

Alemania se lanzó en una campaña de conquista de territorios de toda Europa con el propósito de unificar en una sola nación – Alemania- a todos los pueblos de origen germánico que vivían dentro de las fronteras de otros países y firmó un tratado secreto de no agresión con la URSS –que ya era una potencia industrial y militar- que también estaba en planes de recuperar sus territorios y economías perdidas en la Primera Guerra y expandir el comunismo.

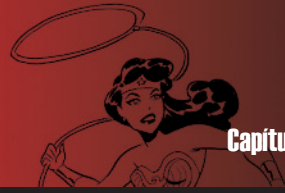
Mussolini, por su parte, declaró la guerra a Francia e Inglaterra y se alió con Alemania: el eje Roma – Berlín entraba en acción.

El ejército alemán invadió Francia y el gobierno de ese país aceptó la rendición, aunque parte de la población se organizó en una fuerza de resistencia apoyada por Inglaterra.

Una vez dominada Francia, Hitler intentó conquistar Inglaterra,

⁷⁰ Ibidem. Pág. 251.

⁷¹ ETCHART-DOUZON-RABINI. *Historia 3: Argentina desde 1832 y el mundo contemporáneo*. Cesarini Hnos. Editores. 7ª Edición. Buenos Aires. 1990. Pág. 244.



que ahora tendría que enfrentar sola a la poderosa fuerza Nazi.

Para el III Reich fue imposible quebrar la supremacía por mar y aire.

En 1941 la guerra se generalizó y salió del marco exclusivamente europeo. Por diferentes motivos, se sumaron al conflicto la URSS, EEUU y Japón y se establecieron dos focos de conflicto: el frente ruso y la guerra del pacífico.⁷²

III-2.9 El Frente Ruso

Hitler creyó oportuno atacar a la URSS para apoderarse de zonas petroleras y de ciudades industriales, sin embargo, los ejércitos soviéticos lo derrotaron y Alemania tuvo después de una importante diezma de su ejército.

La Guerra del Pacífico

Japón temía por el funcionamiento de su economía, ya que importaba casi todas las materias primas necesarias para su producción industrial. Cuando pretendió ocupar las áreas coloniales europeas de Asia, Estados Unidos –que hasta entonces permanecía aislado del conflicto mientras se beneficiaba abasteciendo de armas a los ejércitos aliados (Gran Bretaña y Francia)- decidió intervenir, bloqueando la llegada de petróleo a Japón, quien respondió atacando por sorpresa a la base naval norteamericana de Pearl Harbour –Hawai-.

Estados Unidos, en represalia, bombardeó Tokio. Japón se Alió con las potencias de Eje, mientras que Estados Unidos con los Aliados.

La situación de Alemania se complicó aun más por las derrotas de Italia. *La guerra se estaba extendiendo demasiado, la muerte cotidiana de miles de hombres provocaba el reclutamiento de extranjeros. Al finalizar la guerra había cerca de 6 millones de extranjeros trabajando en Alemania. El sueño Nazi de construir una Alemania racialmente pura por medio de la guerra se estaba desintegrando por efecto de la guerra.*

En 1943 los aliados pasaron a la ofensiva. Alemania no podía sostener su aparato militar. Además, en los territorios ocupados crecía la resistencia de la población, como ya venía ocurriendo en Italia.

Ante el desmoronamiento del Reich, las potencias aliadas se disputaban la recompensa del reparto de Europa.

El episodio final de la guerra fue el más terrible por sus consecuencias futuras: Estados Unidos Lanzó las bombas atómicas sobre las ciudades japonesas de Hiroshima y Nagasaki. Cuando las dos ciudades fueron destruidas, Alemania ya había sido derrotada y Japón no tenía ninguna posibilidad de revertir el curso de la guerra.

Dos naciones salen fortalecidas después de la contienda: los Estados Unidos de América y la Unión Soviética. Representantes de regímenes políticos diferentes y antagónicos – democracia liberal uno, y comunismo el otro – ambos países se proyectaron con un rol dirigente sobre la sociedad mundial.

III-2.10 La Guerra Fría: Occidente Capitalista vs. Oriente comunista... un mundo bipolar

Del mundo arrasado por la guerra surgieron dos nuevas potencias hegemónicas que impusieron sus dominios sobre vastas regiones del planeta: Estados Unidos y la Unión Soviética. Eran los que contaban con los recursos militares y económicos más importantes. Su población y extensos territorios les proporcionaban la fuerza de trabajo, las materias primas y las fuentes de energía necesarios para desarrollar sus industrias.

Norteamericanos y soviéticos se lanzaron a ampliar sus áreas de influencia. El resultado de esta política de expansión fue la división de Europa y del mundo en dos bloques enfrentados: Occidente y Oriente.

La particularidad de la Guerra Fría fue que ambas potencias evitaron enfrentarse directamente en el plano militar. Una confrontación global, con el nuevo armamento disponible basado en la energía nuclear hubiera tenido consecuencias desastrosas. La estrategia de las potencias consistió en atraer a su zona de in-

⁷² BUSTINZA-GRIECO-BAVIO. *Los tiempos contemporáneos, Argentina y el mundo*. AZ Editora. 4º Edición. Buenos Aires.1994. Pág. 267.



fluencia a otros países por medio de alianzas político-militares o relaciones económicas, aunque en ocasiones este sistema provocó conflictos armados localizados.

El anticomunismo guió la política exterior estadounidense. Los antiguos enemigos (como Alemania y Japón) pasaron a convertirse en firmes aliados de una estrategia destinada a contener a la URSS y en ellos se radicaron empresas y bases militares. EEUU se proclamaba como el defensor de lo que llamaba “el mundo libre” e intervinieron en los asuntos de otros países, especialmente en América Latina y Asia.

En la década del 60 la carrera armamentista y la puja internacional con la Unión Soviética se incrementaron a pesar de que los líderes de ambas potencias tuvieron gestos de entendimiento en relación con la preservación de la paz mundial, y todo se vio agravado por la cuestión en torno a la posición de Alemania, que se hallaba dividida y ocupada; la cuestión culminó con la construcción del Muro de Berlín, que consolidó la división en dos Alemanias.⁷³

III-2.11 La Guerra de Vietnam

Desde entonces, la política norteamericana se orientó cada vez más hacia la confrontación del comunismo. La máxima expresión de esta orientación fue la intervención de los Estados Unidos en Vietnam, país al que Norteamérica mandó tropas a partir de 1964, en un principio en apoyo al gobierno anticomunista de Vietnam del Sur y luego para tomar a su cargo directamente el desarrollo de la guerra. Esto generó un amplísimo movimiento de rechazo que no sólo fue evidente en la opinión pública internacional, sino también en grandes sectores de la sociedad norteamericana, especialmente entre los jóvenes. Este conflicto terminó con la victoria del ejército soviético, el retiro de las tropas americanas y la reunificación de Vietnam bajo el control del gobierno comunista de Vietnam del Norte.

⁷³ FRADKIN, Raúl (coordinación) – AAVV. *El mundo contemporáneo: Siglos XVIII, XIX y XX*. Edición Estrada. 2º Edición. Buenos Aires. 2000. pág. 239.

III-2.12 The American Way

Por otro lado, casi hasta 1970, los Estados Unidos tuvieron un período de estabilidad económica, favorecido por el crecimiento demográfico y el proceso tecnológico, con lo que aumentó su producción y riqueza. Durante esos años, el acceso a los créditos era fácil, los combustibles resultaban baratos y la construcción de viviendas y carreteras era cada vez más rápida. Además de la industria nuclear se desarrollaron la electrónica, el programa de viajes espaciales, se aumentó la producción de automotores y comenzó la era de los expresos transcontinentales y entre montañas. La industria química, con el descubrimiento del nylon produjo materiales sintéticos y plásticos y el dólar se convirtió en una moneda de alcance internacional.

La riqueza y el bienestar logrados hicieron que “el modo de vida americano”, fuese la aspiración mundial, pero graves conflictos y divisiones afectaron a la sociedad norteamericana, como la discriminación racial y los movimientos por el reconocimiento de los derechos civiles de los negros y otras minorías, la impopularidad de la Guerra de Vietnam, etc.

III-2.13 Las nuevas tecnologías y la era espacial

Cada superpotencia desplegó un arsenal de armas nucleares que impedía que la otra pudiera lanzar un ataque sin ser destruida; sin embargo, al mismo tiempo, la energía atómica fue empleada para usos civiles, desde usinas hasta implementos médicos,. Del mismo modo las computadoras y los microchips que surgieron para satisfacer requerimientos bélicos terminaron por revolucionar la vida cotidiana en occidente.

La competencia no reconocía límites y el espacio exterior se convirtió en otro ámbito para desarrollarla; así se forjó la carrera espacial. En 1957, la URSS puso en el espacio el primer satélite artificial, el Sputnik. Al año siguiente, EEUU lanzó el Explorer. En 1961, los soviéticos lanzaron la primera nave tripulada, y en 1969,



la misión Apolo XI puso una nave tripulada en la Luna comandada por Neil Armstrong.

III-2.14 La Lucha de la Mujer por sus Derechos

El feminismo encaró una lucha tenaz en favor de la igualdad de los derechos de las mujeres con respecto a los hombres y se asoció con la obtención de una serie de beneficios que con los años se tradujeron en el reconocimiento legal de esos derechos.

Desde mediados del siglo XX las mujeres han ido conquistando mayores espacios en el mundo público, hasta el momento abrumadoramente masculino.

Hacia 1950 las mujeres habían logrado ser reconocidas como ciudadanas y poder elegir a los gobernantes, a partir de los años 60 el movimiento de mujeres alcanzó una mayor organización en el nivel mundial, con inclusión de los países del Tercer Mundo.

Las primeras organizaciones surgieron en los Estados Unidos bajo la influencia de los movimientos en favor de los derechos civiles y la activa participación estudiantil. La protesta de aquellas mujeres feministas estaba dirigida a obtener la igualdad económica con los varones y a conseguir leyes más flexibles sobre la vida doméstica y personal. Sin embargo, y a pesar de que la legislación promueve la igualdad entre los sexos, las mujeres están a cargo de las ocupaciones peor pagas y más rutinarias (aun en países desarrollados como Gran Bretaña).⁷⁴

La vida privada de las mujeres también comenzó a transformarse debido a la expansión de modernos métodos anticonceptivos. La posibilidad de planificar el número de hijos permitió que muchas mujeres pudieran dedicarse a otras ocupaciones durante la vida adulta. Los datos disponibles acerca de mediados de los ochenta, muestran que en varios países de América Latina el 50-60 % de

las mujeres casadas utilizaban alguna forma de anticoncepción.

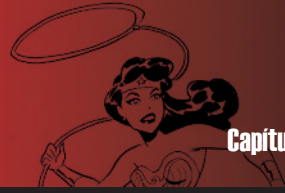
Al mismo tiempo que las mujeres se acortaban las polleras y se calzaban los pantalones, otras formas de comportamiento iban impregnando de nuevas situaciones la vida familiar y social. Así, las relaciones entre los sexos cambiaron hasta tal punto que las mujeres pasaron a realizar tareas que en otros tiempos solo habían sido masculinas y los varones comenzaron a desempeñar tareas que antes solo les habían correspondido a las mujeres.⁷⁵

Era indudable que en esos primeros años de la época de posguerra se estaba produciendo una revolución (...) contra el orden norteamericano aceptado (...). La revolución fue acelerada (...) por la creciente independencia de la mujer norteamericana. (...) La conquista del sufragio (...) consolidaba la posición de la mujer como igual al hombre. Más notable aun fue el efecto de la creciente independencia femenina respecto del trajín de la casa. Se construían casas más pequeñas, más fáciles de atender. Las familias se mudaban a departamentos y éstos exigían mucho menos tiempo por parte de la dueña de casa (...). La venta de alimentos envasados iba en aumento, los lavarropas automáticos y las plancha eléctricas acudían en su ayuda (...). La dueña de casa aprendía a pedir por teléfono los artículos que necesitaba, a comprar ropa de confección, a comprar una aspiradora, emulando a las encantadoras y despreocupadas muchachas que aparecían en los anuncios de las revistas y que desterraban el polvo con tanta facilidad (...), pero ningún tema era tan furiosamente discutido durante el almuerzo (...) como el problema de si la mujer casada debía trabajar y si la madre tenía derecho a hacerlo (...).

Junto con el trabajo surgió un sentimiento de independencia económica y con él una aminoración de la autoridad del marido y el padre... F.L. ALLEN "Apenas Ayer".

⁷⁴ JAUREGUI-GONZALES-FRADKIN. *Historia 3*. Ed. Santillana. Buenos Aires. 1991. Pág.177.

⁷⁵ GIDDENS, Anthony. *Sociología*. Alianza Universidad. 1997.



III-2.15 Las Nuevas formas de representación: el Pop Art y el consumo

En la segunda mitad del siglo XX se produjo un retroceso de las artes tradicionales.

Para cualquier observador atento el problema no radicaba en la falta de talento de los escritores, los pintores o los compositores sino que más bien se relacionaba con lo que le gustaba a la gente común. No se trataba de distinguir si esos gustos populares eran buenos o malos. Solo importaba saber si una obra atraía la atención de la gente y si esta disfrutaba de expresiones culturales diferentes de las antiguas formas estéticas.

En el mundo de las artes visuales de los Estados Unidos, más precisamente de la ciudad de Nueva York, el consumo cultural masivo y el entretenimiento de la gente común se convirtieron en temas con posibilidades de ser representados como obras de arte. Así, por ejemplo, la atractiva, trágica y mítica figura de Marilyn Monroe (exponente de todos los beneficios y perjuicios de la Industria cinematográfica de Hollywood) mereció que el artista plástico Andy Warhol (1928-1987) la representara a través de diferentes colores bajo un estilo que imitaba un afiche publicitario. ¿En qué residía ese cambio? El cambio radicaba en que la obra de arte mostraba un “objeto” (en este caso Marilyn Monroe) de consumo masivo y una técnica nueva a través de la cual la imagen no necesitaba ser interpretada. Solo un efecto de colores contrastantes permitía que quien se detuviera a observarla pudiera solo mirarla. El arte expresaba sentimientos populares y dejaba de ser expresión de la “alta cultura” .

Desde entonces el “arte pop” definió un nuevo movimiento estético y muchos objetos diversos (como latas de sopa, hamburguesas y botellas de Coca-Cola) pasaron a formar parte de las imágenes expuestas en los museos, las exposiciones o las muestras al aire libre.

Algo similar ocurrió con la música, que hasta entonces había conocido una fuerte separación entre lo popular y lo culto.

Así, por ejemplo, los ritmos y los Instrumentos musicales que hasta entonces se habían escuchado en los suburbios y entre grupos sociales marginados (como el jazz) comenzaron a circular por otros espacios. Eran tiempos de compositores que sintetizaban lo clásico y lo popular, como John Cage y Terry Riley, que influyeron de manera decisiva en el surgimiento del “rock”.

Años más tarde Los Beatles y los Rolling Stones representarían el momento culminante de esta tradición tan reciente.

Este novedoso proceso de síntesis entre lo clásico y lo popular en la producción estética no tardó en integrarse a la producción general de bienes de consumo. Así, la frenética urgencia económica por generar nuevas líneas de productos de apariencia cada vez más novedosa modificó bastante aquella síntesis originada en los primeros tiempos de la cultura de masas.

Desde entonces, innumerables objetos aparecieron decorados con dibujos o formas que hasta ese momento habían constituido una expresión estética. Desde la ropa y las telas hasta la vajilla y los muebles mostraron el cambio del significado que habían sufrido esos trazos desde el momento en que el artista los había estampado en una pintura. Ahora el significado de esas formas o representaciones era diferente y podía acompañar a cualquiera que comprara el objeto en cuestión en alguna tienda.

Estas transformaciones se asociaron con modificaciones sustanciales en el arte. Hasta ese momento los artistas y los críticos eran los encargados de fijar los criterios según los cuales una creación estética podía ser considerada como tal. En cambio, en la actualidad los agentes encargados de administrar la calificación de lo que es artístico —museos, bienales, revistas, grandes premios internacionales— se reorganizan en relación con las nuevas tecnologías de promoción mercantil y consumo.

III-2.16 El fin de la ilusión y el comienzo del desencanto

A fines de los años 70 comenzaron a percibirse marcadas diferencias entre el mundo rico y el mundo pobre incluso en el interior



de las sociedades capitalistas más desarrolladas. En 1973 el capitalismo entró en una crisis muy profunda que cambió las expectativas y las percepciones. Se diluyó la idea de progreso e integración social y se esfumó la confianza depositada en la percepción de que los años por venir serían cada vez mejores.

A diferencia del horror que muchos sintieron al comprobar cómo se deterioraban los alimentos mientras mucha gente padecía hambre y miseria en los años 1930, la pobreza que siguió a los años 80 no recibió mucha atención.

Algunos piensan que este nuevo estado de cosas ha sido el producto de la relajación de las costumbres y las tradiciones y de la desaparición de las reglas sociales que habían organizado la vida de la sociedad.

Otros, en cambio, consideran que el propio capitalismo ha creado condiciones muy duras para vivir en sociedad. Desde entonces, muchos problemas que habían dejado de representar una preocupación han vuelto a instalarse y no se sabe hasta cuándo van a durar. Por lo tanto, los años 90 se han caracterizado por un clima de desorientación, incertidumbre e inseguridad muy diferente del clima estable y seguro de los “años dorados”. Entre otras cosas, el aumento de la violencia callejera y el desempleo han minado las seguridades con las que habían crecido las generaciones anteriores.

Este nuevo estado de cosas dio lugar a nuevos comportamientos entre los individuos y los grupos sociales. En contraste con la noción de solidaridad que había primado en las décadas pasadas fue creciendo una idea más individualista que mostraba en qué medida se habían roto los hilos que habían tejido la trama social hasta el momento.

La frase “sálvese quien pueda” comenzó a ser un expresión habitual en el diálogo cotidiano de los adultos y de los jóvenes. En muchos casos esas ideas individualistas fueron promovidas por gobiernos que comenzaron a disminuir el presupuesto asignado a políticas de seguridad social, salud, vivienda y educación amparados en el rebrote de ideas neoliberales y neo-conservadoras ocurridas en los años 80.

Los años 90 demuestran en qué medida se ha abierto una nueva era plagada de desigualdades sociales y económicas. Frente a este nuevo estado de cosas el mejoramiento de la vida de las personas ha quedado sujeto solo a los avances técnicos y no a que la gente viva bien. Una ola de “eficientismo” ha invadido los lugares de trabajo y se han ido postergando muchos beneficios que antes existían.

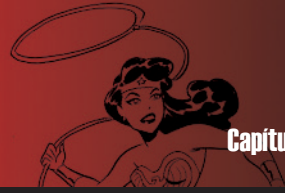
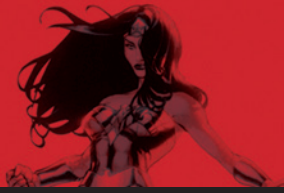
Así, mientras para algunos las jornadas de trabajo se extendieron, otros debieron apelar a combinar sus tareas y millones de hombres, mujeres y niños han pasado a ganarse la vida en trabajos ocasionales. El clima de incertidumbre que se ha instalado en casi todo el planeta afecta poderosamente las expectativas de muchos jóvenes que han visto cerradas las posibilidades de obtener un trabajo estable y duradero. En algunos países europeos (como en España y Francia) esta situación ha producido una reacción notable contra la gente que migra de las viejas colonias africanas, una reacción que recuerda las fobias xenófobas de décadas pasadas. Algo similar ocurrió en la Alemania posterior a la unificación, cuando los alemanes del Este comenzaron a presionar para integrarse al mercado de trabajo. Las reacciones contra los migrantes también se han percibido en países latinoamericanos como la Argentina, donde en los últimos años se han advertido actitudes adversas contra los emigrantes paraguayos, bolivianos y peruanos.⁷⁶

III-2.17 Guerras del Golfo

A finales del siglo XX y principios del siglo XXI, tuvieron lugar tres conflictos bélicos a los que se ha llamado «Guerra del Golfo», todos ellos ocurridos en la región del golfo Pérsico:

La Guerra Irán-Iraq (1980-1988) (también llamada Primera Guerra del Golfo). Fue una guerra entre Irán e Iraq.

⁷⁶ FRADKIN, Raúl (coordinación) – AAVV. *El mundo contemporáneo: Siglos XVIII, XIX y XX*. Edición Estrada. 2ª Edición. Buenos Aires. 2000. pág. 298



La Guerra del Golfo (1990-1991) (también llamada Guerra del Golfo Pérsico, Primera Guerra del Golfo y Segunda Guerra del Golfo). Fue una guerra entre Iraq y una coalición de países liderados por los Estados Unidos en respuesta a la invasión iraquí de Kuwait.

La invasión de Iraq de 2003 (también llamada Guerra de Iraq, Segunda Guerra del Golfo y Tercera Guerra del Golfo). Fue una guerra entre Iraq y una coalición de países liderados por los Estados Unidos con el resultado del derrocamiento de Saddam Hussein.

III-2.18 Medios de comunicación y cultura

Los últimos años del siglo XX no parecen ser demasiado optimistas, ni siquiera para los países desarrollados. Sin embargo, la tecnología ha alcanzado dimensiones revolucionarias que no solo han modificado las formas de trabajo sino también la comunicación entre sociedades muy distantes y entre culturas muy diferentes. El tiempo y la distancia nunca se habían reducido tanto y hoy permiten que millones de personas se enteren en sus casas de lo que pasa en el mundo. Esta idea de que el mundo está al alcance de todos solo es posible a través de la expansión mundial de los medios de comunicación. Los programas de televisión y las películas se venden en grandes mercados internacionales de modo que cientos de millones de personas ven esos programas o esas series, situación que indica en qué medida se ha extendido la distribución de los medios de comunicación y de los sistemas de recepción en casi todos los países del planeta. De este modo los medios masivos de comunicación han dado origen a la denominada “globalización cultural”, que supone el consumo de bienes culturales de características semejantes a escala mundial.

En este aspecto el papel de los medios audiovisuales ha sido decisivo. La expansión de la televisión, la ampliación de la red de televisión por cable motorizada por emporios televisivos, la conexión de las computadoras y los satélites artificiales permiten que

las personas que viven en distintos lugares del planeta accedan en un mismo momento a imágenes o informaciones idénticas o similares. Además, la expansión del uso de sistemas como el correo electrónico permite intercambiar información y comunicarse de manera rápida desde los lugares de trabajo o desde el hogar.

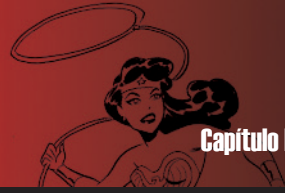
Para algunos autores estas nuevas situaciones son síntomas importantes de una democratización progresiva de la información que estarían dando forma a una cultura planetaria relativamente homogénea. Para otros, en cambio, el hecho de que mucha gente encienda sus televisores no supone que la información que se emite pueda aliviar las grandes desigualdades que existen entre los países ricos y los países pobres.⁷⁷

⁷⁷ Ibidem. Pág. 299



Capítulo IV- Marco Metodológico





IV-1 Tipo de investigación

Para el desarrollo este trabajo se utilizara técnicas de investigación cualitativas:

Irene Vasilachis de Gialdino afirma que a diferencia de los cuantitativos, los cuales aplican controles rígidos a situaciones artificiales y en cuya aplicación el investigador intenta operar con cierta distancia y neutralidad, los métodos cualitativos implican actuar sobre contextos reales y el observador procura acceder a las estructuras de significados de esos contextos mediante su participación en los mismos.

Para la investigación cualitativa, la investigación social es más importante que un conjunto de principios metodológicos.

“Los fenómenos sociales son distintos a los naturales y no pueden ser comprendidos en términos de relaciones causales mediante la subsunción de los hechos sociales a leyes universales por que las acciones sociales están basadas e imbuidas de significados sociales: intenciones, actitudes y creencias”.⁷⁸

Por tratarse de un estudio cualitativo, se intentará, entonces comprender la documentación de los profesionales- estudiosos, observar el objeto de estudio e indagar a personas cercanas a la temática, en pos de analizar los datos recopilados y arribar a conclusiones que hagan o signifiquen un aporte al diseño gráfico.

Este trabajo tendrá un corte *Exploratorio ya que* abarca aspectos tales como el estudio de la documentación, la apelación a fuentes históricas, archivos, la prensa, informes y documentales como base para el logro de los objetivos, es decir indagar sobre las fuentes y establecer un contacto directo con la problemática a estudiar.

No experimental: porque se desea establecer asociaciones que puedan existir entre diversas variables.⁷⁹

⁷⁸ Fielding, N.G. Y Fielding, J.L., Linking “Data, Sage” Publications, 1986.

⁷⁹ SCRIBANO, Adrián. *Introducción al proceso de Investigación en Ciencias Sociales*. Editorial Copiar. Córdoba. 2002. Pág.22.

IV-2 Herramientas de recopilación de datos

Búsqueda Bibliográfica

Rever el trabajo realizado por otros.⁸⁰

Consiste en la recopilación de datos de distintas fuentes tales como:

- Artículos
- Documentales
- Textos bibliográficos
- Internet

Con el fin de relevar información sobre el tema que sirva a los objetivos del análisis.

Análisis Semiótico de Datos

Primero se tomaran como objeto de análisis dos de los superhéroes mas importantes de la editorial DC Comics; Superman y Wonder Woman y se analizaran cuatro etapas de cada personaje.

Superman: 1938, 1986, 1996 y 1997.

Wonder Woman: 1941, 1968, 1995 y 2001.

Luego se analizará la imagen como texto, teniendo en cuenta los niveles de signo: sintáctico, semántico y pragmático, a fin de relacionar los cambios físicos y de indumentaria, su significado, y relación con los acontecimientos históricos de Estados Unidos.

IV-3 Estructura de análisis de datos

En este punto se especifican las variables y se establecerán sus relaciones.

⁸⁰ Ibidem. Pág.33.



Se diagramó un cuadro de doble entrada basado en el esquema (Número 19: Estructura textual de la imagen y su lectura) propuesto por Lorenzo Vilches en su libro “La lectura de la imagen”.

Este diagrama estructural, permitirá organizar pertinentemente la información a analizar, utilizando como unidades de análisis los

personajes seleccionados (Superman y Wonder Woman) susceptibles de ser analizados desde la perspectiva de la semiótica.

Cuadro de Análisis

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
1- Aspecto Físico	<i>Análisis Sintáctico</i> Forma Color	<i>Análisis Semántico</i>	<i>Nivel Pragmático</i>
	Topologías expresivas Estilos		
	Marcas o Códigos Sintácticos		
2- Vestimenta	<i>Análisis Sintáctico</i> Forma Color	<i>Análisis Semántico</i>	
	Topologías expresivas Estilos		
	Marcas o Códigos Sintácticos	<i>Análisis Semántico</i>	
3- Símbolo	<i>Análisis Sintáctico</i> Forma Color		
	Topologías expresivas Estilos		
	Marcas o Códigos Sintácticos		



Capítulo V- Análisis de Contenido



V-1 Superman 1938

Superman es el principal héroe de la compañía DC Comics.

Este personaje fue creado en 1933, en plena época de recesión económica que atravesaba Estados Unidos en ese período.

Los autores de este héroe de historieta fueron dos jóvenes estudiantes judíos Jerry Siegel y Joseph Shuster. El primero, concibió una noche la idea de un héroe con fuerza y habilidades mas allá de los simples mortales (un pensamiento nada común en una época donde Tarzán, La Sombra, Flash Gordon y Dick Tracy eran las máximas estrellas) y el segundo, con su trazo dió forma a las ideas de Siegel.

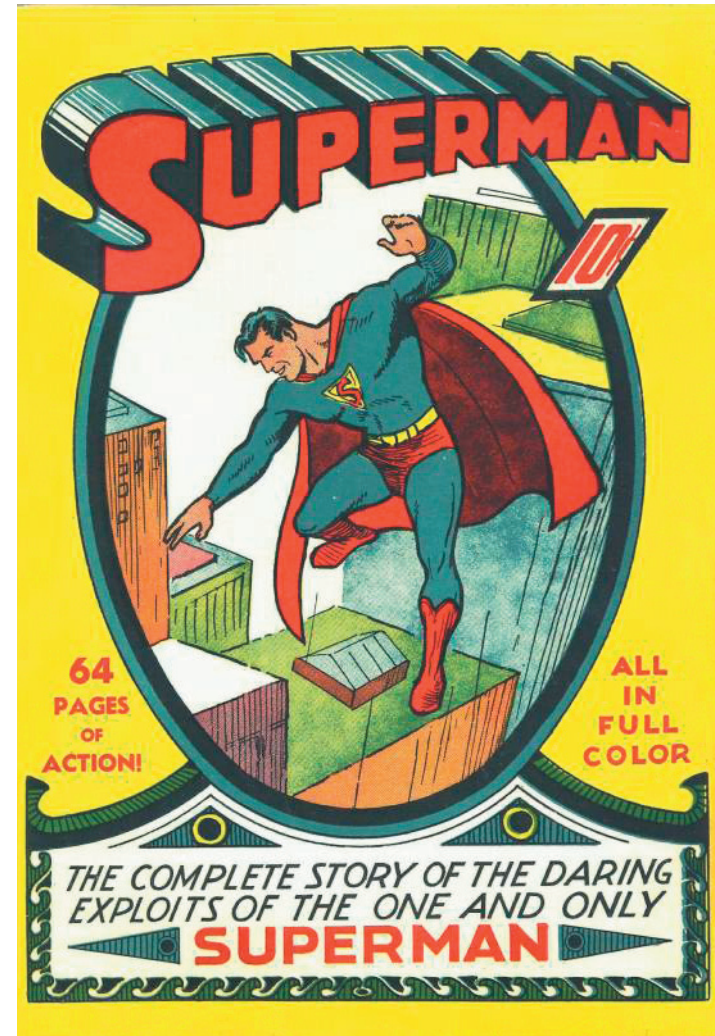
Dos años después, ambos artistas conseguirían trabajo en la editorial Detective Comics (conocida hoy como DC Comics) y es así como debutarían profesionalmente en revistas policiales y de misterio.

El superhombre creado por estos estudiantes deambuló de escritorio en escritorio, hasta que en 1938 el editor de Action Comics #1, decidió darle una oportunidad al personaje.

Fue entonces, cuando Superman con sus espectaculares superpoderes captaron inmediatamente la atención de un público deseoso de soñar con una realidad mejor que la que agobiaba en esos momentos.

Contra todos los pronósticos, el nuevo personaje resulto un éxito sin precedentes y generó un boom social gigantesco que, a pesar de sus altas y sus bajas, continúa teniendo fuerza hasta estos días.

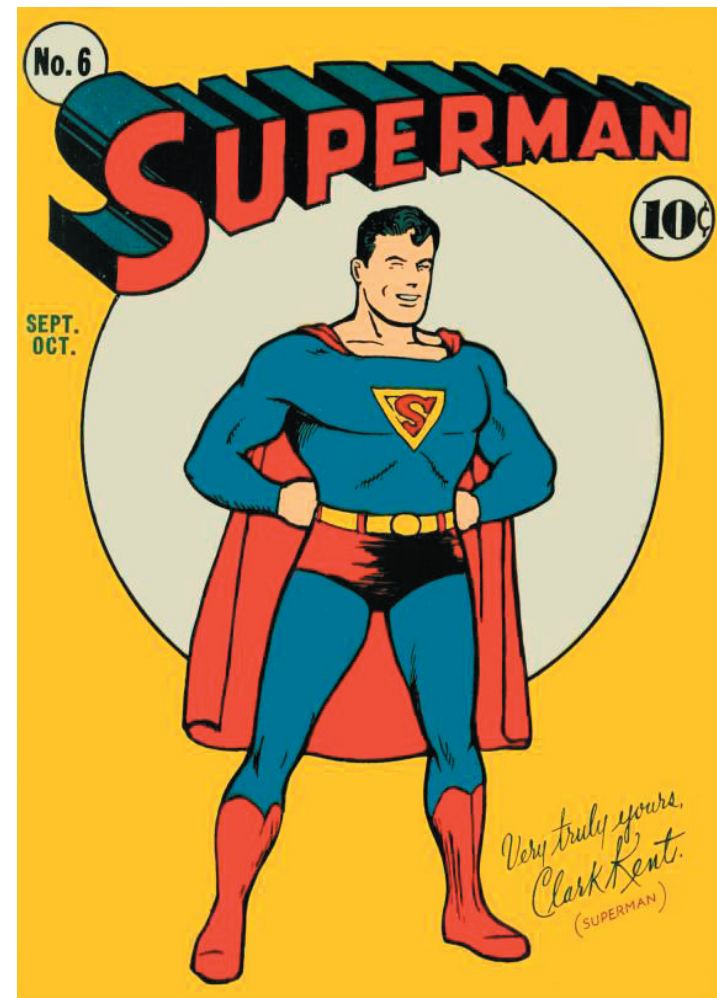
Por tratarse de dos jovencitos, de apenas 17 años que necesitaban ganarse la vida como fuera, el editor Harry Donnerfeld, se quedó con los derechos de Superman por la irrisoria suma de 130 dólares. Los jóvenes artistas festejaron la venta, sin suponer que estaban poniendo en marcha una industria multimillonaria.



Portada de Superman N° 1. 1940

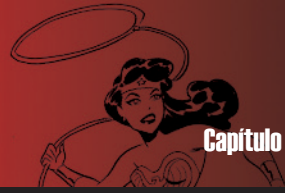


Viñetas de la historia de Action Comics N°1. 1938



Portada de Superman N° 6. 1940

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
1- Aspecto Físico	<p>Análisis Sintáctico Forma: Cuerpo robusto estilizado y simétrico. Líneas orgánicas y regulares como contornos. Contextura robusta, espalda, cuello y pecho anchos, cabello corto con un mechón de cabello que cae a la mitad de su frente en forma de “S”. Nariz aguileña, cejas angulares, mandíbula fuerte y ojos entrecerrados. Color: Esquemático. Magenta fuerte, negro y azul.</p> <p>Topologías expresivas Estilos: Americano Clásico</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>Análisis Semántico Superman tiene la apariencia de alguien relativamente musculoso. Se muestra fuerte e imponente pero no tiene la figura de alguien que se dedica a hacer pesas. Sus rasgos faciales responden al canon de belleza masculina de la época.</p>	<p>Nivel Pragmático Superman nace en un Estados Unidos que se recuperaba de la Gran Depresión del 30. Logra que los niños y el ciudadano común se identifiquen con el gracias a su doble personalidad Clark Kent, el cual era débil y torpe. Clark Kent se transformaba en Superman, que era estéticamente hermoso, fuerte, galán, valiente y bondadoso. Todo lo que un hombre en esa época quería ser. Mas tarde todo el país quería ser Superman, y enfrentar a los enemigos del país en la Segunda Guerra Mundial vistiendo los colores de su bandera. Superman comunicaba “El american way” o la forma de ser americana en sus historias.</p>
2- Vestimenta	<p>Análisis Sintáctico Forma: Superman usa un traje de cuerpo entero, complementado con una bombacha de tiro alto, una capa hasta la altura de las rodillas, un cinto en su cintura con una hebilla en forma de oval. El calzado ha cambiado en este periodo de introducción en reiteradas veces, por unas zapatillas con tiras alrededor de su pierna o unas botas En su pecho, posee un escudo en forma de triangulo invertido. Color: Esquemáticos. Rojo, azul, amarillo saturados y</p>	<p>Análisis Semántico Mucho se dice sobre si la elección de colores de Superman tiene cierta connotación patriótica debido al uso de colores de la bandera de Estados Unidos. el rojo o magenta, el cyan o azul, y el amarillo, por lo que sus creadores optaron por creadores optaron por esta combinación. Los colores esquemáticos y primarios logran hacer del personaje una figura pregnante y de fácil reconocimiento. La capa connota poder dando presencia y dinamismo</p>	<p>Superman es un inmigrante al igual que muchos de los judíos europeos de la época. Ambos habían llegado desde un mundo que fue destruido. Además, su nombre original es “Kal- El” el cual fonéticamente suena a judío.</p>



	<p>contrastados.</p> <p>Topologías expresivas Estilos Americano Clásico</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>al personaje y sus botas originales recuerdan a los guerreros troyanos.</p>
<p>3- Símbolo</p>	<p>Análisis Sintáctico Antes de analizar el escudo cabe aclarar que el mismo cambio reiteradas veces en este periodo de introducción del personaje hasta llegar a un punto en el que se definió un lineamiento gráfico y se entendió su importancia. Forma: Figura geométrica, sencilla, cuyo plano es formado por tres líneas rectas que constituyen un plano en forma de triángulo isósceles invertido y contienen una figura orgánica y estilizada en el centro en forma de letra "S", genera equilibrio oculto. Color: Esquemático. Rojo y amarillo saturados y contrastados.</p> <p>Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos El monograma definitivo de la época esta constituido por lo que seria una letra "S" de trazo regular dentro de un triángulo isósceles invertido situado en el centro del pecho del personaje.</p>	<p>Análisis Semántico El escudo es un símbolo de poder y sirve al personaje como elemento de identidad, solo que en sus inicios este concepto no era muy comprendido por sus creadores. La letra S representa la primera letra del nombre del personaje. El monograma es diseñado en forma de escudo que evoca una cresta heráldica que identifica al personaje. El color amarillo en su interior representa la luz: su poder de hecho, se nutre de la energía solar.</p>

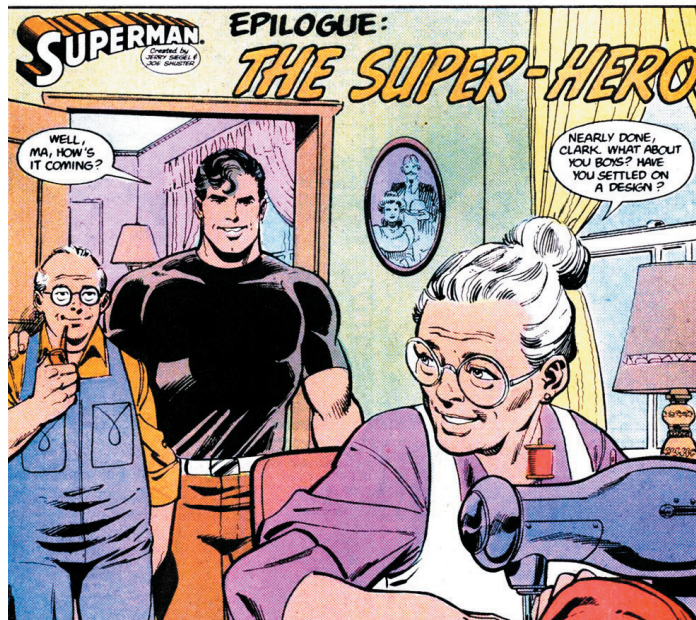
V-2 Superman 1986

En 1985 se lanza dentro de DC “La crisis en Tierras Infinitas”, con el fin de reformular y renovar todo el universo ficticio de la empresa. Para esto, el guionista y dibujante John Byrne firma un contrato millonario para hacerse cargo de Superman.

Hasta ese tiempo, se consideraba a Superman un superhéroe encasillado en su época, al cual no se le percibía una evolución definida.

En 1986 se publica en formato quincenal la miniserie llamada The Man Of Steel.

Durante seis episodios, Byrne relata el nuevo origen de Superman, aplicándole unas cuantas modificaciones.



Viñeta de la historia de The man of Steel N°1. 1986



Portada de The man of Steel N° 1. 1986



Portada de Superman Nº 1. 1986



Viñeta de la historia de The man of Steel Nº1. 1986

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
1- Aspecto Físico	<p>Análisis Sintáctico Forma: Cuerpo estilizado y simétrico. Líneas orgánicas y regulares como contornos. Contextura robusta y con músculos definidos; espalda, cuello y pecho anchos; cabello corto con un mechón de cabello que cae a la mitad de su frente en forma de “S”. Nariz aguileña, cejas angulares, mandíbula fuerte, con mentón partido, pómulos definidos y ojos almendrados. Color: Cromática Realista Color exaltado. Rosa, negro y azul.</p> <p>Topologías expresivas Estilos: Naturalista</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>Análisis Semántico Superman tiene la apariencia de alguien joven que ejercita su cuerpo, una persona que hace deportes, pero no físico culturismo. Luce fuerte, con un rostro atractivo y gentil con el que expresa múltiples gestos y dotan al personaje de una humanidad que antes no poseía.</p>	<p>Nivel Pragmático En los años ‘80 hubo cambios en la estructura de la sociedad estadounidense. Los problemas económicos, los crímenes, la droga y el descubrimiento del sida, generó el nacimiento de héroes más oscuros y con los problemas de esta nueva sociedad. Para lograr que alguien se identifique con Superman y mantenerlo vigente, lo dotaron de humanidad disminuyendo sus poderes y transformando a Clark Kent en el personaje principal. De esta forma las historias se centrarían en los problemas amorosos, familiares y sociales. El nuevo Clark Kent era un Yuppie (Young Urban Professional), joven, activo y triunfador, la actitud de la juventud urbana de los ‘90. Clark Kent servía de ejemplo a la juventud. Era campeón de football americano, tenía novia, una familia bien constituida, era honesto, justo, y ganador de premios académicos. El “Estilo de vida Americano” como discurso principal, se hacía notar. Superman adoptó la muy usada actitud del Grim and Grytty (gestos feroces y de valentía) cuando la escena lo ameritaba. El traje solo sufrió algunos ajustes en el isotipo de su pecho y el largo de la capa. Se prestaron mas atención</p>
2- Vestimenta	<p>Análisis Sintáctico Forma: Superman usa un traje ajustado de cuerpo entero, complementado con una bombacha de tiro medio, una capa del largo hasta un poco más abajo de la altura de las rodillas, un cinto en su cintura con una hebilla en forma de oval. En su pecho y en el centro de su capa, posee un escudo en forma de polígono. Color: Esquemáticos. Rojo, azul y amarillo saturados y</p>	<p>Análisis Semántico La capa es uno de los elementos del traje que cobra mas protagonismo por que en esta versión lleva impreso en color amarillo el escudo del superhéroe permitiendo que este comunique su identidad cuando esta de espaldas. Además genera la sensación de movimiento del personaje, connota poder y da presencia al personaje. Como si fuesen alas o la capa de un rey. Los colores esquemáticos</p>	

	<p>contrastados.</p> <p>Topologías expresivas Estilos Naturalista</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>y primarios del traje logran hacer del personaje una figura pregnante y de fácil reconocimiento a la vez que recuerdan a la bandera de Estados Unidos.</p>	<p>a los cambios físicos. Superman era más voluminoso y tenía un rostro más expresivo, mas humano. La aceptación del público moderno fue inmediata y se consideró a la renovación como una de las mejores en la historia del hombre de acero.</p>
<p>3- Símbolo</p>	<p>Análisis Sintáctico Forma: Figura geométrica, cuyo plano es formado por cinco líneas rectas que constituyen un plano en forma de polígono estilizado y contienen una figura orgánica y estilizada en el centro en forma de letra “S”, y genera un equilibrio oculto. Color: Esquemático. Rojo y amarillo saturados y contrastados.</p> <p>Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos El monograma definitivo de la época esta constituido por lo que sería una letra “S” de trazo regular dentro de un triángulo isósceles invertido situado en el centro del pecho del personaje.</p>	<p>Análisis Semántico El escudo simboliza poder y sirve al personaje como elemento de identidad. Además, esta versión del escudo connota modernidad y dinamismo. La letra “S” representa la primera letra del nombre del personaje. El monograma es diseñado en forma de escudo que evoca una cresta heráldica que identifica al personaje. La letra “S” fue modernizada y estilizada de manera que se adecue a la forma que la contiene sin perder su legibilidad y adquiera mayor pregnancia. Esta versión del escudo de Superman es la primera que un artista empieza a dibujar de una forma que simule el movimiento de Superman así como también exagerar los músculos pectorales del héroe, haciendo que parezca que se salen del traje y doblan el símbolo. El color amarillo en su interior representa la luz: su poder de hecho, se nutre de la energía solar.</p>	

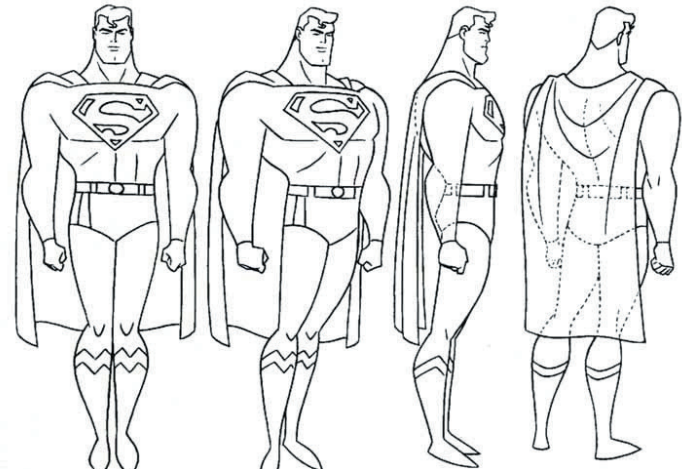
V- 3 Superman 1996

Impulsados por el gran éxito de Batman, y por el comienzo de su propio canal infantil, Warner BROS dio luz verde a los creadores de Batman: La Serie Animada para empezar a trabajar en una versión animada de Superman.

En 1996 Warner Brothers produjo "Superman. The Animated Series" que dio origen a una nueva colección en los comics titulada "Superman Adventures" empezando el N° 1 en noviembre de 1996.



Serie de TV. Superman. The Animated Series



Diseño de personaje realizado por Timm Bryce para la serie de TV.

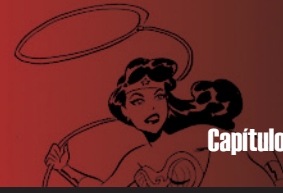


Portada de Superman adventures Annual N° 1. 1996



Portada de Superman adventures N° 1. 1996

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
1- Aspecto Físico	<p>Análisis Sintáctico Forma: Cuerpo estilizado y simétrico. Líneas orgánicas y regulares y líneas rectas y oblicuas como contornos. Textura robusta, espalda, cuello y pecho anchos, cabello corto con un mechón de cabello que cae a la mitad de su frente en forma de “S”. Nariz aguileña, cejas angulares, mandíbula fuerte, mentón dividido y ojos entrecerrados. Manos y pies pequeños. Color: Esquemático. Rosa, negro y azul.</p> <p>Topologías expresivas Estilos: Animación</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>Análisis Semántico Superman tiene la apariencia de alguien musculoso, fuerte e imponente pero no tiene la figura de alguien que se dedica a hacer pesas. Los rasgos faciales responden al canon de belleza masculina de los años cuarenta pero con un aire moderno. Su rostro y textura remite a la versión original del héroe pero estilizado y modernizado. El cuerpo es más artificial, menos natural; más exagerado y desproporcionado.</p>	<p>Nivel Pragmático Esta versión del superhéroe es producto de una moda de los noventa. El retro. Este estilo retoma formas de representación de los años dorados del cómic y se mezcla con las nuevas técnicas de dibujo y animación. Luego del éxito de la serie animada de Superman creada por Timm Bryce, la editorial DC edita el cómic inspirado en la serie. El cual no estaría ubicado en la misma línea narrativa del cómic regular, sino que serían historias paralelas. Y ninguna tenía relación con la otra. Superman es aquí un híbrido entre el original del '38 y el renovado por Byrne en el '86. El público al que están orientadas las historias es a los niños, pero también fue leído por adultos que añoraban el tipo de aventuras del Superman de los '40.</p>
2- Vestimenta	<p>Análisis Sintáctico Forma: Superman usa un traje de cuerpo entero, complementado con una bombacha de tiro medio, una capa hasta la altura de las rodillas con el escudo poligonal impreso en su centro, un cinto en su cintura con una hebilla en forma de oval y botas con cortes en doble pico antes de la rodillas. En su pecho y en el centro de su capa, posee un escudo en forma de polígono. Color: Esquemáticos. Rojo, azul</p>	<p>Análisis Semántico La capa ayuda generar la sensación de movimiento del personaje, connota poder y da presencia al personaje. Los colores esquemáticos y primarios del traje logran hacer del personaje una figura pregnante y de fácil reconocimiento a la vez que recuerdan a la bandera de Estados Unidos.</p>	<p>Este Superman es ingenuo, honesto y con una concepción del bien y del mal como el Superman de los años cuarenta y con ingredientes del Superman de Byrne en el '86 como la actitud más osada de Clark Kent, el look moderno del Isotipo, y con el detalle de que los malos no siempre son tan malos. El público infantil ya no es tan ingenuo.</p>



	<p>y amarillo saturados y contrastados.</p> <p>Topologías expresivas Estilos Animación</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>		
3- Símbolo	<table border="0"><tr><td><p>Análisis Sintáctico</p><p>Forma: Figura geométrica, cuyo plano es formado por cinco líneas rectas que constituyen un plano en forma de polígono estilizado y contienen una figura orgánica y estilizada en el centro en forma de letra "S", y genera un equilibrio oculto.</p><p>Color: Esquemático. Rojo y amarillo saturados y contrastados.</p><p>Topologías expresivas Estilos</p><p>Marcas o Códigos Sintácticos El monograma que conforma el escudo de Superman es básicamente una letra "S" estilizada de trazo irregular dentro de un polígono situado en el centro del pecho del personaje.</p></td><td><p>Análisis Semántico</p><p>El escudo es un símbolo de poder y sirve al personaje como elemento de identidad.</p><p>La letra "S" representa la primera letra del nombre del personaje.</p><p>El monograma es diseñado en forma de escudo que evoca una cresta heráldica que identifica al personaje.</p><p>La letra "S" fue modernizada y estilizada de manera que se adecue a la forma que la contiene sin perder su legibilidad y adquiera mayor pregnancia.</p><p>El color amarillo en su interior representa la luz: su poder de hecho, se nutre de la energía solar.</p></td></tr></table>	<p>Análisis Sintáctico</p> <p>Forma: Figura geométrica, cuyo plano es formado por cinco líneas rectas que constituyen un plano en forma de polígono estilizado y contienen una figura orgánica y estilizada en el centro en forma de letra "S", y genera un equilibrio oculto.</p> <p>Color: Esquemático. Rojo y amarillo saturados y contrastados.</p> <p>Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos El monograma que conforma el escudo de Superman es básicamente una letra "S" estilizada de trazo irregular dentro de un polígono situado en el centro del pecho del personaje.</p>	<p>Análisis Semántico</p> <p>El escudo es un símbolo de poder y sirve al personaje como elemento de identidad.</p> <p>La letra "S" representa la primera letra del nombre del personaje.</p> <p>El monograma es diseñado en forma de escudo que evoca una cresta heráldica que identifica al personaje.</p> <p>La letra "S" fue modernizada y estilizada de manera que se adecue a la forma que la contiene sin perder su legibilidad y adquiera mayor pregnancia.</p> <p>El color amarillo en su interior representa la luz: su poder de hecho, se nutre de la energía solar.</p>
<p>Análisis Sintáctico</p> <p>Forma: Figura geométrica, cuyo plano es formado por cinco líneas rectas que constituyen un plano en forma de polígono estilizado y contienen una figura orgánica y estilizada en el centro en forma de letra "S", y genera un equilibrio oculto.</p> <p>Color: Esquemático. Rojo y amarillo saturados y contrastados.</p> <p>Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos El monograma que conforma el escudo de Superman es básicamente una letra "S" estilizada de trazo irregular dentro de un polígono situado en el centro del pecho del personaje.</p>	<p>Análisis Semántico</p> <p>El escudo es un símbolo de poder y sirve al personaje como elemento de identidad.</p> <p>La letra "S" representa la primera letra del nombre del personaje.</p> <p>El monograma es diseñado en forma de escudo que evoca una cresta heráldica que identifica al personaje.</p> <p>La letra "S" fue modernizada y estilizada de manera que se adecue a la forma que la contiene sin perder su legibilidad y adquiera mayor pregnancia.</p> <p>El color amarillo en su interior representa la luz: su poder de hecho, se nutre de la energía solar.</p>		

V- 4 Superman 1997

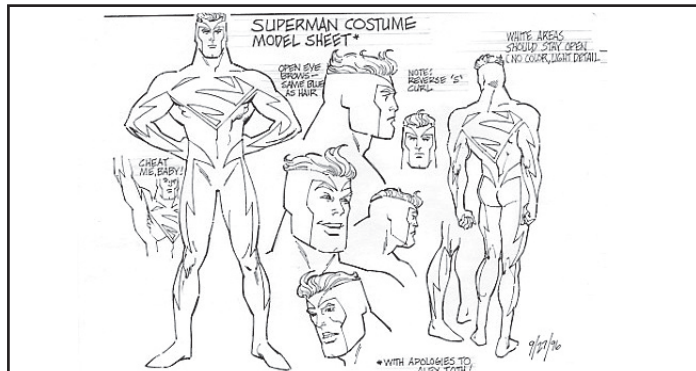
A comienzos del '97, en "The Adventure of Superman #545", puede leerse en la portada "Nueva Vida, Nuevos Poderes, Nuevo Hogar..." y se contempla a Superman sin capa y con la cabeza convertida en un estallido de rayos como un preámbulo a la que será su nueva imagen.

A lo largo de la historia, el personaje, puede atravesar objetos sólidos y se modifican los poderes de su visión.

Luego, en "Superman in Action Comics #732", se lee en la portada "Nuevos Poderes... Nuevos Desafíos..." Aquí, Superman conserva el mismo traje, pero la pigmentación de su piel y presenta la coloración azul que será parte de su nueva etapa.

En "Superman, de Man of Steel #67", la portada reza: *Dí adiós a ese traje*. En este número, Superman se presenta con su mismo uniforme, pero rodeado de rayos y tonalidades azules, que serán definitivos para el surgimiento del Nuevo Superman.

Tras este preámbulo, llega por fin la presentación del Nuevo Superman en las páginas de Superman #123 de mayo de 1997, surge el Superman azul, en donde su aspecto se transforma, se cambia su uniforme, se cambian sus poderes (ahora eran eléctricos) y se cambia el emblema que lo caracterizó por sesenta años.



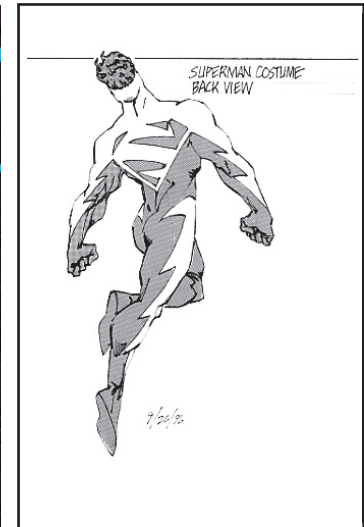
Diseño de personaje para el nuevo traje de Superman.



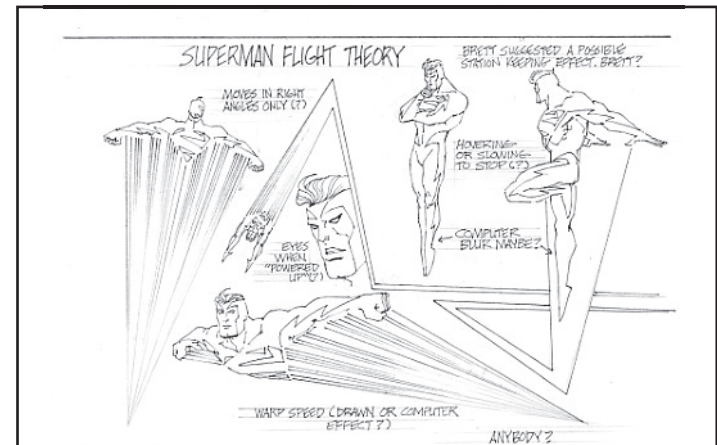
Portada de Superman adventures Annual Nº 1. 1996



El nuevo Superman



Portada de Superman adventures N° 123. 1997
Estudios de posturas



Estudio de movimientos del nuevo traje de Superman.

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
1- Aspecto Físico	<p>Análisis Sintáctico Forma: Cuerpo estilizado y simétrico. Líneas orgánicas e irregulares como contornos. Espalda y pecho anchos, cintura pequeña, músculos definidos, cabello corto. Nariz aguileña, cejas angulares, mandíbula fuerte, ojos luminosos sin iris y piel color celeste. Superman se transformaba en un ser de energía. Podía lanzar rayos y controlar energía, además de volar despidiendo un halo luminoso. Color: Cromática Fantasiosa Color imaginario. Celeste, y negro.</p> <p>Topologías expresivas Estilos: Americano moderno</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>Análisis Semántico Este nuevo Superman ha perdido su humanidad. El color de su piel, ojos y rostro son poco expresivos refuerzan la idea de un ser alienígena, un ser de otro mundo. Su contextura física es andrógena y su postura no connota demasiada masculinidad. Los rasgos faciales y corte de cabello son los mismos por lo cual se entiende que el personaje sigue siendo la misma persona.</p>	<p>Nivel Pragmático Muchos fueron los factores que influyeron en esta versión del Superman. A pesar de que la guerra del golfo había terminado el conflicto aún seguía y los superhéroes que connotaban a América no estaban en su mejor momento. Además, la llegada del nuevo milenio era inminente y todas las editoriales se esforzaban por actualizar y modernizar sus héroes para la llegada del 2000. Las nuevas tecnologías e Internet habían cambiado la forma de comunicación y de informarse. El nuevo Superman refleja todo eso con su nueva imagen. Incluida las nuevas estéticas y visiones de género. El hombre metrosexual, la ambigüedad sexual y el culto al cuerpo. De todas maneras, el público no recibió bien este cambio tan brusco. La gente no se sintió identificada con éste alienígena de piel azul, por más que uno de sus cambios fue la vulnerabilidad de Kent, quien ahora podía morir si no estaba transformado en Superman.</p>
2- Vestimenta	<p>Análisis Sintáctico Forma: Superman usa un traje de cuerpo entero con trazos oblicuos que forman planos triangulares a lo largo de sus brazos y piernas. También consta de una especie de capucha continuación del cuello que cubre su nuca, orejas dejando ver su rostro y cabello. En su pecho, posee un escudo en forma de polígono continuación de los trazos de sus brazos.</p>	<p>Análisis Semántico El traje fue el indicado para un superhéroe que despiden rayos de energía de sus ojos y controla a esta a su voluntad. Además es simple y moderno. El color azul representa el cielo y el blanco connota al color de los rayos de las tormentas.</p>	

	<p>Color: Esquemáticos. Azul, y blanco en alto contraste.</p> <p>Topologías expresivas Estilos Americano moderno</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos El nuevo traje tiene esquemas de rayos a lo largo de sus brazos y piernas.</p> <p>Lo que intenta connotar el traje con las figuras en forma de rayos en sus brazos y piernas es el estado energético del personaje. Son rayos que lo atraviesan. Superman es ahora un ser hecho de energía así que debía representar eso. Debía parecer energía.</p>	
<p>3- Símbolo</p>	<p>Análisis Sintáctico Forma: Figura geométrica, estilizada, cuyo plano es formado por cinco líneas rectas formando un plano poligonal que contiene una figura creada por líneas rectas en el centro en forma de letra "S". Se genera un equilibrio oculto. Color: Esquemático. Azul y Blanco saturados y contrastados.</p> <p>Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos Monograma estilizado constituido por una letra "S" de trazo regular dentro de un pentágono situado en el centro del pecho del personaje.</p>	<p>Análisis Semántico La letra "S" en este caso también representa la primera letra del nombre del personaje. La estilización de la letra con trazos rectos y angulares ayudan a significar el cambio del personaje a un personaje energético ya que la figura formada pretende ser el rayo de un relámpago.</p>

V- 5 Wonder Woman 1941

Junto con Batman y Superman, Wonder Woman es uno de los tres comics con más circulación en la historia del cómic americano. Por el otro lado es el único personaje femenino que es publicado continuamente desde su creación, ya hace más de medio siglo.

Charles Moulton ó Guillermo Moulton Marston (psicólogo y el creador del detector de la mentira) fue quien creó a Wonder Woman en 1941.

Con un gran conocimiento de la psicología y de los comportamientos sexuales, Marston hizo de la Wonder Woman uno de los símbolos pop más grandes de la cultura norteamericana, del estallido del feminismo, de la liberación, y de los asuntos como la dominación de las mujeres por el hombre.

Todo comenzó cuando Marston atacó de alguna manera el contenido de comics en la publicación de uno de sus artículos.

Este artículo ganó la atención de todo editor americano. Fue entonces cuando M.C. Gaines, ofreció a Marston ser consejero de los comics, en lugar de criticarlos.

Poco después, Marston escribía comics usando su conocimiento de la psicología. Es así, el momento de gestación del primer superhéroe femenino, y además un símbolo verdadero del feminismo: Para él, un héroe masculino, en el mejor de los casos, carecía las calidades del amor maternal y la dulzura que son tan esenciales para un niño.

Wonder Woman hizo su aparición en una historia corta en el #8 de All Stars (diciembre 1941- enero de 1942).

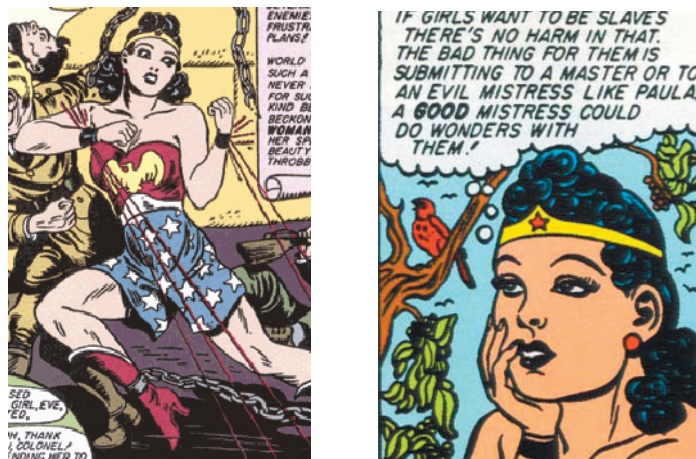
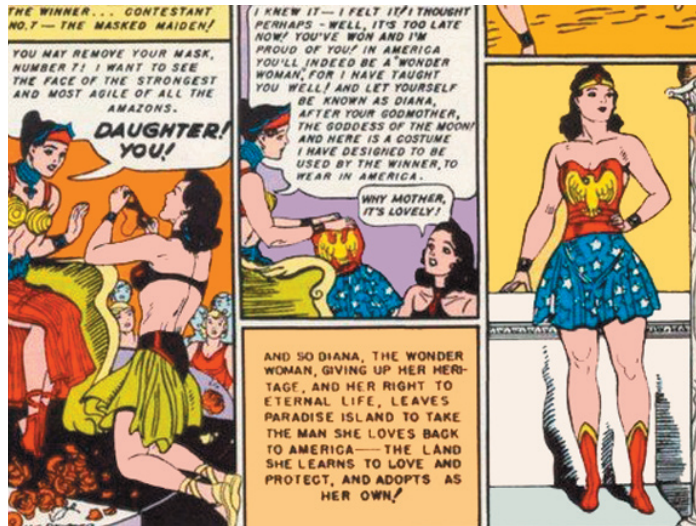
Apareció en un pliego central con la historia de la Princesa de Amazona en esa edición, y ganó una buena respuesta de los lectores.

Wonder Woman apareció después en el número debut de Sensation Comics en enero de 1942, allí ofrecía la sensacional aventura de la nueva heroína. Con una cubierta de Jon Blummer y una versión más larga de sus orígenes, Wonder Woman era de nuevo, un éxito entre lectores, y se convirtió en uno de los personajes líderes de Sensation Comics.

Por entonces, en el verano de '42, debutó en su propio cómic.



Portada de Sensation Comics N° 1. 1942



Viñetas de Sensation Comics Nº 1. 1942

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
1- Aspecto Físico	<p>Análisis Sintáctico Forma: Cuerpo estilizado y simétrico. Líneas de contorno finas y orgánicas. Rostro ancho, redondeado y mentón delineado. Ojos oscuros, redondos y delineados, cejas redondeadas y nariz fina y pequeña Cuerpo robusto. Hombros y caderas anchos, y busto pronunciado. Pies y manos pequeños. Color: Cromática realista – exaltado. Colores rosa para la piel, negro para el cabello, ojos y labios.</p> <p>Topologías expresivas Estilos: Americano clásico</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>Análisis Semántico Wonder Woman luce físicamente fuerte y, a la vez, femenina. Sus rasgos faciales, peinado y textura física, remiten al canon belleza femenina de la época.</p>	<p>Nivel Pragmático Wonder Woman nace en el contexto de la Segunda Guerra mundial. Creada por un Psicólogo feminista con todos los elementos para ser una especie de Superman femenino. Con la bandera de los Estados Unidos como traje, Wonder Woman tubo una rápida aceptación por el público que está deseoso de consumir héroes patrióticos que lucharan en la guerra contra los nazis. Al igual que Superman, ella fue una gran promotora del New deal y de la forma del estilo de vida americano. Servía de ejemplo a las mujeres que querían ser como ella y llenar el hueco que dejaron los hombres que estaban en guerra ocupando sus puestos de trabajo. Las mujeres de los años cuarenta querían ser una Wonder Woman.</p>
2- Vestimenta	<p>Análisis Sintáctico Forma: Brazaletes metálicos pequeños. Delgada tira en punta con un detalle grafico contrastado en el centro de la misma. Corsé rojo hasta la cintura con un grafico que se extiende del centro hacia los laterales en la zona del busto. Cinturón blanco, pollera estampada por encima de las rodillas, y botas medianas con tacos altos y terminaciones</p>	<p>Análisis Semántico La tiara metálica, reafirma su condición de princesa y poder. Los brazaletes son usados por todas las amazonas en forma simbólica para recordar el castigo que le dieron los dioses por haber roto las leyes de los dioses y por haber sido ayudados por estos a liberarse de Heracles y su ejercito de hombres. Su corsé alto y cubre todo el busto y su pollera solo deja ver</p>	<p>A pesar de su visión feminista. Las historias de Wonder Woman estaban cargadas de elementos machistas. Ella perdía sus poderes si era atada por un hombre por ejemplo.</p>

	<p>en punta en la parte superior y una línea fina que la recorre verticalmente. También tiene un lazo que usualmente lleva enrollado al costado de sus caderas. Color: Rojo, azul, amarillo, negro y blanco.</p> <p>Topologías expresivas Estilos Americano clásico</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos El traje de Wonder Woman tiene estrellas de cinco puntas, tanto en la tiara como en su pollera y barras delgadas blancas sobre las botas rojas.</p>	<p>la mitad de sus piernas, lo que corresponde al Los colores del vestuario cumplen una función emblemática ya que son los de la bandera de Estados Unidos y además tienen los mismos elementos gráficos. Por ende connotan americanidad. El lazo es el lazo de la verdad y remite al detector de mentiras que también creó el creador de Wonder Woman.</p>
<p>3- Símbolo</p>	<p>Análisis Sintáctico Forma: Figura simétrica, construida a partir de líneas orgánicas, y gestuales. Color: Esquemático. Dorado</p> <p>Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos Pictograma amarillo con forma de águila calva abriendo sus alas. Se encuentra ubicado en el pecho del personaje.</p>	<p>Análisis Semántico El águila calva es usada por estados unidos como símbolo nacional y significa el alma de Estados Unidos. Esta ubicada en el pecho del personaje para significar que el personaje tiene alma americana.</p>

V- 6 Wonder Woman 1968

Wonder Woman tuvo muchos cambios en los mediados de los años '50 y a través de los años '60. H.P. Peter, el artista original de la heroína murió al terminar la edición número '97, eliminando toda sensación original del cómic.

Para mantenerla vigente, el origen de la amazona fue modificado. Sus poderes que eran derivadas de una combinación de deidades griegas y romanas. Sus aros servían de cápsulas de aire, sus brazaletes eran una especie de comunicador con otras amazonas, su avión invisible se transformo en un "JET" invisible, y viajó al espacio exterior.

En este transcurso, también tuvo de compañía, a una versión más joven de ella misma, "Wonder Girl", que como Robin a Batman, acompañaba en sus aventuras.

Pero el cambio mas radical lo realizó Denny O'Neil bajo la dirección de Michael Sekowsky. No sólo cambiaron su traje, sino que eliminaron sus poderes, y todos los elementos que la relacionaban con las amazonas. El único personaje que aún perduraba en sus aventuras era su eterno amado, "Steve Trevor".

De esta forma, transformaron al cómic de superhéroes en uno de espías, detectives y karatecas.



Portada de Wonder Woman N° 191.



Portada de Wonder Woman N° 201

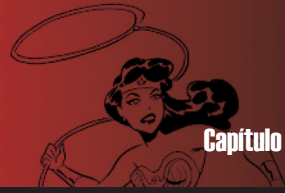


Recorte de portadas de Wonder Woman 1968.



Portada de Wonder Woman N° 193.

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
1- Aspecto Físico	<p>Análisis Sintáctico Forma: Cuerpo estilizado y simétrico. Líneas de contorno finas, regulares y orgánicas. Rostro fino, ovalado y mentón delineado. Ojos claros y redondos, cejas delineadas, pestañas gruesas y en punta, nariz fina, respingada y labios carnosos. Cuerpo delgado. Hombros pequeños y busto pronunciado. Piernas largas, delineadas y proporcionales a las otras partes de su cuerpo. Cabello ondulado, largo a la altura del busto. Color: Cromática realista-exaltado. Colores rosa para la piel, negro, y azul para el cabello y rosa más intenso para los labios.</p> <p>Topologías expresivas Estilos: Americano moderno</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>Análisis Semántico La figura de Wonder Woman, al igual que su rostro y peinado, correspondían a los estereotipos de belleza femenina de la época. La contextura física era de una mujer delicada, femenina. Como el cuerpo de una modelo. Se humaniza. No parece tener superpoderes.</p>	<p>Nivel Pragmático En esta época los ciudadanos Estadounidenses no estaban de acuerdo con la guerra de Vietnam. Los superhéroes vestidos con los colores de la bandera estaban pasados de moda y nadie quería verlos en esta guerra. Junto con esto, DC se reestructura a nivel interno y deciden probar con otros géneros del cómic. De esta manera y aprovechando el éxito de series como The Avengers, sobre súper agentes y espías, los creativos de DC deciden despojar a Wonder Woman de sus poderes y traje americano y volverla Karateca. Un ángel puro que vestido de blanco eliminaría la suciedad del mundo. Pensaron que una heroína más realista sería bien aceptada por el movimiento feminista pero el efecto fue el contrario. Las escenas a pesar de que cumplían con el reglamento del Cómics Code, seguían mostrando a la mujer como un objeto, amarrándola, mostrándola sensual y siempre dependiendo de algún hombre. La renovación fue todo un fracaso transformando esta etapa en una de las peores en la historia del personaje.</p>
2- Vestimenta	<p>Análisis Sintáctico Forma: En esta versión del personaje no hay un vestuario fijo. Wonder Woman va cambiando entre distintos modelos de ropa de moda en los 60, pantalones, camperas, botas altas y cortas, guantes, minifaldas e incluso kimonos.</p>	<p>Análisis Semántico El vestuario connotaba modernidad, sensualidad y juventud en la época, y el color blanco de su ropa connotaba una especie de pureza inmersa en las inmundicias humanas.</p>	



	<p>Color: Cromática realista – exaltado. Predominan el vestuario completamente blanco en la mayoría de los casos.</p> <p>Topologías expresivas Estilos Americano moderno</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	
<p>3- Símbolo</p>	<p>Análisis Sintáctico Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos No tiene tiara ni brazaletes</p>	<p>Análisis Semántico Deja de tener atributos de la realeza. Se humaniza, se vuelve una persona corriente.</p>

V-7 Wonder Woman 1995

Considerada una de los “tres grandes” personajes del panteón DC; Wonder Woman, no ha gozado del mismo grado de atención que sus “hermanos mayores” Superman y Batman. De hecho no se había llegado a publicar ni un sólo tomo reuniendo una línea argumental importante de Wonder Woman.

“El torneo” es el nombre de la saga, en la que ésta nueva versión de la heroína hace su aparición y rompe el maleficio, devolviendo a la amazona la popularidad que no tenía desde de los ochenta durante la etapa en la que George Pérez estaba a cargo del personaje.

Hasta los ´70, Wonder Woman se consideraba “lectura para chicas”; de hecho William Moulton Marston era un eminente psicólogo de su época que había creado el personaje de Wonder Woman con la idea de que sirviera como un modelo positivo para las jóvenes, algo que no podía encontrarse en unos Comics Books, donde la hegemonía de los roles masculinos era casi absoluta.

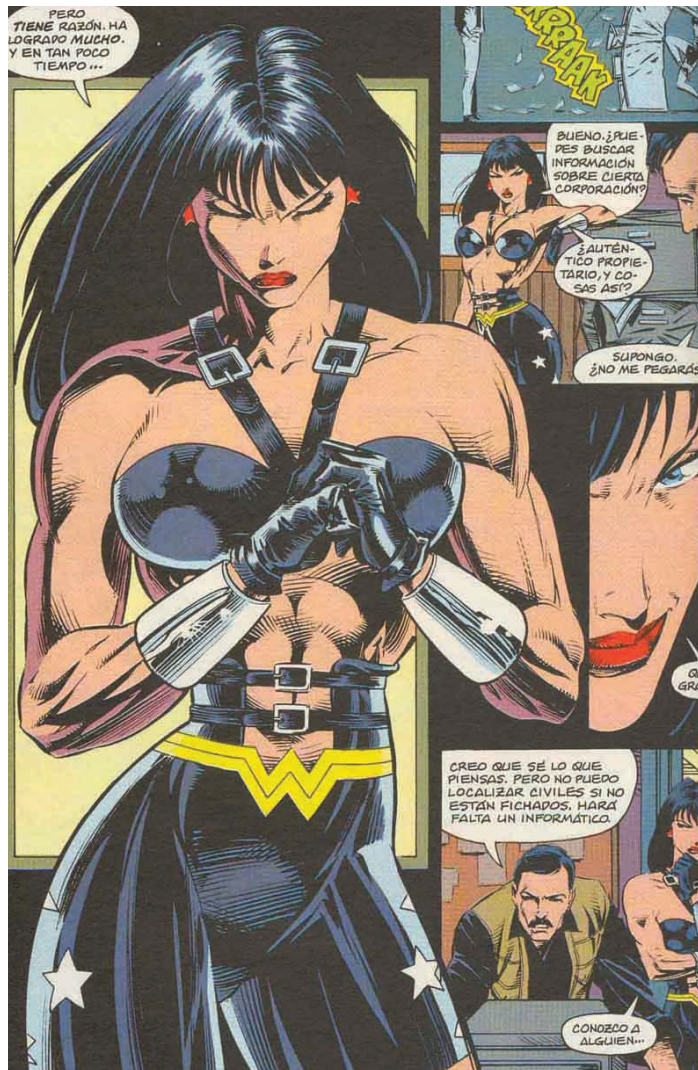
Sin embargo, esa percepción restrictiva iría cambiando a medida que se exploraba todo el potencial del personaje, algo que ha sucedido muy significativamente a finales de la década de los ochenta.

Esta nueva etapa contaba con el talento de William Messner Loeb como guionista, el dibujante brasileño Mike Deodato Jr., y la contribución del genial portadista Brian Bolland, quien también es responsable de haber diseñado el nuevo uniforme de la amazona.

El resultado de sus esfuerzos creativos marca el comienzo de una nueva era de grandeza para la celebre heroína del comic.



Portada de Wonder Woman N° 99. 1995



Víñetas de la saga. El torneo. 1995



Víñetas de la saga. El torneo. 1995

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
<p>1- Aspecto Físico</p>	<p>Análisis Sintáctico Forma: Cuerpo estilizado y simétrico. Líneas de contorno finas y orgánicas. Rostro fino, mentón delineado y pómulos resaltados. Ojos claros y alargados, cejas delineadas y nariz fina y respingada y labios carnosos. En sus gestos faciales predominan el Grim and Gritty. Cuerpo esbelto. Hombros anchos y musculosos, y busto pronunciado. Piernas largas, delineadas, tórax corto y abdomen marcado. Cabello lacio, corto a la altura de los hombros. Color: Cromática realista exaltado. Colores rosa para la piel, negro, y azul para el cabello y rojo para los labios.</p> <p>Topologías expresivas Estilos: Americano moderno</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>Análisis Semántico La heroína tiene el cuerpo de una muñeca Barbie con los músculos de un físico culturista. La feminidad quedó resumida en una figura andrógina que connota masculinidad y fuerza física. Su pronunciado busto y piernas largas y curvas, ayudan a remarcar el hecho de que el personaje es una mujer. Sus gestos son del tipo Grim and Gritty que connotan enojo, rebeldía, valentía etc. Su corte de cabello es más agresivo y moderno. Sus ojos, labios y mentón, connotan sensualidad y feminidad.</p>	<p>Nivel Pragmático En la industria del cómic estaba de moda someter a los personajes a cambios y modernizaciones. El hecho de que el país se encuentre sensible por la recesión económica, los ecos de la guerra del golfo y por como se filtro la información de los hechos en dicha guerra, fue un excelente contexto para una nueva historia. Una amazona renegada. La cual ya no cree en sus gobernantes ni en sus métodos. Esta nueva heroína va con la verdad de frente y no finge doble identidades. Wonder Woman también adopta la actitud agresiva del Grim and Gritty tan de moda. Y se transforma en una mujer agresiva, sensual con botas negras y ropa ajustada de cuero. Esta versión fue de gran aceptación y considerada uno de los mejores periodos de la heroína.</p>
<p>2- Vestimenta</p>	<p>Análisis Sintáctico Forma: Brazaletes metálicos, guantes cortos y aros en forma de estrella de cinco puntas. Traje ajustado compuesto por una calza de ciclista con dos cintos de cuero y un sostén con tiradores</p>	<p>Análisis Semántico Los brazaletes son usados por todas las amazonas en forma simbólica para recordar el castigo que le dieron los dioses por haber roto las leyes de los dioses y por haber sido ayudados por estos a</p>	



	<p>con hebillas que cruzan en forma de v desde el centro de su busto a su cuello además de un par de botines negros con hebillas. Color: Cromática realista – exaltado. Predomina el negro y el azul en el traje con detalles en blanco y amarillo. Predomina un alto contraste de color entre los elementos.</p> <p>Topologías expresivas Estilos Americano moderno</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos En el vestuario podemos encontrar estrellas de cinco puntas blancas a los lados de su malla de ciclista negra y aros rojos con la misma forma.</p>	<p>liberarse de Heracles y su ejercito de hombres. En este caso los brazaletes son más grandes y metálicos lo cual los hace lucir más modernos. El vestuario en general hace lucir al personaje más moderno y urbano. El uso del color negro es para resaltar el cambio de tapa en la vida del personaje, de una visión de vida mas alegre a una más oscura y menos ingenua.</p> <p>Las estrellas blancas y los aros remiten a las estrellas de la bandera de estados unidos y connotan americanidad.</p>
<p>3- Símbolo</p>	<p>Análisis Sintáctico Forma: Figura simétrica, construida a partir de líneas geométricas oblicuas y rectas. Color: Esquemático. Amarillo</p> <p>Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos Monograma sencillo, que se encuentra situado debajo de la cintura construido a partir de dos letras “W” combinadas una sobre la otra. El mismo monograma se encuentra también en la chaqueta que suele llevar el personaje, solo que dividido al medio donde la chaqueta se abre.</p>	<p>Análisis Semántico Las letras “W” son las que representan el nombre completo del personaje “Wonder Woman” y cumplen la función de emblema del personaje. Connota sencillez y modernidad.</p>

V- 8 Wonder Woman 2001

Después del éxito de Kindom Come (una historia en la que se fusionan historias de superhéroes con el Apocalipsis), Alex Ross se encontraba en una posición envidiable. Podía escoger el proyecto que quisiera y escogió trabajar junto al escritor Paul Dini en uno especial, que tenía DC comics con algunos de sus mas representativos héroes.

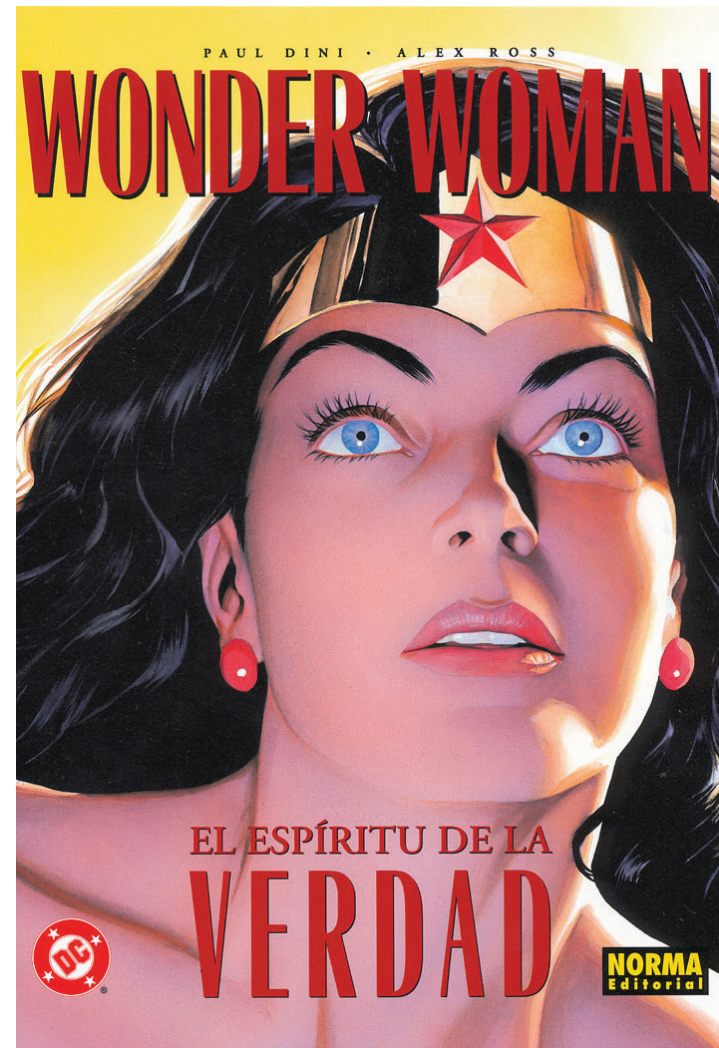
DC pretendió implementar algo que no fuese sólo un cómic, sino un libro de pinturas para todas las edades que recordase a los tabloides de antaño. Las historias fueron auto-conclusivas, no estaban en la continuidad del universo DC y apelaban a la esencia de cada uno de los héroes y como tratan con los poderes del mundo real.

Fueron cuatro historias; una por cada héroe a tratar. Superman, Batman, Captian Marvel y por supuesto, Wonder Woman.

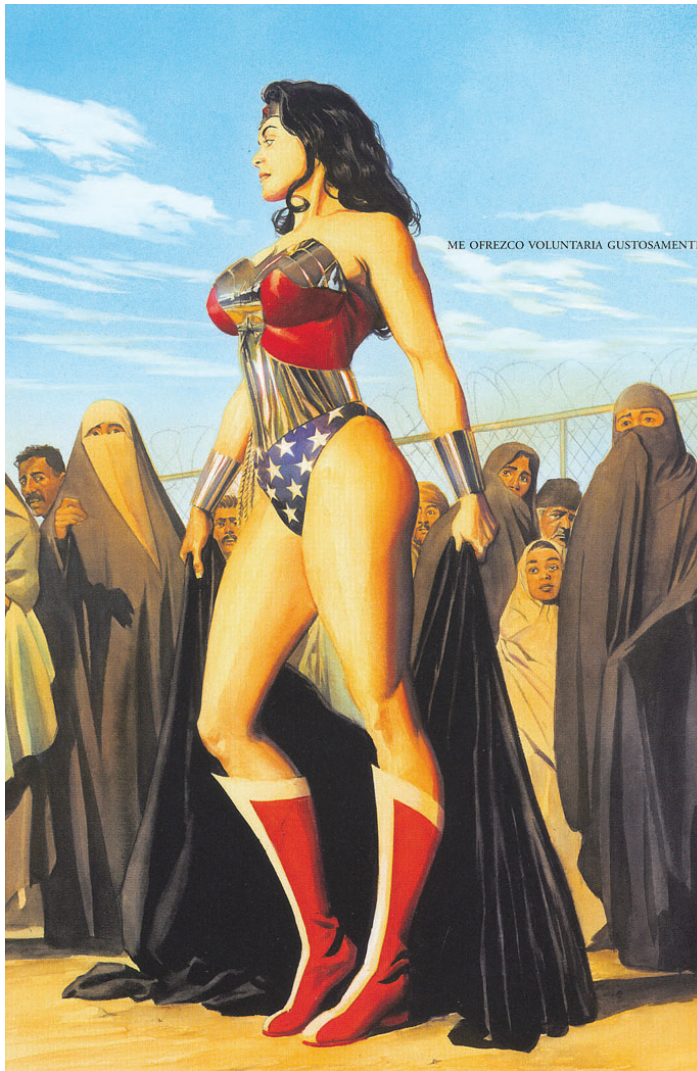
Estos cuatro libros en formato tabloide tratan de problemas básicos de la condición humana, que los héroes no pueden resolver. La clave está en que no pueden sugerir una solución definitiva sino mostrar unos primeros pasos viables.

En esta historia en particular, los autores estadounidenses intentan lanzar una ojeada benevolente al deseo compulsivo de su país de corregir las cosas de una forma directa e instantánea, como si no sólo tuviesen la habilidad, sino también el derecho.

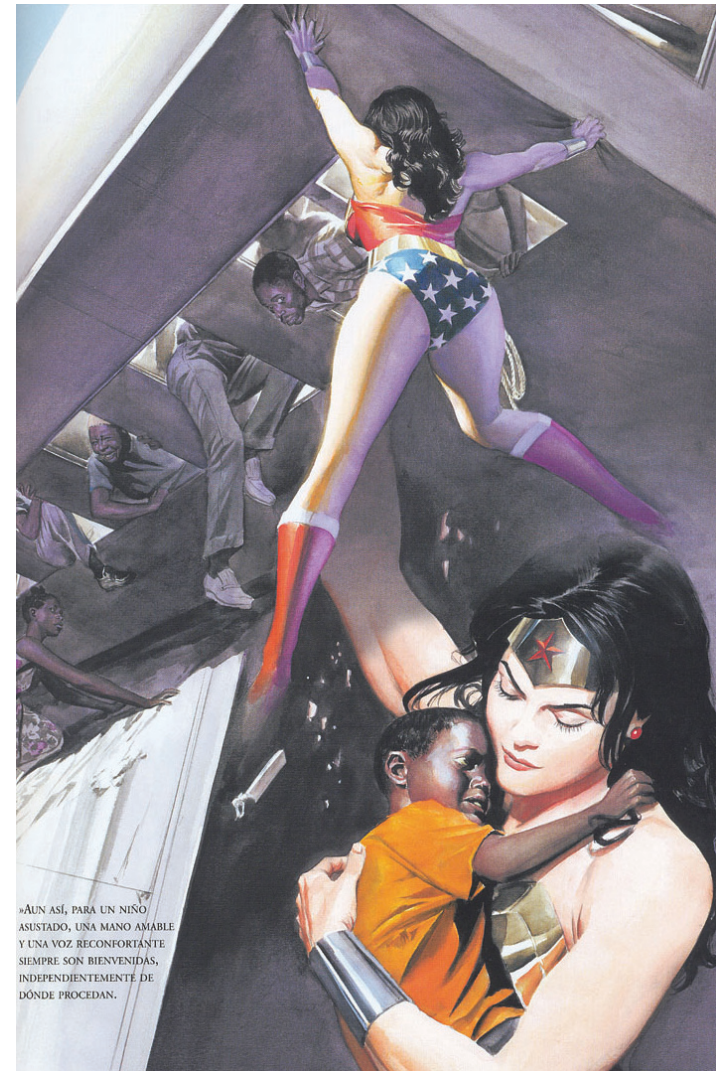
La novela fue un éxito, y los originales de “el espíritu de la verdad” se subastaron por Internet en beneficio de la Twin Towers Fund, logrando recaudar 30.000 dólares.



Portada de la novela, Wonder Woman, El espíritu de la Verdad. 2001

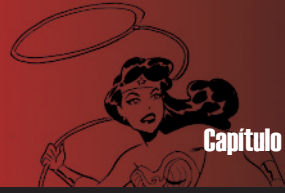


Imágenes de la historia en formato Tabloide.



Imágenes de la historia en formato Tabloide.

Niveles de Análisis	Nivel de Expresión	Nivel de Contenido	Función Comunicativa
Unidad de Análisis			
1- Aspecto Físico	<p>Análisis Sintáctico Forma: Cuerpo estilizado y simétrico. Líneas de contorno finas y orgánicas. Rostro ancho y mentón delineado. Ojos claros, cejas delineadas y nariz fina y respingada. Cuerpo robusto. Hombros y caderas anchos, y busto pronunciado. Color: Cromática realista - Naturalista Imitativo del color de piel blanco, cabello negro y ojos celestes.</p> <p>Topologías expresivas Estilos: Hiperrealista</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos</p>	<p>Análisis Semántico En esta oportunidad Wonder Woman luce físicamente fuerte y, a la vez, femenina. Después de todo es una amazona. Sus rasgos faciales son similares a los de Lynda Carter, la estrella de la serie de televisión de Wonder Woman en los años 70. El uso del color naturalista, texturas y formas, dan al personaje sensación de realismo.</p> <p>El dibujo hiperrealista logra darle veracidad al personaje, da la impresión de que el personaje existiese. Como si lo estuviéramos conociendo.</p>	<p>Nivel Pragmático Estados Unidos estaba abrumado por la caída de las Torres Gemelas el 11 de septiembre del 2001. Esta imponente Wonder Woman realista, vestida con la bandera americana en todo su esplendor, viaja a países del medio oriente para llevar la paz y justicia, pero no es comprendida y la rechazan. Criticada por algunos por el alto contenido ideológico, esta Wonder Woman embajadora de la paz fue un éxito comercial en Estados Unidos. Fue diseñada para parecer real. Tomaron como modelo a la actriz Linda Carter, que le dio vida a Wonder Woman en los 70 en una serie televisiva, y es el mejor referente que tiene la gente de una Wonder Woman real. El traje debía parecer moderno e imponente, para ello el artista estilizo el águila del pecho símbolo de América para se fusione con un monograma en forma de dos W, saturaron los colores y dieron brillo a y detalle a las texturas metálicas. Sus posturas, miradas, gestos, y encuadres son siempre imponentes y con cierto aire de soberbia. Pues es nada mas y nada menos que la bandera americana hecha mujer, en un momento en que el patriotismo era fuerte.</p>
2- Vestimenta	<p>Análisis Sintáctico Forma: Brazaletes metálicos, tira en punta con un detalle gráfico contrastado en el centro de la misma. Texturas metálicas y de telas creadas sobre el traje a partir del uso del color, y sombras creando efectos de volumen y realismo. Luce una tiara metálica. Un corset rojo, bombacha azul con dibujos de estrellas y un laso</p>	<p>Análisis Semántico La tiara metálica, reafirma su condición de princesa y poder. Los brazaletes son usados por todas las amazonas en forma simbólica para recordar el castigo que le dieron los dioses por haber roto las leyes de los dioses y por haber sido ayudados por estos a liberarse de Heracles y su ejercito de hombres. Los colores del vestuario</p>	

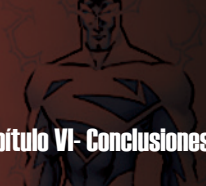


	<p>dorado.</p> <p>Color: Emblemáticos. Hiperrealista. Rojo, Azul, blanco, dorado y plateado.</p> <p>Topologías expresivas Estilos Hiperrealista</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos En el vestuario podemos encontrar estrellas de cinco puntas, tanto en la tiara como en su bombacha y barras blancas sobres las botas rojas.</p>	<p>connotan la americanidad. Y cumplen una función emblemática ya que representan los colores de la bandera de Estados Unidos.</p>
<p>3- Símbolo</p>	<p>Análisis Sintáctico Forma: Figura simétrica, construida a partir de líneas geométricas y orgánicas. Color: Esquemático. Dorado</p> <p>Topologías expresivas Estilos</p> <p>Marcas o Códigos Sintácticos Monograma que situado en su pecho construido a partir de una Letra W estilizada en forma de águila.</p>	<p>Análisis Semántico El águila es un símbolo usado por los Estados unidos, que representa la libertad y los valores de este país y la letra "W" es la que representa al nombre del personaje.</p>



Capítulo VI- Conclusiones





VI- 1 Superman 1938

EL HEROE DEL PUEBLO

Estados Unidos se recuperaba de “la gran depresión” a finales de los años 30. A primera instancia, podría decirse que Superman, es icono y símbolo de una sociedad.

A diferencia de los personajes de otras tiras cómicas superman vivía en el mismo mundo de sus lectores, no era la época medieval, ni otro planeta. Era una ciudad, una metrópolis con crímenes, con mujeres golpeadas, con políticos corruptos, y un lugar donde las compañías explotaban a los obreros. Era el mundo real de 1938, un mundo que buscaba desesperadamente un héroe.

Superman se esconde bajo el disfraz de un hombre común, Clark Kent, un reportero trabajador, tímido, con un look intelectual, anteojos, cabello corto y peinado hacia un costado, y traje con corbata y sombrero impecables. Pero que ante eventuales situaciones de peligro, revela su verdadero yo; un “Súper hombre” fuerte, bello con capa, un traje colorido y pecho grande que enfrenta a sus enemigos enseñándoles el valor de la verdad y la justicia.

La identidad secreta de Superman, Clark Kent, fue de especial importancia para los principales lectores de historietas, “los niños”. Ellos se sintieron identificados rápidamente con el personaje. Eran débiles como él, pero soñaban con que, en realidad eran héroes invencibles.

Más allá de esto, Superman no sólo fue leída por los niños y en poco tiempo fue como si todo el país quisiera ser Superman.

Superman era una especie de proyección de Estados Unidos al mundo, y representaba el “sueño americano”, lo que el ciudadano común aspiraba ser.

Umberto Eco, explica en *Apocalípticos e Integrados*, que el éxito de Superman se basa: (...) en una sociedad particularmente nivelada, en la que las perturbaciones psicológicas, las frustraciones y los complejos de inferioridad están a la orden del día; en una sociedad industrial en la que el hombre se convierte en un número dentro del ámbito de una organización que decide por él; (...)

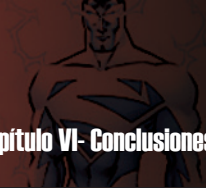
El poderoso personaje es tan fielmente aceptado porque su historia remite al vulgar y mortal ciudadano hacia una identificación con el personaje. En Superman, el ciudadano débil y sin nombre, encuentra la proyección de poder que le dicta el subconsciente, encuentra la fórmula, que imaginariamente, le recrea un ataque al poder que nunca podrá cambiar: el económico, el cual se encuentra representado por el villano Lex Luthor.

El era el espíritu del pueblo, combatía a los corruptos, los dictadores viles y los generales malvados.

Superman era el abanderado del New Deal, con el cual “El gobierno federal” servía de benefactor del pueblo, de personaje protector contra avaros y corruptos.

Superman era el prototipo masculino perfecto, ética y estéticamente. Y lo más importante; lucía los colores de la bandera Americana. Haya sido o no intencional la elección de sus colores, éstos le han dado a Superman el empujón que necesitaba para ser el candidato perfecto para representar a su país y transmitir patriotismo en los momentos que el país mas lo necesitaba, y dejar bien en claro quien es el villano. Incluso en la Guerra Mundial, llevando a Hitler a la cárcel o enfrentándose a nazis y japoneses malvados con colmillos.

Superman es un inmigrante, llega desde otro lugar, otro planeta (donde es llamado Kal-el, lo cual es un juego de palabras que suena a nombre judío) a Estados Unidos, y no puede regresar jamás ya que ha sido destruido, muy similar a la Europa que, especialmente para los judíos europeos había quedado atrás debido a la guerra. Superman es un inmigrante que triunfó en América. Es adoptado por una pareja de estadounidenses modelo y se convierte en Clark Kent, el estadounidense modelo.



VI- 2 Superman 1986

EL MAS HUMANO DE LOS ALIENS

Durante la década del '80 hubo evidentes cambios en la estructura de la sociedad estadounidense. Los problemas económicos, la indigencia, los crímenes, la droga y el descubrimiento del sida, generó el nacimiento de héroes más oscuros, con vidas más complicadas y con problemas contemporáneos.

Para mantenerse vigente, Superman debía humanizarse. Debía ser alguien con quien el ciudadano estadounidense moderno pueda sentirse identificado.

Para ese entonces Superman en sus historietas se había convertido gradualmente, con los años y con las necesidades de la editorial por seguir vendiendo, en un superhéroe demasiado poderoso como para verse afectado por estos problemas terrestres y era imposible identificarse con él.

Para lograr renovar a Superman, el artista y escritor inglés John Byrne decidió que debía contar la historia desde cero, humanizarlo, y cambiar el entorno del héroe de una forma radical.

En la nueva historia, Clark Kent sería el personaje principal y no Superman, siendo ahora este último meramente un disfraz mediante el cual Clark lucha por la justicia.

De esta forma las historias se centrarían en los problemas amorosos, familiares y sociales. Superman ya no sería más un héroe invulnerable y se disminuyeron sus poderes. Para mantenerse en forma, ahora Superman debía ir al gimnasio y levantar pesas.

Como personaje, Clark en esta versión, es más joven, activo, vital y audaz, y no el tímido periodista que siempre fue.

Ahora, la gente podía encontrar en Superman elementos con los cuales sentirse identificado. El superhéroe tenía entonces, una vida personal y problemas. Los mismos que cualquier persona común.

Los funcionarios de la DC hacen alusión en un artículo sobre Superman para la revista Times del 14 de marzo de 1988, de que

el hombre de acero puede llegar a estar implicado con víctimas de sida y personas sin hogar. Aunque nunca tuvo problemas personales con las drogas, debía transmitir la moda contemporánea de "sensibilidad masculina".

El Clark Kent de Byrne cepilla su cabello hacia atrás y usa gafas redondas, y más de una vez desajusta su corbata, desprende su camisa y hasta muestra su pecho velludo.

Servía de ejemplo a la juventud siendo campeón de football americano, teniendo una novia, una familia bien constituida con padre y madre adorables, en los que él siempre encontraba contención. Era honesto, justo, y ganador de premios académicos. Una vez más Superman reflejaba el "estilo de vida americano".

La presencia de Byrne en esta serie sirvió para revitalizar y modernizar a un personaje moribundo editorialmente y dotarlo de una humanidad que pocas veces en su larga historia poseyó.

Esta versión del "hombre de acero" tiende a ser más "Paternal", en el sentido de que, siendo más poderoso que el hombre común, siente que es su deber proteger a los indefensos.

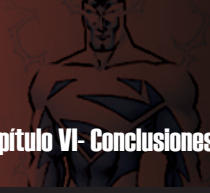
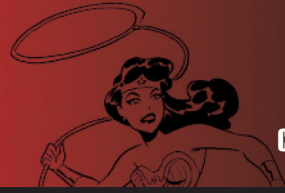
En sus historias, Superman puede ser una figura parecida a Cristo, pero es también es una metáfora de Estados Unidos, que intenta arreglar las cosas al resto del mundo, en lugar de inspirarlos a seguir su ejemplo.

Como otros tantos héroes de los ochenta, el nuevo Superman tuvo que adoptar la muy usada actitud del Grim and Grytty y adoptar una actitud feroz y valiente cuando la escena lo ameritaba. En épocas violentas, Superman también debía ser un poco más violento he imponer sus ideales a la fuerza si era necesario.

El héroe fue dibujado de manera más cinematográfica y con colores más saturados. La capa ahora tenía un protagonismo especial y colaboraba con el dinamismo del personaje y a dramatizar escenas.

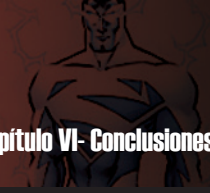
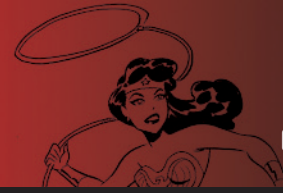
La parte superior del escudo del pecho comenzó a curvarse según la postura de los brazos de Superman. Éste fue un detalle sencillo, pero fue la primera vez que se lo aplicaba; y marcó uno antes y después en la forma de representar el emblemático traje del personaje.

El autor mantuvo el concepto del diseño original y se introdujo



más en cuestiones de fisonomía. Byrne quiso volver el personaje a sus raíces y transmitir los mismos valores que el Superman original: justicia, verdad, y la forma de vivir en América, pero con una actitud ochentera.

El nuevo Superman tuvo gran aceptación, pero también fue criticado por los fanáticos del héroe clásico. En el artículo del Times, Byrne comenta sobre su actualización del héroe y dijo: “Sabíamos que íbamos a ofender a ciertas personas. Solamente la audiencia moderna desea un superhéroe que gruñe, suda y va al cuarto de baño”.



VI- 3 Superman 1996

MUNDO PARALELO

El buen funcionamiento comercial en Estados Unidos de esos comics que podríamos denominar retro, aquellos que recuperan personajes, situaciones y estilos ya olvidados (de la Golden Age, años cuarenta, y de la Silver Age, década de los sesenta), ha llevado a la editorial DC a echar de vez en cuando la vista atrás y resucitar a parte del plantel de viejos protagonistas que los noventa había defenestrado.

Impulsados por el gran éxito de Batman: La Serie Animada y por el lanzamiento de su propio canal infantil, Warner Bros le dio luz verde a los creadores de la popular serie: para empezar a trabajar en una versión animada de Superman.

Del éxito de la serie de animación de Superman creada por Timm Bryce nace la versión en cómic. Igualmente orientado para el público joven, el cómic respeta los lineamientos gráficos de su versión televisiva, pero esta inspirada en otra continuidad. O sea, el cómic regular del hombre de acero no tiene nada que ver con este Superman orientado a los más chicos. Las aventuras se desenvuelven en otra línea temporal, en otro mundo que poco tiene que ver con el mundo en el que se desenvuelven las historias del Superman original.

El dibujo esta inspirado en la forma de representación de los años cuarenta pero con mucha economía de línea. Lo que le daba además al personaje mayor pregnancia.

Esta versión de Superman es una amalgama entre el Superman de los años cuarenta y el aún vigente reinventado por Byrne en el 1986.

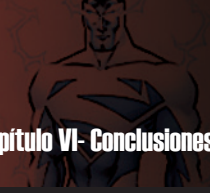
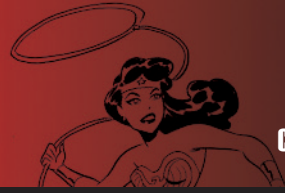
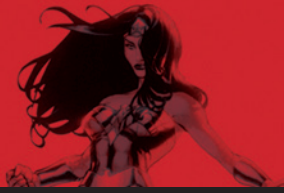
Un Superman ingenuo que lucha por los valores de la verdad y la justicia y otro que ha perdido su inocencia, lucha y padece los problemas del mundo.

Las aventuras no tienen un “mensaje” y los personajes no son unidimensionalmente “buenos” o “malos”. La acción tiene violen-

cia, y en algunas ocasiones hay personajes que son asesinados o condenados a la pena de muerte.

Esta versión del héroe representa a la niñez poco ingenua de los noventa.

Este es un Superman cuya serie de dibujos animados es vista por millones de telespectadores en todo el mundo, además de los cientos de miles que leen sus comics más adultos (quienes, por cierto, son lo suficientemente listos como para seguir dos continuidades distintas al mismo tiempo). En resumen: esta colección fue creada para un público muy amplio. La editorial DC lo vió como un punto de partida excelente para nuevos lectores, para niños, jóvenes y para nostálgicos.



VI- 4 Superman 1997

HEROE DEL NUEVO MILENIO

Superman es ahora víctima de la llegada del nuevo milenio, las estrategias del marketing, del furor por las historias de extraterrestres y del hecho de que luego de la guerra del golfo, el público no consumía héroes patrióticos.

En los noventa muchas editoriales relanzaron cambios drásticos en sus héroes para tratar de captar mayor número de lectores. Superman no fue la excepción.

La intención de los ejecutivos de la editorial no fue la de adosarles un talón de Aquiles, ya que casi todos los héroes, tenían uno desde sus inicios, (Superman: la kriptonita y Wonder Woman ser atadas por un hombre) sino despojarlos de su inmunidad general y arrebatar al lector la certeza del triunfo del protagonista.

Ya en el año 1992 la editorial DC comics había decidido matar a su campeón en lo que fue, según los críticos, uno de los mejores Comics de la historia. Luego de la muerte y regreso de Superman, los creativos de la serie han querido igualar el éxito de esa saga y, sin el resultado deseado, han presentado La Muerte de Clark Kent y La Boda de Lois & Clark.

Esta vez realizaron una historia que toma como base, precisamente, el desconocimiento del desarrollo de los poderes del Hombre de Acero, quien presenta, esta vez, el cambio más drástico que haya sufrido a lo largo de toda su historia, a partir del cual es conocido como El Nuevo Superman o el Superman Azul.

Estos cambios se basaban conceptualmente en la popularización de tecnologías como la fibra óptica (que es un medio para transmitir información a través de la luz), y la Internet, la cual es una red mundial de computadoras interconectadas. Las relaciones sociales e interacciones con otros ahora se daban on line y al igual que esta nueva sociedad, Superman pierde su humanidad.

Paralelamente a las personas que deben aprender a usar estas nuevas tecnologías que cambian drásticamente su forma de

comunicarse e informarse, del mismo modo, Superman intenta aprender a usar sus nuevos poderes y a descubrir sus límites.

Su piel ya no es humana. Superman ahora tiene un cuerpo azul y ojos blancos. No luce como alguien de este planeta. Series de televisión como X- FILES venían siendo todo un éxito en Estados Unidos, tanto en la pantalla como en el cómic. Superman debía contener estos ingredientes. Debía explotar al máximo su legado extraterrestre.

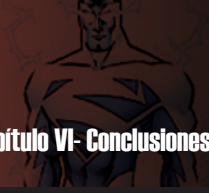
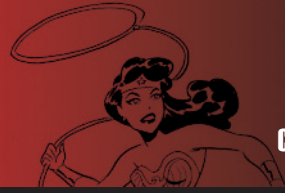
El look andrógono del Nuevo Superman es producto de una nueva noción del género que nace a mediados de los noventa, denominado como “metrosexual”. Superman ahora luce un aspecto femenino/masculino. El nuevo hombre al que Superman representa no teme en usar ropas ajustadas y mostrar su cuerpo trabajado con dietas y el gimnasio, y está en contacto con su lado femenino. El nuevo hombre al que Superman representa, es metrosexual.

Por otro lado, tenemos a un Clark Kent que, aunque siguiendo el legado de Byrne de un superhéroe humanizado, con los problemas de cualquier persona común, ya no es como el de antes, pues cada vez que el Hombre Energético se transforma en su personalidad humana, ésta lo es de tal manera que es vulnerable, y tiene que cuidarse totalmente de sus enemigos pues podría morir. La pérdida de humanidad del héroe se ve equilibrada con la mortalidad de Clark Kent.

Un detalle a tener en cuenta es que, además de la transformación cromática progresiva en las revistas previas a la del gran cambio, el famoso traje rojo, azul y amarillo de Superman, siguió saliendo con bastante frecuencia, tanto en portadas como en interiores, aunque sea llevado por otros personajes, lo cual provocó la tranquilidad del inconsciente de los lectores.

Según un artículo publicado en Superman 122 (USA), Abril de 1997, el cambio no se hizo inesperadamente, ya que todas las historias se planean con más de un año de anticipación. Se habló de un cambio de uniforme, pero fue mucho más que eso. Fue un cambio de “concepto”, este Superman es energía, la luz de Metrópolis.

Ante este cambio conceptual y gráfico, se hicieron encuestas entre los lectores y fanáticos para saber su opinión con respecto

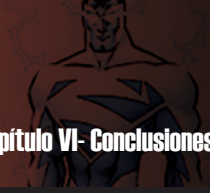
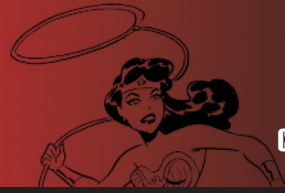


al nuevo aspecto de Superman, y los resultados presentados por las publicaciones de DC fueron favorables y apoyaron el cambio; no así los arrojados por Internet, aunque la aceptación o rechazo definitivo se dieron después de que se publicó el cómic.

El nuevo diseño no fue bien recibido por el público; pues para ellos simplemente ese no era Superman.

Junto con su capa y fortaleza, se fueron todos los valores que Superman representaba, en especial el patriotismo. Los lectores rechazaron esta versión del Héroe y reclamaban al Superman rojo y azul.

A fin de cuentas, la calidad de la saga de la muerte del hombre de acero no se ha superado, las ventas no sé se han mantenido ni aumentado, pero la larguísima saga del Superman Azul, lo único que consiguió es que se hablara mucho de Superman entre los lectores, que algunos se entusiasmaran con el nuevo proyecto, sin darse cuenta que la misma DC ya tenía previsto de antemano el fin de celebrar el 60º Aniversario con el regreso del Superman clásico.



VI- 5 Wonder Woman 1941

LA AMAZONA FEMINISTA

En los Estados Unidos, la Guerra Mundial fue un elemento que pesó mucho en la liberación femenina. Dado que los hombres eran reclutados, muchas mujeres se incorporaron a las fábricas y empresas como fuerza de trabajo, en donde pudieron demostrar que su capacidad estaba a nivel que cualquier hombre. Wonder Woman fue, en su momento, un auténtico paraguas. Se trataba de una gran inspiración para la mujer de la época; una heroína por sí misma, sin depender del auxilio de ningún hombre.

Wonder Woman era de los buenos, y los buenos vivían en Norte América. No obstante, ella lucía en su traje las partes más representativas de la bandera de Estados Unidos, y en su pecho lleva el pictograma del águila símbolo de Estados Unidos de América.

En su identidad secreta ella es Diana Prince, una enfermera de la armada y luego forma parte del departamento de guerra como secretaria de un general. Lo ideal para un superhéroe Americano es ser alguien a quien el público pueda admirar en tiempos belicosos, tales como un militar, un reportero, un excombatiente, o una enfermera de guerra.

A los villanos mitológicos contra los que ella luchaba, se suman los grandes malos del momento, los nazis, encarnados principalmente en la Baronesa Paula Von Gunther. No había gran misterio, las historias eran claras; una mujer vestida con la bandera de estados unidos derrotaba a los nazis y sus aliados.

Dentro de la lucha contra el mal y la injusticia era bastante independiente; aun vendiendo el concepto de que la mujer no es nada sin un hombre a su lado. Tras esta situación, se manejó una relación enfermiza con el Coronel Steve Trevor, al grado de que ella salió de la Isla Paraíso y se incorporó a la lucha por que estaba enamorada de él.

Esta dependencia llegó a tal grado que, a diferencia de otros héroes, ella se hizo de una identidad secreta y se incorporó al

ejército como enfermera, únicamente para poder estar cerca de él. Una visión todavía demasiado machista, que se acentuó cuando Marston (su creador) dejó de hacer los guiones de la revista, para quedar en manos de hombres que tenían la particular visión de aquellos años.

Eran momentos en que el machismo aún prevalecía, por lo que los héroes principales debían ser varones. Wonder Woman, si bien era una valiosa presencia en la galería de superhéroes de la editorial DC, seguía siendo un personaje menor, que cuando actuaba junto a su colega masculino, Superman, debía ser protegida, y más de una vez, auxiliada. Las oportunidades para la mujer todavía tendrían que ganarse, incluso siendo superheroína.

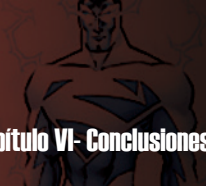
Wonder Woman fue un gran éxito comercial, y se intentó que el ángulo femenino siempre estuviera por delante.

El dibujante Harry Peter sin embargo, tenía un enfoque muy masculino. En cuanto a dibujos atraía a lectores masculinos. Peter era un artista que se especializaba en las expresiones faciales con lo cual tendía a dibujar a los personajes un tanto cabezones. Además era muy detallista con los fondos y vestimentas y le daba al comic un estilo muy art-deco.

Otra cosa también pudo haber atraído a los lectores masculinos: Wonder Woman perdía sus poderes y libre albedrío; si algún hombre ataba sus brazaletes. Sin duda hay un aspecto sadomasoquista en el atractivo de la amazona. Casi todas las historietas estaban salpicadas de dominación femenina, subyugación, castigo y toneladas de fetiches.

Sin duda ningún lector en esa época era conciente de eso, o sabía de la particular vida del creador de la heroína. Marston vivía felizmente con su esposa y con una ex estudiante que siempre usaba brazaletes de metal en ambas muñecas y con los hijos de ambas mujeres.

A pesar de su estilo de vida vanguardista, Marston hacía que la Mujer Maravilla diese consejos sensatos a los niños en el país incitándolos a recoger papel y chatarra para reciclarlos como suministros bélicos.



VI- 6 Wonder Woman 1968

WOMAN, WONDER WOMAN.

A finales de los '60 el pueblo Norteamericano estaba en contra del conflicto de Vietnam y pedía continuamente su cese a través de numerosas protestas.

Los superhéroes de la época no pelearon contra los villanos de la guerra, como había sucedido en los años cuarenta. Nadie sabía quien era el verdadero enemigo y se evitaron los temas bélicos en los comics.

En ese contexto los superhéroes con poderes estaban perdiendo popularidad y más aún si connotaban nacionalismo vistiendo los colores de la bandera estadounidense.

En el año '68 la editorial DC sufre grandes cambios a nivel organizacional. La nueva administración decide experimentar con series y personajes de los más variados géneros.

Con el auge de los superagentes y espías en crecimiento exponencial, Wonder Woman tuvo una transformación, a tal punto que pierde sus poderes adoptando un look totalmente contemporáneo. Se transforma en una mujer que atiende una boutique, se vuelve karateca y entrena con un sensei oriental ciego; dejando de lado las aventuras fabulescas y mitológicas, para adentrarse en el perverso mundo del espionaje internacional.

Los autores anhelaban que una heroína más realista fuera bien recibida por el nuevo movimiento feminista que estaba en ebullición, y la presentaron como un ángel blanco y puro que eliminaría la suciedad de esa sociedad.

El resultado fue negativo, ya que las líderes del movimiento feminista criticaban al cambio porque que consideraban que habían bajado de categoría a la única mujer poderosa en el comic, con la que muchas de ellas habían crecido.

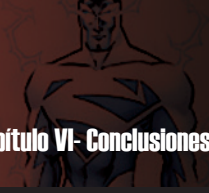
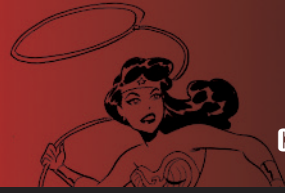
Una de las portadas más controversiales, muestra a la nueva Wonder Woman disparando con un arma de fuego a un aeroplano. Esta nueva versión de la heroína no duda matar para defenderse

o defender a inocentes.

De todas maneras la visión del mundo que mostraba Wonder Woman, al igual que muchos de los héroes de la editorial DC Comics de los '60, era sencilla. Los buenos eran muy buenos y los malos, eran muy malos. No había lugar para ambigüedades, ni elementos que rompan las reglas del "Comic Code" que regía como debían ser los Comics en ese momento.

A pesar de las intenciones de darle un giro feminista, el mundo del cómic estaba hasta fines de los '70 bastante dominado por los hombres y tanto los lectores como los autores eran fundamentalmente hombres. Por ello, como se trataba de entretener y atraer a los lectores, el cómic recreaba en imágenes las fantasías eróticas y de aventura de los hombres. En ellos, las mujeres y Wonder Woman, aparecían casi siempre como objetos de deseo, dibujadas en detalles y gran carga erótica. Las protagonistas podían ser inteligentes pero sus cuerpos debían ser jóvenes, perfectos y sexys. Los papeles secundarios asignados eran el de novias eternas o compañeras de algún hombre; rara vez dueñas de sus vidas.

Para los lectores este fue indudablemente el peor período en la historia de la heroína, dejando esta "nueva Wonder Woman" irreconocible y poco atractiva a nivel comercial. Se intentó posicionar este cambio incrementando el nivel de acción en la historia y hasta matando a Steve Trevor (el eterno amante de Wonder Woman) pero no tuvo éxito y solo lograron empeorar las cosas. Sin embargo esta etapa duró cuatro años.



VI- 7 Wonder Woman 1995

RENEGADA DE SU HERENCIA

Las tendencias cambian y con ellas los personajes del cómic. Lo nuevo en los '90 era someter a los personajes a cambios drásticos y modernizarlos con la intención de captar la atención de los lectores. El público exigía historias más maduras, oscuras y dramáticas.

Así es como Wonder Woman descubriría que su madre y reina le ha mentado, y que en el pasado ha sacrificado a todo un pueblo y asimismo a su hermana para obtener su propia gloria. Wonder Woman renuncia a lucir el traje que representaba todo en lo que ella creía. Esta historia cobra más sentido si se tiene en cuenta que luego de la guerra del golfo el pueblo de los Estados Unidos se sintió engañado por la manipulación de la información por parte del gobierno y los medios. Sumado al descontento por la recesión económica que sufrió el país terminada la guerra.

Wonder Woman es ahora una amazona renegada, una mujer de armas a tomar que niega sus orígenes, no necesita al hombre y hace justicia por mano propia.

Ya en los '80 era inadmisibles que una mujer siguiera buscando el matrimonio como única motivación en su vida. Por ello, esta nueva Wonder Woman tendría que tener un planteamiento distinto, en donde su independencia fuese todavía más marcada que la que le dió Marston cuando la creó en los '40.

La nueva imagen física Wonder Woman es producto de la noción de género de mediados de los noventa. Wonder Woman como muchas mujeres, trata de mimetizarse con el estilo masculino, de vestimentas y actitudes corporales audaces y desafiantes.

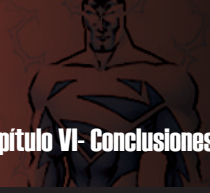
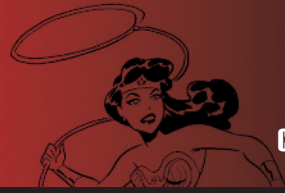
Esta versión de la heroína no tiene identidad secreta, la mujer es siempre Wonder Woman, sin máscaras ni mentiras; con fuerza, sensualidad, determinación y sobre todo con la verdad.

En esta época también se usó mucho en el cómic el "Grim and Gritty" de los ochenta, a lo cual Wonder Woman tuvo que adoptar como modo gestual.

El autor puso más énfasis en lo que es un cómic de superhéroes a la antigua usanza, con mucha más acción, dejando los aspectos mitológicos en un segundo plano. De esta forma podemos ver a la princesa amazona en acción. Dejando su rol de embajadora de la paz de lado.

La nueva y más rebelde amazona fue aceptada de inmediato, logrando ser incluso nombrada por los críticos y fanáticos, una de las mejores versiones que tuvo el personaje.

"El torneo", es justamente el nombre de la saga del cambio. El propio editor de la serie americana, Paul Kupperberg, reconoce en un artículo al final de la saga, que cuando comenzó a trabajar en la línea argumental de "El torneo", jamás se imaginó que pudiera tener el impacto que finalmente tuvo.



VI- 8 Wonder Woman 2001

ABANDERADA DE AMERICA

Esta Wonder Woman realista se dio a conocer luego de la caída de las torres gemelas el 11 de septiembre de 2001.

En la historia para la que se diseñó esta versión, Wonder Woman es arrastrada por la melancolía al no verse comprendida por los humanos, ya que éstos no entienden que ella les trae la justicia y la juzgan sólo por su aspecto y no por sus ideas. De esta manera, tenemos un personaje de características casi mesiánicas que, vestido con un uniforme de barras y estrellas, viene a proporcionarnos la verdad mientras se enfrenta a aviesos orientales y a siniestros dictadores islámicos.

Según los autores, se había planeado que la historia se centrara en Oriente Medio, incluso antes de que eso pudiese parecer polémico y se catalogaron de proféticos. No estaban seguros de como sería recibida esta Wonder Woman, pero las respuestas se vieron contestadas en los numerosos premios que recibió tanto la historia como el artista por supuesto en Estados Unidos. Mientras que en otros países fue duramente criticada por su alto contenido ideológico.

Esta Wonder Woman es una embajadora de buena voluntad, al grado de que su compromiso es más de convencimiento que de lucha. Desea también acabar con el crimen, pero más por el lado del convencimiento y la armonía entre los seres humanos que en el combate con los villanos. La mujer maravilla, se ve a sí misma como un ejemplo, un estímulo para que los humanos, a quienes considera sus iguales, aprendan a resolver sus problemas por ellos mismos. Una vez más, un americano da el ejemplo.

En un cómic de intenciones más humildes sería hasta gracioso, pero en uno que se supone adulto y hasta reflexivo nos da una idea bastante dramática de la incapacidad analítica de algunos.

Algunas de las preguntas que generaron este diseño fueron: ¿Y si fuese real? ¿Cómo reaccionaría la gente a esa mujer alta y

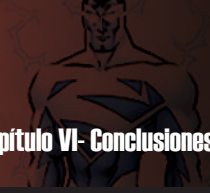
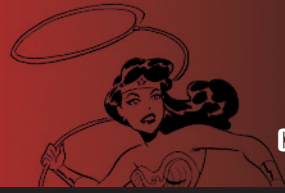
bella que luchaba contra la injusticia con un traje bastante escaso? ¿Y cómo se la trataría, como embajadora de la paz que es, si se aparecía en un país del tercer mundo vestida con los colores de la bandera americana?

Con todas estas preguntas en mente, Alex Ross diseñó una Wonder Woman que luce imponente en cada cuadro. Posturas, miradas, encuadres, gestos, todo colabora a darle una actitud de superioridad.

El artista se inspiró en la actriz Linda Carter para el diseño del rostro de esta Wonder Woman, ya que ella realizó la mejor interpretación del personaje del siglo XX en la serie de TV de los años 70. Según el propio Ross, ese modelo la marcó mucho visualmente.

En febrero de 1982, su marca “el emblema del águila” que adorna su busto fue remplazado por un monograma formado por dos W y es el que a usado desde entonces. Pero es, en éste diseño donde se fusiona el águila y el monograma de las W, logrando una perfecta combinación de significados. Lo clásico y lo moderno. El nacionalismo y la identidad del personaje. Todo en uno.

En cuanto a la forma de representación, las revistas PULP de los años veinte y treinta, habían tenido, tradicionalmente, portadas pintadas. Pero lo que hace el punto de vista de Ross sobre Superman y los otros héroes sea único, tiene dos vértices. Primero, nadie estaba acostumbrado a verlos así en las páginas. Segundo, no era sólo que los vieran de forma diferente, sino que parecía que los vieran de verdad por primera vez. El efecto era como el de conocer a alguien de quien solo has oído hablar.



VI- 9 Conclusión General

Los superhéroes permiten el desarrollo de una familiaridad con los lectores que no logran otros medios. Sus entretenidas historias son más accesibles y fácil de memorizar que, por ejemplo las noticias del diario; esto gracias a que establece un código puramente visual de difusión: anagramas, colores, tipografía, globos de texto, y formas de representación del cuerpo humano aceptadas culturalmente. De ésta manera, el cómic puede ser comprendido por un público muy amplio de niños, jóvenes y adultos.

La ilustración se interpreta sin necesidad de saber leer y así, el comic se convierte en uno de los grandes medios de comunicación como la televisión y el cine, y generador de saberes que más allá de su función explicativa, persuaden.

En los años 40, la época de oro de los superhéroes, el mundo estaba en Guerra, y Estados Unidos estaba implicado en la contienda, primero sólo contra Japón, y luego también contra Hitler, y esta circunstancia influyó muy notablemente en la cultura popular que se produjo en aquella época. La industria del ocio Americana siempre ha arropado a su país cuando éste ha necesitado de moral, de motivación o incluso a modo de propaganda que asegurase que todo el mundo estaba de acuerdo en quién es el enemigo. Igual que posteriormente pasó con los rusos durante la guerra fría, los iraníes en los '80, o recientemente con los terroristas.

Durante el tiempo que duró la Segunda Guerra Mundial, surgieron múltiples novelas, comics acerca de grandes héroes americanos que derrotaban a malvadísimos nazis.

Superman y Wonder Woman, llevaron así a su máxima expresión el cómic – Code, que “establecía como regla que en todos los casos el bien debía triunfar sobre el mal y el criminal debía ser castigado por su crimen”, jugando al papel de educador en valores y de una forma de ver la vida puramente occidental.

El artista plástico Alex Ross explico en su libro *Mytology* que: “Cuando eres adolescente, necesitas orden en tu mundo, y los superhéroes te lo ofrecen, una sensación de la ética que nunca va a cambiar. Nunca dejan de ser perfectos, siempre en la lucha por

sus ideales. Resuelven temas morales de forma rapidez, de una manera que la religión no lo hace. O si lo hace, es de forma muy compleja y muchas veces confusa.”

Estos héroes comunicaron además, el New Deal, el estilo de vida Americana, la guerra de Vietnam, la pérdida de valores antes establecidos y de la credibilidad en el “sueño americano” de total felicidad que se resquebrajó en la década de los sesenta, a través del feminismo, la droga, el sida, el cambio en la noción de género sexual de los '90 y hasta la Internet.

Estos héroes plantearon una visión de la moral y los valores en la que “los malos son siempre malos” y que “el superhéroe siempre gana” y en la medida que de la sociedad cambiaba sus estructuras, ellos pudieron evolucionar junto a ella y seguir vigentes.

Superman y Wonder Woman son verdaderos transmisores de estereotipos masculinos y femeninos respectivamente.

Ambos son representaciones gráficas de los sueños e ideales de la gente. Humberto Eco explica en *Apocalípticos e Integrados*, que el personaje de los Comics debe ser un arquetipo, la suma y compendio de determinadas aspiraciones colectivas. Y agrega que por lo tanto debe inmovilizarse en una fijeza emblemática que facilite su reconocimiento.

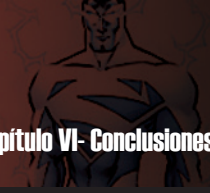
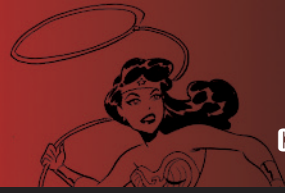
Desde su creación, Superman y Wonder Woman han vivido innumerables alteraciones, retoques, recreaciones y renacimientos, casi tantos como décadas han vivido en su larga historia.

Sus poderes han sido redefinidos y sus orígenes variados tantas veces como fueron necesarios para mantener su popularidad, acorde a los tiempos y a los gustos del público.

Más de una vez esto ha provocado contradicciones e incoherencias, aunque al final se haya formado en la mente de sus lectores una imagen global y unificada, sostenida por las características básicas principales del personaje.

Según Alex Ross los superhéroes de la editorial DC se distinguen de los demás no sólo por su misterio y extravagancia, sino por que son personas definitivas.

En el siglo XXI, los superhéroes han ganado nueva popularidad. La televisión y los estudios de cine han revivido los superhé-



ros y los han convertido en estrellas de la gran pantalla. Sobre las páginas de los cómics, los superhéroes están encontrando una renovada relevancia en la vida moderna. Los cómics fueron y siguen siendo una vez más un lugar para explorar lo mejor y lo peor de la humanidad.



Bibliografía

BUSTINZA-GRIECO-BAVIO. *Los tiempos contemporáneos, Argentina y el mundo*. AZ Editora. 4° Edición. Buenos Aires. 1994.

COSTA, Joan. *Diseñar para los ojos*. Segunda edición. Grupo Editorial Design. La Paz - Bolivia. 2003

CHERALIER, Jean, GHEERBRANT, Alain. *Diccionario de los símbolos*. Ed. Herder. 5° Edición. 1995.

CHIP KIDD - GEOFF APEAR. *Mythology "El arte de Alex Ross"*. Ed. Norma. Edición en castellano. Barcelona, España. 2004.

DA COSTA, Adriana. *Borrador libro de Semiótica aplicada al análisis de la Publicidad y el Diseño Gráfico*. IES Colegio Universitario Siglo 21. Apunte de la cátedra. 2000.

DÍAZ, Carlos Wormald. Apunte de la cátedra Planificación y organización. *Proceso de Comunicación visual*. Especialización en Comunicación Visual. Educación a Distancia - Universidad de Antofagasta. Chile. 2000.

DÍAZ, Carlos Wormald. Apunte de la cátedra. *Fundamentos de la Comunicación Visual*. Especialización en Comunicación Visual. Educación a Distancia - Universidad de Antofagasta. Chile. 2000.

DONDIS, Donis. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona. 1985.

ECO, Humberto. *Apocalípticos e integrados*. Ed. Lumen. Barcelona. 1968.

ETCHART-DOUZON-RABINI. *Historia 3: Argentina desde 1832 y el mundo contemporáneo*. Cesarini Hnos. Editores. 7° Edición. Buenos Aires. 1990.

FRASCARA, Jorge. *Diseño y Comunicación*. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 1988.

FRADKIN, Raúl (coordinación) – AAVV. *El mundo contemporáneo: Siglos XVIII, XIX y XX*. Edición Estrada. 2° Edición. Buenos Aires. 2000.

FRUTIGER, Adrián. *Signos, símbolos, marcas y señales: Elementos, morfología, Representación, significación*. Ed. G.Gilli, S.A de C.V. México. 1981

GIDDENS, Anthony. *Sociología*. Alianza Universidad. 1997.

HORLAD, Koppers. *Fundamentos de la Teoría de los colores*. Ed. Gustavo Gili. 5° Edición. Barcelona. 1995.

JAUREGUI-GONZALES-FRADKIN. *Historia 3*. Ed. Santillana. Buenos Aires. 1991.

LEDESMA, María. *El Diseño Gráfico, una voz pública (de la comunicación a la era del individualismo)*. Ed. Argonauta. Buenos Aires. 2003

MEGGS, Philip. *Historia del Diseño Gráfico*. ED. Mc. Graw Hill. 3° Edición. México. 1998

OLIVETTI, Ariel. *Iniciación al Dibujo de Historietas*. Colección Dibujantes - Libro 2. Ancares Editora – Argentina. 2004

PIGNATARI, Decio. *Información, lenguaje, comunicación*. Ed. Gustavo Gilli. Barcelona. 1977

SCOTT GILLIAM, Robert. *Fundamentos del Diseño*. Ed. Limusa, Grupo Noriega. México. 2000.

SCRIBANO, Adrián. *Introducción al proceso de Investigación en Ciencias Sociales*. Editorial Copiar. Córdoba. 2002.

VILLAFañE, Justo. *Introducción a la Teoría de la Imagen*.



Editorial Pirámide. 1987.

VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen*. Ediciones Paidós. Barcelona – Buenos Aires
Primera Edición. 1983

VASILACHIS DE GIALDINO, Irene. *Métodos Cualitativos 1 – Los Problemas Teórico - Epistemológicos*. Editor de America Latina S.A. - Buenos Aires - 1993

EN INTERNET / OTROS

GARCÍA TORRES, Milko A. “Qué son las marcas y logotipos (I)”
Recopilación del libro “Cómo diseñar marcas y logotipos” de John Murphy y Michael Rowe.

En <http://www.imageandart.com/teoria.html>

En <http://www.dccomics.com>

En <http://www.supermanhomepage.com>

En <http://www.wonderwomanytb.com>

En <http://www.batman-superman.com>

En <http://www.supermancollectors.com>

En <http://comicrel.dreamhosters.com/forum/>

En <http://www.amazonarchives.com>

En <http://www.supermansupersite.com/>

En <http://www.drawmagazine.com>

En <http://comicscan.blogspot.com/>

En <http://www.dialbforblog.com/>

En TV.: Canal History Channel. Documental: Superheroes Unmasked. 2003

COMICS CONSULTADOS

SIEGEL- SHUSTER. *Action Comics Nº 1*. DC Comics. U.S.A. Junio, 1938.

MARV WOLFFMAN- GEORGE PEREZ –DICK GIORDANO. *Crisis en tierras infinitas Nº 1*. Ediciones Zinco. Barcelona, España. 1986

DAN JURGENS – JERRY ORDWAY- JON BOGDANOVE –TOM GRUMMETT – ROGER STERN. *La muerte de Superman*. Editorial Perfil. Buenos Aires, Argentina. Julio, 1993

BYRNE – GIORDANO. *The Man of Steel Nº 1*. DC Comics. New York U.S.A. 1986.

DAN JURGENS- RON FRENZ – JOE RUBINSTEIN. *Superman Nº 297*. DC Comics
Grupo Editorial VID S.A. Impreso en México. Marzo, 1999

MIKE SEKOWSKY – DICK GIORDANO- DENIS O’NEIL. *Wonder Woman Nº 178*. DC Comics. U.S.A. Octubre, 1968

WILLIAM MOULTON MARSTON – HARRY G. PETER – MAYER. *Sensation Comics Nº 1*. DC Comics. U.S.A. Enero, 1942.

LUKE – PAQUETTE –MC LEOD. *Wonder Woman Trinidad*. Ed. Norma. Edición en castellano
Barcelona, España. Marzo, 2001

PAUL DINI – ALEX ROSS. *El espíritu de la verdad*. Norma Editorial. Edición en castellano. Barcelona, España. Mayo, 2002.

LOEBS – DEODATO. *Wonder Woman “El torneo”*. Volumen especial. Ediciones Zinco. Barcelona, España., 1995.

