

79
2ej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**EVOLUCION ICONICA DEL COMIC " EL
HOMBRE ARAÑA ": EN TRES DECADAS.**

T E S I S A

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACION**

**P R E S E N T A ,
ANGELICA MARIA LOPEZ MANI**



ASESOR: LIC. VIRGINIA E. REYES CASTRO

MEXICO, D. F.

1996

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A DIOS

A RUTH MANI

A GEORGINA

Dedico mi esfuerzo a ti **Mi Señor** porque desde mi niñez hasta la actualidad he sentido tu presencia: me has cuidado, me has consolado, me has guiado, me has dado... por medio de un ser que adoro: mi madre.

En esta etapa de mi vida he comprendido lo valiosa y grande que es, así como sus enseñanzas y cariño que me ha transmitido. **Mamá**, te doy las gracias por haberme dado un hogar tan lindo y como todos mis esfuerzos, éste trabajo también te lo dedico a ti.

Por quien sentí un especial apoyo y ha estado siempre conmigo sobre todo desde mi formación profesional hasta la fecha: mi hermana **Georgina**. Igualmente a ti te dedico mi tesina.

A ellos con amor y gratitud

A MIS HERMANOS

A JOSE GOMEZ

A LA UNAM

Agradezco a mis queridos hermanos (*Rubén, Ruth, Mario y Rocío*) porque desde sus hogares sentía su apoyo y entusiasmo para que concluyera este trabajo.

A *Pepe* le agradezco porque con él conocí y comparto otra etapa de mi vida.

A la **UNAM** porque a través de las enseñanzas de los profesores que tuve en el Colegio de Ciencias y Humanidades (Azcapotzalco) y en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, he podido concluir mi etapa profesional.

A los sinodales: *Ana Catalina Juárez Oechler, Arturo Rodríguez Vázquez, Guadalupe Cortés Altamirano, Lourdes Romero Alvarez* por sus observaciones y en especial a la profesora *Virginia E. Reyes Castro* por su asesoría y amistad.

Evolución icónica del cómic "El Hombre Araña": en tres décadas.

INDICE

INTRODUCCION	1
CAP. 1. El lenguaje icónico y la comunicación de masas.	4
1.1. Importancia de la comunicación.	4
1.2. Comunicación de masas.	5
1.3. Lenguaje icónico.	10
1.3.1. Encuadre y adjetivaciones.	13
1.3.2. Convenciones específicas.	19
1.3.3. Personajes.	23
CAP. 2. Historia del comic.	26
2.1. Origen y definición.	26
2.2. Clasificación del comic.	35
2.3. Competencia comercial.	36
2.4. El caso de "El Hombre Araña".	39
CAP. 3. Análisis de tres comics de "El Hombre Araña".	42
3.1. Estructura narrativa de "El Sorprendente Hombre Araña" (1966).	43

3.1.1. Encuadre y adjetivaciones.	44
3.1.2. Convenciones específicas.	44
3.1.3. Personajes.	45
3.2. Estructura narrativa de <i>"El Asombroso Hombre Araña"</i> (1981).	49
3.2.1. Encuadre y adjetivaciones.	49
3.2.2. Convenciones específicas.	49
3.2.3. Personajes.	50
3.3. Estructura narrativa de <i>"Spider-Man: El Hombre Araña"</i> (1995).	53
3.3.1. Encuadre y adjetivaciones.	53
3.3.2. Convenciones específicas.	54
3.3.3. Personajes.	54
3.4. Análisis comparativo.	59
CONCLUSIONES	64
BIBLIOGRAFIA	66

INTRODUCCION

El presente trabajo denominado *Evolución icónica del comic "El Hombre Araña": en tres décadas*, pretende mostrar los elementos del lenguaje icónico (imagen) que han evolucionado gracias a las técnicas gráficas y cinematográficas. Esto se va a llevar a cabo al analizar tres historietas de diferentes épocas (1966, 1981 y 1995) del superhéroe *"El Hombre Araña"*, a fin de comprobar que este medio de expresión masivo seguirá transformándose por ser producto de la sociedad de consumo.

Dicha investigación se estima que cobra importancia al considerar los siguientes aspectos: primeramente porque a un siglo de haberse gestado el comic continúa vigente como medio de expresión masivo, lo cual se debe principalmente a su estructura narrativa compuesta por dos lenguajes distintos: el icónico que predomina y el escrito.

Además los comics o historietas como se les quiera nombrar, aparentemente podríamos considerarlos como insignificantes series de hojas unidas que contienen imágenes y textos, sin embargo desde un principio, han tenido tanto la característica de ser un producto mercantil que se actualiza para su consumo, así como de contener una carga ideológica para ser "consumida" por el lector. Esto se refuerza porque estamos conformados biológicamente de tal manera que lo visual influye definitivamente en nuestra manera de percibir y comprender la realidad.

En tanto, la comunicación actual está estructurada principalmente por imágenes, las cuales son parte importante del proceso comunicativo entre los individuos de una sociedad. El avance de los países capitalistas en base a su beneficio ha transformado el lenguaje icónico, por lo que lo gráfico como lo colorido cada vez nos atrae y gusta más de ahí que diversos medios de comunicación hagan uso de la imagen.

Asimismo el comic forma parte de la industria cultural de la sociedad contemporánea, al crear mitos y consagrar ídolos donde se afianzan las costumbres, normas y tradiciones. Además como forma parte de la comunicación de masas tiende a evolucionar y se contextualiza.

Gran parte de las historietas que circulan en nuestro país provienen de los Estados Unidos, es decir, son comics transnacionales. *Spiderman: El Hombre Araña* es uno de ellos. El desarrollo científico y tecnológico de las sociedades capitalistas, de acuerdo a sus intereses políticos, económicos y sociales, han originado la evolución del lenguaje icónico que constituye parte relevante de la estructura narrativa del comic.

Por otra parte, los procedimientos metodológicos para realizar el trabajo consistieron primeramente en hacer una revisión visual de los comics del citado superhéroe, para poder comprobar los cambios que ha tenido la imagen en los mismos. Pudimos conseguir historietas de finales de los años setenta hasta la actualidad y sólo una edición del año de 1966, por lo que nos dimos cuenta al examinarlas que si podíamos tomar tres publicaciones como representativas de cada época.

Asimismo se buscó, seleccionó y trabajó la bibliografía para el marco teórico que apoyará el estudio a realizar. Aparentemente se contempla como una labor fácil, sin embargo no lo es, ya que en el capítulo tres se llevo a cabo un análisis visual donde se utilizó principalmente la observación para identificar las características específicas de la imagen de cada comic y así poder compararlas. Además de permitirnos obtener en términos generales el enfoque sociológico de la historieta.

Para ello, el trabajo de investigación se divide en tres capítulos, en el primero exponemos la importancia de la comunicación, en forma general que es la comunicación de masas y porqué lo visual influye en el comportamiento del ser humano, así como entender que la historieta es parte de la cultura social. Además de exponer en que consisten los

elementos principales que integran la imagen en la historieta con ejemplos concretos. Esto en razón de que se comprenda que el comic es un medio de comunicación de masas.

En el segundo capítulo, es conveniente hacer una revisión general sobre el origen, definición y clasificación del comic, en especial el estadounidense y el mexicano en donde se identificará que su aparición tuvo características similares en ambos países, la más significativa fue: el desarrollo de la prensa escrita capaz de producir grandes tirajes y por lógica la necesidad de vender su producto. También se plasma una entrevista realizada a Carlos Francisco Jiménez, editor en México de *"EL Hombre Araña"*, para conocer en términos generales cómo se hace el comic.

Finalmente en el tercer capítulo, se identifican los elementos de la imagen que han transformado el lenguaje icónico del comic transnacional *Spiderman: El Hombre Araña* de tres números de los años de 1966, 1981 y 1995, para lograr un análisis comparativo y contextualizarlo en ideología y valores actuales.

CAPITULO 1. El lenguaje icónico y la comunicación de masas.

1.1. Importancia de la comunicación.

Antes de iniciar con lo que se pretende abordar en este capítulo, consideramos definir primero el origen de nuestro tema: la comunicación "es el proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra"¹.

Dicho proceso es fundamental y vital para los seres humanos, primeramente porque desde la era primitiva hasta la contemporánea el hombre tiene la necesidad de transmitir sus intenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencia, de persona a persona. Es vital porque la posibilidad de comunicación aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir, dándose así las relaciones sociales.

Por lo que sin la comunicación, no existirían los grupos humanos y la sociedades. Tanto psicólogos, sociólogos, antropólogos, políticos, científicos, economistas, matemáticos, historiadores y lingüistas, entre otros, se han interesado por la investigación de la comunicación. Sus indagaciones han contribuido a una mejor comprensión de esta ciencia al considerar que "la comunicación ha sido un estudio complementario, necesario para la comprensión de la conducta humana y la conducta social, y auxillar de otras teorías"².

Según lo investigado, existe la comunicación icónica (con imagen) que pertenece a la cultura visual no literata de la clase dominada y la comunicación no-icónica (sin imagen) que corresponde a la cultura escrita y por lo tanto literaria de la clase dominante.

Especialistas en comunicación como el político y científico Harold Lasswell, autor del primer estudio sobre comunicación de masas, han señalado en sus diferentes estudios que esta disciplina tiene cuatro

¹ Wright, Charles. Comunicación de masas. pág. 9.

² Schramm, Wilbur. La Ciencia de la Comunicación Humana. pág. 4.

actividades importantes que son: 1) la supervisión del ambiente que consiste en la recolección y distribución de la información de los sucesos que se generan en toda sociedad; 2) interpretación de esa información; 3) transmisión de la cultura refiriéndose a la herencia de valores, normas, costumbres, etc., de una generación a otra y 4) entretenimiento que se refiere a la realización de actos de comunicación enfocados a la diversión.

Aunque dichas actividades no son nuestro objeto de estudio, las mencionamos para identificar que principalmente la historieta forma parte del entretenimiento de la comunicación.

1.2. Comunicación de masas.

El término comunicación de masas por lo regular se le vincula con la televisión, la radio, el cine, la prensa, las historietas, entre otras. Sin embargo, no todo lo que involucra la tecnología moderna es comunicación de masas. Por ejemplo, "un film de Hollywood es comunicación de masas, una película con escenas de las vacaciones familiares no lo es"³.

La comunicación de masas podemos entenderla como "un tipo especial de comunicación que involucra ciertas condiciones operacionales distintivas, principalmente acerca de cuál es la naturaleza del auditorio, de la experiencia de la comunicación y del comunicador"⁴.

La primera consiste en que la comunicación de masas está orientada hacia un auditorio relativamente grande, heterogéneo y anónimo. Grande se refiere a todo público expuesto durante un periodo breve de tiempo y de un tamaño tal que el comunicador no pueda interactuar cara a cara con sus miembros.

³ Wright, Charles. Op. cit. pág. 11.

⁴ Idem.

Heterogéneo significa que los asistentes son un conglomerado de individuos que ocupan distintas posiciones dentro de la sociedad: personas de ambos sexos, diferentes edades, niveles de educación, ubicación geográfica, entre otras. Por último, la audiencia anónima denota que cada uno de sus miembros no conoce personalmente al comunicador y por lo que respecta a éste, el mensaje está dirigido a quien pueda interesar.

Por su parte, la naturaleza de la experiencia en comunicación se refiere a que la comunicación de masas se caracteriza por ser pública, al considerar que su mensaje no va orientado a nadie en especial y su contenido está abierto a la opinión pública; rápida porque los mensajes están dirigidos simultáneamente a grandes auditorios en pequeños espacios de tiempo y transitoria al emplearse de inmediato y no para un registro permanente.

La tercera condición se fundamenta en que el comunicador labora a través de una compleja organización donde se da una gran división del trabajo, por lo que la comunicación de masas es comunicación organizada.

Los resultados obtenidos en diversos estudios han señalado que "la comunicación de masas refuerza las actitudes, los gustos y las predisposiciones existentes, así como las tendencias conductuales de los miembros de su público, incluyendo las tendencias hacia el cambio. Pocas veces sirve por sí misma, si es que alguna vez lo hace, para crear metamorfosis"⁵.

Además podemos definir que los medios de comunicación de masas "son las diversas formas industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo: televisión, periódicos, radios, discos, libros, publicidad, etc. Penetran prácticamente en toda la

⁵ Schramm, Wilbur. Ob. cit. pág. 91.

población urbana y gran parte de la población rural, intentando imponer formas universalizantes de comportamientos y consumo"⁶. Sumémosle a esta descripción, por supuesto los comics o historietas.

Ahora bien, ya que se han comprendido los conceptos de comunicación y comunicación de masas, a continuación expondremos en forma general, porqué lo visual determina en cierta manera nuestro comportamiento y porqué la historieta forma parte de la cultura de una sociedad.

El ser humano esta conformado biológicamente de tal forma que lo visual ejerce un influjo definitivo en su manera de percibir y comprender la realidad. La superioridad de la vista en relación con los otros sentidos ha fortalecido, fundamentalmente en el mundo occidental, lo que se ha dado en llamar "cultura visual".

El hombre comienza percibiendo y percibiéndose, después se dedica a dar vida a una serie de instrumentos que lo acercan y lo alejan de la experiencia directa, del objeto real, en la medida en que su mente y sus medios de comunicación multiplican su capacidad de simbolización. La forma de abstracción humana que se considera más fascinante es la imagen visual creada.

Por lo que la percepción puede definirse como "un proceso de interpretación, discriminación e identificación de objetos que son experimentados como existentes en el entorno"⁷. En el acto perceptual se reciben estímulos, que conllevan a la elaboración o creación de una "realidad" que modificará en cierta manera el comportamiento humano.

⁶ Katz Chaim, et al. Diccionario básico de comunicación. pág. 105.

⁷ Medina, Luis E. Comunicación, humor e imagen. pág. 35.

La complejidad de la comunicación icónica se debe a su elaboración narrativa. Su rápida aceptación consiste en el deleite que tiene el hombre por las imágenes.

La imagen es uno de los componentes principales del comic, del video, de la fotografía, del cine y la televisión, la cual está considerada como un apoyo indispensable en la comunicación visual al materializar una parte del universo perceptivo. Las imágenes se dividen en fijas y móviles, se consideran como un aspecto que influye notablemente en la comunicación.

Según el comunicólogo Román Gubern, los procesos de comunicación en los cuales participa el lector de comics son: "a) lectura de la imagen; b) conversión de la escritura de los textos en mensaje fonético; c) integración de los mensajes fonético e icónico para una comprensión global de la viñeta; y d) enlace lógico con la viñeta siguiente, a través de nuevas operaciones a), b) y c)"⁸.

Principalmente con los medios de comunicación (cine, prensa y la radio) se va gestando una sociedad de consumo, es decir, surge lo que se ha dado en llamar industria cultural. Sin embargo, a principios de los años cincuenta, se refuerza en nuestro país dicha sociedad, las imágenes bombardearon a los integrantes de cada familia con la introducción de la televisión y los grandes tirajes de comics que lanzaron la editorial Novaro y La Prensa.

La industria cultural al ser creada por una organización social, desde siempre ha impuesto a los medios de comunicación de masas la evolución en sentido narrativo, por ser la forma de expresión más permeable de los elementos míticos condicionantes.

⁸ Gubern, Román. El lenguaje de los comics. pág. 176.

"Somos el país del mundo que consume más historietas y fotonovelas por habitante, y este consumo, gústele o no a las élites de la palabra de nuestro país, es la piedra angular de la cultura popular mexicana junto con la televisión y la radio"⁹.

Tanto las historietas como las fotonovelas han permitido que gran parte de la población mexicana se mantenga relacionada con la letra escrita. Sin embargo, esto ha ocasionado que el contenido de la historieta provoque en cierta manera la denigración de los valores humanos, por la mala calidad que de ella han hecho los grupos industriales, los cuales no les importa la calidad sino la cantidad.

Por lo que se considera que gran parte del material de los medios de comunicación de masas posee un bajo nivel estético e intelectual, al ocasionar la disminución de los gustos estéticos e intelectuales de elevado nivel dentro de la sociedad en general.

"... el dibujante de comics no es más que una pieza que forma parte de una compleja organización industrial, lo que obedece a la lógica de todos los mass media basados en una tecnología costosa y, por lo tanto, controlada por el capital"¹⁰.

Para algunos estudiosos de las ciencias sociales, la historieta es una literatura de la imagen, que al industrializarse y ponerse al mercado, se convierte en medio de comunicación de masas (mass-media).

Desde el punto de vista sociológico, toda sociedad reflejará las características específicas de su régimen económico al ser dividida en clases. La clase social predominante gobierna y domina mediante su ideología, la cual utiliza todos los medios de que dispone para imponerse.

⁹ Taibo II, Paco Ignacio. Prólogo en: El comic es algo serio. pág. 8.

¹⁰ Gubern, Román. Ob. cit. pág. 58.

La ideología podemos entenderla como "una teoría elaborada con ideas, y las ideas no forzosamente corresponden a la realidad, tenemos que la ideología está construida sobre bases falsas, es decir, en base a la idea o lo que dicen de algo, pero no en base a lo que es realmente ese algo en un momento histórico determinado"¹¹.

Al considerar que la historieta forma parte de la comunicación de masas, es lógico que también oculte la realidad al distorsionarla, creando mitos y justificando las relaciones de producción capitalista (seudorealidad). Ello conlleva a la creación de una "cultura" para las masas, a la vez que las condiciona a fin de que consuman esa cultura, de aquí se deriva el carácter mercantil de todos los medios de comunicación.

Por lo tanto, el comic es un medio de comunicación de masas, el cual ha influido e influye sobre la sociedad en que incide, a la vez que es influenciado por las reacciones y acontecimientos protagonizados por esta sociedad. Éste forma parte de la cultura de una sociedad al condicionar determinadas expresiones de la vida humana: económicas, políticas, culturales, artísticas, religiosas y sociales.

Una vez definido el comic o historieta, hablaremos en el siguiente inciso de los dos lenguajes que lo integran para comprender su estructura narrativa.

1.3. Lenguaje icónico.

Podemos entender a la narrativa iconográfica como "cualquier relato compuesto por una secuencia de imágenes, sean estas dibujadas, esculpidas, fotografiadas, pintadas, etc., y que tenga un orden sucesivo"¹².

¹¹ Ortiz, Orlando. "Ideología e historieta" en: El comic es algo serio. pág. 32.

¹² Gallo, Miguel A. Los comics: un enfoque sociológico. pág. 288.

Los comics integran en si mismos dos tipos de lenguajes que son el literario (escrito) y el icónico (imagen), por lo que constituyen un medio de expresión masivo que se relacionan de alguna forma con el teatro (acción dialogada), la novela (narrativa), la pintura y la ilustración publicitaria (ambas en técnicas gráficas), así como la fotografía, el cine y la televisión (técnicas visuales).

El lenguaje literario engloba los textos y los diálogos que se encuentran escritos en los comics por lo que suple una realidad fonética; asimismo el icónico, que es el característico y predominante, se representa por medio de imágenes que se traducen en signos icónicos, los cuales son estáticos, sin embargo, suplen una realidad dinámica.

Los signos icónicos están integrados en las llamadas viñetas o pictogramas, para su composición se importaron principalmente ciertos elementos de las técnicas de la fotografía como de la cinematografía, además de apropiarse parte de la nomenclatura para la designación de algunos iconos.

La viñeta o pictograma es un "conjunto de signos icónicos que representan gráficamente el objeto u objetos que se trata de designar"¹³, por lo que históricamente constituye la forma más primitiva de la escritura como instrumento de comunicación.

Así como en el cine, los comics se basan en un lenguaje elíptico que consiste en la omisión de tiempos y espacios obvios dentro de la narración (secuencias innecesarias), evitando con ello una posible distracción del lector e imprime un dinamismo (ritmo) en la lectura. Ello se da con la articulación de las viñetas consecutivas.

¹³ Gubern, Román. Ob. cit. pág. 108.

Existen formas para lograr su enlace lógico, las cuales son: los espacios contiguos, las fusiones o fundidos, las apoyaturas, los cartuchos y el texto en off.

Los espacios contiguos muestran la ilusión de continuidad espacio-temporal en la acción y el fundido es el desvanecimiento de los tonos de una imagen. La apoyatura puede ser desde una palabra a un texto, enmarcada casi siempre en un rectángulo que se integra en el pictograma y cumple las funciones siguientes: aclara o explica el contenido en cuestión, reproduce el comentario del narrador, expone la relación existente entre la viñeta y la que antecede ó provoca un ambiente de suspenso con respecto a la que continuará.

El cartucho es un texto insertado entre viñetas consecutivas y tiene específicamente una función explicativa, ambas formas de enlace favorecen la contracción del tiempo. El texto en off es la integración de sonidos, cuya fuente de procedencia es mostrada en el siguiente o anterior pictograma.

Las viñetas son unidades significativas que pueden ser de formato panorámico, circular, oval, rectangular y cuadrado. La línea que la delimita se denomina línea de indicatividad, ésta puede ser utilizada para expresar en algunas ocasiones los pensamientos y fantasías de sus protagonistas.

En tanto, las microunidades significativas son todos los elementos que definen, componen y se integran en el pictograma, éstos son: el encuadre, las adjetivaciones y ciertas convenciones específicas como el globo (balloon), las onomatopeyas y las figuras cinéticas. Además de dichas microunidades, existe el recurso de la iluminación, de la escenografía y de los personajes que en conjunto con los textos logran un lenguaje que narra una historia.

Para lograr una mejor comprensión de lo que compone una viñeta llevaremos a cabo la siguiente clasificación:

1.3.1. Encuadre y adjetivaciones.

El encuadre se puede definir como un espacio que se encuentra delimitado bidimensionalmente, es decir, podemos encontrar dos espacios distintos, pero inseparables entre sí, uno es la superficie del papel sobre el que se dibuja o imprime el pictograma (espacio real) y el otro es el figurativo que representa el dibujante (espacio ideal). En éste se comprende la composición, decorados, vestuario de los personajes y la tipología.

Como ya se había mencionado, los dibujantes retomaron de la cinematografía su nomenclatura técnica para diferenciar los tipos de encuadre que existen, se tomó de parámetro al cuerpo humano al considerar que éste divide la imagen en planos.

Los más comunes son los siguientes: el plano de detalle (big close up) muestra una particularidad de la figura como los ojos, las manos, etc., el plano cerrado (close up) va de los hombros a la cabeza, el plano medio presenta al personaje de la cintura para arriba, el plano tres cuartos (americano) lo enseña a la altura de la rodillas y el plano general presenta a la figura completa.

La elección del tipo de encuadre podrá ser determinada principalmente por la acción del sujeto y por consideraciones psicológicas o estéticas.

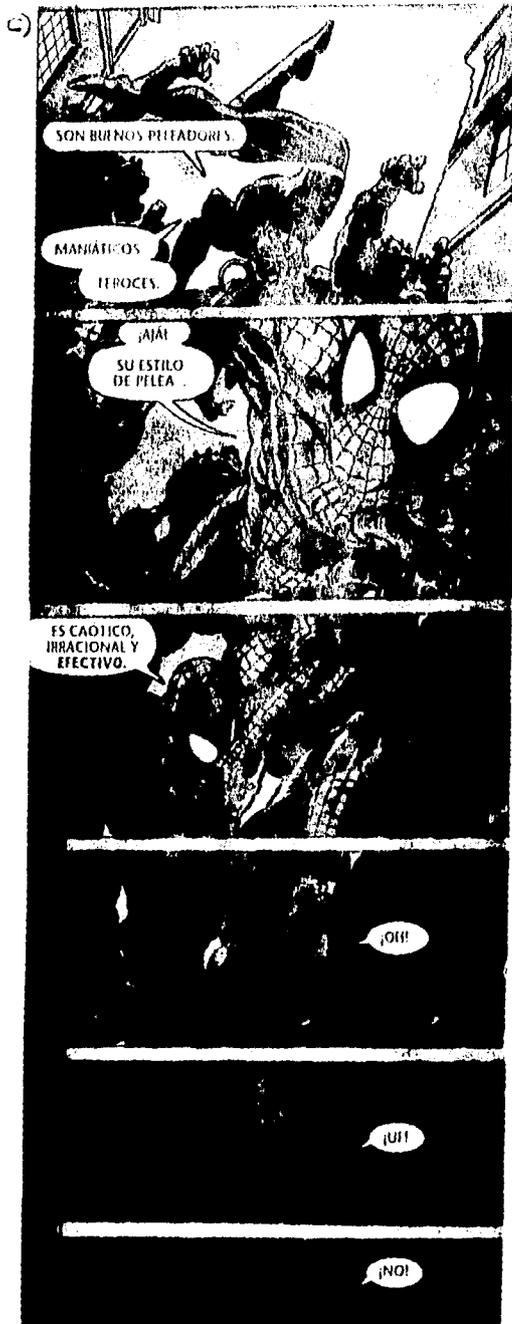
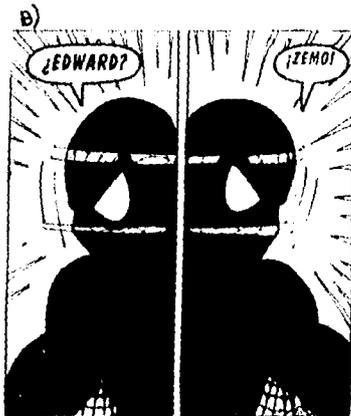
Además existe otro espacio que en cine se denomina campo en profundidad, el cual consiste en obtener a diferentes distancias una composición de la figura u objeto en profundidad.

Asimismo se ha obtenido del mencionado medio de comunicación, las adjetivaciones que se presentan en el encuadre y consisten en la angulación por la cual se pueden lograr efectos expresionistas que enfatizan el clima dramático o distorsionan la composición del encuadre. Existe el ángulo picado donde las figuras se ven más pequeñas y lejanas teniendo una dirección de arriba hacia abajo, así como el contrapicado que alarga la figura y se ve más grande con dirección de abajo hacia arriba. Estas angulaciones enfáticas se utilizan con frecuencia en los comics de aventuras.

Otra adjetivación que se ha importado son los efectos de iluminación como las sombras pronunciadas, claroscuros, contraluces, etc. Se define a las primeras como la proyección oscura que un cuerpo lanza en dirección opuesta de donde vienen los rayos de luz y el claroscuro representa la sombra y la luz, es decir, que se imita el efecto que produce la luz al iluminar las superficies a las que llega y dejando en la sombra a las que no llega. Finalmente contraluz significa ver a las personas o cosas desde el lado opuesto a la luz.

Con los siguientes incisos, expondremos algunas viñetas que nos ejemplifiquen lo antes mencionado:

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| A) Viñeta rectangular | I) Plano americano |
| B) Espacio contiguo | J) Plano general |
| C) Fundido | K) Ángulo picado |
| D) Texto en off | L) Ángulo contrapicado |
| E) Apoyatura | M) Sombra pronunciada |
| F) Big close up | N) Claroscuro |
| G) Close up | Ñ) Contraluz |
| H) Plano medio | |



D)



G)



E)



F)

H)



1) PERO AL COMPRENDER QUE
ESA GENTE PIERDE LA TIRRE
SUS PROPIOS PROBLEMAS,
VEREMOS QUE SON TAN
DEBILES COMO NOSOTROS.



M)



N)



N)



1.3.2. Convenciones específicas.

Existen tres convenciones exclusivas de los comics que son: los globos, las onomatopeyas y los signos cinéticos. "La convención es un acuerdo tácito o explícito entre lo que el productor del mensaje y su receptor entenderán frente a un determinado signo"¹⁴.

El globo se considera materia narrativa dentro de la estructura icónica de la viñeta, por lo que éste integra gráficamente el texto de los diálogos, los sonidos inarticulados (uf, ejem, brrrr, mua, etc.) y el pensamiento de los personajes.

Las letras y las palabras escritas son signos dotados de valor gráfico así como de significado, por ende el globo y el texto cuentan con una importante utilidad gráfica y expresiva. Además las letras también pueden expresar una traducción gráfica y eficaz comunicación en lo fonético y psicológico del mensaje, por ejemplo: su trazo puede ser tembloroso para el personaje que padece frío o de trazo grueso para el que padece furia.

En la morfología del globo se distingue la silueta como la delta invertida, la primera puede ser circular, ovalada, rectangular, cuadrada, poligonal, dientes de sierra, estalactitas, etc., ya que puede expresar o acentuar la cólera locución de un personaje, que la voz proveniente de un altavoz, entre otros.

La delta invertida (sistema señalizador) nos indica el lugar de procedencia de los signos emitidos del emisor fonético. Este sistema es más importante que la silueta, ya que se puede prescindir de ésta al no encerrar el texto del diálogo, sin embargo es primordial identificar quien lo expresa.

¹⁴ Medina, Luis E. Ob. cit. pág. 46.

En la nombrada convención también se puede albergar fantasías, recuerdos, sueños, etc., que se materializan icónicamente en metáforas visualizadas, las cuales pueden ser consideradas como un sistema expresivo de las imágenes mentales (psíquica). Éstas se refuerzan en los comics por medio de una sucesión de nubecitas circulares que sustituyen la delta del globo y parten del mismo trazando una línea discontinua que apunta al sujeto de tales pensamientos y otorga un carácter evanescente e inmaterial al globo. Frecuentemente están acompañados de sonidos inarticulados.

Por lo tanto, se resume que la metáfora visualizada expresa el estado psíquico de los personajes, mediante signos icónicos de carácter metafórico, algunos ejemplos serían: el signo de interrogación o admiración para indicar duda o perplejidad, el foco para expresar la idea brillante, las estrellas que se ven al recibir un porrazo, el tronco y la sierra que anuncia el sueño, el corazón como símbolo de pasión, las notas musicales para avisar que se escucha música, las culebras y signos ilegibles que designan palabras soeces, etc.

Por otra parte, las onomatopeyas son sonidos con valor gráfico que acústicamente le sugieren al lector, el ruido de una acción del personaje o de un animal. Tienen por lo tanto, un doble valor expresivo: fonético y gráfico, lo que hace de esta convención ser específica de los comics que no se compara a la que se utiliza en poesía o en otras formas de arte.

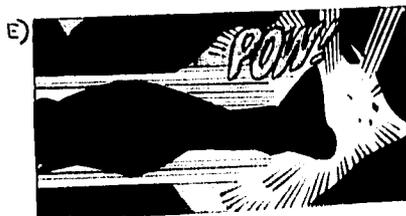
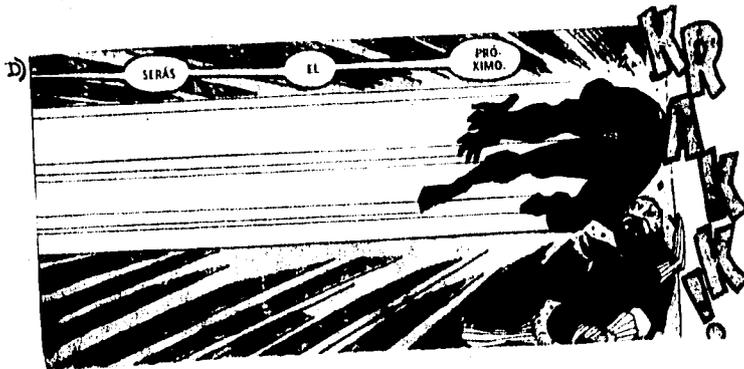
Las más usuales son las de origen anglosajón, su riqueza del idioma inglés se haya en sustantivos y verbos fonosimbólicos como *to ring* (llamar el timbre), *to smash* (aplastar), *to knock* (golpear), *to click* (dar un golpe seco), *to crack* (quebrar, crujir), *to boom* (dar estampido), *to splash* (salpicar), etc., los cuales se han expandido a varios países por medio de la exportación de historietas, ya que técnicamente no se han podido eliminar o sustituir cuando se traducen a versiones nacionales.

Por último, los signos cinéticos son una convención gráfica que expresa la ilusión del movimiento o la trayectoria de los móviles, los cuales representan una "realidad" casi siempre dinámica.

También con incisos daremos ejemplos de convenciones específicas:

- A) Globo (pensamiento del protagonista)
- B) Globo (cuando habla el personaje)
- C) Metáfora visualizada
- D) Onomatopeya (letras)
- E) Signo cinético (líneas de movimiento).





1.3.3. Personajes.

Los personajes son los que desarrollan el argumento de la historia, por lo regular no envejecen físicamente y son biológicamente imperecederos. Sin embargo, a veces se pueden apreciar ciertas mutaciones de los signos fisionómicos, pero nunca tan bruscas y acentuadas que lleguemos a desconocer al personaje que ya familiarizamos.

Su representación se basa en la permanencia de la fisionomía esencial que lo caracteriza fuertemente y lo hace fácilmente reconocible al lector, pudiendo variar en cambio su signo secundario (externo) como la vestimenta que nos permite representar como reconocer la época en que se desenvuelve el protagonista.

La forma primordial de expresión, además de los diálogos, se encuentra en el rostro (gestos), en el cual pueden constituirse las variantes gestuales del personaje. El rostro humano está considerado como el compuesto comunicativo más importante para expresar cualquier síntoma, por lo que los dibujantes de comics crearon un código de signos esquemáticos que son semejantes a los gestos del ser humano (estudio de la Kinésica).

"La Kinésica centra su atención en la comunicación por movimientos, gestos, señas, acciones y posturas de personajes que expresan así - principalmente - sus sentimientos a semejanza de verdaderos seres humanos"¹⁵.

Por ejemplo, el cabello erizado significa terror o cólera; cejas altas sorpresa y fruncidas enfado; mirada ladeada maquinación; ojos cerrados sueño o confianza, nariz oscura borrachera o frío, entre otros. Estos

¹⁵ Medina, Luis E. Ob. cit. pág. 100.

rasgos se pueden combinar a fin de obtener expresiones de diferentes significados psicológicos. "...finalmente, gestos, actitudes y mímicas desempeñarán a la vez un papel funcional en la intriga e indicial en relación con los personajes"¹⁶.

Dentro del código gestual tendremos los funcionales y los indiciales, los primeros los efectúan en forma idéntica todos los personajes cuando se encuentran en situaciones semejantes, por ejemplo expresiones de miedo, cólera y sentimentales. El indicial se identifica cuando se presenta un personaje que no desempeña ningún papel en la historia y que figura en la viñeta como decorativo o ambiental.

Además para realizar la composición de los personajes se auxilia el dibujante de la metonimia, la cual consiste en expresar los valores éticos y morales traducidos a valores estéticos, por ejemplo: el concepto de maldad representado en figuras físicamente repugnantes y el bien por héroes apuestos y guapos.

Ejemplos:

- A) Gestualidad
- B) Personaje
- C) Metonimia

¹⁶ Ibidem, pág. 136.



CAPITULO 2. Historia del comic.

2.1. Origen y definición.

Los antecedentes culturales del comic podrían considerarse el dibujo humorístico, luego la caricatura periodística y posteriormente la tira cómica. Sin embargo, los comics al nacer adquieren una entidad y autonomía estética peculiar que los diferencia cualitativamente de sus antecedentes históricos.

Inicialmente se impusieron como una producción artística dirigida a lectores cotidianos de la prensa y conscientemente formulada para un público adulto. La temática del comic giraba en torno a lo humorístico, pero con el tiempo también adquirió temas de carácter social y de crítica. La producción de la prensa escrita y su tiraje en un principio era costosa, por lo que el periódico sólo lo podían adquirir personas que tenían una posición económica considerable.

El conjunto de invenciones que se dieron en el siglo XIX, principalmente la rotativa, fotografía y cinematógrafo, entre otras, apoyaron el crecimiento del capitalismo industrial, el cual condujo al desarrollo de la prensa norteamericana, capaz de producir grandes tirajes diarios y de imprimir a color. El incremento de dicha producción provocó la necesidad de atraer a los lectores para su venta, por lo que se dio la introducción de tiras cómicas en los diarios.

Ello contribuyó a que Estados Unidos fuera el pionero en la realización de historietas, por lo que "la columna vertebral de la evolución de los comics radica en Estados Unidos, desprendiéndose de ella las derivaciones de este arte en los otros países, con las lógicas influencias de cada sociedad específica"¹⁷.

Además, la afluencia constante de inmigrantes ocasionó un aumento extraordinario en la población estadounidense y su escaso

¹⁷ Coma, Javier. Del gato Felix al gato Fritz. pág. 8.

dominio del idioma inglés, originó que prefirieran la contemplación de imágenes que la lectura. Por lo que la prensa, por medio de la iconografía que es la descripción de imágenes, descubrió que el mejor empleo del color se conseguía a partir de dibujos.

El periodismo, como ya se mencionó, trato de ampliar su público mediante estímulos psicológicos capaces de atraer nuevos lectores. Los comics comenzaron a adoptar sus características particulares hacia 1895, se consideraron la forma de expresión periodística que provocó el surgimiento de una arma publicitaria más en la competencia comercial de dos magnates de la prensa de Nueva York: Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst (con The Yellow Kid, considerado el primer personaje de una historieta). Por lo tanto fueron un medio de expresión enfocado hacia los compradores de los periódicos.

En aquellos años, al comic se le denominaba strip o funnie de funny "divertido" y se publicaba a color en los suplementos dominicales, al considerar que los fines de semana eran los tiempos libres del lector. Su formato habitual de impresión era el de una página, recurriéndose también a la mitad horizontal de esta superficie.

Por la aceptación y comercialización que se dio en la prensa norteamericana, surgieron modalidades de publicación de historietas: sunday y daily. El sunday era un comic publicado los domingos, en una página entera o en un amplio fragmento de la misma en color y se dividía en dos: sunday principal y secundaria (una, dos o tres tiras de viñetas) que se acostumbraba a insertarse en lo alto de la página denominándose topper.

El daily era otro tipo de comic con formato rectangular, integrado por una hilera de varias viñetas y se insertaba los días laborales en las páginas de blanco y negro del periódico.

La creación y realización de historietas eran eminentemente individuales, por lo que no se puede hablar propiamente de una industria de producción. La "industrialización" de los comics se centraba en la

distribución de cada uno de ellos al mayor número posible de periódicos nacionales y extranjeros.

En las primeras décadas del presente siglo, los comics formaron parte importante en el reflejo de la vida estadounidense de aquellos años. Un ejemplo sería la crisis económica de 1929, donde los dailies y sundays no sólo se consideraron representaciones testimoniales de la depresión en la que atravesaba el país, sino también representaciones críticas.

No había otro medio de expresión visual tan característico, completo y accesible que pudiera abarcar esa gran masa de lectores, por lo que su seriación produjo una rivalidad con las historias radiofónicas en capítulos y las películas mudas en episodios.

En los años treinta se dio la iniciativa de recopilar en cuadernos o volúmenes los comics publicados en el periódico (revistas), lo que originó los llamados comic-books con títulos, personajes y contenidos propios. Estaban producidos por empresas editoriales, dirigidos a concretos sectores del público en contraste con las historietas destinadas a la prensa, cuyos lectores arribaban a ellas de forma casual al encontrárselas en su diario favorito.

"Bajo el punto de vista de la estructura narrativa, los comic-books eran a las películas de largometraje, lo que dailies y sundays a los seriales cinematográficos, con la particularidad de que las citadas revistas establecían una continuidad mediante la permanencia de sus protagonistas"¹⁸.

En 1938 salió el primer número de comic-book denominado "Action Comics", el cual impactó con el surgimiento del personaje *Superman* que provocó un triunfo comercial inmediato y sobrevinieron diversos protagonistas de superhéroes con distintos poderes (*Captain América*,

¹⁸ Coma, Javier. Op. cit. pág. 113.

The Flash, The Spectre, Captain Marvel, Batman, Wonder Woman, entre otros).

La década de los cuarenta se le ha considerado la mejor época del comic-book, al proliferarse grandes empresas editoriales que provocaron que las ventas alcanzaran cifras topes. Sin embargo, en la primera mitad de los años cincuenta se registro una fuerte depresión en términos de venta.

El resurgimiento y creación de superhéroes se dio en los años sesenta con la editorial Marvel Comics Group, compañía dirigida por Stan Lee y el dibujante Jack Kirby. Los reportes de venta de los comics señalaron nuevamente una curva ascendente.

Se replanteó la idea del superhéroe, donde ya no era un ser perfecto al sentirse desdichado, atormentado o enfermo, es decir, se humanizó. Asimismo en el argumento se reflejaron conceptos en boga entre la juventud, por ejemplo coincidieron con el principio de la era hippie.

Spiderman (creado en 1962 por Lee y Steve Ditko) captó el interés de los universitarios por su argumento, donde el protagonista dedicado a sus estudios, con dificultades económicas, es atacado insistentemente por un periódico sensacionalista y por sus escapes frecuentes de la policía.

Por otra parte, durante el siglo XIX en Europa ya se habían encontrado manifestaciones precedentes del comic, con la evolución de los relatos ilustrados que daban importancia a los dibujos y no al texto. La estructura de la narración literaria era didáctica y contenía una representación icónica, sin embargo, el proceso fue lento hacia una narrativa mediante secuencias dibujadas en los países europeos en contraparte a lo que sucedió en Estados Unidos.

La tradición cultural en el continente europeo era más dada a la narración literaria que a las posibilidades del relato en imágenes, por lo que la aceptación de los recién nacidos comics norteamericanos al viejo

continente en la primera década del siglo XX, resultó ser difícil. Sin embargo, los europeos desarrollaron este medio de expresión a su forma, quitaron los globos originales y con textos didácticos añadidos bajo las viñetas destruyeron la esencia estética del comic.

El concepto de superioridad de los anglosajones hacía el continente americano, ocasionó que las historietas publicadas en los diarios de Estados Unidos fueran consideradas tan sólo como entretenimiento infantil.

La prensa europea tuvo la iniciativa de los anexos semanales para los niños y sólo Gran Bretaña en 1934 asimió las bases de la producción norteamericana de los comics, incluyéndolos en los periódicos los días laborales y mientras los países nórdicos seguían el ejemplo de los ingleses, Francia sacaba a la luz su primera tira diaria para consumo de los niños.

La distribución de los comics en aquellos países generó, primeramente la aparición de diversos dibujantes imitadores de los norteamericanos (los italianos Rino Albertarelli, Guino Moroni Celso, Walter Molino y Giovanni Scolari; el germánico Kurt Caesar, el sueco Oscar Jacobsson, el español Jesús Blasco, entre otros) y la colonización ideológica a Europa con la aportación de conceptos y formas de vida norteamericana, principalmente influyendo a la adolescencia por el atractivo lenguaje icónico.

El inglés Norman Pett con *Jane* en 1932, fue el primero que introdujo las heroínas eróticas en los comics y en 1965 el italiano Guido Crepax con su obra *Valentina*, utilizó artísticamente el desnudo femenino que le dio un éxito rotundo.

Asimismo la colonización mediante la narrativa dibujada se extendió a Latinoamérica. A medida que los dibujos se antepusieron a los textos como eje del relato y los diarios insertaban comics en suplementos al estilo norteamericano, la popularidad de las historietas ascendía rápidamente al sur del nuevo continente con dibujantes de renombre

mundial como el argentino José Luis Salinas, el uruguayo Alberto Breccia y el chileno Arturo del Castillo.

En México, el antecedente de la historieta podría ser considerada la caricatura política, la cual hacía una crítica del sistema político de aquellos años y se plasmaba en los semanarios que circularon en el siglo XIX como el Iris, La Orquesta, El Ahuizote, El hijo del Ahuizote, El Tío Nonilla, La Tarántula, La Ilustración Mexicana, etc. Sus dibujantes eran Constantino Escalante, José Guadalupe Posadas, Clemente Orozco, Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros, entre otros.

"La industria de la historieta en México, es similar a la de comic en los Estados Unidos porque su desarrollo y evolución, han tenido como motor principal la mercantilización"¹⁹.

En los años treinta surgieron tres casas editoriales: la de Francisco Sayrols, la del Coronel García Valseca y la de Ignacio Herreras, las cuales se convirtieron en las más poderosas de ese tiempo al desatarse una competencia comercial entre ellas. Más adelante mencionaremos otros datos de las mismas.

Además en la citada década aparecieron las tiras cómicas en los diarios, que tuvieron un carácter completamente social. Fueron el *Chupamirto de Jesús Acosta*, *Don Catarino y su apreciable familia* de Álvaro Pruneda, entre muchas otras.

Posteriormente llegaron traducciones de las series norteamericanas como Pepita (*Blodie*), Educando a Papá (*Bringing Up Father*), Jorge el Hombre Relámpago (*Flash Gordon*), El Fantasma (*The Phantom*), Anita La Huerfanita (*Little Orphan Annie*), *Dick Tracy*, *Tarzán*, *Superman*, *Batman*, *El Pato Donald*, *El Ratón Mickey*, entre otros.

Paralelamente, la historieta mexicana, imitadora e influenciada por los comics norteamericanos da sus primeros pasos con *Pepin* (de aquí

¹⁹ Maldonado Gutiérrez, Judith. El Comic Transnacional, el caso de México. pág. 68.

surgió *La Familia Burrón* en 1937), *El Buen Caperuzo*, *Cuatlaneta*, *Poncho López* y *Don Jilemón Metralla* de Gabriel Vargas, *Los Supersabios* de Germán Butze, *Rolando el Rabioso* de Gaspar Bolaños, así como *La Mula Maicera* y *Rayo Veloz* de Abel Quezada.

Ello contribuyó a que en nuestro país se diera un "...ingreso visual al paraíso elemental de una burguesía y una media en proceso de crecimiento internacional y en vísperas de inaugurar formalmente la Sociedad de Consumo"²⁰. El escritor Carlos Monsiváis considera que los años cuarenta son la etapa de oro del comic mexicano, al lograrse uno de los más significativos fenómenos culturales: su masificación.

Por su parte, Editorial Novaro y La Prensa a principios de la década de los cincuenta, lanzaron los primeros grandes tirajes de comics como los de Walt Disney, *Bugs Bunny*, *El Pájaro Loco*, *Superman*, *Batman*, entre otros.

En la segunda década del siglo XX en los Estados Unidos, nacieron las agencias de distribución de comics, las cuales también proporcionaban todo tipo de producciones recreativas para la prensa, como pasatiempos, ilustraciones, chistes, etc. Dentro de su denominación algunas agencias incluyeron la palabra sindicato, la cual tuvo valor definitivo y genérico para tales empresas.

Los sindicatos influyeron en la producción de los comics para poderse adaptar a las diversas dimensiones de los periódicos y potenciales compradores. Por lo que fue necesario unificar los formatos de dailies y sundays, así como también su contenido ideológico a fin de evitar cualquier posible negativa de adquisición.

De ahí que los sindicatos impusieran una rigurosa censura a los autores de los comics, sobre todo en lo referente a los temas de erotismo, violencia, problemática racial y religiosa, así como la crítica al sistema político y social norteamericano.

²⁰ Monsiváis, Carlos. "Y todo el mundo dijo ¡Gulp!" en: El comic es algo serio. pág. 15.

Lo anterior derivó la propagación en el extranjero de las formas de vida norteamericana, la castración del mensaje sociopolítico en muchos comics de los primeros tiempos y la clausura de experiencias vanguardistas al no interesar a una heterogénea y desperdigada masa de lectores. Incluso la filosofía particular de los creadores del comic se vio influenciada y hasta sustituida por la del sindicato, que llegaba a designar nombres y matices a los personajes, así como el desarrollo del argumento.

Sin embargo, a pesar de querer uniformar sus producciones con cánones muy genéricos, cada agencia a través de sus comics marcaba diferencias ideológicas muy acusadas. Podemos resumir que con los sindicatos surgió la gran industria del comic norteamericano.

Entre los sindicatos más importantes se cuentan los siguientes: King Features Syndicate Inc., Chicago Tribune-Daily News Syndicate, United Features Syndicate, Turner Entertainment Co., North América Syndicate Inc., Creators Syndicate Inc., Editors Press Service, Inc. y Cowles Syndicate Inc.

"De estos, el King Features Syndicate es el más poderoso. Estas empresas centralizan casi la totalidad de la producción norteamericana de tiras cómicas y aseguran su comercialización a nivel internacional"²¹.

"Las tiras cómicas del King Features Syndicate, son traducidas en más de treinta idiomas, distribuidas en más de cien países y publicadas en más de cinco mil diarios"²².

Entre las más populares se encuentran: *El Fantasma, Pomponio, Archie, Lorenzo y Pepita, Educando a Papá, Beto El Recluta, Wally, El Asombroso Hombre Araña, El Príncipe Valiente*, entre otras.

Ahora bien antes de continuar es importante mencionar algunas definiciones del comic y poder así dar la nuestra. Se determina como

²¹ Maldonado Gutiérrez, Judith. *Op. cit.* pág. 61.

²² Gallo, Miguel A. *Op. cit.* pág. 147.

una "estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas, en los cuales pueden integrarse elementos de escritura fonética"²³.

Asimismo, el investigador de temas sociales y políticos Orlando Ortiz nos menciona que la historieta es como una "literatura de la imagen, cuya producción se industrializa y, al llevarse al mercado, se convierte en mass-media, o sea, en medio de comunicación de masa"²⁴.

Por otra parte, también puede definirse "a nivel operativo como una historia narrada por medio de dibujos y textos interrelacionados, que representan una serie progresiva de momentos significativos de la misma, según la selección hecha por un narrador"²⁵.

Además el diccionario de comunicación lo describe como "relatos en imágenes, acompañados o no de textos, publicados en la prensa o en un álbum. El comic no constituye la ilustración de un relato, sino el propio relato presentado bajo una forma fílmica"²⁶.

También puede ser "como la sucesión, de tipo prevalentemente narrativo, de núcleos de sucesos (los encuadres) dados por la presencia de dos códigos distintos e interactuantes, uno icónico y otro escrito"²⁷.

Por lo anterior, podemos definir que el comic o historieta es una narración con imágenes y pequeños textos intercalados que en conjunto nos relatan una historia con un principio, un desarrollo y un fin temporal, en la cual nos dan a comunicar algo. Existen uno o más personajes que siempre se van a encontrar en los diferentes números de la publicación de la historieta, es decir, son permanentes.

²³ Gubern, Román. Ob. cit., pág. 35.

²⁴ Ortiz, Orlando. Ob. cit., pág. 31.

²⁵ Martín, Antonio. Historia del comic español: 1875-1939. pág. 11.

²⁶ Fages J.B., et al. Diccionario de Comunicación. pág. 42 y 43.

²⁷ Allegri, Luigi. "Historieta y estructuras narrativas" en: Cultura, comunicación de masas y lucha de clases. pág. 62.

2.2. Clasificación del comic.

Los comics se clasifican principalmente en tres géneros: el cómico, el de aventura y el melodramático. Sin embargo, no podemos separar tajantemente sus características ya que se entremezclan elementos de uno y de otro género, por lo que algunas historietas clasificadas como de aventuras tienen muchos elementos melodramáticos y viceversa.

La intención del género cómico es provocar la risa en el lector al presentar por lo regular a sus personajes caricaturizados, además podemos encontrar elementos de sátira étnica y costumbrista. Los protagonistas son casi siempre niños o antropomorfos y los temas generalmente giran en torno a la vida familiar. Dicho género se inició en las tiras cómicas del periódico.

El de aventura surgió en los momentos históricos después de la Primera Guerra Mundial y se caracterizó por narrar todo tipo de historias de héroes: de ciencia ficción, de la selva, de detectives, de la aviación, etc. El personaje principal es un hombre dotado de poderes sobrehumanos, que se encarga de restablecer el orden y la justicia en un mundo caótico.

El comic de aventura se distingue por el triunfo del bien sobre el mal y su desarrollo se presenta en capítulos seriados, es decir, termina en suspenso para motivar a sus lectores a comprar el siguiente número, como es el caso del superhéroe *Hombre Araña* que analizaremos en el capítulo tres.

Por último, el género melodramático tiene como propósito provocar el surgimiento de las lágrimas a sus lectores, por medio de la explotación de los sentimientos. Presenta temas de interés humano donde por lo regular siempre sucede algo imprevisto y se dirige principalmente a las mujeres.

2.3. Competencia comercial.

Con todo lo anterior podemos afirmar que el origen del comic surgió fundamentalmente por lo comercial y por ende lo vendible, por lo que consideramos que es importante detallar la competencia que se dio en Estados Unidos como la que se desarrolló en México.

Tres diarios neoyorquinos incluyeron, en la última década del siglo XIX, suplementos dominicales que contenían dibujos de los semanarios humorísticos *Puck* (1877), *Judge* (1881) y *Life* (1883), de los cuales surgieron grandes dibujantes como Richard F. Outcault, James Swinnerton y Frederick Burr Oper. La maniobra comercial consistía en que los periódicos ofrecían a sus lectores un semanario anexo con humor gráfico a color.

Se manifestó por lo tanto la rivalidad entre el *World* de Joseph Pulitzer, *The Morning Journal* de William Randolph Hearst y el *Herald* de James Gordon Bennett, los cuales utilizaron diversos materiales, recursos, trucos, estilos y experimentos a fin de conseguir que sus periódicos ejercieran un mayor atractivo al público lector y con ello incrementar sus cifras de circulación para obtener mayores beneficios económicos.

Joseph Pulitzer presentó el 5 de mayo de 1895 en el *World*, la primera de una serie de grandes viñetas dibujadas sobre el barrio *Hogan's Alley*, donde aparecía un niño vestido con camisón de dormir con un grupo heterogéneo de figurantes, en una situación de crítica social sobre la vida proletaria en las grandes ciudades.

En tal prenda se imprimía un parlamento específico que contenía las palabras del protagonista, por lo que esto se considera como un antecedente del globo que encerraría más tarde las expresiones fonéticas del personaje.

El 5 de enero de 1896, el camión de dormir del niño, suscitador de atención por su empleo literario y por su permanencia, fue utilizado para experimentar el color más difícil entonces de obtener: el amarillo. El infante desde aquel momento iba a ser conocido como Yellow Kid (niño amarillo), acentuándose su popularidad y la de la serie. El creador del personaje fue Richard Felton Outcault (1863-1928).

Como parte de esta nueva competencia comercial, W. R. Hearst decidió lanzar como suplemento del *Journal*, el *American Humorist* y contrató a Outcault a fin de desarrollar su famoso personaje del *World* bajo el título de *The Yellow Kid* y así lo hizo desde el 18 de octubre de 1896.

Mientras tanto, Geo. B. Luks, que ya en mayo había sustituido eventualmente a Outcault en el *World*, proseguía una paralela utilización del niño amarillo en este periódico bajo la denominación de *Hogan's Alley*.

El nombre del suplemento dominical en ambos periódicos era distinto, sin embargo en los dos aparecía el mismo personaje: Yellow Kid. Este hecho simbolizó más la apertura de hostilidades comerciales por su competición.

La iniciativa de Hearst provocó que los comics salieran a la luz el 25 de octubre de 1896, al hacer varias viñetas que originaron la introducción de la narración mediante la secuencia de imágenes y la incrustación de los globos para expresar los diálogos en *The Yellow Kid*.

El *World* y el *Journal* se caracterizaban por su trayectoria política a favor de las masas económicamente poco afortunadas y sus consiguientes tendencias sociales, por lo que sus comics reflejaban el rechazo a la sociedad neoyorquina elitista que prefería el *Herald* de Bennett. Ambos diarios se les bautizó como periodismo amarillo.

Por su ideología, Outcault decidió en 1898 renunciar a su personaje de *The Yellow Kid* y el 4 de mayo de 1902 crea Buster Brown en el

Herald. La temática se desarrollaba en el seno de una familia aristocrática, donde un niño pulcro y elegante llevaba a cabo diversas travesuras y culminaba con el castigo del mismo, seguido de una moraleja sobre lo acontecido.

Por otra parte, en nuestro país se desarrollaron tres empresas editoriales en la década de los treinta: la de Francisco Sayrols con su historieta *Paquin*, la del Coronel García Valseca con *Paquito* y la de Ignacio Herrérfas con *Chamaco*, las cuales se convirtieron en las casas editoriales más poderosas de la época.

No obstante, al inicio del siglo XX se publicaron sólo comics importados de sindicatos de los Estados Unidos y posteriormente historietas mexicanas.

Se desató en los años cuarenta una feroz competencia por la conquista y control del mercado, reflejándose hasta en la disputa agresiva que tuvieron los dueños de las citadas empresas por los mejores dibujantes e historietistas.

Esta situación se agudizó aún más al separarse de la batalla comercial Sayrols (1947), primer editor de revistas de historietas a nivel industrial, quedando García Valseca y Herrérfas como verdaderos capos editoriales. Por lo que de aquí surgió la más grande empresa periodística del país: la Cadena García Valseca y los dos enormes consorcios editoriales: Novedades Editores y Publicaciones La Prensa.

Posteriormente en los años sesenta, Publicaciones La Prensa edita el comic del superhéroe *Hombre Araña*, para los setenta lo retoma la Organización Editorial de Publicaciones e Impresiones y en los ochenta como principios de los noventa lo publica Novedades Editores.

Cabe señalar que desde el surgimiento de Novedades Editores hasta la actualidad, esta empresa es una de las que continúa con la supremacía en el mercado comercial. Asimismo también se ubica entre las principales editoras de comic norteamericano el Grupo Editorial Vid,

quien desde la década de los noventa edita *Spiderman: El Hombre Araña*.

2.4. El caso de "El Hombre Araña".

Toda obra, sea de arte o de producción, necesita contar con recursos físicos y materiales para su realización. Entre los primeros se encuentra la fuerza física e intelectual de los seres humanos a fin de conformar equipos de trabajo, en donde específicamente para la creación de los comics es imprescindible el dibujante y el guionista.

En un principio, se utilizaba únicamente el papel y la tinta, sin embargo, con la iniciativa del dibujante y el desarrollo de la tecnología se ha recurrido también al pincel, la pluma, el lápiz, los colores etc., así como principalmente las técnicas de la fotografía y del cine, respectivamente, a fin de poder efectuar recursos gráficos con formas y colores estilizado y fantástico, sobre la superficie bidimensional de la lámina.

Como ya se mencionó, la mayoría de los comics que circulan en nuestro país provienen de Estados Unidos. "En estas condiciones, el poder económico de las empresas transnacionales del comic norteamericano, han logrado conseguir una sólida posición en el mercado mexicano; en donde además de obtener ingresos muy considerables, han realizado una labor propagadora de ideas ajenas a la idiosincrasia nacional y muy alejadas de nuestras tradiciones culturales"²⁸.

Dichas empresas funcionan a través de sus filiales en los diferentes países del mundo, la del comic ha penetrado en México mediante la instalación de sucursales o distribuidores encargados de la reproducción, distribución y venta de sus productos.

²⁸ Maldonado Gutiérrez, Judith. *Ob. cit.* pág. 75.

Los monopolios más notables del comic norteamericano en orden de importancia son: D.C. Comics, Marvel Comics Group, Western Publishing Co., Hanna Barbera Productions, Warner Bros., Image y Valiant I.

Asimismo las principales empresas editoras de comic norteamericano en nuestro país son: Grupo Editorial Vid, Editora Cinco S.A., Provenemex S.A. de C.V., Editorial Armonía S.A. y Novedades Editores S.A. de C.V.

Con respecto a la historieta denominada "*El Hombre Araña*", actualmente como se señaló es editada por el Grupo Editorial Vid, el cual se ubica en el Camino Santa Teresa N° 1040, Col. Jardines en la Montaña.

En entrevista, Carlos Francisco Jiménez, director editorial de "*El Hombre Araña*", "*Batman*", "*Superman*", "*Archie*", "*Tom y Jerry*", "*Gasparín*", "*Robocop*", "*Sandybell*", "*Popeye*", "*Lorenzo y Pepita*", entre otros, nos informó que para poder editarlos en México se necesitó comprar los derechos de autor de los personajes. Así el Grupo Editorial Vid, recibe de la empresa Marvel Entertainment Group, Inc., tanto los materiales negativos como los impresos.

El antecedente de la citada compañía norteamericana es la Timely Comics Group, creadora del *Captain Marvel* en 1940 e idea de los hermanos Earl y Otto Binder. Ésta es una de las empresas que desde su fundación hasta la actualidad ha inventado un gran número de superhéroes.

Volviendo al Grupo Editorial Vid, en él existe un equipo de trabajo que se encarga de recibir el material de las historietas enviadas para su traducción y adaptación de la páginas, este proceso consiste en traducir

al idioma español los textos del narrador y los que se encuentran en los globos. Por supuesto, los argumentos de la historia varían ya que se adaptan al lector de nuestro país.

Cuando ya se tiene la traducción es llevada al centro de cómputo y los encargados de este departamento entregan la tipografía que deberá aparecer en la publicación.

Asimismo realizan las páginas complementarias llamadas también de relleno, las cuales abarcan desde el póster central que es la carátula del comic hasta las cartas que envía el lector, la publicidad, los dibujos extras y las columnas.

Por otra parte, se cuenta ya con las páginas de la historia, las cuales se reciben íntegramente de Estados Unidos como es el material negativo siendo el negro, el azul, magenta y amarillo, por lo regular son veintidós páginas.

Todo el trabajo anterior se envía a los talleres, donde primeramente se convierten las páginas complementarias en negativos, proceso conocido como fotomecánica. Posteriormente se realiza la impresión por medio de dicho proceso, donde los negativos se plasman en imágenes en papel.

Según el editorialista Francisco Jiménez, considera que el comic es un medio de comunicación de masas al transmitir un mensaje que comunica un tema determinado a los lectores.

CAPITULO 3. Análisis de tres comics de "El Hombre Araña".

En la década de los 60 y 70 se editó en nuestro país el comic de El Hombre Araña, promocionándose con la leyenda "El Sorprendente Hombre Araña", para los años 80 cambió por "El Asombroso Hombre Araña"; y en la actualidad (90's) se maneja como "Spider-Man: El Hombre Araña". En las tres historietas el personaje principal es Peter Parker, que como casi todo superhéroe cuenta con una doble personalidad, es decir, solamente son modalidades con distintos adjetivos calificativos en su denominación.

Antes de continuar con el capítulo, recordaremos que la historia del personaje surgió de la siguiente manera: Peter Parker es un joven adolescente dedicado a sus estudios y molesto por sus compañeros por su forma de ser: callado y tímido.

En una ocasión asistió a una exposición científica donde se dio una demostración del control de los rayos radioactivos en el laboratorio. Nadie se percató que una araña descendía del techo y fue sobrecargada de radioactividad por el experimento realizado por los científicos, la cual picó a Parker. En ese momento cambió la vida del muchacho y obtuvo características peculiares del insecto: energía, fuerza, ligereza y habilidad asombrosa.

Parker descubrió que con aquella picadura adquirió poderes arácnidos y optó por diseñar su propio traje, además llevó a cabo un invento donde presionando con sus dedos la palma de su mano, obtendría hilo de telaraña.

Para comprobar que sus poderes eran efectivos peleó en un ring y un empresario que observaba la lucha, lo contrató para realizar una serie de presentaciones en la televisión. Al salir de una de ellas, se percató que un policía trató de detener a un ladrón, sin embargo, no hizo nada a pesar de que se le había pedido ayuda.

Días después al llegar a su casa se entera que su tío Ben fue asesinado por un asaltante, por lo que decide buscar al victimario para vengarse. Al atrapar al delincuente se da cuenta que era el mismo de aquella ocasión en que la policía le había solicitado ayuda para detenerlo.

Desde ese momento con su doble personalidad decidió luchar contra el mal, vivió con el único ser querido que le quedaba: su tía May y con las hazañas que realiza optó por tomar fotos para vendérselas al diario "El Clarín", donde su director J. Jonah Jameson publica constantes notas en contra del superhéroe al considerarlo un farsante.

Hasta aquí se ha presentado una pequeña retrospectiva sobre la historieta en cuestión, en los próximos subcapítulos analizaremos en forma general la imagen de tres comics de los años de 1966, 1981 y 1995.

Por razones metodológicas, se llevará a cabo el citado análisis con la clasificación que se desarrolló en el punto 1.3. denominado lenguaje icónico del capítulo primero, la cual es: 1) Encuadre y adjetivaciones, 2) Convenciones específicas y 3) Personajes.

Todo ello para lograr identificar las características de las microunidades significativas que componen los pictogramas de cada época y poder comprobar que se da una evolución icónica en las mismas, por ser producto de una sociedad que también evoluciona en su desarrollo científico, tecnológico y cultural.

3.1. Estructura narrativa de "El Sorprendente Hombre Araña" (1966).

Revista que se publicó mensualmente en el año de 1966 por la Editora de Periódicos, S.C.L., "La Prensa" y por convenio con Transworld Feature Syndicate, Inc. y Marvel Comics Group. Como ya se mencionó, el comic está compuesto de dos lenguajes distintos que interactúan entre sí: el escrito y el icónico. Aquí solamente nos ocuparemos de analizar el icónico (imagen).

La historia del comic (con nº 58 y fecha octubre 31) se desarrolla en veinte páginas, cada una de cinco a ocho viñetas simultáneamente, las cuales se encuentran con su línea de indicatividad bien delimitadas en un fondo claro, donde las acciones de los personajes así como las microunidades significativas, con excepción de algunas onomatopeyas, no rompen con la nombrada línea.

El formato del pictograma es cuadrado y rectangular con medidas constantes; los enlaces utilizados son los espacios contiguos y los textos en off, así como las apoyaturas que se encuentran iluminadas en color amarillo. Tanto el fundido como los cartuchos no se presentan en esta publicación.

3.1.1. Encuadre y adjetivaciones.

Dentro de las microunidades significativas tenemos al encuadre, donde predomina el close up, el plano medio, el americano y el general. El big close up aún no se utiliza. Con respecto a los ángulos se emplea el picado y el contrapicado, por lo regular para darle una perspectiva diferente a las acciones de los personajes.

Las viñetas presentan una iluminación muy constante, los colores predominantes son los claros como el blanco, amarillo, naranja, rosa y gris. En cuanto a las sombras pronunciadas, claroscuros y contraluces casi no se utilizan, por lo que pudimos apreciar que es determinante la iluminación principalmente para dar en las historietas ciertas ambientaciones: suavizar situaciones como reflejar actuaciones dramáticas y agresivas.

3.1.2. Convenciones específicas.

Como se señaló anteriormente, las convenciones específicas son el globo, la onomatopeya y el signo cinético. En la primera resalta la silueta con forma lineal y la ondulada, ésta nos indica el pensamiento del personaje.

Predomina el globo individual, no obstante, dicha convención presenta cierta modalidad: existe la unión de globos (de dos a tres) para expresar pausas dentro de cada texto. La tipografía es lineal y sencilla de color negro, parecida al de la máquina de escribir. Asimismo también se puede albergar metáforas visualizadas, sin embargo, este ejemplar prescinde de ellas.

Las onomatopeyas como los signos cinéticos son las que principalmente se utilizan en este comic, para dar el efecto de dinamismo en las batallas que lleva a cabo el superhéroe, al pelear y combatir con los malhechores donde se refleja la violencia y la agresión.

3.1.3. Personajes.

El argumento base de la edición consiste en que Peter Parker es un estudiante universitario, se dedica a tomar fotografías y vive con su tía. De su identidad arácnida es agredido por la prensa y perseguido por los cuerpos policíacos. Primero describiremos al protagonista principal: Parker es un adolescente, delgado y bien parecido con sentimientos nobles, considerado como el modelo de chico a seguir.

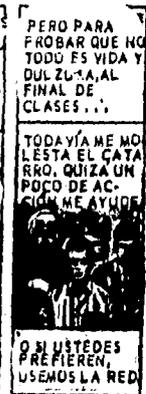
Su rostro de tez blanca refleja esa juventud alegre, inquieta y vivaz, que hace suponer que es el estereotipo del hombre anglosajón que representa la superioridad y lo mejor ante otras razas. La indumentaria es sencilla con pantalones de vestir, camisa y chaleco. Estila su cabello corto con un peinado liso hacia atrás.

Lo anterior nos confirma que las características de los personajes y también la escenografía reflejan la época y los gustos estéticos en que se realizó el comic. Por ejemplo, el uso del sombrero en la figura masculina, la fisonomía femenina con líneas redondeadas, el decorado de los edificios y de las casas, el modelo del automóvil, entre otros.

Cuando se convierte en superhéroe porta un traje entallado que marca la musculatura de su cuerpo atlético y en cuanto al color del mismo es azul grisáceo y rojo claro. El uso de la metonimia, como toda

historieta de aventuras, expresa los conceptos del bien y del mal con valores estéticos. Aquí, la maldad se representa con un hombre disfrazado de duende verde con ciertos poderes.

Para que sea más comprensible lo descrito a continuación expondremos dos páginas de esta edición:



3.2. Estructura narrativa de "El Asombroso Hombre Araña" (1981).

En 1981 su periodicidad cambia a semanal y es editado por Novedades Editores, S.A. y por convenio de Marvel Comics Group. En esta nueva etapa del comic (con nº 53 y fecha abril 29), el argumento se desarrolla en 21 páginas, aumentando solo una con respecto a la presentación anterior.

Cada página consta de tres a siete viñetas que se alternan simultáneamente, por lo que su tamaño se incremento, éstas continúan tanto con su línea de indicatividad que las delimita en fondo blanco, así como su formato cuadrado y rectangular, pero sus medidas ya no son tan constantes. Ahora, además de las onomatopeyas, los globos también rompen con la línea que delimita la viñeta, es decir, la traspasa.

Con respecto a los enlaces de pictogramas, el fundido como el cartucho todavía no se presentan por lo que prosigue el espacio contiguo, el texto en off y la apoyatura.

3.2.1. Encuadre y adjetivaciones.

Persiste el uso de los ángulos picado y contrapicado, así como los cuatro tipos de encuadre (close up, plano medio, americano y general) con excepción del big close up.

En cuanto a la iluminación aparecen ya las sombras pronunciadas, claroscuros y contraluces. Resaltan los colores fuertes como el negro, azul marino, verde, café, rojo y morado, los cuales dan un ambiente activo y violento en la trama.

3.2.2. Convenciones específicas.

El globo se impone más con la modalidad de formar uno sólo con la unión de dos o más globos, es decir, no tiene una forma definida. Dentro de esta convención se encuentra el texto, el cual tiene una tipografía más grande y ancha, su color negro es más fuerte.

En la publicación se puede apreciar que aumenta el uso de las onomatopeyas como el de los signos cinéticos, los cuales consideramos que provocan un impacto más violento en las historias que se representan en las sucesión de viñetas.

3.2.3. *Personajes.*

El contenido de la trama no ha cambiado en forma radical, Parker continúa estudiando en la universidad y tomando fotos que le son remuneradas por el periódico "El Clarín". Sin embargo, ya no vive con su tía May, sino con su amigo Harry Osborn, quien anteriormente lo molestaba mucho. Además aumentó su atracción por las chicas de su edad.

Física y mentalmente, Parker ya es un joven más maduro y sensibilizado ante los problemas de la sociedad. Su fisonomía no ha cambiado bruscamente, sigue conservando sus rasgos corporales y la vestimenta de los años sesenta.

En cuanto a su personalidad de superhéroe permanece con el físico atlético y su traje no ha evolucionado, sin embargo, ahora es de tonalidad azul y rojo más fuerte. Continúa con su lucha del bien sobre el mal, atrapando a los responsables que ocasionan los diversos incidentes delictivos en la gran ciudad, para después entregarlos a la policía.

Los otros personajes conservan la indumentaria de la década de los sesenta, por ejemplo: la población varonil con sus trajes, largas gabardinas y sombreros; la juventud masculina con sus camisas, pantalones de vestir, suéteres, chalecos, sacos y zapatos, así como el cabello corto liso hacia atrás.

Por su parte, el estereotipo de la mujer es con facciones finas y formas llenas, trayendo consigo vestidos rectos y entallados de colores psicodélicos arriba de las rodillas. El calzado que predomina es la bota y un maquillaje que resalta las cejas y las pestañas. Es decir, los personajes reflejan la época del a go-go.

Con respecto al uso de la metonimia, se sigue representando lo maligno con seres humanos disfrazados que cuenta con poderes y una fuerza sorprendente.

También aquí mostraremos dos páginas de dicha publicación:





Historietas de NOVEDADES EDITORES, S.A. ¡Sólo seis pesos!

3.3. Estructura narrativa de "*Spider-man: El Hombre Araña*" (1995).

Para los años noventa (1995) el comic es catorcenal, publicado por Grupo Editorial Vid, S.A. de C.V. y por convenio de Marvel Entertainment Group, Inc.

Antes de iniciar con el análisis, es importante mencionar en forma general que esta edición del superhéroe ya presenta en su lenguaje icónico demasiados cambios con respecto a las anteriores: la diversidad de viñetas, la fisonomía de los personajes y la metonimia, la iluminación más contrastante y la utilización del llamado encuadre big close up.

La historieta (con nº 23 y fecha diciembre 10) consta de 32 páginas, de las cuales 22 son las que desarrollan el argumento y las restantes incluyen fichas bibliográficas de héroes y villanos favoritos, posters, dibujos y cartas de los lectores.

Cada página integra de tres a ocho viñetas de diferentes tamaños y formas, siendo éstas panorámicas, rectangulares y cuadradas. Predominan por lo regular las más pequeñas y las más grandes, las primeras se empalman en las segundas lográndose así un cierto juego dinámico en las viñetas y se encuentran en fondo blanco y negro.

La mayoría están delimitadas, sin embargo, las acciones de los personajes como las microunidades significativas traspasan los espacios de cada pictograma.

Para la sucesión de viñetas, los enlaces que se siguen utilizando son los espacios contiguos, las apoyaturas y los textos en off, sin embargo, ahora también se dan los fundidos y los cartuchos.

3.3.1. *Encuadre y adjetivaciones.*

En este ejemplar se puede observar ya el uso del big close up, además de los otros tipos de encuadre (close up, medio, americano y

general) y los ángulos picado y contrapicado. Los relevantes son big close up, close up y el plano general, así como los ángulos citados, a fin de dar más impacto a la trama del comic.

En la iluminación se manejan con insistencia las sombras pronunciadas, claroscuros y contraluces, destacan tanto los colores fuertes como los claros encendidos, por ejemplo: negro, morado, café, gris, azul marino, verde bandera y rojo, así como blanco, amarillo, rosa, verde, azul cielo, naranja y violeta, respectivamente. Todo ello produce una ambientación que aumenta lo impresionante y violento del argumento de la historia.

3.3.2. Convenciones específicas.

El formato del globo se conserva, no obstante, resalta la modalidad de dicha convención que consiste en la unión de dos a cinco globos sin delta para formar uno sólo, por lo que podemos deducir que el lenguaje escrito se incremento en comparación a los comics de otras épocas.

Se acrecentó el uso de las onomatopeyas y los signos cinéticos, de éstos últimos se añaden líneas que dan efecto de más movimiento.

3.3.3. Personajes.

La trama inicial de la historieta ha evolucionado con respecto a Peter Parker, el cual ya no estudia y se dedica al periodismo gráfico en el diario "El Clarín". Comparte su hogar con su esposa Mary Jane Watson, quien actúa en televisión y además vive con ellos su tía May como lo hacía anteriormente con Parker.

En esta edición, nos presentan psicológicamente a Parker con madurez y su físico de un atleta más fornido, robusto y musculoso. Porta su cabello más largo y en cuanto a la presentación de su vestimenta ya es más moderna con playeras, pantalones de mezclilla, chamarras y tenis, más al estilo de los años noventa.

Por su parte, el superhéroe también ha evolucionado con respecto a las anteriores ediciones, ahora su figura tiene demasiada musculatura que marca los bíceps y tríceps en su traje entallado. Éste es de color rojo y azul encendido con matices negros, lo único que se ha modificado es el tamaño de los ojos, ahora son más grandes y la telaraña ya no es como hilos entrecruzados que forman una tela, sino como la unión de hilos gruesos enrollados con otros deshilachados.

Los demás personajes también están modernizados, nos muestran a las mujeres tipo muñeca estadounidense (Barby): alta, delgada y con rasgos finos, es decir, muy estilizada. La indumentaria formal es con vestidos y faldas rectas cortas, blazer y trajes sastre, así como la informal con pantalones de mezclilla, playeras, overoles, entre otros.

Tanto la escenografía como lo que representa lo malo (metonimia), están muy sofisticados. El superhéroe lucha con las creaciones de supuestos científicos con instinto maligno que desean a toda costa obtener el poder, éstos son los mutantes (humanoides) con rasgos de animal y de humano, cuentan con una asombrosa fuerza y su complexión es enorme con exagerada musculatura.

A continuación se expondrá tres páginas del comic para su mejor comprensión del análisis presentado:



¡ESTO ES
SÓLO EL
PRIMERO DE
SUERTE!

Handwritten signature

LA MENTE
DEL HOMBRE
LO
CON
VERTIRÁ EN
METAL.

LA PIEL
SOBRE EL PRE
SENTE PRECE
REBRAL.



ESCUCHENLOS
GRITAR PARA
DESPUES
RELAJARSE.

USTEDES
DESCUBIRAN
QUE ESTAN
LOCOS.

¡WHOOPS!

EL RETRO
CESO ES
UN SALTO.

AFUERA DE LAS OFICINAS...
CINAS DE EL CLARIN...

¡AHÍ YA ESPERE UNA HORA.

¡OJALA TENGAS UNA BUENA TACUSA, PETER.

A VECES QUISIERA CONVERTIRME EN UNA ES CULTORA ERMITANA.

ME PARECE MUY BUENO EL TRABAJO DE ESTE ANCIANO.

¡ES PETER CON UNA CHICA!

LA QUE LO LLEVO A CASA AYER.

VA SONRIENDO ELLA TE GUSTA.

¡NO SE LO PERDONARÉ!

HARE UNA NUEVA VIDA YO SOLA.

TE VERE ARRIBA, MAGGIE. TENGO ALGO QUE HACER.

YO LLEVARE ALGO PARA COMER. ¿GUSTAS?

NO, GRACIAS.

FUI BRUSCO CON ELLA, PERO PERCIBÍ LA VIBRACIÓN DE MI SENSOR.

¡OH! OLVIDE QUE COMERÍA CON MARY JANE.

LO BUENO, QUE ES MUY COMPENSIVA.

NO LE QUEDA MAS REMEDIO.

¡TENGO UNA GRAN MUJER!



YA REVISE TODA
ESTA AREA Y NO
DESCUBRI NADA...
¡UE
FALSA
ALARMA

ALLI SALE
YA MAGGIE DE
LA CAFETERIA.

¿QUIEN
ES ESE
QUE LA
SIGUE?

¿QUE
QUIERE
DE MI?
¡OUCH!
¡NO!

PROTEJO A MI
CREADOR.

HOPE
DELIGRA.

UH...
YO LO
AYUDARE.

¡CORRE!

¡ESO
HAGO!

3.4. Análisis comparativo.

De los análisis anteriores, podemos resumir lo siguiente:

El comic del año de 1966 con respecto al de 1981 tuvo mínimos cambios, uno de los sobresalientes fue la presentación de una iluminación con colores fuertes como el negro, azul marino, verde, café, rojo y morado, así como la aparición de sombras pronunciadas, claroscuros y contraluces. Por lo que podemos afirmar que entre los años sesenta y ochenta no hubo una evolución drástica en la estructura narrativa del comic "*El Hombre Araña*".

Sin embargo, de finales de la década de los ochenta a la actualidad, la historieta manifiesta una determinante transformación.

El comic de 1981 con el de 1995 muestra una enorme evolución en su lenguaje icónico. Lo relevante es lo siguiente: anteriormente el formato de las viñetas era constante (cuadrado y rectangular), ahora son de diferentes tamaños y formas predominado las más grandes y las más pequeñas.

La fisonomía del personaje masculino era delgada con cabello corto y su vestimenta consistía en traer camisa, suéter, chaleco y pantalones de vestir, esto reproducía como debía ser un "buen" chico. Actualmente el hombre es más alto, musculoso y porta un corte de cabello más largo. El vestir es contemporáneo de los noventa con playeras, pantalones de mezclilla, chamarras y tenis.

Antes la figura de la femina tenía formas redondas y la indumentaria representaba la moda del a go-go, en el momento actual son muy delgadas y altas al estilo de la muñeca "Barby" con vestuario moderno.

Con respecto al superhéroe "*El Hombre Araña*", tenía un rostro como su figura más llena y los ojos del traje eran pequeños y en forma de gota, así como su telaraña aparentaba ser una red. Hoy en día, la fisonomía es muy musculosa, la cara es angulosa, los ojos del traje son

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

grandes con forma triangular y la telaraña son líneas gruesas enrolladas con otras que parecen ser deshilachadas.

En la iluminación ya se utilizaban los colores contrastantes así como las sombras, los claros y los contraluces, sin embargo, ahora se enfatizan dando más agresividad a la trama de la historieta.

La metonimia era representada con hombres disfrazados con poderes, en el presente son mutantes (humanoides) creados por supuestos científicos.

Se utilizaban los enlaces de viñetas como el espacio contiguo, el texto en off y la apoyatura, en estos momentos, además de los mencionados, se usa el fundido y el cartucho.

De las microunidades significativas, antes se manejaba sólo el close up, el plano medio, el plano americano y el plano general. Actualmente se agrega uno más: el big close up.

La convención llamada globo era más pequeña, ahora es mucho más grande, amorfa y por lo tanto con más texto. Por último, el signo cinético se presentaba con pocas líneas, en el presente se incrementaron dichas líneas donde se pronuncia más el movimiento del personaje o la trayectoria de un móvil.

No obstante del análisis comparativo realizado, no podemos dejar a un lado el punto de vista sociológico referente al lenguaje icónico del comic.

La historieta aparece en el periodo imperialista (finales del siglo XIX), tiempo en que se habían dado ya una serie de invenciones que originaron el desarrollo de los modernos medios de comunicación como la prensa y el cine, posteriormente la radio y la televisión.

En las sociedades capitalistas, los medios de comunicación están en poder de empresarios privados, por lo cual son utilizados como negocio y como forma de difusión de la ideología burguesa.

El comic también es un medio de comunicación de masas, por lo tanto es una mercancía sujeta a todo proceso de producción, distribución y consumo, característica del sistema capitalista. Además por combinar dos lenguajes distintos que es el icónico (imagen) y el escrito, aumenta su eficacia de influir en las sociedades al aprovechar las ventajas de ambos lenguajes.

La ideología burguesa se expresa en la llamada "cultura de masas", donde sus contenidos ideológicos por lo regular se ocultan en la fachada de la diversión.

"La ideología que se manifiesta en una sociedad representa en última instancia las condiciones económicas de la misma, y cubre la función importante de reforzar mediante el consenso el sistema de dominación"²⁹.

Según las investigaciones, la mayor parte de los comics norteamericanos cumplen la función de enajenar a las poblaciones de los países dependientes con una ideología acorde a sus intereses de dominación: racismo, individualismo, violencia, sujeción de la mujer, inmovilidad histórica, entre otras.

De la historieta analizada "*El Hombre Araña*", daremos algunos ejemplos concretos de lo precedente:

El racismo podemos entenderlo como la tendencia a valorizar una raza humana sobre las demás, por lo que el comic refuerza dicho concepto al presentar al superhéroe de piel blanca. Es decir, se valora y se entiende como superior una raza que no pertenece al lector, quien al mismo tiempo inconscientemente se siente inferior.

²⁹ Gallo, Miguel A. Ob. cit. pág. 284.

Los gustos estéticos son impuestos con personajes estereotipados: altos, delgados con facciones finas y tez blanca. Siendo que la realidad del consumidor es otra: el pueblo mexicano por lo regular es de estatura baja, de formas llenas, con rasgos anchos y de piel morena. Así que en cierta manera se denigran los valores estéticos de otras culturas.

Una de las formas de vida que nos representan es: la separación de los jóvenes de sus padres cuando están estudiando (costumbre norteamericana) para irse a vivir con sus amigos a un departamento. Esto podría reflejar la falta de unión familiar y la independencia de la juventud, contrariamente al concepto de familia que se tiene en México (individualismo que proyecta la historieta).

El concepto de violencia se utiliza como medio de solución, por lo que siempre el superhéroe tendrá que pelear para estabilizar situaciones. Dicha actitud violenta es transmitida por los comics y alteran en cierta manera el comportamiento del lector.

La inferioridad del sexo femenino es presentada por el predominio del superhéroe (con excepción de algunas heroínas), reflejando la superioridad del hombre sobre la mujer. Lo masculino es lo fuerte capaz de solucionar todo y lo femenino el ser débil, lo cual transmite la sujeción de la mujer.

Con respecto a la inmovilidad histórica podemos entenderla como una negación al cambio, es decir, en la década de los sesenta surge *"El Hombre Araña"* y Peter Parker es su otra personalidad, quien representaba al modelo de "chico bueno" de la sociedad por traer el cabello corto, por usar pantalones de vestir, camisa y chaleco, además de tener un comportamiento pasivo y tranquilo, contando con sentimientos nobles.

Sin embargo, en aquella época se estaban dando muchos cambios sobre todo ideológicos, existía otra parte de la juventud que no se representaba en la historieta al suponer que afectaba ciertos intereses:

"la rebelde", la cual expresaba con su indumentaria y melena rebeldía a lo establecido.

Dicha juventud reflejaba lo que se le denominó la era hippie, donde la actitud inconformista de un sector juvenil se oponía a la sociedad de consumo viviendo en continúa peregrinación y se distinguía por lo variado de su atuendo, de su acercamiento a la vida natural, el uso de ciertas drogas, su pacifismo, etc.

Actualmente Parker es el estereotipo de antes "del buen muchacho", sin embargo ahora muestra una apariencia moderna sobre todo con su vestimenta de mezclilla, playera y chamarra. Lo anterior se puede interpretar como la historieta plasma ese contenido ideológico de inmovilidad histórica.

Podemos concluir que al estar controlados los medios masivos de comunicación en gran parte por empresas transnacionales y por el capital privado nacional, de ello resulta una gran penetración ideológica foránea que no concuerda con la idiosincrasia de los habitantes de nuestro país. Por lo que el comic transnacional es fantasía sobre la realidad, al buscar casi siempre el futuro con violencia y heroísmo.

Asimismo las sociedades por su desarrollo científico y tecnológico, han ido modificado su percepción del mundo: a la mayoría de sus miembros les interesa principalmente lo material y obtener el poder. Por ello, los comics reflejan en cierta manera el "sentir" de la sociedad capitalista al expresar la supremacía con valores estéticos, así como la agresividad y violencia en la que vive.

Finalmente decimos que el desarrollo de la sociedad capitalista, de acuerdo a sus intereses, ha dado origen a la evolución de la estructura narrativa del comic, el cual es medio de comunicación de masas que refuerza sobre todo gustos y conductas.

CONCLUSIONES

En el desarrollo de este trabajo, se han ido plasmando en cierta manera las conclusiones del mismo, por lo que solamente aquí resumiremos lo siguiente:

El conjunto de seres humanos forman parte de una sociedad, la cual no es estática, cambia y evoluciona con el desarrollo de la ciencia y la tecnología. Toda sociedad crea diversos sistemas de comunicación, para que los individuos que la integran puedan satisfacer tanto sus necesidades físico-biológicas como de conocimiento científico y cultural.

A finales del siglo XIX, el conjunto de invenciones que se dieron apoyaron el crecimiento del capitalismo industrial, surgiendo el cine y la prensa como medios de comunicación. De este último nace el comic, inmediatamente como mercancía y con el propósito de penetrar y dominar con sus valores ideológicos a los países dependientes que principalmente son: racismo, violencia, inmovilidad histórica, entre otros.

El contenido ideológico de la historieta norteamericana es ajeno a la idiosincrasia del pueblo mexicano, por lo que estudiosos del tema están de acuerdo que el comic comercial es una fantasía de la realidad. Sin embargo, enajenan al lector por la eficacia y buen manejo de los dos lenguajes que lo integran (el escrito y la imagen).

El avance de las invenciones en comunicación ha originado lo que se ha dado en llamar comunicación de masas, por lo que el comic forma parte de este concepto.

Podemos mencionar que durante el transcurso de la vida se esta inmerso en imágenes, por ejemplo: en el hogar con los retratos de familia, cuadros, pinturas, entre otras cosas; en la escuela con las ilustraciones de las exposiciones escolares, de los libros, de las revistas

e historietas; en el trabajo también con adornos decorativos, revistas, libros, etc. y en la calle, como todo lo anterior, de la publicidad que nos "bombardea" constantemente.

Aunémosle a esto los medios de comunicación como los programas de la televisión, las grabaciones del video, las películas en el cine, las imágenes en la prensa, así como la atracción y el gusto por todo lo que es imagen.

El comic o historieta comercial es comunicación de masas que refuerza gustos, acciones y conductas de la población que los consume. Pertenece a la industria cultural de la sociedad capitalista, por lo que de acuerdo a sus intereses de dominación, ha ido evolucionando a lo largo de los años y ha sido leído, o en alguno de los casos hojeado, de generación en generación desde su aparición.

Por lo tanto, podemos decir que el comic se actualiza día con día para su consumo mercantil como ideológico, es decir, el lector compra la historieta y asimila inconscientemente el contenido ideológico de la misma. Por ejemplo: aprecia la raza blanca a la cual no pertenece y al mismo tiempo menosprecia la suya (racismo). Además de adoptar ciertos gustos estéticos, al igual que desprestigia sus propios valores estéticos.

También adquiere modos de vida ajenos a su cultura, su comportamiento en cierta manera se vuelve agresivo y violento, se reafirma la supremacía del hombre sobre la mujer y acepta una actitud conformista sobre los hechos históricos.

Finalmente, creemos que una mayoría considerable que compra y lee historietas comerciales supone únicamente que son para entretenerlos y divertirlos, sin pensar en la carga ideológica que éstas contienen.

BIBLIOGRAFIA

ALFIE David, et al. El comic es algo serio. Primera edición, Ediciones Eufesa, México 1982, págs. 198.

COMA Javier. Del gato Felix al gato Fritz. Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1979, págs. 258.

CHELLET Díaz Ma. Eugenia. La imagen de la mujer en las historietas y fotonovelas más populares en México (décadas 1934-54). Tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, México 1980, págs. 572.

FAGES J.B., et al. Diccionario de comunicación. Editor 904, Buenos Aires 1977, págs. 239.

GALLO Miguel A. Los comics: un enfoque sociológico. Ediciones Quinto Sol, México 1981, págs. 303.

GUBERN Román. El lenguaje de los comics. Tercera edición, Ediciones Península, Barcelona 1979, págs. 184.

KATZ Chaim, et al. Diccionario básico de comunicación. Cuarta edición, Edit. Nueva Imagen, México 1989, págs. 513.

LUTZEMBERGER María, et al. Cultura, comunicación de masas y lucha de clases. Primera edición, Edit. Nueva Imagen, México 1978, págs. 277.

MALDONADO Gutiérrez Judith. El Comic Transnacional, el caso de México. Tesina de licenciatura, UNAM, México 1995, págs. 84.

MARTIN Antonio. Historia del comic español: 1875-1939. Edit. Gustavo Gili, Barcelona 1978, págs. 245.

MEDINA Luis E. Comunicación, humor e imagen. Primera edición, Edit. Trillas, México 1992, págs. 273.

SCHRAMM Wilbur. La Ciencia de la Comunicación Humana. Edit. Grijalbo, México 1988, págs. 191.

SILVA Ludovico. Teoría y Práctica de la Ideología. Decimaquinta edición, Edit. Nuestro Tiempo, México 1985, págs. 222.

WRIGHT Charles. Comunicación de masas. Quinta edición, Edit. Paidós, México 1993, págs. 155.