



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

ANÁLISIS ÉTICO DE LOS COMIC BOOKS PUBLICADOS EN PERÚ POR MARVEL COMICS A TRAVÉS DE PERÚ²¹ ENTRE MAYO DEL 2010 Y JUNIO DEL 2013

Víctor Figueroa-Zapata

Piura, mayo de 2017

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación

Figueroa, V. (2017). Análisis ético de los comic books publicados en Perú por Marvel Comics a través de Perú²¹ entre mayo del 2010 y junio del 2013 (Tesis de licenciatura en Comunicación). Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Programa Académico de Comunicación. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una [licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Perú](#)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](#)

UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN



**“Análisis ético de los *comic books* publicados en Perú por
Marvel Comics a través de Perú21 entre mayo del 2010 y junio
del 2013”**

Tesis que presenta el bachiller

Víctor Fernando Figueroa Zapata

Para optar el Título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

Asesor: Dra. Rosa Zeta de Pozo

**PIURA – PERÚ
2017**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	1
1. Definición del cómic	1
a. Cómic	1
b. Tira cómica	4
c. Comic book.....	6
d. Compilaciones	7
e. Novelas gráficas.....	7
2. Origen del cómic	8
3. El potencial del cómic como medio de comunicación.....	9
a. El cómic como agente de socialización	10
b. El cómic como transmisor de valores ideológicos	11
c. El cómic en la educación	12
CAPÍTULO II: LA REGULACIÓN DE LOS CÓMICS EN EE.UU.	15
1. Definición.....	15
2. El camino a la autorregulación.....	17
a. Primeros incidentes.....	18
b. La Association of Comics Magazine Publishers (ACMP) y Fredric Wertham	21
c. Seduction of the innocent y la creación de la Comics Magazine Association of America (CMAA) y el Comic Code Authority (CCA)	24
d. Evolución e influencia del CCA	28
CAPÍTULO III: EL COMICS CODE Y SU COMPARACIÓN CON EL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE CONTENIDOS POR EDADES DE MARVEL COMICS	35
1. El Comics Code y sus categorías	37
2. El Comics Code en comparación al sistema de clasificación de Marvel Comics y los códigos deontológicos televisivos	43

**CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS COMIC BOOKS DE MARVEL
COMICS PUBLICADOS POR PERÚ²¹ ENTRE ABRIL DEL 2010 Y JUNIO**

DEL 2013.....	51
1. Captain America	53
2. The Amazing Spider-Man	59
3. The Invincible Iron Man	64
CONCLUSIONES.....	69
BIBLIOGRAFÍA.....	73
ANEXOS.....	81

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Series de Marvel Comics consideradas para la presente tesis	83
Anexo 2. Números analizados de la serie Captain America.....	84
Anexo 3. Palabras de Samuel Wilson (Falcon) en Captain America #602 0	86
Anexo 4. Red Skull y Steve Rogers en Captain America: reborn #5	87
Anexo 5. Dibujos de Luke Ross en Capitán América: ¿quién se queda con el escudo?.....	88
Anexo 6. Dibujos de Daniel Acuña en Capitán América #611	89
Anexo 7. Agentes del FBI en Capitán América #605	90
Anexo 8. Diálogo entre Samuel Wilson y ‘Bucky’ Barnes en Capitán América: la edad heroica #606.....	91
Anexo 9. Jurgen Hauptmann en Capitán América: la edad heroica #606.....	92
Anexo 10. Diálogo entre David Rickford y Steve Rogers en Capitán América #615.1	93
Anexo 11. Pelea de Sam Wilson en Capitán América #613: el juicio del Capitán América #3	94
Anexo 12. Números analizados de la serie The Amazing Spider-Man	95
Anexo 13. Relato de la campaña genocida de la tribu Ngare en Thor #4	98
Anexo 14. Dibujos de Marco Checchetto en The Amazing Spider-Man #597	99
Anexo 15. Dibujos de Mike McKone en The Amazing Spider-Man #606	100
Anexo 16. Dibujos de Chris Bachalo en The Amazing Spider-Man #575	101
Anexo 17. Palabras de Electro en The Amazing Spider-Man #614.....	102
Anexo 18. Freak en The Amazing Spider-Man #554	103
Anexo 19. Diálogo entre Harry Osborn y Carlie Cooper en The Amazing Spider-Man #591	104
Anexo 20. ‘El Apostador’ y su padre en The Amazing Spider-Man #562	105
Anexo 21. Diálogo entre Spiderman y Harry Osborn en The Amazing Spider-Man #599	106
Anexo 22. Actos violentos cometidos por Chameleon en The Amazing Spider-Man #603	107
Anexo 23. Números analizados de la serie The Invincible Iron Man	108
Anexo 24. Bruce Babagge con Justine y Sasha Hammer en The Invincible Iron Man #25: Stark Resilient #1	110
Anexo 25. Dibujos de Salvador Larroca en The Invincible Iron Man #8: World’s Most Wanted #1	111
Anexo 26. Ezekiel Stane y la Junta directiva de Jones-Reynolds-Jones en The Invincible Iron Man #1: las cinco pesadillas #1	112

Anexo 27. Pilotos chinos de los Raiders en The Invincible Iron Man #3: las cinco pesadillas #3	113
Anexo 28. M.O.D.O.G. insultando a Tony Stark en The Invincible Iron Man #2: las cinco pesadillas #2	114
Anexo 29. Tony Stark y su lucha contra el alcoholismo en The Invincible Iron Man #500.1	115
Anexo 30. Golpiza de Tony Stark a Ezekiel Stane en The Invincible Iron Man #6: las cinco pesadillas #6	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Categorías presentes en las tres versiones del Comics Code	37
Tabla 2: Categorías presentes en los códigos deontológicos televisivos analizados	43

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen muchos estudios sobre los contenidos y los efectos de los medios de comunicación. Los audiovisuales, como la televisión, son los que más atención han recibido. Frente a ellos y a sus posibilidades técnicas, el cómic ha perdido relevancia. Al ser un medio verbo-icónico pero no audiovisual, se ha restado importancia a su potencial y a su influencia, olvidándose que, tal como los medios audiovisuales, cuenta historias a través de imágenes consecutivas, que educan e influyen en el gusto y la sensibilidad de los lectores. Ante este contexto, la presente tesis aborda y analiza al cómic desde la perspectiva deontológica, pues se le examina en función a las normas existentes que regulan los contenidos de los medios, las cuales han sido desarrolladas por razones éticas. Para este objetivo, se ha dividido el trabajo en cuatro capítulos.

El primero conceptualizará al cómic como medio de comunicación y diferenciará al comic book de las tiras cómicas, las compilaciones y las novelas gráficas. Además, se explicará el origen de los cómics y se fundamentará su potencial en la educación, y como instrumento socializador y transmisor de valores.

En el segundo se explicarán los hechos ocurridos en EE.UU., desde la autorregulación de las tiras cómicas por los sindicatos hasta la aparición de los comic books y la controversia generada por sus contenidos, la cual llevó a las editoriales a autorregularse a través de la Comic Code Authority (CCA) y su Comics Code.

El tercer capítulo incluirá el análisis del Comics Code de 1954 y sus dos actualizaciones en 1971 y 1989, a pesar de las cuales perdió influencia de forma progresiva al ser abandonado por las editoriales, que pasaron a autorregularse individualmente. Su contenido será comparado con el sistema de clasificación por edades o rating system adoptado por Marvel Comics desde el 2001. Es necesario mencionar que, hasta la última fecha de consulta (15 de mayo del 2017), la editorial no había vuelto a colocar la información detallada sobre su sistema de clasificación en su página web. Por esta razón, y para los fines de esta tesis, se han escogido los códigos deontológicos televisivos más representativos de cada continente. Estos códigos, por la semejanza de los medios audiovisuales con el cómic y por la amplitud con la que tratan diversos puntos en común

con el Comics Code, ayudarán a complementar el análisis del mismo en comparación con el rating system de la editorial.

Vale aclarar que no se han considerado los códigos deontológicos de la prensa porque se aplican solo a hechos reales y no ficticios. Tampoco se ha incluido la normativa peruana porque el objetivo de esta tesis es mostrar el desarrollo de la autorregulación individual de Marvel Comics en EE.UU., cuyo sistema de clasificación no se aplica fuera de su país.

De los doce títulos que ha publicado Marvel Comics a través de Perú 21 desde mayo del 2010 hasta junio del 2013, se han seleccionado tres cuya publicación se ha mantenido a lo largo de este periodo, como es el caso de Captain America, The Amazing Spider-Man y The Invincible Iron Man. Estos títulos serán analizados en el cuarto capítulo, teniendo como base los puntos encontrados en el Comics Code, el nuevo sistema de clasificación de Marvel Comics y los códigos deontológicos televisivos seleccionados, para comprobar si la autorregulación individual que ha seguido la editorial desde el 2001 se ha llevado a cabo de una manera adecuada.

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1) Definición del cómic

Para los fines de la presente tesis, es necesario primero definir al cómic, medio que es casi siempre reducido a alguna de sus manifestaciones más famosas, como el género de superhéroes. En este apartado se podrá distinguir al *comic book* –objeto de estudio de esta tesis– de las tiras cómicas, las compilaciones y las novelas gráficas.

Los conceptos brindados a continuación permitirán contemplar en su totalidad al cómic como el medio de comunicación que es. Su definición facilitará la comprensión del material que se analizará en el cuarto capítulo, es decir, los *comic books* de Marvel Comics, publicados por Perú21, entre mayo del 2010 y junio del 2013.

a) Cómics:

Para empezar a definir al cómic, primero, hay que enfocarse en sus elementos principales, es decir, en la imagen (elemento icónico) y en la palabra (elemento verbal).

Por lo general, ambos elementos se presentan en cada viñeta, que es la unidad mínima del cómic y continente de lo verbo-icónico, pero, como afirma Gladys Vallebuona en su tesis *Aproximación al estilo del comic*, este puede existir sin la palabra pero nunca sin la imagen (Vallebuona, 1990).

La elección de uno u otro elemento depende del estilo y de la intención de cada autor, pero para Peter David, guionista y novelista de Marvel Comics y jurado en el “I Concurso de Cómics 2012” organizado por la Embajada de EE.UU, lo más recomendable es que haya un equilibrio entre los dos componentes.

Este equilibrio es importante debido a que tanto en la imagen como en la palabra está presente el significado que le ha dado el autor a su obra. Se puede utilizar solo lo icónico para expresar este significado, pero si se vale de ambos elementos, es necesario que haya coherencia entre ellos y se complementen, ya que el lector entenderá todo en conjunto.

La elaboración de este todo integrado “obliga al lector a un constante recorrido del texto a la imagen, de la imagen al texto” (Vilches, 1987, p.189).

Cabe resaltar que, en contra de lo que comúnmente se cree y según el origen del cómic, el dibujo no es la única opción cuando se refiere a imágenes en este medio de comunicación. Se pueden hacer cómics con otras manifestaciones artísticas, por ejemplo, con la pintura y la fotografía.

Además de los elementos mencionados, el cómic presenta unos componentes denominados convenciones que son exclusivas de este medio. Las convenciones son los modos que los artistas de cómics comparten para expresar situaciones que, por su misma naturaleza, son más sencillas de mostrar en otros medios como los audiovisuales.

Como explica Medina (1992), dentro de estas convenciones se encuentran los globos o bocadillos, que son los continentes de las palabras o de los pensamientos de los personajes en la historia. También se encuentran las metáforas visuales, que expresan estados psicológicos (como la idea representada con un foco); los códigos cinéticos o de movimiento, y las onomatopeyas.

Esta concisa explicación de los elementos del cómic bastará para los objetivos de esta tesis. Otros autores ya han profundizado en el análisis de estos componentes (Rodríguez, 1988; Muro, 2004).

A partir de estas breves definiciones, ya se puede empezar a formular un concepto de lo que es el cómic en su sentido moderno. Sin embargo, se debe empezar desde lo más básico.

El cómic está formado por los “cuadritos dibujados” como llama Rachitoff a las viñetas (1981, p.9). Estos cuadros no se encuentran distribuidos de forma aleatoria, sino

que son colocados de manera sucesiva y según una determinada estructura (Sagástegui, 2003).

A esta sucesión de viñetas se debe añadir el carácter narrativo del mensaje (Gubern, 1994), el fin de entretener, la ideología que transmite y lo que lo define en su versión moderna: su difusión masiva. Rodríguez (1988, p.25) se refiere a esta característica al afirmar que la realización del cómic “se efectúa tendiendo a una amplia difusión, a lo cual suele subordinarse su creación (medio de comunicación de masas)”.

La finalidad distractiva también es mencionada en la definición de Rodríguez, pero Muro (2004, p.63) le agrega a los cómics su rasgo de transmisión de ideologías: “(...) de finalidad predominantemente evasiva y transmisora de valores ideológicos instituidos, que puede tener cualidad estética, lírica o satírica; se realiza en unidades mínimas (viñetas o lexipictogramas) que se articulan entre sí, en secuencia, para formar una tira y, en su caso, unidades superiores (páginas, cuadernillo, *book*), con las que desarrollar una historia, un ‘gag’ o un concepto”.

A partir de estas definiciones, ya es posible conceptualizar al cómic en su sentido moderno, como un medio de comunicación masivo cuya unidad mínima es la viñeta, la cual se encuentra organizada con otras, según la estructura que se utilice para contar una historia. Esta historia, cuyo principal objetivo es el entretenimiento, además transmite unos valores ideológicos.

De la definición que se ha formulado, se debe tener siempre presente su naturaleza de medio de comunicación, ya que los cómics son el medio verbo-icónico a través del cual se puede contar historias de cualquier tipo. Pueden ser historias como las de superhéroes, pero estas son solo una parte de todas las alternativas que como medio posee.

Al igual que el horror y el *western* para el medio audiovisual del cine, los superhéroes son solo un género. Como afirma Scott McCloud (1994, p.4), “‘Comics’ is the word worth defining, as it refers to the medium itself, not a specific object as ‘comic book’ or ‘comic strip’ do”.

El concepto de cómics también varía según el nombre con el que se le conoce en otros idiomas. Hasta ahora se le ha designado a este medio con la palabra “cómic”, que viene del vocablo norteamericano *comics*. Este vocablo deriva a su vez de *comic* que

significa divertido o gracioso. De ahí proviene la arraigada creencia de que son únicamente humorísticos y destinados a un público infantil.

Otro término que se utiliza para denominar a los cómics, en español, es el de historietas, con el que se manifiesta el carácter narrativo antes mencionado. El inconveniente con llamarlos de este modo es que esta sufijación le otorga un matiz despectivo, por lo que se entiende como algo de menor nivel o calidad en comparación con una historia.

El caso de España es particular: se les denomina “tebeos”. El nombre le viene dado por la revista española TBO, que contenía solo cómics. Como explica Rodríguez (1988, p.17): “(...) ha dado nombre definitivo al producto mediante un claro proceso de designación del género a partir de un producto altamente representativo del mismo: un directo ejemplo de antonomasia”.

Otro nombre con el que se les denomina es “*manga*”, en japonés, que se traduce como imágenes sin sentido. En portugués son llamados “*quadrinhos*”, es decir, pequeños cuadros, similar a la definición de Rachitoff, la cual solo puede utilizarse como punto de partida porque lo caracteriza únicamente por las viñetas.

En Italia es conocido como “*fumetti*”, el cual, literalmente, quiere decir pequeñas nubes de humo, en referencia a los globos o bocadillos que contienen el diálogo en las viñetas. Y en francés son llamados “*bandes dessinées*” que significa ‘tiras dibujadas’.

Los cómics han recibido distintos nombres en varios idiomas, según algunos de sus elementos y características, como las viñetas, la sucesión de viñetas en forma de tiras, los globos; y el carácter humorístico con el que surgieron. Para esta tesis se ha optado por llamarles cómics, término que está ligado a su origen, el cual se explicará más adelante.

b) Tira cómica:

Antes de definir a la tira cómica, se debe conceptualizar la definición de caricatura o *cartoon*, con la que comúnmente se confunde a las tiras e incluso a los mismos cómics.

Annibale Carraci, considerado como el inventor de la palabra caricatura, la define como “la naturaleza; la copia literal de la naturaleza; y la alteración de su forma por medio de la acumulación de defectos, sin quitar nada de su parecido” (González, Samper, Herrera, Arias, 2009, p.17). Esta definición es muy similar a la dada por Armañanzas (1996), pero la autora le agrega la opinión como una de sus principales características, enfocándose en la caricatura como burla del poder.

Si bien la opinión es uno de sus rasgos fundamentales, no solo ridiculiza al poder, sino que puede tratar acerca de cualquier asunto de actualidad en la sociedad y de los temas recurrentes de la condición humana y su cultura (Mankoff, 1999). Para González (1999), el uso del humor no es una coincidencia, ya que éste sirve para alcanzar un conocimiento más profundo de los sucesos que configuran nuestra época o marcaron otras.

Una vez conceptualizada la caricatura, se puede pasar a definir a la tira cómica. El mismo término ‘tira’ ayuda a diferenciar a la tira cómica del *cartoon*. Si bien ambas implican la noción de humor, difieren en que la primera es una pequeña serie de viñetas mientras que la segunda es una sola viñeta. Al comparar este hecho con la definición de cómics que se formuló anteriormente, que implica a las viñetas sucesivas, se puede deducir que la caricatura no puede pertenecer al medio de los cómics, ya que con una sola viñeta no puede haber sucesión.

Esta sucesión implica otro rasgo distintivo de las tiras cómicas: la narración. El humor que caracteriza a los *cartoons* se ve reforzado en las tiras cómicas, ya que al disponer de más viñetas, se tiene un mayor espacio que permite contar una historia –no solo un momento– e incluir otros elementos que ayuden al efecto humorístico buscado.

Del mismo modo que el humor de la caricatura se enfoca, como lo afirman Armañanzas (1996) y Mankoff (1999), en el tratamiento burlesco de temas sociales y netamente humanos; la tira cómica, como explica César Cotrina, se vale del humor para ironizar acerca de estos hechos, es decir, no es solo puro entretenimiento sino también opinión (Cotrina, 1998).

Vale aclarar que a diferencia de los *comic books*, las compilaciones y las novelas gráficas que definiremos a continuación, la tira cómica depende siempre de otro medio de comunicación para ser difundida masivamente, en este caso, de la prensa escrita y, ahora, la prensa digital. Este nexo entre las tiras cómicas y la prensa es mencionado por Hazel

Molina en su tesis *Influencia del comic en los niños* (1988, p.67) citando a Martínez de Sousa (1981), quien indica que las tiras cómicas “se publican en las páginas de amenidades de los diarios”.

La razón estriba en su misma naturaleza, ya que por su limitado tamaño (una o dos tiras en sentido vertical u horizontal por lo general), no llega a ocupar toda una página como para ser publicada de forma independiente, a menos que se trate de una compilación.

c) *Comic book*:

El *comic book* está muy relacionado a las tiras cómicas ya que su origen se debe a las recopilaciones que hicieron los diarios de estas tiras al ver el éxito que tenían. Gracias a estas ediciones, poco a poco empezaron a desarrollar el tamaño aproximado con el que se les conoce en la actualidad, es decir, entre 22 y 24 páginas en promedio.

Basándose en la cantidad de páginas, varios historiadores señalan a *Famous Funnies* como el primer *comic book* (Lee, 2011c). La publicación, creada por Harry I. Wildenberg, comenzó a publicarse en 1934 y contaba con más de cien tiras en cada una de sus ediciones.

Aunque el número de páginas es una característica que lo define en su sentido moderno, no hay que centrarse solo en eso, sino en el hecho de que trata acerca de un tema desarrollado de forma más compleja en el aspecto narrativo, con uno o varios protagonistas y antagonistas.

Sagástegui (2003, p.25) comparte este rasgo como definitorio al considerar la primera entrega de *Action Comics* como el origen de los *comic books* modernos: “El primer número de ‘Action Comics’ (1938) ofrecía un western, una historia del mago Zatara, la primera entrega de las aventuras de Marco Polo, la historia del boxeador Pep Morgan, una intriga policiaca y la primera entrega de Superman. Poco faltaría para que un solo personaje protagonizara su propio comic-book”.

Sobre los *comic books*, se puede concluir que son publicaciones que oscilan entre las 22 y 24 páginas, donde se desarrolla un asunto en particular, con uno o varios protagonistas y antagonistas cuyas vidas giran en torno a ese tema.

d) Compilaciones:

Las compilaciones siguen el principio de la recopilación de las tiras cómicas como antecedente del *comic book*, ya que son publicaciones que reúnen todas las ediciones de un personaje o de una trama específica en un lapso determinado, pero las compilaciones se diferencian al tener una presentación similar o idéntica a la de un libro.

Los compilados no tienen un número límite de páginas, incluso pueden superar el millar de páginas, ya que hay tramas que se desarrollan a lo largo de pocas publicaciones y otras que toman años en culminar.

Uno de los ejemplos más conocidos es *The Dark Knight Returns* de Frank Miller publicada en 1986 por DC Comics. Anteriormente se habían lanzado cuatro ediciones con 48 páginas cada una, pero luego fueron compiladas y encuadernadas en un solo ejemplar de colección (Lee, 2011c).

e) Novelas gráficas:

Las novelas gráficas, al igual que las compilaciones, son publicaciones producidas con el formato de un libro; pero a diferencia de estas últimas, sus historias son originales, es decir, son creadas para este formato en específico (Lee, 2011c).

La razón es que en los *comic books*, y por ende en las compilaciones, las historias son creadas en base a una periodicidad, por lo que cada edición desarrolla sus propios puntos álgidos para culminar por lo general en un *cliffhanger*, es decir, en una situación peligrosa o sorpresiva para el protagonista, con lo que se deja a los lectores a la espera de la siguiente edición.

En las novelas gráficas, en cambio, se tiene que desarrollar una línea de tensión diferente porque se necesita mantener al lector a la expectativa durante el desarrollo de toda la trama. Esto conlleva una mayor complejidad para el equipo creativo por el volumen de estas novelas, que con facilidad alcanzan los cientos de páginas. Por tanto, aunque tengan presentaciones similares, las novelas gráficas difieren de las compilaciones en su estructura narrativa.

2) Origen del cómic

El origen de los cómics es un tema que aún continúa en discusión debido a las numerosas manifestaciones artísticas que poco a poco fueron incorporando los elementos que hoy en día lo constituyen como medio de comunicación.

Si se toma el uso de imágenes como elemento del cómic para narrar una historia, se puede señalar el origen de los cómics en el arte rupestre, a través del cual se plasmaban los ritos de cacería y otras ceremonias con carácter religioso (Bonvín, 2005).

Bonvín también concuerda con otros autores (Lee, 2011c; McCloud, 1994; Rachitoff, 1981) sobre la narrativa propia del cómic presente en los antiguos papiros egipcios, como el que se encuentra en el Metropolitan Museum of Art. Este papiro, que data de 1400 a.C., cuenta acerca del médico egipcio Mebanum, quien recibe como pago del rey unos “vasos de metal, barras de cobre y esclavas jóvenes” (Rivera, 1994, p. 73).

En los años posteriores al nacimiento de Cristo también se han encontrado manifestaciones artísticas con las mismas características. Entre las más importantes tenemos al Tapiz de Bayeux, que cuenta, a través de 58 escenas, la conquista de Inglaterra por Guillermo el Conquistador; y la columna trajana, que narra en mármol las victorias del emperador Trajano contra los dacios.

Todas estas obras se valen de las imágenes para contar una historia, como lo hace el cómic; pero si se quiere conocer el origen del cómic con sus actuales características, primero se debe partir de uno de los artistas más influyentes del arte humorístico: William Hogarth.

Hogarth fue un pintor satírico cuyos trabajos fueron realizados en telas y con la intención de ser vistos uno al lado del otro. Masotta (1982) afirma que con *A Harlot's Progress* (1731) y *A Rake's Progress* (1735), influenció en los grandes maestros del humor: Rodolphe Töpffer, Wilhem Busch y Georges Colomb, también conocido por su seudónimo Christophe.

Cada uno de ellos contribuyó con el surgimiento del cómic en su versión moderna: Töpffer se valió de las caricaturas dentro de un recuadro claramente delimitado –lo que dio

origen a las viñetas– (McCloud, 1994); Busch en 1865 publicó *Max und Moritz*, una historieta de dos niños traviesos con versos bajo cada caricatura –complementando imagen con palabra– (Rachitoff, 1981); y Colomb en 1889 publicó *La Famille Fenouillard*, que fue la primera tira cómica familiar o *family strip* (Masotta, 1982).

En los trabajos de Busch y Colomb también se aprecia el rasgo de la difusión masiva de los cómics por medio de los diarios. Este medio fue el que permitió que se termine de forjar el cómic como se conoce hoy, con obras como las de Richard Outcault y Rudolph Dirks.

Outcault introdujo en *Down Hogan's Alley* –que contaba con el famoso personaje del *Yellow Kid*– el primer globo o bocadillo en la historia de los cómics. Este globo salía del pico de un loro en la tira publicada en febrero del 1896, y aunque existen antecedentes del bocadillo en las filacterias de la pintura medieval, Rodríguez (1988) explica que Outcault transformó los recursos de la palabra y del diálogo, convirtiéndolos en elementos característicos de los cómics modernos.

Otros elementos fueron introducidos por Dirks en *The Katzenjammer Kids*. La tira cómica apareció en 1897 en el *New York Journal* de William Hearst, y ha sido la única que ha sobrevivido hasta nuestros tiempos, valiéndose de las onomatopeyas y otros recursos gráficos, e instaurando la continuidad de los personajes en el mundo de los cómics (Masotta, 1982).

Como se ha explicado anteriormente, la evolución del cómic –iniciada desde el arte narrativo de las cavernas– encontró en la imprenta y en la difusión masiva los recursos que necesitaba para constituirse como el medio de comunicación que es hoy, con recursos propios y la capacidad de contar historias al nivel de otros medios como el cine y la televisión.

3) El potencial del cómic como medio de comunicación

Tal como se acaba de mencionar, el cómic, en lugar de situarse por debajo de otros medios en cuanto a su potencial, comparte mucho con ellos, no solo en el formato sino también en los contenidos que transmiten.

Sus capacidades como medio de comunicación le permiten influir en la sociedad donde se difunden. Esta influencia no solo se da en la percepción que las personas tienen de sí mismas y de su entorno, sino, también, en su desarrollo a nivel educativo, mediante la formación del criterio y del refuerzo de su ética; y en los valores que constituyen a la misma sociedad.

a) El cómic como agente de socialización:

El poder del cómic como agente socializador es innegable por su naturaleza de medio de comunicación masivo. A pesar de esto, muchas veces no se le considera al mismo nivel de otros medios como el cine –con el que mantiene una estrecha relación desde sus comienzos– y principalmente la televisión.

Esta desvalorización se manifiesta en la interminable lista de estudios que se han enfocado en los efectos de los contenidos de los medios –considerando a la violencia como el principal problema– y que contemplan únicamente a la televisión, y en ocasiones, al cine y a la Internet, como se aprecia en la compilación de investigaciones que hace Bonilla (2007).

Varios autores (Vilches, 1987; Medina, 1992; Most, 1997; Muro, 2004; Abel, 2008) recalcan la semejanza del cómic con el cine tanto en cuanto a forma –por ejemplo con los planos y el encuadre– como en contenido. Esta última semejanza es mucho más fácil de identificar si se recuerda todas aquellas películas que se han basado en los protagonistas de los cómics, independientemente de que se hayan realizado con personajes animados o no.

Estos personajes y sus historias constituyen una ventana al mundo (Villanueva & Revilla, 2007) que reproduce nuestra realidad, pero, sobre todo, transmite imaginarios sociales, entendiendo imaginario como una representación de esta realidad (Imbert, 2010).

Las representaciones que muestran los cómics inciden en el modo en la que los hombres y mujeres se entienden como personas y como miembros de una sociedad, reforzando o debilitando ciertas ideas que poseen, según aparezcan en mayor o menor grado en este medio de comunicación. El reforzamiento de estas representaciones o imaginarios ocurre con más frecuencia en los niños, debido a su débil distinción entre ficción y realidad; y en los adolescentes, quienes desarrollan de manera significativa su personalidad en esta etapa de su vida.

Cabe mencionar que la misma realidad también ayuda a la naturalización o no de estos imaginarios en la medida en que lo que se observe en los medios de comunicación esté presente en la vida real. El problema es que, por lo general, estos medios tienen una marcada preferencia por los contenidos más sensacionalistas y polémicos como el sexo, la violencia y la muerte.

La abundancia de estos contenidos pueden afectar a los usuarios que los consumen, originándoles varias distorsiones en la percepción del mundo. George Gerbner explica esta consecuencia a través de lo que llamó el ‘síndrome del mundo malo’ (Fernández & Revilla, 2007), por el cual las personas se vuelven más agresivas y/o preocupadas por su seguridad debido a los hechos que transmiten los medios. Este fenómeno, a su vez, incide en el negocio de las empresas dedicadas a este rubro y en la aceptación de algunas políticas drásticas de gobierno.

En este sentido, los cómics, al transmitir las representaciones que circulan en la sociedad, se convierten en importantes agentes socializadores. Por tal motivo, como lo menciona Arturo Galarza en su tesis *La historieta como medio eficaz de comunicación masiva*, es necesario que los equipos creativos consideren este hecho al momento de producir los cómics, aprovechando sus capacidades para promover el bienestar social (Galarza, 1993).

b) El cómic como transmisor de valores ideológicos:

En la definición de cómics que se ha dado anteriormente se señala la transmisión de valores ideológicos como un rasgo fundamental. Esta característica viene de su propia condición de medio de comunicación, por la cual es utilizado como un vehículo para comunicar ideas y para transmitir una visión del mundo.

Dentro de la comunicación de ideas, se puede incluir al cómic en la comunicación artística. Gálvez (2011, p.175) considera a este tipo de comunicación como aquella en la que el artista “es capaz de comunicar con un gran contenido ideológico cosas bellas que pueden abarcar diversos campos y diversos modos, como son las obras artísticas literarias; en movimiento, como la danza; sonoras, como todo el arte musical; silentes, como las artes plásticas; o el arte que manifiesta una gran inventiva, como el teatro, etc”.

En el caso de los cómics, los valores ideológicos, que no son siempre universales, son transmitidos principalmente a través del diálogo pero también mediante la imagen y su encuadre, comunicando la concepción que se tenga de la realidad en relación a uno mismo y a las demás personas.

Hay que tener mucho cuidado con la utilización de esta capacidad del medio porque se puede intentar legitimar determinadas prácticas o políticas de Estado. En el caso de EE.UU., esto se ve en las publicaciones analizadas del *Lone Ranger* por Dorfman y Jofré; y en las del Pato Donald, revisadas por Dorfman y Mattelart. En las primeras, se acepta que los blancos despojen a los indios de sus tierras (Dorfman y Jofré, 1974); y en las segundas, se defiende el colonialismo y la superioridad de la cultura norteamericana frente a las del resto del mundo (Dorfman y Mattelart, 2005).

En los cómics que se analizarán también se da un ejemplo explícito de legitimación de ciertas ideas. Es el caso del *Captain America*, cómic surgido antes de la Segunda Guerra Mundial, donde se mantiene una postura anti-nazi hasta el día de hoy. La configuración de este y otros superhéroes norteamericanos “se nutren con héroes prototípicos de la cultura popular blanca, pertenecientes en su mayoría al contexto de la expansión territorial e industrial de los Estados Unidos” (Rivera, 1994, p.151).

Debido a la diversidad de valores ideológicos que pueden ser transmitidos, es necesario que las personas sean responsables de cultivar su propio criterio y capacidad crítica para poder relacionarse con los contenidos de los medios desde un punto de vista ético, manteniendo la distancia de otros objetivos o estrategias netamente comerciales, tal como lo explica Clemente (2005, p.239) citando a Eco (1965), quien afirma que en los medios “importa la lógica comercial más que las producciones culturales”.

c) El cómic en la educación:

La finalidad distractiva o evasiva que se menciona en la definición de cómic es una característica que ha desligado al medio de su potencial educador, ya que se suele pensar que es puro entretenimiento sin ningún otro objetivo ni posibilidad.

Como en todo medio, su potencial depende del contenido que se utilice y el fin que se busque. Por tanto, si se tiene un objetivo pedagógico, este no podrá llevarse a cabo con

cualquier ejemplar, ya que al igual que en otras formas artísticas como la música, también se encuentran manifestaciones que atentan contra la calidad, la belleza y la ética.

La ventaja del cómic en la enseñanza, en comparación con otros medios, es el predominio de la imagen sobre la palabra, lo que lo vuelve más atractivo. Por ello, este medio podría aprovecharse para educar a un público de temprana edad, ya que “el lenguaje de la imagen es interpretado aún antes que el niño aprenda a leer” (Vallebuona, 1990, p.3).

Los temas que pueden enseñarse mediante este medio verbo-icónico son muy variados (Rodríguez, 1988; Galarza, 1993; Lee, 2011c) e incluyen desde las ciencias sociales y la física hasta la historia y la religión, debido a su capacidad descriptiva y narrativa. Para aprovechar este potencial educativo del cómic, hay que aprender a usar el medio en sus rasgos más particulares.

Según los objetivos que se persigan, se puede elegir entre la palabra y la imagen, ya que serán más o menos convenientes en función a la materia escogida. El equilibrio debe cuidarse a lo largo de la sucesión de viñetas, para no caer en contradicciones ni repeticiones forzadas que atenten contra el ritmo de lectura y la comprensión.

El público al que se dirijan también debe considerarse al momento de su elaboración ya que no todas las historias ni los personajes funcionan en cualquier contexto sociocultural. Los comportamientos, la cultura, la economía, el grupo étnico y otros factores deben ser tenidos en cuenta para que las verdades expresadas sean entendidas por el receptor (Medina, 1992). Sin embargo, lo más importante para el desarrollo del cómic en la educación es que los mismos maestros tomen conciencia de sus posibilidades pedagógicas, para que lo utilicen en las escuelas y las universidades, y promuevan su difusión masiva para la sociedad en general.

CAPÍTULO II

LA REGULACIÓN DE LOS CÓMICS EN EE.UU.

Con el fin de facilitar el desarrollo de los objetivos específicos de esta tesis, se ha incluido un pequeño apartado con las definiciones de regulación y autorregulación –que pasó de corporativa a individual en el caso analizado– que se utilizarán a lo largo del capítulo. Los conceptos están definidos desde sus aspectos más básicos, ya que en otros autores se puede encontrar un amplio tratamiento de los mismos (Tornos, 1999; Aznar, 2005b).

El apartado siguiente explicará el desarrollo de la autorregulación en las editoriales, que se dio a raíz de la controversia surgida por los contenidos de los *comic books* y para evitar la regulación del gobierno. La polémica generada –además de otros factores como la televisión– afectó su popularidad y el reconocimiento de sus posibilidades como medio de comunicación, el cual poco a poco han empezado a recuperar los cómics.

1) Definición

Para comprender la evolución de los códigos éticos y la reglamentación en los cómics es necesario definir de forma precisa los conceptos de regulación y autorregulación.

La regulación, según Tornos (1999, p.53), es la “fijación de unas reglas generales y el compromiso a una observación de su cumplimiento desde una posición neutral”. Aunque este término se aplica a los otros dos conceptos que se definirán a continuación (autorregulación y corrección), se identifica más con el poder público que lo asume, el cual puede regular tanto al mercado (como su accesibilidad y los posibles monopolios) como a sus contenidos.

El fundamento de la regulación estatal radica en que el Estado considera como básicos y esenciales para la sociedad a los servicios que presta la empresa (de servicio

público o interés general) y porque existen determinadas circunstancias que afectan al desarrollo y coexistencia de las empresas en el mercado (Castejón, 1998).

Sin embargo, la búsqueda del bienestar general por parte del Estado (González, 1987; Fernández-Baca, 2004) no siempre se alcanza mediante la regulación. Como afirma Laguna de Paz (2010), el poder público a veces no es neutral, por lo que suele afectar a unos en beneficio de otros. Este hecho es muy importante en relación a los medios de comunicación, debido a que existe el riesgo de que se limite la libertad de información y de expresión.

En la regulación también puede generarse lo que se conoce como “captura del regulador” (Sendín, 2003; Beneyto, 2003). El fenómeno consiste en la influencia que ejercen las empresas reguladas sobre la entidad reguladora, por lo que priman los intereses de estas organizaciones en vez del bienestar o el interés general.

Respecto a la autorregulación, se diferencia de la regulación en que la figura del regulador es interna porque son los mismos actores –en este caso de la comunicación– los que se encargan de reglamentar y hacer cumplir las normas.

Vale aclarar que la autorregulación –que puede ser corporativa o individual– es voluntaria, por lo que no debe confundirse con censura ni mucho menos con autocensura. Como explican Agejas y Serrano (2002), la voluntad de la autorregulación complementa a la libertad, pero esta no se debe entender como una ausencia de reglas, sino como una capacidad de obrar conforme a las normas y valores de la profesión.

Los mecanismos de autorregulación incluyen a los libros de estilo, códigos deontológicos, consejos de lo audiovisual, entre otros. Tienen la ventaja de ser más eficaces –en relación a las intervenciones estatales–, porque se realizan en menor tiempo y son de fácil administración (Muñoz, 2000).

Aznar (2005b) señala que, para que estos mecanismos funcionen, son necesarios tres factores: la existencia de una variedad de ellos que se complementen y refuercen, un público bien informado acerca de estos mecanismos, y profesionales que muestren interés por ellos.

La autorregulación también tiene sus desventajas. Para Laguna de Paz (2010), en ella también se da la posibilidad de que se favorezcan unos intereses en detrimento de otros. Además, al ser voluntaria y no coactiva, carece de la eficacia jurídica del Estado.

Otro concepto cada vez más utilizado es el de corregulación. Aznar (2005a, p.28) cita a Escobar Roca (2002) quien la considera como una iniciativa que “trataría en este caso de organismos públicos independientes y no politizados, cuya actividad reguladora o asesora de carácter no exclusivo ni necesariamente jurídico estaría en manos fundamentalmente de agentes de la sociedad civil”. El mismo autor (2005b) reconoce las ventajas de este tipo de regulación, ya que presenta una autonomía respecto al Estado – como en el caso de la autorregulación–, pero a la vez tiene una financiación permanente del poder público y la facultad de aplicar sanciones.

Sin importar el tipo de regulación, las personas no deben olvidar su papel como consumidores ni como ciudadanos. Si se exige unos medios de comunicación más responsables, es necesario que los hombres y mujeres de una sociedad adquieran y eduquen su capacidad crítica y su ética, para exigir a los medios que se adecúen a la naturaleza de su profesión en beneficio de la sociedad.

En el próximo apartado se explicará el desarrollo de la normativa de los cómics en EE.UU., donde no llegó a darse una regulación del medio, sino que las normas se dieron, desde un inicio, dentro del marco de una autorregulación corporativa. Esta autorregulación, que consiste en el cumplimiento de unas reglas creadas y aceptadas por las mismas editoriales, fue abandonada de forma progresiva hasta dar paso a una autorregulación individual, donde cada editorial se encargó de formular las normas para sus propios contenidos.

2) El camino a la autorregulación

Después de haber definido los conceptos sobre los que se centrarán los siguientes subapartados, se explicará cómo se ha desarrollado el *comic book* desde sus inicios para entender su progresivo declive hasta hace pocos años, producto de las críticas de muchos grupos civiles y del gobierno.

Esta situación dio origen a dos iniciativas de autorregulación del medio por parte de las editoriales, con el objetivo de evitar la regulación estatal. La primera fue en 1948 con la

creación de la Association of Comics Magazine Publishers (ACMP) y su código de ética; mientras que la segunda se dio en 1954 con la creación de la Comics Magazine Association of America (CMAA) y su Comics Code.

Con la aparición de la televisión y el crecimiento de su audiencia, se dejó de prestar mucha atención a los *comic books*. Este hecho –entre otros factores– permitió que la autorregulación corporativa se suavizara hasta la autorregulación individual de hoy en día. Pero con el reciente incremento de la notoriedad y popularidad del medio, gracias a las adaptaciones para el cine y a las novelas gráficas, se debe estar pendiente de la reglamentación de los contenidos, para que esta no se descuide al punto de que solo se busque un beneficio económico, en detrimento del potencial del cómic como medio de comunicación.

a) Primeros incidentes:

Antes de la creación del Comics Code Authority en 1954, existía una autorregulación de las tiras cómicas por medio de numerosos sindicatos o agencias de prensa. Estos sindicatos reglamentaban los contenidos de las tiras cómicas que publicaban, pero también buscaban aumentar las ganancias al ampliar la difusión de estas tiras a través de otros diarios.

Entre los principales sindicatos que aparecieron en la segunda década del siglo XX se puede mencionar al King Features Syndicate de William Hearst, el Chicago Tribune- New York News Syndicate y el United Features Syndicates.

Los sindicatos lograron su objetivo al obtener ventajas comerciales con la publicación de sus contenidos en diarios más pequeños, pero como afirma Gubern (1994), su conservadurismo limitó la creatividad de los autores de las tiras cómicas.

Las presiones de los sindicatos afectaban no solo el aspecto formal (tamaño y cantidad de viñetas) de las tiras cómicas, sino, principalmente, a la libertad creativa de las mismas, ya que no se permitía ninguna forma de violencia, ni aunque se justificara editorialmente por fines educativos, para mostrarle al lector las consecuencias negativas de tales comportamientos.

Los *comic books* escaparon a estas restricciones al no estar sujetos a la publicación de un diario, ya que se vendían de forma independiente. Los géneros de ciencia ficción, intriga policíaca y *western* llegaron a ser muy populares, en parte, porque sirvieron como una “fuga imaginativa para la desesperanza colectiva” (Gubern, 1994, p.241) ante la gran depresión económica por la que atravesaba el país.

Desde estos primeros números, en los años 30, los *comic books* han sufrido una estigmatización que ha afectado al medio, a sus artistas y a sus lectores (Lopes, 2006). Como se explicará a continuación, el medio fue considerado inferior a otras artes como la literatura y destinado a un público infantil. Los artistas también fueron estigmatizados por crear este medio de supuesta baja calidad, mientras que sus lectores eran vistos como adolescentes violentos y antisociales.

Lopes (2006, p. 388) cita a Goffman (1963) y define a esta estigmatización como un fenómeno social que otorga el grado de “problemática” a una forma cultural o a un individuo, desacreditándolos, y que llama a la acción a las personas consideradas “normales”.

Esta calificación no se refiere a un atributo en particular del individuo o de la forma cultural, sino a la relación que existe entre algún atributo suyo y el estereotipo existente, lo que causa que el individuo *problemático* sea visto como inferior en comparación a aquellos calificados como “normales” (Lopes, 2006, p.388).

La estigmatización afectó al medio de los cómics, al considerársele como inferior a otras formas artísticas que también utilizaban la imagen, como la pintura, y la palabra, como la literatura. La mayoría de las críticas se valieron de los diarios como medio de difusión, incluyendo a los *magazines* y a los *journals*, y reforzaban la creencia de que era un medio netamente infantil.

En cuanto a los creadores de *comic books*, eran desacreditados por ser los autores de este supuesto medio de baja calidad, hecho que afectaba a su propia reputación como artistas gráficos. Muchos de los artistas de ese entonces optaron por usar seudónimos en sus trabajos ya que temían el efecto que podía causar este descrédito a largo plazo.

Los lectores no se salvaron de ser estigmatizados. A pesar de que en un principio fueron vistos como víctimas del medio, pronto fueron calificados como adolescentes y jóvenes violentos, de baja autoestima y pobres habilidades sociales. El estigma que recayó sobre ellos los obligó a formar sus propias comunidades en los fanzines y en las convenciones (Lopes, 2006).

Uno de los ejemplos más recordados de las críticas hacia los cómics fue la que realizó Sterling North con su editorial *A National Disgrace* en el *Chicago Daily News* en mayo de 1940. Carter (2012) señala que en su crítica, North calificaba a los *comic books* como dañinos a la evolución del país, debido a la interpretación que hacían de temas tan delicados como la ley y las instituciones gubernamentales.

La violencia fue otro de los puntos en que se basaron los ataques de North, quien afirmó que la continua presencia de asesinatos, torturas y otros hechos sangrientos volvía a los niños muy impacientes en comparación a cuando leían otras lecturas –en libros– más “recomendables”.

North también atacó el medio en sí al considerarlo como pobremente escrito y dibujado. Según él, estas deficiencias afectaban a la vista y al sistema nervioso. North culminaba su editorial llamando a los padres y profesores para que se unieran contra el medio para evitar que las próximas generaciones fueran más dependientes y exigentes con la violencia.

Las críticas de North y otros profesionales hicieron que las editoriales fueran más cuidadosas en la elaboración de sus historias, llevándolas a contratar los servicios de asesoría de psicólogos y otros expertos en educación. Uno de los primeros casos –y el más importante– es el de *All American* y *National Periodical Publications* –en la actualidad DC Comics– en 1941, que fue asesorada por el psicólogo William Moulton Marston en la creación de la primera superheroína en ese entonces, *Wonder Woman* (Franco, 2012).

Aunque *Wonder Woman* fue atacada tiempo después por el psiquiatra alemán Fredric Wertham –de quien hablaremos más adelante– en relación a su supuesto lesbianismo, el ejemplo de *National Periodical Publications* fue seguido por otras editoriales, en un esfuerzo para reducir las críticas y aprovechar el potencial del cómic como medio de comunicación.

Los esfuerzos para mejorar los contenidos poco a poco fueron disminuyendo a mediados de los cuarenta, puesto que el género de los superhéroes –blanco principal de las críticas– empezaba a decaer. En esta época, como manifiesta Lee (2011c), aumentó la popularidad de otros géneros como el criminal, el romance, y una vez más, el humor.

En contraposición a los planteamientos realistas de los *comic books* inspirados en la Segunda Guerra Mundial, el humor fue uno de los géneros más populares en esos años (Gubern, 1994), representado sobre todo por los *funny animals*, junto con el género de horror (Masotta, 1982). Pero, a pesar del descenso en la popularidad de los superhéroes y de los intentos por elevar la calidad del medio debido a las críticas, esa década los *comics books* estuvieron dominados por los contenidos sangrientos y violentos del género de horror y el criminal (Fee, 2008).

Los contenidos de estos cómics fueron aprovechados por sus detractores, quienes se centraron en las consecuencias que tendrían en los niños y adolescentes lectores de este medio. Lo que estas críticas no tomaron en cuenta fue que los *comic books* de temática criminal y horror eran leídos principalmente por el público adulto, y que también existían otros géneros como el romance y el humor, que fueron incluidos y encasillados en esta cruzada anticómics.

b) La Association of Comics Magazine Publishers (ACMP) y Fredric Wertham:

El llamado cómic de autor, plasmado en los nuevos géneros con sus ideas arriesgadas y temas polémicos (Castro, 2003), fue utilizado por Fredric Wertham como prueba para relacionar a la delincuencia y a los trastornos sexuales con los *comic books* y el público juvenil.

En su primer libro, *The Brain as an Organ* (1934), el psiquiatra alemán analizó las enfermedades mentales desde las teorías de Emil Kraepelin, considerado como el padre de la psiquiatría moderna, es decir, tratándolas como consecuencias de alteraciones genéticas o biológicas (Franco, 2012).

Con *Dark Legend* (1941), Wertham volcó su interés en el impacto de los medios de comunicación masivos como el cine y sobre todo los cómics. En este libro desarrolla la historia de un asesino de tan solo 17 años que vive en una fantasía creada por el consumo de películas y *comic books*. Esta relación la hizo por el estigma ya mencionado de los

cómics como un medio netamente infantil, y al no tener en cuenta que otros géneros dentro del medio –como el de horror– eran leídos por el público adulto.

Patanella y Ebanks (2011) explican que, a lo largo de la década de los 40, Wertham fue la voz de los padres, los educadores y las autoridades (políticas y religiosas), quienes atacaban a los cómics por estar en contra de lo moralmente aceptable y por sus supuestos efectos negativos en los lectores más jóvenes.

Ya casi al final de esta década, el psiquiatra tuvo dos participaciones notables que siguieron difundiendo sus ideas sobre los efectos negativos del cómic: su trabajo aparece como referencia principal en el artículo *Horror in the Nursery* en *Collier's Magazine* el año 1948, donde asegura que los cómics son una de las causas más influyentes de la delincuencia juvenil y que difunden una sexualidad mezclada con violencia; y ese mismo año participa en el simposio *The Psychopathology of Comic Books*, el cual fue ampliamente comentado por los detractores de los cómics (Franco, 2012).

Por las continuas críticas al medio, encabezadas por las del Dr. Wertham, y para evitar la regulación del gobierno, varios editores de cómics se reunieron –entre los que figuraban Bill Gaines de EC Comics y Harold Moore de *Famous Funnies*– para autorregularse corporativamente. Con este objetivo fundaron la Association of Comics Magazine Publishers (ACMP) en 1948.

El fin de esta asociación era establecer unas reglas necesarias que se plasmarían en un código de ética, el cual debían seguir todas las editoriales si querían que sus *comic books* fuesen aprobados y tuvieran el sello de la asociación en su portada. Sin embargo, esta alternativa autorreguladora por la que se optó no tuvo mucho éxito porque no todas las editoriales se unieron a la ACMP. Además, muchos de sus miembros se retiraron posteriormente al estar en desacuerdo con algunas de las directrices que debían respetarse.

Entre las pautas que tenían que acatar figuraban la eliminación de cualquier tipo de presentación sexy de las mujeres, el veto al sadismo, el uso mínimo de la jerga y del lenguaje vulgar, la defensa del matrimonio, y el respeto a cualquier grupo religioso, racial y a las autoridades, como la policía, quienes debían ser representadas de manera ejemplar.

La ACMP también se vio afectada por sus propios fundadores, ya que la EC Comics siguió valiéndose de la violencia gráfica en sus publicaciones. En rechazo a esta inutilidad de la asociación y de su código, se organizaron varias quemaduras públicas de cómics en los EE.UU. Un caso conocido es el Incendio de Binghamton en New York a finales de 1948, donde se quemaron más de 2,000 ejemplares. Para Franco (2012), los principales promotores de estos actos fueron los padres y los educadores.

El año siguiente, Gerson Legman publicó *Love and Death*, considerado por muchos como el precursor del libro *Seduction of the Innocent* de Fredric Wertham. En su libro, Legman, expresando otra vez el estigma del cómic como medio infantil, acusa a los *comic books* de tratar a los niños como si fueran animales, ya que sus contenidos los “alimentaban” a través de imágenes violentas (Coville, *Seduction of the Innocent and the Attack on Comic Books*).

El miedo acerca de las consecuencias que causaría la lectura de *comic books* en la población infantil y juvenil fue un tema constante en toda la década. Su importancia alcanzó tal grado que en 1950 el gobierno federal de los EE.UU. organizó en el senado un comité especial para investigar el crimen organizado, en el que también se consideraría el análisis de los posibles efectos de los cómics.

Tal como afirmaba Wertham en el artículo *Horror in the Nursery*, un juez del comité aseguró que se habían dado varios casos donde los crímenes eran realizados por los menores de edad después de haber visto su representación en estas publicaciones. Esta conclusión consideraba que los *comic books* eran el único causante de los hechos delictivos, por lo que la culpa recaía solamente en el medio, en sus artistas y en sus propietarios. Para este juez, los adolescentes eran totalmente inocentes, ya que los *comic books* los había obligado a delinquir (Coville, *Seduction of the Innocent and the Attack on Comic Books*).

Entre los cómics que analizó el comité especial del senado norteamericano figuraban varios de la editorial EC Comics como *Tales from the Crypt*, *The Haunt of Fear* y *The Vault of Horror* –del género de horror– y *Crime Suspense Stories* –del género de suspenso–, cuya publicación comenzó en el mismo año en que se realizó la investigación.

Los géneros de horror y el criminal fueron muy exitosos en el público adulto, mientras que el romance tuvo una mayor acogida, principalmente, en el público femenino

adulto. Lopes (2006) afirma que para 1949, los *comic books* de temática romántica ya habían superado en ventas a los demás, incluyendo al de superhéroes, que fue el género más perjudicado de todos con la aparición y la explosión de estos nuevos géneros.

c) *Seduction of the innocent* y la creación de la Comics Magazine Association of America (CMAA) y el Comic Code Authority (CCA):

Los primeros años de la segunda mitad del siglo XX no ofrecieron un panorama distinto a los *comic books*, a los que se criticaba de forma constante por causar desde problemas visuales hasta la delincuencia juvenil y desórdenes sexuales en los menores de edad.

Como afirma Ferguson (2013, p.132), citando a Bender y Lourie (1941), hubo algunos intentos por calmar a estos grupos de detractores cada vez más numerosos. Ejemplos de ello fue la creación de la ACMP y de su código de ética, y la opinión de algunos investigadores que otorgaba un efecto catártico al cómic, por lo que se creía que reducían los problemas de conducta en los niños.

Sin embargo, estos esfuerzos por mejorar la reputación de los *comic books* fueron infructuosos. En 1954, Fredric Wertham continuó con sus ataques por medio de *Seduction of the Innocent*, su obra más conocida. Tilley (2012) explica que en este libro, publicado en 1954, el psiquiatra alemán se basó nuevamente en la violencia de los contenidos, y aseguraba que el desarrollo mental y social de los niños no podía llevarse a cabo de un modo “saludable” a través de estas lecturas.

El tema de las drogas también fue tratado en esta obra. Wertham afirmaba que la representación de estos productos en los *crime comics*, donde incluía el género policíaco, el de superhéroes y el de horror, originaba conductas y hábitos similares en los lectores más pequeños (Franco, 2012).

Las representaciones de situaciones amorales para los niños y adolescentes, según Wertham, estaban acompañadas por otras que distorsionaban el sentido de la realidad. Las exageraciones de las características de los protagonistas y el entorno que les rodeaba causaban que los menores fantasearan muy a menudo, hecho que era visto como una actividad improductiva y que demostraba la falta de disciplina mental.

El tratamiento de la sexualidad en los *comic books* fue otro tópico recurrente en *Seduction of the Innocent*. Pero en esta ocasión, como menciona Parasecoli (2013), Wertham no solo se refirió a las mujeres voluptuosas en cortos disfraces o a la musculatura desproporcionada de los superhéroes, sino que llegó a asegurar que varios de estos personajes presentaban un desequilibrio en el rol que debían desempeñar según su género.

Según el psiquiatra, Batman y Robin, personajes de la editorial DC Comics, constituían una pareja homosexual, mientras que Wonder Woman, la primera superheroína de los *comic books*, de la misma editorial, era fácilmente identificable como lesbiana.

Seduction of the Innocent, que fue una de las causas principales de la nueva autorregulación corporativa de los cómics en 1954, también fue criticada por varios especialistas desde su publicación. Las críticas se centraban en tres puntos: la manipulación de datos, la metodología de investigación utilizada y el público lector de los *comic books* citados.

Las cifras correspondientes al número de adolescentes lectores de *comic books* y a la cantidad de ejemplares que leían fueron modificadas por Wertham para otorgar un mayor respaldo a sus conclusiones (Tilley, 2012). Muchas de ellas rozaban con el absurdo, llegando a afirmar que el único destino posible para los niños y adolescentes lectores de *comic books* era convertirse en criminales o en algo peor (Coville, *Seduction of the Innocent and the Attack on Comic Books*).

En cuanto a la metodología, el grupo de jóvenes que fueron estudiados estaba integrado solo por delincuentes juveniles, es decir, no se analizó a menores que leían *comic books*, pero que no delinquían. La falta de un grupo de prueba condicionaba desde un principio el resultado de la investigación, ya que no se podía contrastar la información recopilada ni tampoco se podía extrapolar el resultado a la población en general, debido a que no se trabajó con una muestra proporcional del público lector.

Wertham olvidó que los cómics de crimen y de horror que criticaba no eran leídos solo por ellos, sino, en su mayoría, por adultos. Un segmento muy importante de estos lectores era el conformado por los soldados que combatieron en la Segunda Guerra Mundial, quienes los consumían principalmente como medio de entretenimiento y lo siguieron haciendo acabada la guerra.

Las críticas a *Seduction of the Innocent* no bastaron para reducir el impacto que tuvo en los EE.UU., pero a pesar de la influencia que ejerció en esta cruzada nacional anticómics, no debe considerarse a su autor como el único artífice de la nueva autorregulación del medio. Años antes que Wertham se convirtiera en una figura pública, ya se habían realizado varias manifestaciones contra los contenidos de los *comic books* y sus posibles efectos.

Según Zhao (2013), lo que diferenció a Wertham de Sterling North –y otros grupos civiles y religiosos en contra de los cómics– fue que él se convirtió en el representante de este movimiento por sus continuos ataques publicados en otros medios masivos como los diarios, lo que le brindó una mayor notoriedad frente a los demás críticos.

El trabajo de Wertham fue tan reconocido y referenciado que el senado norteamericano lo citó a testificar en abril de 1954, junto con otros especialistas y artistas del cómic como Milton Caniff, como parte de las investigaciones que llevaba a cabo el subcomité del senado en el tema de la delincuencia juvenil (Nyberg, *Comics Code History: The Seal of Approval*).

Al concluir las investigaciones, el subcomité declaró que concordaba con Wertham en reconocer los posibles efectos de los cómics en los segmentos de la población más vulnerables como los niños y adolescentes. Sin embargo, también señaló que su hipótesis de los *comic books* como único causante de la delincuencia juvenil no estaba debidamente fundamentada por su parcialidad en la elección del grupo de prueba, constituido solo por jóvenes delincuentes.

Por estos posibles efectos, el reporte final del subcomité del senado recomendaba a los propietarios de las editoriales y a los artistas de cómics que revisaran sus trabajos antes de publicarlos, porque de no hacerlo, el mismo senado se encargaría de utilizar cualquier medio necesario para regular estos contenidos (Coville, *Seduction of the Innocent and the Attack on Comic Books*).

La advertencia del senado llevó a los propietarios y artistas a un nuevo intento de autorregulación, pero esta vez reemplazaron a la ACMP por la Comics Magazine Association of America (CMAA) que inició sus actividades en setiembre de 1954.

La CMAA, como afirmaba su fundador y presidente John Goldwater, surgía gracias a “la culminación de años de esfuerzo para reunir a editores, distribuidores, impresores y grabadores para mejorar normas y técnicas de este medio” (Comics Magazine Association of America, *La verdad acerca de las revistas de historietas aprobadas por el código*, p.7).

La Comic Code Authority (CCA), surgida en octubre, se creó como un organismo dependiente de la CMAA, y su finalidad era la elaboración del nuevo código del medio. Este código –conocido simplemente como Comics Code–, según la propia CMAA, era mucho más estricto en comparación a los de la televisión y el cine, ya que no permitía que los cómics toquen temas que sí eran aprobados en esos medios.

Uno de ellos era el crimen: no se podían mostrar a los criminales de modo tal que se genere una simpatía hacia ellos. Respecto a este asunto, se llegó al extremo de prohibir la palabra *crime* como título de cualquier *comic book*, además de recomendar que se utilizara en la menor medida posible.

Otras palabras vetadas fueron *horror* y *terror*, lo que según William Gaines –editor de EC Comics– atacaba directamente a sus publicaciones más vendidas: *Crime Suspensories*, *The Vault of Horror* y *The Crypt of Terror*.

El Comics Code tampoco aceptaba la exageración de los rasgos físicos de la mujer, ni su presentación con una vestimenta que no sea considerada como aceptable para la sociedad. Asimismo, alentaba la representación de la santidad del matrimonio, mientras que el divorcio debía ser mostrado como algo indeseable (Comics Magazine Association of America, *La verdad acerca de las revistas de historietas aprobadas por el código*, p.7).

Al igual que el anterior código de la ACMP, solo estaban sujetas a este las editoriales que eran miembros de la asociación. La adhesión a la CCA era voluntaria e implicaba la aceptación del reglamento, colocándose el sello del organismo en la portada de aquellos *comic books* que respetaban todas las normas del código, para lo cual eran revisados antes de que fueran impresos.

El código, que intentó transformar a las historias de los *comic books* en “morality tales” (Gender, Spencer 2008, p.253), pronto se ganó varios detractores. Uno de los

principales fue el ya mencionado William Gaines, quien se oponía a la CCA y al código por la exageración de sus normas, que afectaba a su creatividad como artista.

Aunque en un principio se rehusó a ser miembro, al final Gaines tuvo que adherirse a la CCA porque los vendedores de cómics solo aceptaban aquellos ejemplares que contaban con la aprobación del código. Pero, al año siguiente, Gaines se retiró del organismo y del negocio de los *comic books* para trabajar en su nueva publicación *Mad*, en formato *magazine* (Nyberg, *Comics Code History: The Seal of Approval*).

Otros autores como Masotta (1982, p.81) han criticado la ridiculez de las normas del Comics Code, cuyas prohibiciones han llevado a que se le califique incluso como “grammar police” (Nyberg, *Comics Code History: The Seal of Approval*). A pesar de estas denominaciones, Lee (2011c, p.70) afirma que lo que en verdad afectaba el código era a la creatividad de la que hablaba Gaines: “All too often, though, they were also drained of creativity and vitality”.

Las prohibiciones de la CCA y su código reforzaban el estigma que cargaron los *comic books* desde su aparición a mediados de los años 30, pues eran vistos como lecturas de nivel inferior destinadas a los más pequeños. Por esta razón, el código fue tan severo con los *horror comics* y otros géneros recién desarrollados, lo que llevó al declive tanto de los géneros en sí como de las editoriales que los publicaban.

Lopes (2006) afirma que el único beneficiado con el nuevo código fue el género de superhéroes, el cual había sufrido un declive después de la Segunda Guerra Mundial, con el renacimiento del humor y la aparición del romance y el horror.

Cabe resaltar que no solo el Comics Code fue el causante de la caída en las ventas de los *comic books* en general, sino que también influyeron los cambios en la distribución de los ejemplares con la aparición de nuevos canales, y el aumento de la audiencia televisiva, que trataremos en el siguiente apartado.

d) Evolución e influencia del CCA:

Con la aparición del nuevo código o Comics Code en octubre de 1954, muchas casas editoras vieron limitados sus beneficios económicos debido a la cantidad de títulos que

fueron vetados. Los títulos restantes tuvieron que ser adaptados a las normas éticas vigentes, modificándose, en gran medida, sus contenidos. Además, estos cambios también repercutieron en sus ventas.

La mayoría de editoriales no pudo superar esta crisis (Masotta, 1982), la cual continuó durante toda la década siguiente. En este periodo se invirtió lo sucedido en los 40, respecto a los géneros que tuvieron mayor acogida: el horror, el romance y el criminal experimentaron un progresivo declive, mientras que los superhéroes volvieron a ser el género más exitoso de los *comic books*. Pero los superhéroes no estaban solos.

El movimiento del Underground Comix apareció en esa misma década. Los *comic books* de este movimiento, que recibían su nombre por el contenido adulto que presentaban, surgieron como contraposición al tipo de cómics permitidos por la CCA. En ellos se podían encontrar grandes dosis de violencia y sexo, además de constantes críticas a los valores e ideales de la sociedad norteamericana y de sus instituciones (Gubern, 1994, p.246).

El tipo de contenidos de los *comix* forzó a sus editores a buscar un canal de distribución diferente de los clásicos puestos de periódicos, donde se vendían solo los que contaban con el sello de la CCA. Para ellos se valieron de los *head shops* y *grow shops*, que eran tiendas donde se vendían implementos para el cultivo de cannabis y otras drogas, además de *magazines*, ropa y diversos artículos de arte contracultural.

Entre las publicaciones más conocidas de este movimiento se encuentran los trabajos de Art Spiegelman como *The Adventures of Jesus* y *Young Lust*, y de Robert Crumb, *Zap Comix* y *God Nose* (Franco, 2012).

Los *comix* mantuvieron un éxito relativo hasta mediados de los setenta, ya que en estos años empezaron a ser criticados de forma constante por el exceso de sus contenidos. Su más importante detractor fue el gobierno norteamericano, que se opuso a estas publicaciones porque no respetaban las leyes contra la obscenidad existentes, las mismas que fueron utilizadas para acabar con este segmento del mercado de los cómics a finales de la década (Lopes, 2006).

Si bien se dejaron de producir ejemplares con estas características, su influencia nunca se detuvo. El movimiento del *Underground Comix*, con su crítica política y social, propició la diversificación de los géneros en el medio, en el que ahora puede encontrarse desde prosa hasta poesía y novelas gráficas (Carter, 2012).

Cabe resaltar que, de modo paralelo al desarrollo de este movimiento, los lectores de *comic books* –sobre todo adolescentes y jóvenes– empezaron a formar una pequeña subcultura en respuesta al estigma del *fanboy* que se les atribuía. Esta unión permitió a los lectores de cómics que se comunicaran entre ellos y que tengan contacto con los propietarios de las editoriales y los artistas de cómics, lo que dio como resultado la organización de convenciones a nivel nacional y la creación de fanzines o publicaciones hechas por los mismos fanáticos (Lee, 2011c).

El colapso de los *comix* contrasta con el aumento en las ventas de los *comic books* de superhéroes, sobre todo los creados por Stan Lee y Jack Kirby (Masotta, 1982, p.84). Este aumento tuvo lugar debido a dos factores profundamente relacionados: la aparición de nuevos canales de distribución y la pérdida de influencia del Comics Code.

Los nuevos canales fueron las *comic book stores*, formadas por la presión que ejercía el nuevo tipo de distribución conocido como *Direct Sales Channel*. Como explica Lee (2011c, p.23), esta distribución ofrecía a los minoristas un pequeño descuento por los *comic books* si se comprometían a no devolver ninguno; y para garantizar la venta de los ejemplares, los minoristas crearon tiendas especializadas en este tipo de publicaciones.

Las *comic book stores* permitieron a los mayoristas distribuir los ejemplares directamente a estas tiendas, en vez de a los puestos de periódicos, que no aceptaban las publicaciones sin el sello de la CCA. Las editoriales aprovecharon esta oportunidad para publicar títulos que iban en contra de las normas del código (incluidos los cómics para adultos), con lo que lograron incrementar el número de lectores y sus ganancias.

Si las casas editoras preferían evadir el Comics Code –como afirman Porter y Ronit (2006, p.54) citando a Paulson (1994)– era porque, a pesar de su actualización en 1971, para que estuviera más acorde con las normas sociales, aún se consideraba muy estricto y no reflejaba de forma adecuada la mentalidad y sensibilidad del hombre moderno.

La revisión y posterior actualización tuvo lugar gracias a las constantes críticas de los editores de *comic books* respecto al poco margen de acción que les dejaba el código (Franco, 2012). Debido a estos reclamos, se cambiaron algunos puntos del Comics Code.

Con el nuevo código, se permitía mostrar a policías, jueces y oficiales de gobierno cometiendo actos ilegales, pero con la condición de que estos hechos se presentaran como excepcionales y que los culpables sean siempre castigados. Otra norma modificada fue la que prohibía el uso de vampiros, fantasmas y hombres lobo, ya que ahora podían utilizarse si provenían de la literatura clásica como Frankenstein y Drácula.

El código sufrió una última modificación ese mismo año, después de la publicación de tres números de *Spiderman*, que trataban sobre el abuso de drogas. La historia, escrita por Stan Lee para Marvel Comics, tenía como protagonista a Harry Osborn, hijo del villano *Green Goblin*, y mostraba la adicción del personaje y las consecuencias negativas que se derivaban de su consumo.

Lee escribió la historia a pedido del Departamento de Salud de los EE.UU., y, a pesar de no haber sido aprobada por la CCA, los números fueron publicados (sin el sello del organismo en la portada) y se convirtieron rápidamente en un éxito. Este hecho llamó la atención de la sociedad norteamericana en general, acerca de las extremas pautas que contenía el código y que limitaban el potencial educativo del cómic como medio de comunicación.

Por la controversia generada, se agregó una sección al código que explicaba en detalle cómo tratar el tema de las drogas. Esta modificación permitió que otros títulos como *Green Lantern* y su saga *Snowbirds don't fly* –que mostraba la adicción de *Speedy*, compañero de *Green Arrow*– fueran autorizados por la Comic Code Authority (Franco, 2012).

La actualización del código de la CCA, en su intento de seguir vigente como mecanismo autorregulador, no tuvo los resultados esperados a largo plazo. A inicios de los 80, además de la presencia en el mercado de cómics de otros países como Francia y Japón, aparecieron los llamados *comic books* alternativos.

Producidos por pequeñas editoriales independientes, los *comic books* alternativos se valieron también de las *comic book stores* para evadir el código. Y, en conjunto con los

cómics para adultos que publicaban las grandes casas editoras, llamaron una vez más la atención de grupos religiosos y del mismo estado norteamericano, que volvió a utilizar a las leyes contra la obscenidad como instrumento para atacar al medio de los cómics (Lopes, 2006).

Para defenderse de esta intromisión del gobierno, se establece el Comic Book Legal Defense Fund (CBLDF) en 1986. El CBLDF es una organización sin fines de lucro que, basándose en la Primera Enmienda de la constitución de EE.UU., protege los derechos de los artistas y propietarios de las editoriales, a quienes representa y asesora legalmente (Nyberg, *Comics Code History: The Seal of Approval*).

Protegidos por la Primera Enmienda, los editores de *comic books* continuaron con sus críticas al código, y exigieron además una nueva revisión del mismo para que se adecuara al contexto norteamericano. Esta revisión ocurrió en 1989 y con ella se quitó el veto a la homosexualidad, estableciéndose que no se represente con connotaciones negativas y que jamás se base en estereotipos.

En otras modificaciones se reconocía el hecho de que no todos los miembros de la CMAA estaban sujetos al código, ya que algunos producían *comic books* destinados a los lectores adultos. Además, se comunicaba al público la existencia de un comité especial dentro de la CCA, cuya función consistía en analizar de forma periódica las normas del código para adaptarlas a los constantes cambios de la sociedad.

Los esfuerzos de la CCA para mantenerse vigente y actualizada fueron insuficientes. En la última década del siglo XX, solo quedaban cuatro miembros que no estaban sujetos en su totalidad al código: Archie Comics, DC Comics, Marvel Comics y Harvey Comics. DC Comics es uno de los ejemplos más resaltantes, ya que en 1993 lanzó su línea *Vertigo*, destinada para lectores adultos y que, naturalmente, no pasaba por la revisión de la CCA.

Marvel Comics no se quedó atrás y lanzó la línea MAX en el 2001, el mismo año que se retiró del Comics Code Authority. Además, la editorial creó su propio sistema de clasificación de contenidos por edades para el resto de sus publicaciones. En el 2011, Archie Comics y DC Comics abandonaron el código y también elaboraron sus sistemas de clasificación.

La pérdida de influencia del Comics Code, hasta su total abandono, se dio de la mano del inicio de una autorregulación individualizada en el medio, con un exclusivo sistema de categorización por cada casa editora. Pero a pesar de la ausencia de restricciones para la publicación de sus contenidos, actualmente los *comic books* aún no han recuperado el éxito de sus comienzos ni superado los prejuicios que existen en torno a ellos.

El Comics Code no ha sido la única causa del entonces progresivo declive de los cómics. Otro factor fue la competencia de los nuevos medios, principalmente la televisión, que ocasionó una disminución en las ventas de los cómics (Ferguson, 2013). Sin embargo, la audiencia cada vez mayor del medio televisivo, permitió que la atención de los críticos se centrara en sus posibles efectos y ya no solo en los de los cómics.

La distribución directa, que en sus inicios les permitió evadir al Comics Code, tuvo también un impacto en sus ventas. Según Lopes (2006), la completa separación entre esta distribución directa en las *comic book stores* y la distribución masiva de los diarios en los kioscos ha limitado sus posibilidades de llegar a más lectores. Sin embargo, el mismo autor asegura que ahora el medio de los cómics tiene menos de qué preocuparse.

Los recientes éxitos de taquilla basados en adaptaciones de las historias publicadas por los *comic books* han logrado que el medio tenga una mayor visibilidad y popularidad que en años anteriores. Esta atención se ha visto reforzada con el mercado de las novelas gráficas que sigue en aumento, las cuales han permitido a los lectores apreciar el poder narrativo y gráfico de los cómics.

Ambos factores deben tratarse con cuidado. Carter (2012) advierte que las historias pueden ser adaptadas a otros medios regidas solo por una lógica comercial, por lo que en detrimento de la versión original, su producción se centraría en otros recursos como los efectos especiales o el desarrollo de una acción permanente. Las novelas gráficas corren el riesgo de ser tratadas con la misma perspectiva, ya que, por su formato similar al de un libro, son más fáciles de vender a los profesores como herramienta educativa en comparación a los *comic books*.

Las casas editoras, aunque empresas al fin y al cabo, no deben caer en el mismo error de considerar a sus productos como solo un medio para obtener beneficios económicos. Lo que tienen que hacer es aprovechar esta creciente atención hacia el cómic para mostrar su potencial como medio de comunicación, por ejemplo, en la educación. Esto se puede lograr

a través de historias que promuevan los valores y contribuyan con el desarrollo intelectual y cultural de una sociedad, al mismo tiempo que muestran el nivel narrativo y la calidad visual que un arte tan complejo como los cómics pueden lograr.

CAPÍTULO III

EL COMICS CODE Y SU COMPARACIÓN CON EL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE CONTENIDOS POR EDADES DE MARVEL COMICS

Antes de examinar el sistema de clasificación adoptado por Marvel Comics desde el 2001, es necesario profundizar en las reglas contenidas en el Comics Code de la CCA, desde su primera versión en 1954, hasta las revisiones hechas al mismo en 1971 y 1989. Como se explicó en el anterior capítulo, la versión de 1954 se caracterizó por ser muy estricta, ya que prohibía incluso “muchos temas que permiten los reglamentos que rigen la industria filmica, la televisión, y la radio” (Comics Magazine Association of America, *La verdad acerca de las revistas de historietas aprobadas por el código*, p.10). En sus actualizaciones posteriores, algunas de sus categorías fueron modificadas. Sin embargo, esto no evitó que el código perdiera influencia de forma progresiva hasta que fuera abandonado por completo en el 2011, cuando la editorial DC Comics se retiró de la CCA.

Tras analizar el Comics Code, se comparará su contenido con el sistema acogido por la editorial Marvel a partir del 2001, que cataloga a todas sus publicaciones en diferentes segmentos según la edad del lector al que estén dirigidos. En este apartado, debido a que Marvel Comics no ha vuelto a colocar la información detallada de su *rating system* en su página web (<http://marvel.com/catalog/ratings.htm>), se ha considerado necesario revisar algunos códigos deontológicos de la televisión a nivel mundial, por la semejanza de este medio con el cómic en cuanto a forma y contenido. El objetivo es analizar los puntos que estos códigos tienen en común y compararlos con el Comics Code y el sistema de clasificación de Marvel Comics –sin distinción de la plataforma que utilicen–, con el fin de determinar si el camino de la autorregulación que ha decidido tomar la editorial se está llevando a cabo de una manera adecuada, en relación a los criterios que utilice al elaborar y catalogar sus contenidos.

Se han revisado códigos televisivos de 11 países de América, 14 de Europa, 11 de Asia, 13 de África y 2 de Oceanía. Todos son válidos a nivel nacional y se encontraban vigentes hasta la última fecha de revisión (15 de mayo de 2017). La única excepción es la normativa televisiva de España: las pautas del Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC),

aunque no rigen a nivel nacional, son unas de las más representativas del país y las más citadas en la bibliografía consultada.

Para efectos de esta tesis, de todos los códigos examinados solo se han utilizado aquellos que tienen versiones disponibles en español o en inglés, y que han sido formulados por organismos independientes del Estado, como el Comics Code Authority. Los códigos seleccionados son los siguientes: el Code of Ethics y el Violence Code del Canadian Broadcast Standards Council (Canadá); las Normas aplicables de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión (Perú); las Rules and Regulations de la Communications Regulatory Agency (Bosnia y Herzegovina); el BCI Code of Programme Standards de la Broadcasting Authority of Ireland (Irlanda); la Normativa reguladora del Consejo Audiovisual de Cataluña (España); The Examination of programmes del Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (Alemania); el Ofcom Broadcasting Code de Ofcom (Reino Unido); las Regulations Regarding the Code of Conduct for Broadcasting Service Licensees de la Independent Communications Authority of South Africa (Sudáfrica); los Community Television Broadcasting Codes of Practice de la Australian Communications Media Authority (Australia); y el Free-to-Air Television Code of Broadcasting Practice de la Broadcasting Standards Authority (Nueva Zelanda).

A partir de los temas frecuentes y puntos en común tratados en el Comics Code, el *rating system* de Marvel Comics y los códigos televisivos seleccionados, se ha podido determinar las categorías a tener en cuenta en esta investigación: discriminación, incitación al odio, obscenidad, presentación del crimen, responsabilidad social del medio, tratamiento del alcohol y otras drogas, valores, y violencia. También se han incluido los puntos de advertencias al consumidor o *viewer advisories* y la clasificación de contenidos. Vale resaltar que, en el caso de los códigos deontológicos televisivos, solo se analizarán estas categorías a partir de los más completos de cada continente, que son el canadiense, el bosnio, el sudafricano y el neozelandés.

1) El Comics Code y sus categorías

	Comics Code 1954	Comics Code 1971	Comics Code 1989	Total
Advertencias al espectador				0
Clasificación de contenidos				0
Discriminación			1	1
Incitación al odio				0
Obscenidad	1	1	1	3
Presentación del crimen	1	1	1	3
Responsabilidad social	1	1	1	3
Alcohol y otras drogas	1	1	1	3
Valores			1	1
Violencia	1	1	1	3

Tabla 1: Categorías presentes en las tres versiones del Comics Code

Fuente: Elaboración propia

La primera versión del Comics Code, elaborada en 1954, se estructuraba en dos partes: Code for editorial matter y Code for advertising matter. En la primera se encontraban varias de las normas que fueron criticadas por su exageración, como la que restringía la utilización de las palabras *horror* y *crime* en los títulos de los *comic books*, o la que establecía que, en la trama, el bien siempre debía triunfar sobre el mal y que los criminales siempre fueran castigados por sus delitos.

La violencia, la obscenidad y la presentación del crimen también fueron tratadas en el Code for editorial matter. Respecto a los contenidos violentos, el Comics Code, en sus General Standards Part A y Part B, prohibía la violencia excesiva, lo que incluía a las torturas, los actos realizados con cuchillos o pistolas, el sadismo y el masoquismo, y los crímenes sangrientos. Las escenas de amor que implicaban cualquier grado de violencia tampoco eran aprobadas.

El tema de la obscenidad era abordado –en sus General Standards Part C– en relación a la vestimenta, el diálogo, y al matrimonio y el sexo. En relación a la primera, no se permitía la desnudez ni las poses indecentes o sugestivas, al igual que la exageración de los rasgos físicos femeninos y la ropa que no estuviera acorde con lo socialmente aceptado. Del diálogo solo se mencionaba el veto a cualquier palabra obscena o vulgar; y respecto al matrimonio y el sexo, no se admitía mostrar o insinuar cualquier tipo de seducción y perversión sexual.

Un tratamiento similar recibía la categoría del crimen. En los General Standards Part A, se estipulaba que los crímenes únicamente podían aparecer si eran representados como actividades sórdidas y desagradables. En otras pautas se establecía que los criminales no podían ser representados de una manera que despertaran simpatía o que inciten a la imitación de sus actos; que los métodos criminales no debían detallarse y que las formas de conseguir armas no debían publicarse; que no se podía mostrar ningún beneficio obtenido de un acto como el secuestro y que quienes lo llevaban a cabo siempre debían ser castigados; que no se podía presentar a las autoridades de un modo que se les falte el respeto; y que no se debía apoyar la muerte de algún agente del orden a causa de un crimen (Comics Magazine Association of America, *La verdad acerca de las revistas de historietas aprobadas por el código*).

El Code for advertising matter también abordaba a la violencia, la obscenidad y la presentación del crimen, pues prohibía que en los *comic books* se publiciten licores, tabaco, libros instructivos sexuales, cualquier tipo de arma y otros productos y servicios que utilizaran imágenes de desnudos, semidesnudos, posturas sugerentes o sexo en sus piezas gráficas.

Aunque no se habla de discriminación en el Comics Code, sí se recomendaba, en sus General Standards Part C, evitar las referencias a los problemas físicos o deformidades. Además, no se permitía la ridiculización o cualquier ataque a la persona por motivos de raza o religión.

Otros temas fueron aún menos desarrollados en el Comics Code de 1954, como la responsabilidad social y los valores. En su preámbulo, se explicaba de manera muy concisa la consideración de los *comic books* como pertenecientes a la escena cultural americana, donde se desempeñaban como un medio de entretenimiento y educativo (Comics Magazine Association of America, *La verdad acerca de las revistas de historietas aprobadas por el código*). Los valores no fueron tratados en el código, pero sí en el libro de la CMAA –

anteriormente citado— donde fue publicado, que afirmaba que en los *comic books* era posible encontrar valores sustanciales como la valentía y la perseverancia.

El Comics Code de 1971 mantuvo la estructura de su predecesor, que se dividía en dos partes; pero las normas respecto a la vestimenta, al matrimonio y al sexo fueron reubicadas en los General Standards Part A. Además, se modificaron las pautas sobre la obscenidad, el crimen y las drogas.

De la obscenidad solo cambió, en sus General Standards Part A, lo referido a la seducción, ya que el nuevo Comics Code permitía que pueda ser sugerida y hasta mostrada. Asimismo, se actualizó la sección relativa al crimen: no debía generarse simpatía hacia los criminales, salvo que sufrieran de un desenlace desafortunado causado por sus propios actos; los métodos criminales y los modos de conseguir armas únicamente podían mostrarse si eran tan inverosímiles que nadie querría o podría copiarlos; las autoridades podían cometer un acto ilegal, pero solo si era expuesto como un caso excepcional donde al final se haga justicia; y no se debía apoyar o alentar la muerte de agentes del orden como consecuencia de actos criminales, excepto si el causante vive una desdichada existencia posterior a su crimen, y al final es juzgado por la ley (Comic Book Legal Defense Fund, *Comics Code Revision of 1971*).

Las drogas y los narcóticos sí fueron tomados en cuenta en esta versión en los General Standards Part B. Las normas que se estipularon fueron las siguientes: presentar el abuso de drogas o narcóticos como un vicio; no incitar, estimular o invitar a imitar su consumo; la descripción de su adquisición y su consumo no debía ser detallada; no destacar sus efectos de forma atractiva; no debía sugerirse que este hábito podía dejarse con facilidad; las posibles ganancias económicas del tráfico de drogas o la venta de narcóticos no debían ser enfatizadas; el consumo o tráfico de drogas o narcóticos no debía ser realizado por niños; no tener una actitud indiferente hacia su consumo; y este consumo no tenía que aparecer en la mayor parte de la historia (Comic Book Legal Defense Fund, *Comics Code Revision of 1971*).

Cabe resaltar que otro tema considerado en las pautas de la CCA de 1971 fue el de la protección de la niñez. En sus General Standards Part A, se estableció que cualquier situación que involucraba a la unidad familiar debía tener como su último fin a la protección del niño y de su familia.

El Comics Code de 1989 tuvo una estructura totalmente diferente a los dos anteriores. Además de modificar el preámbulo, ya no se dividía en dos secciones, sino en las siguientes seis: institutions, administrative procedure, language, violence, characterizations, substance abuse, crime, attire and sexuality.

La violencia fue tratada del mismo modo sucinto que el primer código, y, aunque el de 1954 ya prohibía cualquier tipo de violencia excesiva, se agregó que no podía ser mostrada como aceptable. Asimismo, exhortaba a los profesionales a tener cuidado con el detalle de las escenas de violencia y de sus efectos, ya que podían invitar a la imitación. Por ello, este tipo de contenido se aprobaba únicamente si era imprescindible para el desarrollo dramático de la historia. Lo mismo sucedió con el tema del crimen y las drogas.

La obscenidad fue abordada de manera más general en esta ocasión, pues lo único que no admitía era exponer las características sexuales primarias del hombre y la mujer o la actividad sexual explícita. En cambio, la vestimenta ya no dependía de los estándares socialmente aceptados, sino que se aprobaba cualquier ropa “if they fall within the scope of contemporary styles and fashions” (Comic Book Legal Defense Fund, *Comics Code Revision of 1989*, p.3).

Las pautas sobre el crimen también se redujeron de forma drástica en el Comics Code de 1989. De las anteriores versiones solo se preservó lo que estipulaba que las actividades o métodos criminales no debían detallarse y que su representación no debía promover su imitación. A estas recomendaciones, se añadió que podía mostrarse a los criminales y a sus crímenes si enriquecían el aspecto dramático de la historia.

Al igual que con la violencia y el crimen, la presencia de las drogas era permitida en las historias solo si eran relevantes para su desarrollo y dramatización. Esto incluía a las drogas legales e ilegales. De las reglas de 1971, se conservó la que exhortaba a que la aparición de estos productos no debía ser detallada para evitar que se provoque su consumo. Además, se agregó los siguientes puntos: especificar cuando se pase de un consumo responsable a un abuso de estas sustancias; explicar las consecuencias dañinas de este consumo; exponer el precio físico, mental y/o legal que se paga por la adicción; y presentar como deseables los estilos de vida saludables (Comic Book Legal Defense Fund, *Comics Code Revision of 1989*).

Tal como en el código de 1954 y el de 1971, la discriminación no figuraba de manera concreta en esta actualización del Comics Code. A pesar de esto, en varios de sus apartados se dieron recomendaciones acerca del tratamiento de los diversos grupos que integran a la sociedad.

La sección Institutions establecía que cualquier grupo o institución cultural, étnica, política, racial, religiosa y social debía ser tratada de forma positiva. En Administrative procedure, se aclaraba que si ocurría lo contrario por fines dramáticos, se tenía que explicar que los individuos o grupos eran ficticios y que ninguno de ellos podía ser relacionado con alguno de la vida real. Asimismo, los personajes o situaciones basadas en estereotipos también debían evitarse.

El apartado de Language afirmaba que cualquier alusión negativa a las creencias religiosas, discapacidades físicas, enfermedades, etnia, preferencia sexual y raza debía ser expuesta como inaceptable. En Characterizations, se reforzaba esta posición al recomendarse que los personajes mostraran sensibilidad ante las “national, ethnic, religious, sexual, political and socioeconomic orientations” (Comic Book Legal Defense Fund, *Comics Code Revision of 1989*). Esta actitud comprensiva tenía que ser reflejada, en principio, por los héroes, quienes debían actuar como modelos a seguir y reflejar las actitudes sociales prevalentes.

A diferencia de su predecesor, el Comics Code de 1989 no consideraba la protección a la niñez; sin embargo, en su preámbulo reforzaba el estigma que tenían los *comic books* desde sus primeros números: afirmaba que la misión de la CMAA era proporcionar *comic books* como un medio decente y entretenido para los niños.

Tal como puede apreciarse, el Comics Code ha tenido cambios importantes desde su aparición en 1954. En esta primera versión, las normas de la CCA caen en lo excesivo: en su afán de proteger a los lectores, impide tocar algunos asuntos que pueden ser usados para el desarrollo de la trama y de sus personajes. Como ejemplos de estas exageradas restricciones, se puede mencionar el veto a las escenas con cuchillos y pistolas, y la prohibición de mostrar actos criminales como los secuestros o cualquier falta de respeto a las autoridades.

Con las modificaciones que se le hicieron en 1971, el Comics Code ya no era tan estricto como el anterior, sobre todo en lo relacionado a la obscenidad, al crimen y las drogas –estas últimas fueron incluidas por el éxito de la historia de Harry Osbourne en *Spiderman*–. Sin embargo, aunque se permitían algunas escenas inicialmente vetadas (como los actos ilegales cometidos por las mismas autoridades), los requisitos para estas excepciones eran muy puntuales y aún restringían la libertad creativa y las posibilidades artísticas del medio.

Con la última actualización en 1989, el código se tornó similar a la normativa deontológica televisiva que se analizará en el siguiente apartado. Además de abandonar la estructura de años anteriores, se cambiaron las pautas acerca de la violencia, el abuso de sustancias y el crimen. Todos estos temas podían aparecer en las historias, si es que estaban debidamente justificados por la dramatización requerida o la progresión temática. Asimismo, respecto al material obsceno, lo único que se vetaba era lo sexualmente explícito, y no algún tipo de vestimenta o las escenas de seducción.

La discriminación, como tal, no aparece, pero sí se abordaron varios puntos referidos a los prejuicios, los estereotipos o cualquier consideración negativa de la persona por sus características, afiliaciones u opciones. A pesar de estos cambios, el código perdió vigencia de forma progresiva hasta que dejó de ser utilizado por todas las editoriales.

Vale aclarar que, si bien el Comics Code fue muy criticado desde un principio, su influencia también disminuyó con la aparición de las *comic book stores*, que, como ya se explicó, permitieron a las editoriales evadir la autorización de la CCA. Posteriormente, muchas de las editoriales dejaron la organización y elaboraron su propio sistema de clasificación de contenidos.

En la actualidad, las reglas del Comics Code no pueden volver a aplicarse al medio de los cómics, ya que este es protegido por el Comic Book Legal Defense Fund (CBLDF). Esta organización se basa en la Primera Enmienda de la constitución de los EE.UU., y defiende la libertad de expresión de los artistas y propietarios de las editoriales, por lo que ahora se puede incluir cualquier tipo de material sin restricción alguna.

2) EL COMICS CODE EN COMPARACIÓN AL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE MARVEL COMICS Y LOS CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS TELEVISIVOS

Códigos TV	AE	CC	D	IO	O	PC	RS	AOD	VA	VIO
Canadá	1	1	1		1		1			1
Perú		1					1		1	
Bosnia y Herzegovina	1	1	1	1	1	1		1	1	1
Irlanda	1	1	1		1		1	1		1
España	1		1	1	1		1		1	1
Alemania		1			1			1	1	1
Reino Unido	1		1		1	1		1		1
Sudáfrica	1	1		1	1	1		1		1
Australia		1					1	1		1
Nueva Zelanda	1	1	1			1		1		1
Total	7	8	6	3	7	4	5	7	4	9

Leyenda
AE: advertencias al espectador
CC: clasificación de contenidos
D: discriminación
IO: incitación al odio
O: obscenidad
PC: presentación del crimen
RS: responsabilidad social
AOD: alcohol y otras drogas
VA: valores
VIO: violencia

Tabla 2: Categorías presentes en los códigos deontológicos televisivos analizados

Fuente: Elaboración propia

Hasta la última fecha de consulta (15 de mayo del 2017), la editorial Marvel no había vuelto a colocar la información detallada sobre su *rating system* en su página web. Por esta razón, solo es posible encontrar la denominación que han recibido los cinco segmentos en los que organiza sus títulos publicados, en función al lector al que están dirigidos: *All Ages* (para todas las edades); T (similar a *All Ages*, pero con supervisión de los padres); T+ (de 13 años a más); *Parental Advisory* (de 15 años a más, con supervisión parental); y *Max: explicit content* (para mayores de 18 años). Estas clasificaciones aparecen en la portada de las ediciones originales en EE. UU., pero no en las publicaciones de Perú21. La razón es que el sistema de la editorial no se aplica fuera de su país.

Si bien, Marvel Comics no especifica los criterios que utiliza para catalogar sus diversos títulos, se infiere que tienen como base los puntos frecuentes tratados en las tres versiones del Comics Code: discriminación, obscenidad, presentación del crimen, responsabilidad social, alcohol y otras drogas, valores, y violencia. La importancia de estos temas también es reconocida y desarrollada, con mayor o menor profundidad, por los códigos deontológicos televisivos seleccionados, vigentes hasta la última fecha de consulta de esta tesis (15 de mayo del 2017).

La discriminación (presente en 6 códigos), sí aparece de modo concreto en las pautas televisivas revisadas, a diferencia de en el Comics Code. Sin embargo, en las normas de ambos medios, se establecen recomendaciones similares para tratar, con sumo cuidado, las diversas características de la persona o de los distintos grupos que integran la sociedad.

Por ejemplo, en el caso de América, la Cláusula 2 del Code of Ethics canadiense exige que no se transmita contenido discriminatorio basado en el color, la discapacidad física o mental, la edad, el estado civil, la etnia, la nacionalidad, la orientación sexual, la raza, la religión o el sexo de las personas. El Code of Broadcasting Practice neozelandés, en su Standard 7, agrega a estos puntos la afiliación política, la cultura y la situación laboral (Broadcasting Standards Authority, *Free-to-Air Television Code of Broadcasting Practice*); exceptuándose a los programas de actualidad, dramáticos, humorísticos y satíricos.

Al igual que en el código de la CCA, la obscenidad (presente en 7 códigos) es tratada de modo conciso en las reglas de la televisión. En ellas, se señala que debe ser considerada como un criterio importante al momento de clasificar los contenidos, y que su presencia debe estar debidamente justificada editorialmente o por el contexto televisivo.

En su Artículo 21, el Code on Audiovisual and Radio Media Services de la Communications Regulatory Agency (CRA) de Bosnia y Herzegovina, explica que la frecuencia y la intensidad de las escenas sexuales explícitas –a través de los *close-up*, las descripciones verbales y textuales, etc.– deben ser tenidas en cuenta al momento de categorizar la programación (Communications Regulatory Agency, 2012).

El Code of Conduct de la Independent Communications Authority of South Africa (Icasa), también toma en cuenta a la obscenidad como criterio para dividir los contenidos por edades (10, 13, 16 y 18). Asimismo especifica, en su Artículo 8, que se permite la

transmisión de material sexual si es parte de un documental, un programa científico o de índole artístico (Independent Communications Authority of *South Africa, Regulations Regarding the Code of Conduct for Broadcasting Service Licensees*).

En relación a las actividades criminales (presentes en 4 códigos), las pautas televisivas enfatizan los mismos puntos que la última actualización del Comics Code, ya que su inclusión en las historias solo es permitida si contribuye a su desarrollo dramático. Además, no puede mostrarse de una manera aceptable al consumidor, ni de forma tan detallada que promueva su imitación.

El código de la CRA, en su Artículo 8, establece que cualquier comportamiento violento o actividad que atente contra la seguridad y la salud debe mostrarse siempre y cuando el contexto lo justifique. Las normas del código neozelandés de la BSA coinciden en este punto, y recalcan también el cuidado que debe tenerse al presentar este tipo de material, pues la exageración en el detalle puede promover su imitación e incluso su glorificación (Broadcasting Standards Authority, *Free-to-Air Television Code of Broadcasting Practice*).

La responsabilidad social (presente en 5 códigos), no es un tópico desarrollado de manera amplia en las reglas de la televisión, tal como ocurre en el Comics Code. No obstante, las normas televisivas hacen hincapié en la responsabilidad social del medio por el potencial educativo que posee –al igual que el cómic–, y que puede ser desarrollado a la par de su característica distractiva.

El Code of Ethics canadiense, en su Cláusula 17, exhorta a utilizar el potencial educativo de la televisión para combinar el entretenimiento con la formación cultural (Canadian Broadcast Standards Council, *CAB Code of Ethics*). Asimismo, el Community Television Broadcasting Codes of Practice australiano, en su Code 2, reconoce este potencial y exige la producción de programas educativos, además de los informativos y de entretenimiento, con la finalidad de promover la identidad australiana y reflejar su diversidad cultural (Australian Communications Media Authority, 2011).

La responsabilidad profesional, aunque únicamente se halle expresada como tal en el código bosnio, es desarrollada en 4 más de los recopilados. Estos no se han incluido porque se habla de una responsabilidad ligada a la clasificación de la programación y no a su elaboración. Un ejemplo es el propio Code of Broadcasting Practice neozelandés que,

en su Standard 8, únicamente recomienda ser responsable al categorizar de forma apropiada los contenidos y mostrar esta información a los televidentes.

En el Comics Code de 1989, el tratamiento del alcohol y otras drogas era permitido solo si contribuía al desarrollo de la historia; pero, de ser incluido, no debía excederse en los detalles para evitar que se incitara su consumo. Las pautas televisivas mantienen estos puntos sobre las drogas (presentes en 7 códigos), a los que agrega la prohibición de la glorificación o apología de su consumo, y la exhortación a evitar que se conviertan en el eje de cualquier programa –mucho menos de los infantiles–, a menos que sea por una buena razón editorial, como mostrar sus efectos dañinos.

El tratamiento de estos temas aparece en el Artículo 5 de las normas de la Icasa, que exigen tratar con mucho cuidado a las drogas, porque se puede promover su consumo, o provocar una sensación de inseguridad en los menores. El código de la BSA neozelandesa presenta una normativa similar para esta categoría, y además, recalca que no debe ser convertida en el asunto dominante del programa.

Sobre los valores, solo en la última actualización del Comics Code aparece una mención al respecto, en la que se asegura que, aquellos títulos que posean el sello del código de la CCA, contienen los valores culturales que caracterizan al pueblo americano (Comic Book Legal Defense Fund, *Comics Code Revision of 1989*).

Este punto (presente en 5 códigos) es tratado con la misma brevedad en las reglas televisivas analizadas, como en el caso del Artículo 3 del Code on Audiovisual and Radio Media Services de Bosnia y Herzegovina, que nombra los valores éticos socialmente aceptados y exige a los profesionales a actuar conforme a ellos.

En la versión del Comics Code de 1989, se permitía la inclusión de la violencia solo si era imprescindible para el desarrollo dramático de la historia; asimismo, se exhortaba a los profesionales a tener cuidado con el detalle de este tipo de escenas, ya que podían invitar a la imitación. Esta categoría (presente en 9 códigos) ha sido la más profundizada de las consideradas para el análisis del cuarto capítulo, por la cantidad de recomendaciones elaboradas al respecto en los códigos seleccionados.

El código neozelandés considera a la violencia dentro de aquellos comportamientos que no deben ser glorificados, pero este punto es abordado de modo concreto en el Standard 9 y 10, que enfatiza su impacto en los menores. En ellos, se exige lo siguiente: la violencia mostrada tiene que ser relevante al desarrollo de la trama y de los personajes; la violencia sexual no puede ser muy detallada ni buscar solo la excitación del espectador; se debe evitar que se convierta en el asunto principal del programa; y es necesario evaluarla en función del contexto televisivo.

El Violencia Code de la Canadian Broadcast Standards Council desarrolla este tema de una manera más extensa, ya que, además de prohibir su incitación y glorificación, en el Artículo 1 del Capítulo 2 y en el Artículo 2 del Capítulo 3, considera lo siguiente: no debe ser tan detallada; no se puede trivializar sus efectos; no puede ser el eje central del programa; debe ser relevante para el desarrollo de la trama o los personajes; su presencia se debe evaluar en función del contexto televisivo (como horarios y posibles televidentes) –no debe provocar inseguridad en los menores con el tratamiento de asuntos cercanos a su entorno (como violencia doméstica y las drogas)–; no puede ser mostrada como la mejor o la única solución; no se debe incluir escenas que inciten, sancionen o glorifiquen la violencia contra los animales; y no se debe perpetuar el vínculo entre violencia y mujer (Canadian Broadcast Standards Council, *CAB Violence Code*).

Además de estos puntos, desarrollados tanto en los códigos deontológicos televisivos como en el Comics Code, se ha considerado necesario incluir algunas categorías que solo aparecen en las normas televisivas: la incitación al odio, las advertencias al espectador o *viewer advisories* y la clasificación de contenidos. Su inclusión es importante para el análisis del cuarto capítulo, por la amplitud de temas que pueden desarrollar los *comic books*, y por el estilo de autorregulación individual, a través de su sistema de clasificación de contenidos por edades, que ha adoptado Marvel Comics desde el 2001.

La incitación al odio (presente en 3 códigos) es tratada de forma concisa en las normas televisivas. Las reglas de la CRA bosnia establecen, en su Artículo 4, que la representación de este comportamiento no debe formar parte de la programación, a menos que se muestre en un reportaje o por fines documentales. El Code of Conduct sudafricano concuerda con el código bosnio, y prohíbe, en su Artículo 7, los actos de incitación al odio por motivos de etnia, género, raza y religión.

El Voluntary Self-Regulation of Televisión (FSF, por sus siglas en alemán) de Alemania es el único que desarrolla más esta categoría y la considera entre los criterios

utilizados para clasificar los contenidos, junto con la violencia, el material sexual y el abuso de drogas (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen, *The examination of programmes*).

En cuanto a la clasificación de contenidos (presente en 8 códigos), se enfoca principalmente en el grado de violencia y el material sexual que se muestre en la programación.

Como se explicó anteriormente, el Code of Conduct sudafricano, en su Artículo 8, establece que la desnudez, el sexo, y la violencia sean considerados como criterios para catalogar los contenidos, los cuales se dividen por edades en cuatro grupos: 10, 13, 16 y 18 (Independent Communications Authority of *South Africa, Regulations Regarding the Code of Conduct for Broadcasting Service Licensees*).

El Code on Audiovisual and Radio Media Services bosnio es el que más profundiza en esta categoría. En su Artículo 21, divide a la programación en tres grupos, según las edades: 12+, 16+ y 18+. El contenido de cada programación, de modo similar a las pautas sudafricanas, se enfoca en el grado de violencia, obscenidad y el lenguaje que presenta.

Los programas considerados en el grupo de 12+ tienen un lenguaje que puede calificarse como moderado, y muestran ocasionalmente actos violentos y sus efectos. Con respecto a las escenas sexuales, solo las sugieren. Además, todo esto debe estar justificado por el contexto televisivo y para el desarrollo de la historia.

En los programas categorizados como 16+, la violencia y sus efectos pueden detallarse, se permite el uso de un lenguaje soez y de insultos, pero los desnudos no están justificados. Por último, los calificados como 18+ pueden incluir el uso frecuente de insultos y palabras soeces, y escenas explícitas de violencia, incluidas las de violencia sexual. Los programas categorizados en este último grupo pueden tener como único fin la estimulación del televidente.

Las advertencias al espectador van de la mano con la clasificación de contenidos, con el fin de ayudar al consumidor a elegir su programación de manera adecuada en relación a sus intereses.

La Canadian Broadcast Standards Council, tanto en el Violence Code como en el Code of Ethics, considera necesario tomar precauciones especiales para ayudar a los televidentes a elegir lo que deseen ver. En el Code of Ethics, en su Cláusula 11, se recomienda colocar las *viewer advisories* en los programas con contenido violento y en aquellos considerados para adultos; es decir, que contengan “scenes with nudity, sexually explicit material, coarse or offensive language, or other material susceptible of offending viewers” (Canadian Broadcast Standards Council, *CAB Code of Ethics*).

El Artículo 8 del Code of Conduct sudafricano también considera a las advertencias al espectador y, al igual que las reglas canadienses, estipula que las *viewer advisories* deben aparecer cuando se vayan a mostrar escenas violentas, de temática sexual o con lenguaje ofensivo.

Vale aclarar que, de los 11 países asiáticos que se han considerado para este análisis, solo tres son regulados por entidades independientes; sin embargo, en este apartado no se ha tomado en cuenta ninguno porque, como se dijo al principio del capítulo, no se han encontrado versiones en inglés o español de los códigos, o que rijan a nivel nacional.

Como se aprecia, las categorías contempladas en la última versión del Comics Code también son consideradas en los códigos deontológicos televisivos analizados, los mismos que actualmente se encuentran vigentes en sus respectivos países.

En las reglas televisivas, estos puntos reciben un tratamiento más extenso que en el código de la CCA de 1989 –principalmente la violencia–, pero coinciden en que el material entregado siempre debe estar justificado por el desarrollo o la progresión temática de la historia contada, y que debe elaborarse con sumo cuidado, en función al consumidor final al que esté dirigido, con especial atención al público infantil.

La editorial Marvel Comics debe tener en cuenta estas normas y recomendaciones al momento de la elaboración y comercialización de sus diferentes títulos. Si bien los *comic books*, como los que se analizarán en el siguiente capítulo, pueden incluir ahora cualquier tipo de material –al estar protegidos por la Primera Enmienda de la constitución de los EE.UU.–, es necesario que el medio del cómic aproveche su potencial educativo en beneficio de la sociedad, en la cual, además de brindar entretenimiento, puede actuar como agente socializador y transmisor de valores positivos para su progreso y desarrollo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS *COMIC BOOKS* DE MARVEL COMICS PUBLICADOS POR PERÚ²¹ ENTRE ABRIL DEL 2010 Y JUNIO DEL 2013

En este capítulo, las tres series de Marvel Comics consideradas para esta investigación (anexo 1), serán analizadas desde las categorías desarrolladas en el Comics Code, el *rating system* de la editorial Marvel y los códigos deontológicos televisivos seleccionados: discriminación, incitación al odio, obscenidad, presentación del crimen, responsabilidad social y valores, tratamiento del alcohol y otras drogas, y la violencia. Por ello, es necesario definir estas categorías y especificar las normas que las rigen, para facilitar la comprensión de lo expuesto y evitar ambigüedades.

El concepto de discriminación que se utilizará en la presente tesis es el propuesto por el Comité de Derechos Humanos, recogido a su vez por Daniel Sánchez en su libro *Discriminación y medios de comunicación*. Aquí se le describe como “toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que se basen en determinados motivos, como la raza, el color, el sexo, el idioma, la religión, la opinión política o de otra índole, el origen nacional o social, la posición económica, el nacimiento o cualquier otra condición social, y que tengan por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales de todas las personas” (Sánchez, 2010, p. 137).

Tal como lo especifica el autor, en esta definición hay tres puntos a considerar: un trato diferenciado que perjudica al discriminado; un motivo que parte de las características naturales o elecciones de la persona; y un resultado que afecta el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y sus libertades fundamentales (2010). Este último punto es muy importante, ya que no se puede hablar de discriminación, si no perjudica el “goce de los derechos por todos”, como lo afirma Ruiz Castillo (2010, p. 15).

La incitación al odio se entiende como un sentimiento de aversión cuyo fin es la destrucción del objeto odiado, ya sea por medio de acciones concretas, o a través de lo simbólico y el discurso (Rosas, 2009). Rivera (2009), al hablar del derecho constitucional estadounidense, concuerda con Rosas en que es posible que algunos discursos de incitación

al odio instiguen a la violencia. Aunque no todos tengan la misma intención o efecto, siempre están dirigidos a un grupo específico de personas, unidas por las mismas características mencionadas en la discriminación u otros rasgos similares.

La obscenidad, en ocasiones, es explicada desde un punto de vista amplio, que incluye a todo contenido que no deba ser mostrado, como la pornografía o la violencia extrema. Para los objetivos de esta tesis, se circunscribirá su conceptualización en base a lo sexual, tal como fue desarrollada en los códigos analizados en el tercer capítulo.

Lo opuesto del pudor es la obscenidad, según Umberto Eco (2007, p.131). Para el mencionado autor, consiste en la exhibición y la referencia a “ciertas partes del cuerpo y a ciertas actividades”. Un concepto similar es planteado por Vázquez (1985, p. 29), ya que entiende a la obscenidad como “el tratamiento o mostración de lo sexual, ya fuere en lo que atañe a relaciones o exhibición de las partes genitales del cuerpo”. Esta categoría será uno de los puntos importantes para la protección del niño y del adolescente, donde también se incluye al tratamiento del alcohol y otras drogas, y la violencia.

Dos normas serán consideradas para analizar la presentación del crimen. La primera de ellas, prohíbe la incitación a tales actividades criminales (Independent Communications Authority of South Africa, *Regulations Regarding the Code of Conduct for Broadcasting Service Licensees*). Y la segunda, regula el grado de detalle mostrado en estas acciones, ya que un exceso del mismo puede derivar en una imitación o glorificación de las actividades criminales por parte de los consumidores (Broadcasting Standards Authority, *Free-to-Air Television Code of Broadcasting Practice*).

La promoción de la cultura y la educación aparecen como parte de la responsabilidad social de los medios en los códigos televisivos revisados. Sin embargo, como los *comic books* compilados tratan acerca de hechos ficcionales, esta categoría se examinará en relación a la educación en valores del medio. La responsabilidad profesional no formará parte de este capítulo, ya que no se trata de una responsabilidad ligada al contenido en el caso estudiado, sino solo a su clasificación.

Para examinar las viñetas que incluyan contenidos relacionados al alcohol y otras drogas, se tomará en cuenta si se hace una apología hacia su consumo (Broadcasting Standards Authority, *Free-to-Air Television Code of Broadcasting Practice*), y si los

contenidos de este tipo son presentados para exponer las consecuencias de tales comportamientos (Communications Regulatory Agency, 2012).

En relación a la violencia, esta será definida a partir de su significado más común y extendido, que es el de “fuerza física o comportamiento brutal” (Fernández & Revilla, 2007, p. 86). Este concepto excluye a la violencia psicológica, por lo que no se tendrá en cuenta para esta investigación. Cabe resaltar que, además de las escenas propiamente violentas, se considerarán a aquellas que muestren las consecuencias de tales actos; es decir, en las que se aprecie el daño físico ocasionado.

En los códigos deontológicos televisivos, la violencia es el tema más regulado. Además de exhortar a no defenderla, detallarla, incitarla o glorificarla; se tendrán en cuenta las siguientes pautas: no trivializar sus efectos; incluirla cuando sea relevante a los personajes o la trama; evaluar su presencia en función del contexto televisivo (como horarios y posibles televidentes); no tenerla como tema central; no presentarla dentro del entorno de los menores (como la violencia doméstica); no mostrarla como la única solución a los conflictos; no transmitir escenas que inciten, sancionen o glorifiquen la violencia contra los animales; y no perpetuar el vínculo entre violencia y mujer.

1. *Captain America:*

Steve Rogers, tras ingerir el suero del Súper-Soldado y ser bombardeado por Vita-Rayos, mejora todas sus capacidades físicas al límite del ser humano. A partir de ese momento, Rogers, ahora como el Capitán América, dedica su vida a la protección de los intereses de EE.UU. y sus habitantes. Los números compilados de esta serie tratan acerca del retorno de Steve, luego de que todos lo creyeron muerto, y de su relación con James Buchanan Barnes, quien toma su lugar en su ausencia.

De los 26 números contemplados en *Captain America* (anexo 2), solo siete de ellos presentan contenidos relativos a la discriminación por motivos de raza y nacionalidad. Uno de ellos es protagonizado por el afroamericano Samuel Wilson (The Falcon), quien se cuestiona sobre participar con un grupo de blancos (*Capitán América* #602, anexo 3). Los otros números contienen actos discriminatorios llevados a cabo por los antagonistas. De los seis, vale mencionar a Master Man, quien insulta a Steve por su nacionalidad (*Captain America: reborn* #2), y a Johann Shmidt (Red Skull), que desprecia a Rogers por la misma razón (*Captain America: reborn* #5, anexo 4). Se aprecia que estas acciones son vinculadas

principalmente a los villanos de la serie, por lo que, los actos discriminatorios no son mostrados como algo positivo o atractivo de imitar.

En relación a esta categoría, la representación corporal del hombre y la mujer en los cómics, en conjunto con su grado de participación en los mismos, son temas polémicos y debatidos hasta el día de hoy (Parasecoli, 2013). Y, aunque pueda acusarse al medio de cometer actos discriminatorios, debido al patrón que sigue la apariencia física de los personajes principales y el mayor número de intervenciones de los hombres en comparación a la de las mujeres, basta con revisar el concepto explicado al inicio del capítulo, para afirmar que en los *comic books* recopilados de *Captain America* no se incurre en prácticas discriminatorias.

Si bien, el género de superhéroes suele presentar como personajes principales a mujeres voluptuosas y hombres musculosos, no se encuentra en las historias alguna prohibición o medida que restrinja la presencia, el desempeño o la participación de personas con rasgos físicos distintos a lo que comúnmente se muestra en el medio.

En *Captain America*, la mayoría de personajes son caracterizados con un buen estado físico, aunque su aspecto varía en función del artista que tenga a cargo la publicación. Por ejemplo, Luke Ross (*Capitán América: ¿quién se queda con el escudo?*, anexo 5) ilustra a un Bucky y un Steve Rogers con un volumen corporal y una definición muscular mucho mayor que los diseñados por Daniel Acuña (*Capitán América* #611, anexo 6).

Acerca del protagonismo masculino, es posible encontrar ejemplos de ello en los personajes principales, como en el equipo de los Thunderbolts integrado por cuatro hombres (*Captain America: reborn* #3), y en los papeles de ‘extras’, como en la cantidad de agentes hombres en el FBI (*Capitán América* #605, anexo 7). Este mayor número y participación de los protagonistas y antagonistas hombres, en comparación con el de las mujeres, tampoco debe considerarse como un acto discriminatorio.

La razón es que, en ningún momento de la historia, se evita la intervención y desarrollo de los personajes femeninos, ya sea en los diálogos construidos o en otra acción concreta. Así, en *Captain America*, destacan personajes como el de Sharon Carter, la agente 13, o el de Natasha Romanova, también llamada la Viuda Negra. Esta última, también tiene otras importantes participaciones en los títulos *Invasión Secreta* y en *The*

Invincible Iron Man, publicadas en Perú²¹ en el 2011, y del 2010 al 2013, respectivamente.

Es necesario afirmar que, aunque no existan conductas discriminatorias en *Captain America*, la preferencia por un biotipo, tanto para hombres como mujeres, y el mayor número de protagonistas y antagonistas hombres, puede ocasionar que el lector naturalice esta representación de la realidad. Este efecto se incrementa si no se le da al consumidor una explicación lógica de lo que ocurre en ese universo mostrado.

Como se afirma en el tercer apartado del primer capítulo, los personajes y las historias transmiten imaginarios sociales (Villanueva & Revilla, 2007). Estas representaciones de la realidad inciden en la forma de entenderse como persona y como miembro de una sociedad, por lo que los imaginarios transmitidos debilitan o refuerzan ciertas ideas que se posean. Si no se tiene cuidado, es posible que una abundancia de este tipo de contenidos afecten a los consumidores, al distorsionarles su percepción del mundo. Es decir, los lectores pueden llegar a considerar las particularidades del universo ficticio como características inmanentes de la realidad misma.

En *Captain America*, esto es importante en relación a la imagen de los alemanes presentada, ya que, por lo general, son solo antagonistas. El caso más resaltante es el de Johann Schmidt, quien surgió en 1941 como la mano derecha de Hitler (en el mismo número que debutó Steve Rogers: *Captain America Comics* #1). Hasta el día de hoy, Red Skull es considerado como el principal antagonista de la serie.

Sobre la incitación al odio, hay tres ejemplos de estas prácticas en la serie, pero en ningún caso se promueven estos actos, pues no son llevados a cabo por los protagonistas de la historia. Dos ejemplos ya fueron mencionados al tratar la discriminación: Master Man y Red Skull, quienes expresan el deseo de matar a Rogers, entre otros motivos, por el hecho de ser americano. En el tercero, una multitud protesta contra el gobierno y uno de los manifestantes lleva consigo un cartel que llama a matar a los rojos (*Capitán América* 602, anexo 3).

Con respecto a la obscenidad, se ha dicho que en los códigos deontológicos televisivos, como el Code of Ethics canadiense, se prohíben los desnudos o cualquier material sexualmente explícito (Canadian Broadcast Standards Council, *CAB Code of Ethics*). Este tipo de contenidos deben transmitirse únicamente en los programas

clasificados para mayores de edad. En el material destinado a audiencias menores, las escenas de índole sexual solo deben sugerirse, siempre que estén justificadas por el contexto televisivo y por el desarrollo de la historia (Communications Regulatory Agency, 2012). A partir de estas normas, se puede determinar que en ningún número de *Captain America* se halla viñeta alguna que pueda calificarse como obscena.

La incitación a cualquier actividad criminal también queda descartada en la serie. Los protagonistas no están de acuerdo ni promueven el delito; sin embargo, hay ocasiones en las que cometen algún crimen debido a que no tienen otra alternativa para proteger a otras personas y a sí mismos. Por ejemplo, James Barnes, conocido como 'Bucky', le dispara en el pecho al líder terrorista William Burnside (*Capitán América* #605). Esto lo hizo luego de fracasar en su intento de dialogar con él y porque Burnside estaba a punto de activar una carga explosiva en la presa Hoover, lo que habría inundado el pueblo de Idaho y matado a miles de sus habitantes. El mismo personaje fuga de prisión (*Capitán América* #619: gulag #4), tras ser torturado y sufrir varios intentos de asesinato. Aun así, en ningún momento de su reclusión o de su fuga, 'Bucky' se plantea la posibilidad de matar o vengarse de quienes lo atacaron.

Otros hechos similares a los explicados pueden encontrarse en los demás números de *Captain America*. Pero lo que se manifiesta en estas acciones y elecciones, es su diferencia con las ejecutadas por los antagonistas, pues estos últimos no muestran restricción alguna al elegir los medios que utilizarán para el objetivo que se plantean. Por esta razón, los actos criminales son parte inherente de sus métodos y no se realizan bajo ningún tipo de presión.

Unas muestras de ello las encontramos en el asesinato de varios inocente por parte de Sin, la hija de Johann Shmidt, con el único fin de provocar a 'Bucky' (*Capitán América* #613: *el juicio del Capitán América* #3) y en el secuestro y tortura de James Barnes, perpetrado por el Barón Zemo (*Capitán América: la edad heroica* #610). Es necesario reconocer que, en el título analizado, su argumento expone a los protagonistas a sucesos que los llevan a tomar decisiones difíciles de manera constante, lo que deteriora su calidad y diversidad narrativa.

Las actividades criminales tampoco son expuestas con demasiada información que brinden la posibilidad de ser replicadas o glorificadas. El principal motivo es que, en los *comic books* analizados, se enfatiza más en las confrontaciones cuerpo a cuerpo, las cuales no requieren mayor explicación. Así, aparte de los delitos contra el cuerpo, la vida y la salud, otros crímenes como los informáticos o el espionaje no son detallados en exceso.

Después de abordar la categoría de presentación del crimen, se infieren las escalas de valores transmitidas por algunos personajes a lo largo de la historia. Para analizar la responsabilidad social del medio en *Captain America*, de los protagonistas se puede mencionar a Sam Wilson, quien se caracteriza por ser uno de los personajes más transparentes en la serie. Esta actitud se manifiesta en la sinceridad de sus comentarios y en su severidad con los criminales. A pesar de esa dura personalidad, se preocupa de forma constante por sus amistades, a quienes siempre presta su apoyo incluso si eso significa comprometer su vida o su salud. Con Natasha Romanova ocurre una situación similar, pues suele mostrarse fría y cautelosa en su relación con algunas personas; pero, del mismo modo que *Falcon*, es capaz de arriesgarse por aquellos a quienes quiere.

‘Bucky’ comparte el sacrificio por los seres queridos; sin embargo, sus acciones son más impulsivas y poco tácticas en comparación a las de Romanova y Wilson. En el desarrollo de la historia de *Captain America*, se ve cómo carga con la culpa de sus crímenes pasados, lo que lo ha llevado a desarrollar un aprecio por la vida y a buscar la redención en cada una de sus acciones. Rogers también es alguien marcado por su pasado, pues decide no volver a matar luego de participar en la Segunda Guerra Mundial y de perder a muchos compañeros. Después de esta y otras experiencias, valora y respeta la vida y entrega la suya hacia la protección de su patria y sus ciudadanos.

Los antagonistas carecen de esta empatía, pues únicamente les interesan las personas en tanto que sirvan a sus propios objetivos. Esto se observa en el Coronel Rostov, quien tortura física y psicológicamente a Bucky para extraerle una información valiosa; o en Johann Schmidt, quien pretende asesinar a Rogers para usurpar su cuerpo e identidad.

Si se comparan los actos y elecciones de ambas partes, es claro que los protagonistas se caracterizan por su sentido de la amistad, que ponen de manifiesto a través de la solidaridad, lealtad y sacrificio. La responsabilidad es otra de sus cualidades, ya que son conscientes de las consecuencias de sus actos y las asumen. Esto contrasta con los antagonistas, a quienes no les importa la naturaleza y repercusión de sus acciones, con tal de que sirvan a sus propios intereses.

Los contenidos relativos al alcohol y otras drogas se encuentran en siete de los 26 números considerados. En ellos, es notoria la común asociación de las bebidas alcohólicas con los antagonistas; además, cuando los que toman son protagonistas, en la única escena encontrada (*Capitán América: la edad heroica* #606, anexo 8), el consumo de alcohol es mostrado de forma moderada y responsable. En ella, Barnes, quien fue drogado por una

bartender, empieza a sufrir de mareos, por lo que Wilson se ofrece a conducir su moto y llevarlo a casa.

En comparación con ellos, Jurgen Hauptmann, un aliado de *Red Skull*, es presentado como un borracho solitario, malgeniado, colérico y muy violento (*Capitán América: la edad heroica* #606, anexo 9). Es obvio entonces, que no se da una apología al consumo de estas bebidas, sino más bien se muestra las consecuencias de una ingesta excesiva e irresponsable de alcohol, por la presentación desfavorable de Hauptmann y otros antagonistas de este título.

A partir del análisis del crimen y los valores, se deduce que la violencia no es incitada, defendida ni glorificada en la serie. Aunque es indiscutible que los personajes más importantes la utilicen, solo los antagonistas se valen de ella como su arma principal para cometer otros delitos. En cambio, los protagonistas usan la fuerza para detener a los criminales, defenderse a sí mismos y proteger a otras personas; además, no es un método de acción que se defienda ni tampoco el único de ellos, porque intentan dialogar si existe la posibilidad de hacerlo. Se aprecia esto en Barnes, quien no responde al ataque de un policía (*Capitán América* #613: *el juicio del Capitán América* #3) y en Rogers, quien le pide a David Rickford que no vuelva a ponerse su uniforme (*Capitán América* #615.1 anexo 10).

Existe un exceso en el detalle de la violencia en dos de los números analizados, pero en ambos casos, las viñetas contribuyen a la historia al enfatizar las características de cada personaje. El primero de ellos es *Red Skull*, cuya crueldad es plasmada en las consecuencias de una patada suya contra Sharon Carter (*Captain America: reborn* #5). El segundo, Sam Wilson, se enfrenta a los hombres de *Sin* y le rompe la nariz a uno de ellos (*Capitán América* #613: *el juicio del Capitán América* #3, anexo 11).

La trivialización de sus efectos también se da en las historias de *Sin salida* y *Gulag*, pues se reduce al mínimo el impacto a largo plazo de los combates. Por esta razón, en *Sin Salida*, el personaje de Falcon se recupera de unas costillas rotas en un par de días; y, en *Gulag*, Barnes no presenta secuelas tras sus tres peleas a muerte y hasta deja de usar el cabestrillo en su hombro dislocado. La ausencia de secuelas o heridas de gravedad hace que los participantes en estos combates sean exhibidos como personajes inmunes al daño, a pesar que en realidad no poseen algún grado de resistencia al daño físico o invulnerabilidad.

Al pertenecer al género de superhéroes, es comprensible que los *comic books* analizados cuenten con escenas violentas. Además, al estar clasificados como T+, está permitido que se incluyan hechos violentos y sus consecuencias, si es que están justificados por el desarrollo de la historia. Esta pauta se respeta incluso si se llega a un exceso en el detalle, como con las acciones de Schmidt o las de Wilson, que sirven para su caracterización.

La violencia mostrada tampoco es el tema central de *Captain America*. De las 2973 viñetas que se contabilizaron en los 26 números, 778 son violentas, lo que constituye el 26% del total. Además, las historias compiladas, en principio, se centran en la búsqueda de redención de Barnes y en el nuevo e incierto camino que sigue Steve Rogers tras abandonar el rol del Capitán América.

Las otras normas que regulan los contenidos violentos, como la que prohíbe la perpetuación del vínculo entre violencia y mujer, son respetadas en la serie.

2. *The Amazing Spider-Man*:

En la serie se narra la historia de Peter Parker (Spiderman), un joven que adquiere poderes arácnidos luego de ser mordido por una araña expuesta a radioactividad. Inicialmente, a Peter solo le interesa ser famoso por sus nuevas habilidades y no un héroe; por ello, ignora la posibilidad de detener a un ladrón en fuga, quien irónicamente asesina a su tío Ben. A partir de esto, Peter cambia sus prioridades y aprende que “un gran poder conlleva una gran responsabilidad”.

Los 69 números compilados (anexo 12) no incluyen escenas discriminatorias de ninguna clase, pero sí hay tres casos en que se realizan comentarios relacionados a la nacionalidad y la raza. Uno de ellos es dicho por el propio Spiderman, al bromear sobre la vida de los rusos, aunque luego reconoce el error de expresarse de esa manera (*The Amazing Spider-Man* #589).

En cambio, hay otros títulos de Marvel Comics que sí abordan el tema de forma directa. Es el caso de la serie *Thor*, publicada a través de Perú21, entre el 2 de junio del 2010 y el 2 de marzo del 2013. En *Thor* #4, se encuentran dos actos discriminatorios surgidos por motivos de raza y etnia; sin embargo, no se promueve este tipo de comportamientos, pues son llevados a cabo por los antagonistas de la historia. En uno de

ellos, se narran los actos genocidas cometidos por los miembros de la tribu Ngare contra las tribus minoritarias de África (*Thor #4*, anexo 13).

El físico característico de los personajes principales y la mayor participación de los hombres en comparación con las mujeres son puntos que se mantienen a lo largo de toda la serie. En las publicaciones recopiladas intervienen 19 artistas, quienes, en su mayoría, representan a los hombres musculosos y a las mujeres de manera voluptuosa y atlética. Se pueden ver estos patrones, por ejemplo, en Marco Checchetto (*The Amazing Spider-Man #597*, anexo 14) y en Mike McKone (*The Amazing Spider-Man #606*, anexo 15). Las excepciones son Eric Canete y Chris Bachalo (*The Amazing Spider-Man #575*, anexo 16), cuyos estilos más caricaturescos no se enfocan tanto en la musculatura masculina o en los atributos femeninos.

Respecto al número de intervenciones, hay personajes femeninos que tienen participaciones importantes como May Reilly (la tía de Peter) y Carlie Cooper, una de las mejores en investigación criminalística y forense. También están las antagonistas Lily Hollister (Menace) y Ana Kravinoff (Grim Huntress). Sin embargo, no tienen tantas apariciones como J. J. Jameson, exeditor del Daily Bugle y actual alcalde de New York, o Harry Osborn y su padre Norman, antagonista principal en *The Amazing Spider-Man*. El predominio masculino se aprecia incluso en los papeles de 'extras', como los policías, bomberos y científicos. Las mujeres suelen aparecer más en la conducción de programas televisivos o en los puestos de enfermeras, doctoras y reporteras.

No se debe olvidar que un exceso de estos contenidos, sin explicación alguna, puede causar que el consumidor distorsione su percepción de la realidad al naturalizar lo que le muestra el medio.

Otro tema que se debe mencionar es el de la nacionalidad. En la serie, los extranjeros siempre cumplen el papel de villanos. Unos ejemplos son The Chameleon y Ana Kravinoff, provenientes de Rusia; o Martin Li, de China. El problema de esto radica en que la reiteración de estas representaciones puede ocasionar que el consumidor se forme una mala opinión de lo foráneo, al no existir otros elementos de la misma nacionalidad que contrasten de forma positiva con aquellos personajes.

Hay discursos de incitación al odio en los dos últimos números compilados de la serie y surgen por supuestas injusticias del gobierno. En ellos, Electro convoca a los

neoyorkinos a destruir a Dexter Bennett y a su imperio mediático (*The Amazing Spider-Man* #614, anexo 17).

El crimen no es incitado en *The Amazing Spider-Man*. Las acciones del protagonista principal están influenciadas por la muerte de su tío Benjamin Parker. Este hecho origina que elija proteger a la gente de los criminales, incluso aunque su propia salud y bienestar se vean afectados. Para ayudar a los demás, generalmente, no realiza ninguna actividad criminal, ya que solo usa la fuerza en defensa propia y en la de otras personas. Sin embargo, también se muestra a Spiderman perpetrando algunos delitos y actos reprobables, aunque más adelante los reconoce como errores. En otras ocasiones, trasgrede la ley para la consecución de un bien mayor.

Uno de los ejemplos más saltantes se da con respecto al Acta de Registro de Superhumanos. A pesar de que en un inicio Peter acepta registrarse y divulgar su identidad secreta, posteriormente cambia de decisión tras el ataque de Kingpin contra su tía May. La agresión lo motivó a evadir la justicia, ya que sus enemigos podrían dañar a su familia al conocer quién estaba detrás de la máscara de Spiderman. Otro ejemplo es que ejerce durante un tiempo el cargo de paparazzi, pero renuncia justamente porque lo lleva a irrumpir en las propiedades privadas de los famosos (*The Amazing Spider-Man: Brand New Day* #561).

A diferencia de Spiderman, los antagonistas sí se valen permanentemente de actos criminales sin ningún tipo de remordimiento.

Aparte del mismo Norman Osborn, el resto de sus enemigos también usan estos métodos para conseguir sus objetivos. Tal es el caso del secuestro y la tortura por Grim Huntress (*The Amazing Spider-Man* #606) o el asesinato cometido por Hammerhead (*The Amazing Spider-Man* #575). Ninguno de los delitos que aparecen en la serie se muestra de modo detallado. El cuidado en su presentación evita que puedan ser replicados o glorificados por los lectores.

En torno a los valores, Peter Parker se caracteriza por su sacrificio y desprendimiento hacia los demás. Su prioridad siempre es ayudar y proteger a otras personas, incluso si le ocasiona problemas en su vida. Lo más resaltante de él es que se le describe como a una persona común pues, aunque comete errores, siempre intenta hacer lo correcto en cada una de sus acciones. Esta actitud también se observa en Harry Osborn, su mejor amigo, ya que,

después de su pasado marcado por las drogas y su etapa como Green Goblin, busca enmendar sus errores y rehacer su vida, alejado de la sombra e influencia negativa de su padre.

Otros protagonistas que resaltan son John Jonah Jameson Sr., May Reilly y Carlie Cooper. Jameson Sr. es un tipo muy educado y tranquilo, lo que no le impide defender con valentía sus principios, incluso ante personas con mucha autoridad y poder legal como Norman Osborn. Su esposa, May Reilly, tampoco se amilana ante nadie si se trata de proteger a su familia y amistades, con quienes es muy comprensiva y generosa. Cooper comparte estos rasgos, pero su prioridad es cumplir la ley, aun si esto afecta a colegas o amigos suyos.

De los antagonistas, el más importante es Norman Osborn: un personaje sin escrúpulos, egoísta, ambicioso de poder y manipulador. Otros enemigos destacados son Dexter Bennett, John Jonah Jameson Jr. y Lily Hollister. Para Bennett, el editor del DB!, lo más valioso es el dinero, por lo que no le importa si tiene que inventar noticias o si la información que publique ponga en peligro la vida de otras personas con tal de aumentar las ventas de su diario. El exeditor del mismo periódico, J. J. Jameson Jr., es un personaje muy caprichoso, vanidoso, burlón y prepotente. Su mayor objetivo en la serie es encarcelar a Spiderman, para ello llega a usar fondos de la alcaldía de New York. Por último, Lily Hollister, quien tuvo una infancia y una adolescencia complicadas, se ve corrompida al ingerir el suero del Green Goblin. La ingesta de esta droga la vuelve manipuladora, egoísta y ambiciosa; convirtiéndola en la criminal Menace.

Se aprecia que los protagonistas de la serie transmiten valores como el esfuerzo, la generosidad, la justicia y el sacrificio; mientras que los antagonistas, incluso aquellos sin tanta relevancia como Raptor y Freak, tienen en común al egoísmo, la falta de empatía y la ambición.

En *The Amazing Spider-Man*, no se da una apología al alcohol y otras drogas, sino que se expone las consecuencias perjudiciales de su consumo excesivo y de su uso indebido. Además, es importante resaltar que de las 32 referencias encontradas, 22 se relacionan a los antagonistas de la serie.

Entre los casos más resaltantes se pueden mencionar a las drogas usadas por Norman Osborn en su propio hijo (*The Amazing Spider-Man* #597: *American Son* #3), las utilizadas

por Grim Huntress (*The Amazing Spider-Man* #606), y las consumidas por el adicto Freak (*The Amazing Spider-Man* #554, anexo 18). En los diez números restantes se aprecia a los protagonistas bebiendo alcohol, pero se asume que lo hacen responsablemente, ya que no muestran signos de ebriedad.

De los casos en que se muestra las consecuencias negativas de un consumo excesivo, se puede hacer mención el caso de Betty Brant, quien en una escena bebe en exceso y debe ser cuidada por Peter hasta que esté sobria (*The Amazing Spider-Man* #583); el de Harry Osborn, quien tuvo una fuerte recaída con el alcohol, pero finalmente pudo superarla (*The Amazing Spider-Man* #591, anexo 19); y el de Lester, el padre del Apostador, quien es adicto al cigarro. En el número en que aparece este último caso, incluso, hay una nota del editor que habla sobre el tema, enfatizando los efectos adversos de estos comportamientos (*The Amazing Spider-Man* #562, anexo 20).

La violencia no es incitada, defendida o glorificada en *The Amazing Spider-Man*, y es practicada tanto por los antagonistas como los protagonistas. Pero, mientras los primeros se valen de ella en exceso para fines egoístas, los segundos la utilizan de forma moderada y solamente cuando no hay otra alternativa para defenderse y proteger a las personas. El mismo Spiderman es muestra de ello, pues intenta resolver los problemas por medio del diálogo si la situación lo permite o amerita. Un par de ejemplos tienen lugar en la tregua que le pide a J.J. Jameson Jr. (*The Amazing Spider-Man* #592) y al aconsejar a Harry Osborn para que no mate a su padre (*The Amazing Spider-Man* #599, anexo 21).

De los 69 números recopilados, 15 cuentan con viñetas que incluyen una violencia excesiva y uno de ellos la presenta de modo injustificado (*The Amazing Spider-Man* #589). En los 14 restantes, la violencia contribuye al desarrollo de la historia, aunque igual se considera que ese exceso es inadecuado porque las publicaciones cuentan con la clasificación All ages (a excepción de *The Amazing Spider-Man* #574, que está categorizada como T+). Por ello, existe el riesgo de que sus lectores, sobre todo los niños, se insensibilicen ante el grado de violencia mostrado. Un ejemplo se puede observar en la serie de actos violentos cometidos por Chameleon (*The Amazing Spider-Man* #603, anexo 22) que describen la brutalidad y maldad del personaje.

Las consecuencias de los actos violentos son trivializadas en *The Amazing Spider-Man*. A pesar de que Peter Parker posea un factor curativo mayor que el de una persona normal, se considera que su recuperación de lesiones graves es muy rápida, lo que puede causar que el consumidor subestime o reste importancia a los efectos de practicar actos

violentos. Se encuentra un ejemplo al recuperarse en el lapso de dos días de una mandíbula dislocada, y la rotura de los huesos de las costillas y de la mano, que no le dejan ninguna secuela. Su estado físico incluso le permite volver a pelear con normalidad contra Hammerhead (*The Amazing Spider-Man* #575 y #576).

De las 8115 viñetas contabilizadas, se encuentran contenidos violentos en 1745 (22%). Por ello, se infiere que la violencia no es el tema principal o dominante de la historia, la cual se basa más en los conflictos internos de Spiderman, quien lucha por mantenerse en el camino correcto y por ayudar a sus seres queridos a aspirar y alcanzar lo mismo.

3. *The Invincible Iron Man*

Las historias de *The Invincible Iron Man* se centran en Tony Stark, un genio y empresario multimillonario que, en un inicio, se dedicaba a la fabricación y venta de armamento avanzado. Tras ser atacado y secuestrado por terroristas en Afganistán, Stark se ve obligado a crear una armadura de combate para escapar de sus captores. Esta experiencia cambió su mentalidad porque, de vuelta en EE.UU., decide utilizar su armadura, su inteligencia y recursos para combatir el crimen y se hace llamar el Hombre de Hierro o *Iron Man*.

En los 38 números recopilados (anexo 23) hay cuatro actos de discriminación. Todos son llevados a cabo por los antagonistas de la serie, lo que refuerza la presentación de estas acciones como inaceptables ante el consumidor, y parten de las características naturales de la persona como el sexo o el físico. Bruce Babbage, por ejemplo, discrimina a Justine y Sasha Hammer por su condición de mujeres y considera que no pueden desempeñarse igual que los hombres en el ámbito empresarial (*The Invincible Iron Man* #25: *Stark Resilient* #1, anexo 24).

Aunque no se considera discriminación, también persiste la representación musculosa de los hombres y voluptuosa de las mujeres, junto con una mayor participación masculina que femenina.

De los 38 números analizados, 37 estuvieron a cargo del artista Salvador Larroca, mientras que en *The Invincible Iron Man* #500 también intervinieron Nathan Fox y Carmine Di Giandomenico. Aunque difieran en sus estilos, tienen en común el desarrollo

muscular que les otorgan a los personajes masculinos principales y la contextura atlética y a menudo voluptuosa con que plasman a sus contrapartes femeninas.

En Larroca son más notorios estos patrones, sobre todo en el caso de los hombres (*The Invincible Iron Man #8: world's most wanted #1*, anexo 25). Hay personajes, como los miembros de la empresa de Tony (Stark Resiliente), que no presentan estos rasgos, pero constituyen una minoría en la serie.

En *The Invincible Iron Man*, los hombres desempeñan un rol más importante y una mayor participación en relación a las mujeres. A pesar que, hay personajes como 'Pepper' Potts y Maria Hill que tienen importantes intervenciones a lo largo de la serie, es posible verificar el contraste en algunos personajes, en cuanto al nivel de participación y a la importancia de la misma. Es el caso de Norman Osborn y Victoria Hand, ya que el primero es el director general H.A.M.M.E.R. y la segunda es su directora adjunta; o el de Mandarin y Ezekiel Stane, quienes tienen más intervenciones e influencia que Justine y Sasha Hammer, sus parejas en la serie.

El predominio masculino también se da en otros personajes sin mayor trascendencia en la historia, como por ejemplo, en el equipo de S.H.I.E.L.D., conformado solo por hombres (*The Invincible Iron Man #6: las cinco pesadillas #6*), o en la junta directiva de la empresa Jones-Reynolds-Jones (*The Invincible Iron Man #1: las cinco pesadillas #1*, anexo 26).

Otro punto a tener en cuenta es la imagen que se muestra de los extranjeros. De las nueve representaciones halladas, solo dos son favorables, las cuales pertenecen al ruso Dmitri Bukharin (*The Invincible Iron Man #14: world's most wanted #7*) y al filipino Timothy Cababa (*The Invincible Iron Man #28: Stark Resilient #4*). Las siete restantes aluden a ciertos países en particular o a sus habitantes, pero dentro de un contexto negativo. Un par de ejemplos se observa cuando aparecen los terroristas reclutados por Ezekiel Stane, entre los que figuran peruanos (*The Invincible Iron Man #4: las cinco pesadillas #4*) y los pilotos chinos de los Raiders, quienes son mostrados como obesos y adictos a los videojuegos (*The Invincible Iron Man #3: las cinco pesadillas #3*, anexo 27).

Como se explicó desde el primer apartado, se debe tener cuidado con las representaciones de ciertas personas o grupos humanos, ya que, una constante repetición de los mismos, puede ocasionar que el consumidor naturalice lo que el medio del cómic le

muestra; en particular, si no se le brinda una razón de la existencia de estas representaciones, o si no se encuentra una contraparte positiva de las mismas.

Hay tres casos de incitación al odio en *The Invincible Iron Man*. Cada uno de ellos es presentado de modo negativo al ser perpetrado por los antagonistas de la serie, y parten de diversas razones como la raza y la nacionalidad. Una muestra de ello es el ataque y los insultos de M.O.D.O.G. hacia Tony Stark, por el hecho de ser americano (*The Invincible Iron Man #2: las cinco pesadillas #2*, anexo 28).

Las actividades criminales no son incitadas en los 38 números de la serie. Aunque el protagonista y otros personajes que están de su lado realizan acciones que afectan al cuerpo y la salud de otras personas, únicamente las llevan a cabo para protegerse a sí mismos y a los demás, y para detener y encarcelar a los criminales. Se aprecia este tipo de situación en Stark, quien mata a algunos terroristas sin que esta sea su intención y por ello se lamenta (*The Invincible Iron Man #6: las cinco pesadillas #6*). Estos personajes también cometen algunos delitos cuando no hay otra forma posible de alcanzar un bien mayor. Un ejemplo es cuando Hill y Potts huyen de la justicia para rescatar a Tony Stark debido a que Norman Osborn se aprovechaba de su cargo en H.A.M.M.E.R. para perseguirlo y asesinarlo (*The Invincible Iron Man #10: world's most wanted #3*).

En contraste con ellos, los antagonistas se valen de actos criminales por motivos egoístas, ya que buscan obtener un beneficio personal a través de los mismos. Es el caso de *The Invincible Iron Man*, con los actos cometidos por Norman Osborn. Otros ejemplos son Symbiote, quien extorsiona y asesina por dinero (*The Invincible Iron Man #26: Stark Resilient #2*), y Ezekiel Stane, quien comete actos genocidas por la misma razón (*The Invincible Iron Man #3: las cinco pesadillas #3*). Vale resaltar que ninguno de los delitos que aparecen en la serie, como el tráfico de armas o el espionaje, son detallados de tal modo que puedan ser replicados y glorificados por los lectores.

Para analizar la responsabilidad social del medio del cómic, a través de la transmisión y fortalecimiento de los valores, se debe partir de Tony Stark, quien tiene sus defectos al igual que otros protagonistas en las series de Marvel Comics. Presumido, narcisista y con problemas de adicción al alcohol y al sexo, lucha por superarlos y utiliza su intelecto y sus recursos económicos para el bien, al intentar que el mundo sea un lugar más seguro de la mano de Iron Man.

Otro personaje es Virginia ‘Pepper’ Potts, quien apoya al protagonista en su faceta de empresario y, como la heroína Rescue, en su lucha contra el crimen. Ella es más tranquila, madura y centrada que Stark, pero igual de sacrificada que él. Ambos son apoyados por James Rhodes, conocido como War Machine, quien comparte su disposición para ayudar de forma desinteresada a las personas. Del lado de los protagonistas, también destacan Maria Hill y Natasha Romanova. Aunque difieran en sus personalidades, todos coinciden en su sacrificio y en su aptitud para proteger a las personas.

De los antagonistas destacan Norman Osborn, desarrollado en el apartado anterior, Ezekiel Stane y el Mandarin. El personaje de Ezekiel solo busca venganza con la muerte de Stark, a quien culpa como responsable del fallecimiento de su padre. Para conseguirlo, es capaz de cometer asesinatos en masa y otros crímenes. El Mandarin tampoco tiene respeto alguno por la vida de otros, además, se caracteriza por querer siempre demostrar y remarcar su aparente superioridad.

De modo similar a los apartados anteriores, los protagonistas se caracterizan por su sentido de la amistad, responsabilidad, actitud desinteresada y sacrificio por el bien común. Contrario a ellos, los antagonistas muestran una permanente soberbia y egoísmo, pues no consideran el impacto de sus acciones, sino solo la consecución de sus objetivos.

El alcohol es abordado en 13 de los 38 números compilados. Es el mismo Tony Stark quien aparece bebiendo en exceso en ocho oportunidades. Sin embargo, esto no implica que se haga una apología a su consumo, ya que se manifiestan claramente los efectos negativos de este, de la mano del personaje principal de la serie (*The Invincible Iron Man* #500.1, anexo 29). En las cinco escenas restantes, el tema no es tocado de modo explícito ni aparecen los personajes con signos de ebriedad. Entre ellos se pueden nombrar a ‘Pepper’ Potts (*The Invincible Iron Man* #30: *Stark Resilient* #6) y a Spymaster (*The Invincible Iron Man* #26: *Stark Resilient* #2).

En relación a la violencia, no es defendida, incitada o glorificada en *The Invincible Iron Man*, ya que únicamente los antagonistas la utilizan sin restricciones y como su método principal. Al contrario de ellos, Iron Man y sus compañeros no la consideran como la única o la mejor alternativa para solucionar los conflictos. Esto se manifiesta en la actitud misma de Stark, al abandonar su carrera en la industria armamentística para dedicarse a proteger a las personas, incluso de las armas que él mismo creó.

Si bien la presencia de la violencia está justificada porque *The Invincible Iron Man* pertenece al género de superhéroes, en siete *comic books* se exagera en el detalle. De ellos, uno la presenta de modo injustificado, al mostrar en exceso los efectos de la golpiza que le dio Tony Stark a Stane (*The Invincible Iron Man #6: las cinco pesadillas #6*, anexo 30). El exceso en estos siete números es inadecuado porque están clasificada como *All ages*. Esto puede generar una insensibilización ante la violencia mostrada en los consumidores más vulnerables, es decir, los niños y los adolescentes.

En *The Invincible Iron Man*, las consecuencias de las acciones violentas son trivializadas, ya que los personajes principales no muestran secuelas de las lesiones sufridas en sus combates o en otras situaciones. La minimización de los efectos es notoria, por ejemplo, cuando ‘Pepper’ Potts, sin tener protección alguna, sobrevive a la caída de un edificio (*The Invincible Iron Man #3: las cinco pesadillas #3*); o cuando Tony Stark se recupera de un estado vegetativo y daños cerebrales aparentemente irreversibles (*The Invincible Iron Man #24, Stark: disassembled #5*).

De las 4606 viñetas que tienen en total los 38 números de *The Invincible Iron Man*, 748 (16%) presentan contenidos violentos, lo que demuestra que este tipo de material no constituye el tema central de la serie. Además, en sus números se profundizan otros asuntos como los miedos de Stark, su sentimiento de culpa y la búsqueda de redención.

CONCLUSIONES

Primera: los actos discriminatorios no son promovidos ni defendidos en los tres títulos analizados de Marvel Comics, pues estas acciones son realizadas a menudo por los antagonistas de las series, a excepción de dos viñetas protagonizadas por Sam Wilson (*Captain America*) de las 15 694 contabilizadas para la presente tesis.

Segunda: aunque no se promueva la discriminación en los ejemplares recopilados, sí se observa la predominancia de un mismo patrón en el físico de los personajes más importantes de las series, tanto mujeres como hombres y antagonistas como protagonistas; y una mayor participación de los personajes masculinos en comparación con los femeninos.

En el caso de los hombres, son representados con un gran volumen y definición muscular, mientras que las mujeres, si bien no poseen la musculatura de sus contrapartes masculinas, son retratadas de manera voluptuosa y haciéndose énfasis en rasgos particulares como las caderas, las nalgas y los senos. En relación a la mayor participación masculina, esta no implica la supresión de las intervenciones o el desarrollo de los personajes femeninos; sin embargo, la repetición de estos rasgos y representaciones puede afectar la percepción del mundo que tiene el lector.

Es posible que la representación de la realidad observada en los cómics sea naturalizada por el consumidor; es decir, que tome las características de este mundo ficticio como rasgos inmanentes de la propia realidad. Por lo tanto, es necesario que Marvel Comics tenga sumo cuidado en la construcción de sus personajes y grupos humanos –principalmente extranjeros–, ya que el imaginario transmitido en sus *comic books* puede debilitar o reforzar las ideas que posea el lector.

Tercera: los antagonistas son los únicos que realizan actos de incitación al odio en los 133 números compilados, principalmente por motivos de raza o nacionalidad, por lo que esta clase de acciones no son promovidas ni glorificadas por la editorial Marvel Comics.

Cuarta: las reglas que prohíben la inclusión de material obsceno son respetadas en todos los números, ya que no se encuentra muestra alguna de material sexual explícito en ninguna viñeta, incluso en las que presentan a los antagonistas de las series.

Quinta: el crimen no es detallado en las 133 publicaciones examinadas. Tampoco se incitan estos actos pues son los antagonistas los que se valen de los mismos de forma constante para su propio beneficio y sin remordimiento alguno. En contraste con ellos, los protagonistas, quienes en contadas ocasiones han cometido algún delito, eligen ese camino para la consecución de un bien mayor, como la protección de sus compañeros u otras personas.

Es necesario mencionar que las historias contenidas en los *comic books* analizados suelen llevar a los protagonistas a la toma de decisiones difíciles para protegerse a sí mismos y a los demás, lo que incluyen en ocasiones la realización de actos criminales, perpetrados solo por la búsqueda de un bien mayor, y no por fines egoístas. Para evitar que el lector reste importancia y minimice las consecuencias de estas acciones, Marvel Comics debe mejorar la calidad narrativa de sus historias, ya que puede valerse de otros recursos gráficos y literarios para lograr un fuerte efecto dramático y una adecuada progresión temática en sus publicaciones.

Sexta: la editorial Marvel Comics lleva a cabo una correcta gestión en cuanto a la responsabilidad social que tiene con sus lectores, a través de la continua difusión de valores que practican los protagonistas de las series analizadas. Estos personajes, sin importar sus diferencias, transmiten y refuerzan distintos valores en el consumidor, al promover el respeto por los derechos humanos, además de los valores de la amistad, el desprendimiento, la justicia, la lealtad, la perseverancia, el sacrificio, la responsabilidad, entre otros. Contrario a ellos, los antagonistas se caracterizan por sus actitudes psicópatas, su adicción al poder, la ambición, la crueldad, la presunción y el egoísmo.

Séptima: aunque el alcohol y otras drogas no aparecen a menudo de modo explícito en las historias, es evidente la diferencia en el tratamiento de estos temas en los protagonistas y los antagonistas. Los primeros, en ocasiones, consumen alcohol y lo hacen de manera responsable. En otros casos, como el de Tony Stark y Harry Osborn, se muestran un nivel de adicción, el cual es reconocido por los mismos personajes, quienes manifiestan un deseo de superarlo. Contrario a ellos, los antagonistas, como Norman Osborn o Grim Huntress, suelen incluir estos elementos de forma permanente en su modus

operandi. Además, los efectos nocivos ocasionados por la ingesta de estas sustancias son siempre expuestos con claridad, sin importar quienes las consuman, por lo que no se fomenta ni defiende este tipo de comportamientos.

Octava: de las doce pautas que reglamentan la violencia, dos de ellas no son respetadas en los números recopilados. La primera norma que se vulnera es la prohibición en la exageración en el detalle, pues en las tres series revisadas, se incluyen ocasionalmente estos contenidos de modo injustificado, si se toma en cuenta la edad del público al que están dirigidos.

La segunda regla transgredida es la que estipula que los actos violentos no deben ser trivializados. Esto ocurre en las tres series, incluso de la mano de personajes que no tienen ningún grado de resistencia sobrehumana al daño, lo cual incide en la percepción del lector, quien puede minimizar los efectos de estas acciones en el mundo real. El resto de pautas son acatadas por la editorial en todas las series examinadas, excepto en *Wolverine* – que no forma parte del cuarto capítulo–, en la que se incita y defiende el uso de la violencia. Esto es comprensible al existir una mayor libertad creativa en sus seis números publicados, pues tiene la calificación de *Parental Advisory*, es decir, están destinados a personas mayores de 15 años con supervisión de los padres.

Novena: por lo explicado anteriormente y, en términos generales, la editorial Marvel Comics, se ha autorregulado de manera apropiada desde el 2001, cuando dejó de seguir el Comics Code. Los contenidos de sus publicaciones presentan un tratamiento adecuado de los temas regulados en las tres versiones del código, los mismos que también son tomados en cuenta por las normas deontológicas televisivas vigentes y más representativas en la actualidad.

Los únicos puntos cuyo tratamiento debe mejorar la editorial es el de las categorías de discriminación y violencia. Sobre la primera, no se fomenta la realización de actos discriminatorios en los números compilados, pero sí se perjudica la función socializadora del cómic al transmitir imaginarios cuya representación del físico y la participación masculina y femenina no corresponde a la realidad vivida por el lector, lo que puede distorsionar su percepción del mundo. Y, respecto a la segunda, en las historias se minimizan las consecuencias de la violencia y se suele exceder en el detalle la misma, si se considera la edad del lector al que estén dirigidas las publicaciones. Ante la repetición de estas representaciones, el consumidor puede llegar a trivializar los efectos de estos actos y desarrollar una insensibilización ante el grado de violencia mostrado.

Pero, en cuanto a las demás categorías analizadas, Marvel ha llevado a cabo una ética individual empresarial apropiada al mostrar un adecuado tratamiento de los temas presentes en el código de la Comic Code Authority, y a su vez, seguir los lineamientos de las normas deontológicas más completas a nivel mundial, lo cual le permite desarrollar su potencial como medio de comunicación en la sociedad, al cumplir no solo una función distractiva, sino principalmente educativa.

BIBLIOGRAFÍA

- Abel, J. (2008). *Drawing words & writing pictures: making comics: manga, graphic novels, and beyond*. New York: First Second.
- Agejas, J., & Serrano F. (2002). *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona: Ariel.
- Armañanzas E. (1996). *Periodismo y argumentación*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Australian Communications Media Authority. (2011). *Community Television Broadcasting Codes of Practice*. Obtenida el 15 de mayo de 2017, de http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/television/documents/community_tv_broadcasting_codes_of_practice-9june2011.pdf
- Aznar, H. (2005b). *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel.
- Aznar, H. (2005a). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós.
- Beneyto, J. (dir.) (2003). *Regulación y competencia en telecomunicaciones*. Madrid: Dykinson.
- Bonilla, J. (2007). *Las violencias en los medios, los medios en las violencias: revisión y análisis crítico de los estudios sobre medios de comunicación y violencia en América Latina, 1998-2005*. Bogotá: Centro de Investigación y Educación Popular – CINEP.
- Bonvín, M. (2005). *Medios de comunicación: historia, lenguaje y características*. Barcelona: Octaedro.

- Broadcasting Standards Authority. (n.d.). *Free-to-Air Television Code of Broadcasting Practice*. Obtenida el 15 de mayo de 2017, de <http://bsa.govt.nz/images/assets/Codes/FTA-TV-Code-May-2011-Edition-English.pdf>
- Brubaker, E.; (2009-2011). *Captain America* (Reborn 1-6; ¿Quién se queda con el escudo?; 602-619). Estados Unidos: Marvel Comics.
- Canadian Broadcast Standards Council. (n.d.). *CAB Code of Ethics*. Obtenida el 15 de mayo de 2017, de <http://www.cbsc.ca/codes/cab-code-of-ethics/>
- Canadian Broadcast Standards Council. (n.d.). *CAB Violence Code*. Obtenida el 15 de mayo de 2017, de <http://www.cbsc.ca/codes/cab-violence-code/>
- Carter, J. (2012). *Comics*. En *Encyclopedia of Adolescence* [versión electrónica] (vol. 1, pp. 460-468).
- Castejón, L. (ed.) (1998). *Competencia y regulación en los mercados de las telecomunicaciones, el audiovisual e internet*. Madrid: Colegio Oficial de Ingenieros de telecomunicación.
- Castro R. (coord.) (2003). *Las otras lecturas*. México, D.F.: Paidós Mexicana.
- Clemente M. (2005). *Violencia y medios de comunicación: la socialización postmoderna*. Madrid: Editorial EOS.
- Comic Book Legal Defense Fund. (n.d.). *Comics Code Revision of 1971*. Obtenida el 7 de junio de 2015, de <http://cblfd.org/comics-code-revision-of-1971/>
- Comic Book Legal Defense Fund. (n.d.). *Comics Code Revision of 1989*. Obtenida el 7 de junio de 2015, de <http://cblfd.org/comics-code-revision-of-1989/>
- Comics Magazine Association of America. [19--]. La verdad acerca de las revistas de historietas aprobadas por el código. New York : Comics Magazine Association of America, [19--]

- Communications Regulatory Agency. (2012). *Rules and Regulations*. Obtenida el 15 de mayo de 2017, de <http://www.rak.ba/eng/index.php?uid=1328108149>
- Cotrina C. (1998). *Piajeno: análisis de la opinión periodística gráfica en el diario El Tiempo, durante el fenómeno El Niño 1997-1998*. Piura: Universidad de Piura.
- Coville, J. (n.d.). *Seduction of the Innocents and the Attack on Comic Books*. Obtenida el 15 de mayo de 2017, Penn State University, página de Integrative Arts: http://www.psu.edu/dept/inart10_110/inart10/cmbk4cca.html
- Dorfman A. & Jofré M. (1974). *Superman y sus amigos del alma*. Buenos Aires: Galerna.
- Dorfman A. & Mattelart A. (2005). *Para entender al pato Donald*. México: Siglo veintiuno editores.
- Draelants, H., & Frippiat D. (2007). *Videojuegos y planteamiento de un lugar común mediático*. En Fernández C., & Revilla J. (Coords.). *Violencia en los medios de comunicación* (p. 86). Barcelona: Hacer.
- Eco, U. *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen
- Estados Unidos. Embajada de los Estados Unidos de América. (2012). *Historias gráficas: aprendiendo inglés: I Concurso de Cómicos 2012: ganadores y finalistas*. Lima: Embajada de los Estados Unidos de América.
- Fee W. (2008). Do You Have Any Ditko?:: Comic Books, MARC, FRBR and Findability [versión electrónica]. *Serials Review*, vol. 34, 175-189.
- Ferguson, C. (2013). Adolescents, Crime and the Media [versión electrónica]. *Advancing Responsible Adolescent Development*, vol. 11, 127-139.
- Fernández C., & Revilla J. (Coords.) (2007). *Violencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Hacer.
- Fernández-Baca, J. (2004). *Experiencias de regulación en el Perú*. Lima: Universidad del Pacífico. Centro de Investigación.

- Fraction, M. (2008-2011). *The Invincible Iron Man* (números 1-33 y 500-502). Estados Unidos: Marvel Comics.
- Franco, F. (2012). *¿Qué pasó con el Comic Code Authority?*. Obtenida el 7 de junio de 2015, de <http://blogs.peru21.pe/comics21/2012/08/que-paso-con-el-comic-code-aut.html>
- Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen. (n.d.). *The examination of programmes*. Obtenida el 15 de mayo de 2017, de <http://en.fsf.de/examination-of-programmes/>
- Galarza, A. (1993). *La historieta como medio eficaz de comunicación masiva*. Piura: Universidad de Piura.
- Gálvez, I. (2011). *El bien: constitutivo esencial de la comunicación ideológica*. Piura: Universidad de Piura.
- Gender, V., & Spencer, R. (2008). X-men Ethics: Using Comic Books to Teach Business Ethics [versión electrónica]. *Journal of Business Ethics*, vol. 77, 245-258.
- González B. et al. (2009). *La caricatura en Colombia a partir de la Independencia*. Bogotá: Banco de la República.
- González, J. (1987). *Manual de deontología informativa: periodismo, medios audiovisuales, publicidad*. Madrid: Alhambra.
- González J. (1999). *La publicidad como tema en los dibujos humorísticos de Antonio Mingote*. Segovia: Colegio Universitario de Segovia.
- Gubern, R. (1994). *La mirada opulenta: exploración de la iconósfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Guggenheim, M.; Gale, B.; Wells, Z.; Slott, D.; Waid, M.; Straczynski, J. et al. (2008-2009). *The Amazing Spider-Man* (números 549-614). Estados Unidos: Marvel Comics.

- Imbert, G. (2010). *Cine e imaginarios sociales: el cine posmoderno como experiencia de los límites (1990-2010)*. Madrid: Cátedra.
- Independent Communications Authority of South Africa. (n.d.). *Regulations Regarding the Code of Conduct for Broadcasting Service Licensees*. Obtenida el 15 de mayo de 2017, de <https://www.icasa.org.za/Portals/0/Regulations/Regulations/Code%20of%20Conduct/Regulations%20Regarding%20the%20Code%20of%20Conduct%20for%20Broadcasting%20Service%20Licensees%2032381.pdf>
- Laguna de Paz, J. (2010). *Telecomunicaciones: regulación y mercado*. Cizur Menor (Navarra): Thomson-Aranzadi.
- Lee S. (2011c). *Stan Lee's How to write comics!* New York: Watson-Guption Publications.
- Lopes, P. (2006). Culture and Stigma: Popular Culture and the Case of Comic Books [versión electrónica]. *Sociological Forum*, vol. 21, 387-414.
- Mankoff B. (Ed.) (1999). *The New Yorker 75th anniversary cartoon collection*. New York: Pocket Books.
- Masotta, O. (1982). *La historieta en el mundo moderno*. Barcelona: Paidós.
- McCloud, S. (1994). *Understanding comics*. New York: HarperPerennial.
- Medina, L. (1992). *Comunicación, humor e imagen: funciones didácticas del dibujo humorístico*. México, DF: Trillas.
- Molina H. (1988). *Influencia del comic en los niños*. Piura: Universidad de Piura.
- Most, J. (1997). *Así se crean guiones*. Barcelona: CIMS.
- Muñoz, S. (2000). *La regulación de la red: poder y derecho en internet*. Madrid: Grupo Santillana.
- Muro, M. (2004). *Análisis e interpretación del cómic: ensayo de metodología semiótica*. Logroño: Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones.

- Nyberg, A. (n.d.). *Comics Code History: The Seal of Approval*. Obtenida el 7 de junio de 2015, de <http://cblfd.org/comics-code-history-the-seal-of-approval/>
- Parasecoli, F. (2013). Gluttonous crimes: Chew, comic books, and the ingestion of masculinity [versión electrónica]. *Women's Studies International Forum*, de <http://dx.doi.org/10.1016/j.wsif.2013.04.011>
- Patanella, D., & Ebanks Ch. (2011). Wertham, Frederic. En *Encyclopedia of Child Behavior and Development* [versión electrónica] (vol. 1, pp. 1563-1564).
- Porter T., & Ronit K. (2006). Self-Regulation as Policy Process: The Multiple and Criss-Crossing Stages of Private Rule-Making [versión electrónica]. *Policy Sciences*, vol. 39, 41-72.
- Rachitoff, L. (1981). *Historietas de ayer... y de hoy*. Lima: Gráfica Morsom.
- Rivera, J. (1994). *Postales electrónicas: ensayos sobre medios, cultura y sociedad*. Buenos Aires: ATUEL.
- Rivera, J. (2009). *La libertad de expresión y las expresiones de odio*. Buenos Aires: Abeledo Perrot.
- Rodríguez. J. (1988). *El comic y su utilización didáctica: los tebeos en la enseñanza*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rosas, C. (Ed) (2009). *El odio y el perdón en el Perú: siglos XVI al XXI*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ruiz, M. (2010). *Igualdad y no discriminación: la proyección sobre el tratamiento laboral de la discapacidad*. Albacete: Bomarzo.
- Sagástegui, C. (2003). *La historieta peruana 1: los primeros 80 años 1887-1967*. Lima: Instituto Cultural Peruano Norteamericano.
- Sánchez, D. (2010). *Discriminación y medios de comunicación: análisis de las bromas raciales en la televisión peruana*. Lima: Palestra.

Sendín, M. (2003). *Regulación y servicios públicos*. Granada: Comares.

Tilley, C. (2012). “Superman Says, ‘Read!’” National Comics and Reading Promotion [version electrónica]. *Children’s Literature in Education*, vol. 43, 1-13.

Tornos, J. (1999). *Las autoridades de regulación de lo audiovisual*. Madrid: Marcial Pons.

Vallebuona, G. (1990). *Aproximación al estilo del comic*. Piura: Universidad de Piura.

Vázquez J. (1985). *Lo obsceno: límites de la intervención penal*. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni Editores.

Vilches, L. (1987). *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós.

Zhao, B. (2013). Children and Television: Public Concern and Scientific Research [version electrónica]. *The Little Emperor’s New Toys*, 1-16.

ANEXOS

Anexo 1
Series de Marvel Comics consideradas para la presente tesis

Serie	Fecha de publicación	Números analizados	Viñetas totales
Captain America	26/3/11 - 11/5/13	26	2973
The Amazing Spider-Man	26/6/10 - 5/6/13	69	8115
The Invincible Iron Man	1/5/10 - 29/4/13	38	4606
	TOTAL	133	15694

Anexo 2
Números analizados de la serie *Captain America*

SERIE	VIÑETAS						
	PD	IO	O	PIC	FVN	PCAOD	Violentas
CA: Reborn #1 (100 viñetas)	0	0	0	0	0	0	22
CA Reborn #2 (102 viñetas)	0	0	0	0	0	0	45
CA: Reborn #3 (101 viñetas)	0	0	0	0	0	0	35
CA Reborn #4 (89 viñetas)	0	0	0	0	0	0	24
CA: Reborn #5 (112 viñetas)	0	0	0	0	0	0	49
CA: Reborn #6 (106 viñetas)	0	0	0	0	0	0	40
CA: ¿Quién se queda con el escudo? (138 viñetas)	0	0	0	0	0	0	21
CA #602 (84 viñetas)	2	0	0	0	0	0	16
CA #603 (89 viñetas)	0	0	0	0	0	0	29
CA #604 (94 viñetas)	0	0	0	0	0	0	29
CA #605 (96 viñetas)	0	0	0	0	0	0	48
CA: La Edad Heroica #606 (140 viñetas)	0	0	0	0	0	0	28
CA: La Edad Heroica #607 (118 viñetas)	0	0	0	0	0	0	24
CA: La Edad Heroica #608 (120 viñetas)	0	0	0	0	0	0	25
CA: La Edad Heroica #609 (128 viñetas)	0	0	0	0	0	0	29
CA: La Edad Heroica #610 (132 viñetas)	0	0	0	0	0	0	41
CA #611: El Juicio del Capitán América #1 (106 viñetas)	0	0	0	0	0	0	11
CA #612: El Juicio del Capitán América #2 (124 viñetas)	0	0	0	0	0	0	20
CA #613: El Juicio del Capitán América #3 (111 viñetas)	0	0	0	0	0	0	20
CA #614: El Juicio del Capitán América #4 (121 viñetas)	0	0	0	0	0	0	16
CA #615: El Juicio del Capitán América #5 (113 viñetas)	0	0	0	0	0	0	27
CA #615.1 (103 viñetas)	0	0	0	0	0	0	29
CA #616: Gulag #1 (136 viñetas)	0	0	0	0	0	0	38

CA #617: Gulag #2 (134 viñetas)	0	0	0	0	0	0	37
CA #618: Gulag #3 (152 viñetas)	0	0	0	0	0	0	39
CA #619: Gulag #4 (124 viñetas)	0	0	0	0	0	0	36
Total (2973 viñetas)	2	0	0	0	0	0	778

Leyenda
CA: Captain America
PD: promovedoras de discriminación
IO: incitadoras al odio
O: obscenas
PIC: con presentación inadecuada del crimen
FVN: fomentadoras de valores negativos
PCAOD: promovedoras del consumo de alcohol u otras drogas

Anexo 3
Palabras de Samuel Wilson (Falcon) en *Captain America* #602



Anexo 4
Red Skull y Steve Rogers en *Captain America: reborn* #5



Anexo 5

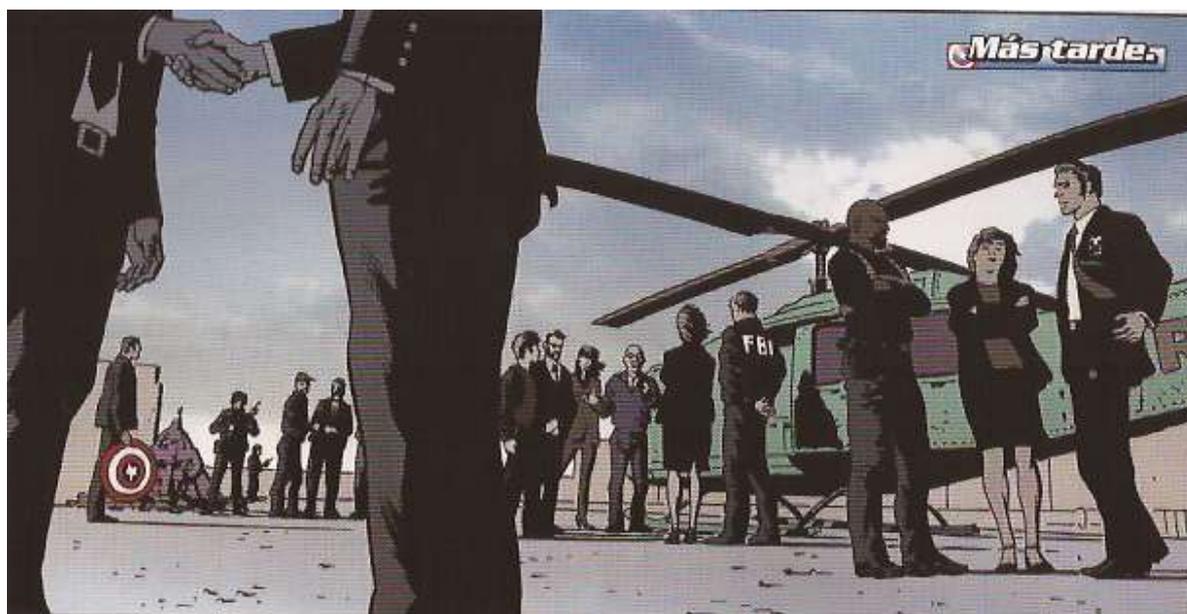
Dibujos de Luke Ross en Capitán América: ¿quién se queda con el escudo?



Anexo 6
Dibujos de Daniel Acuña en Capitán América #611



Anexo 7
Agentes del FBI en Capitán América #605



Anexo 8
Diálogo entre Samuel Wilson y 'Bucky' Barnes en Capitán América: la edad heroica #606



Anexo 9

Jurgen Hauptmann en Capitán América: la edad heroica #606



Anexo 10
Diálogo entre David Rickford y Steve Rogers en Capitán América #615.1



Anexo 11
Pelea de Sam Wilson en Capitán América #613: el juicio del Capitán América #3



Anexo 12
Números analizados de la serie *The Amazing Spider-Man*

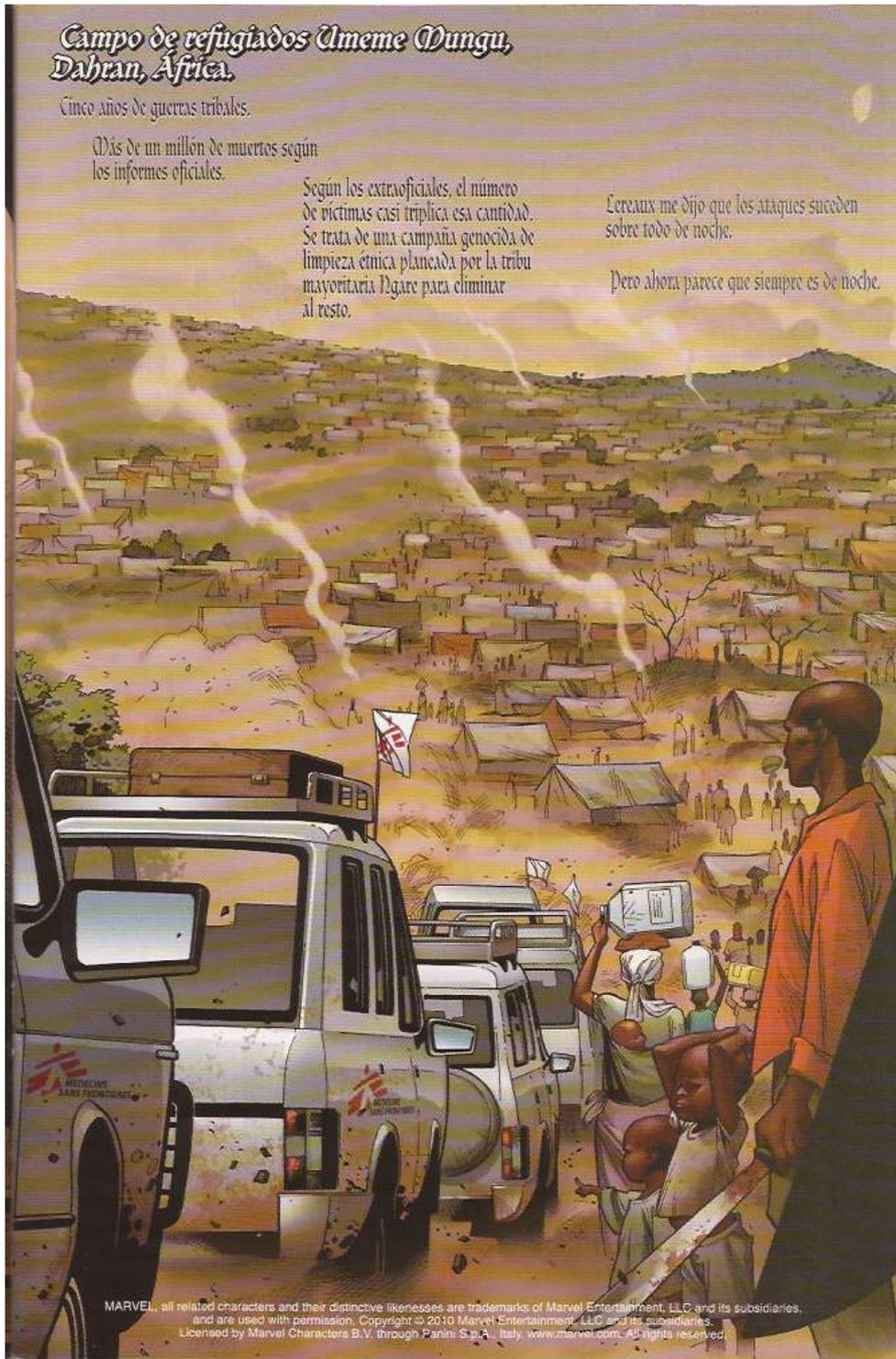
SERIE	VIÑETAS						
	PD	IO	O	PIC	FVN	PCAO	Violentas
TASM: Brand New Day #549. Parte 1 (92 viñetas)	0	0	0	0	0	0	18
TASM: Brand New Day #550. Parte 2 (99 viñetas)	0	0	0	0	0	0	16
TASM: Brand New Day #551. Parte 3 (95 viñetas)	0	0	0	0	0	0	27
TASM: Brand New Day #552. Parte 4 (146 viñetas)	0	0	0	0	0	0	13
TASM: Brand New Day #553. Parte 5 (162 viñetas)	0	0	0	0	0	0	16
TASM: Brand New Day #554. Parte 6 (157 viñetas)	0	0	0	0	0	0	23
TASM: Brand New Day #555. Parte 7 (122 viñetas)	0	0	0	0	0	0	36
TASM: Brand New Day #556. Parte 8 (119 viñetas)	0	0	0	0	0	0	17
TASM: Brand New Day #557. Parte 9 (106 viñetas)	0	0	0	0	0	0	33
TASM: Brand New Day #558. Parte 10 (130 viñetas)	0	0	0	0	0	0	27
TASM: Brand New Day #559. Parte 11 (114 viñetas)	0	0	0	0	0	0	8
TASM: Brand New Day #560 . Parte 12 (124 viñetas)	0	0	0	0	0	0	21
TASM: Brand New Day #561 (113 viñetas)	0	0	0	0	0	0	20
TASM: Brand New Day #562 (104 viñetas)	0	0	0	0	0	0	6
TASM: Brand New Day #563 (113 viñetas)	0	0	0	0	0	0	22
TASM: Brand New Day #564 (116 viñetas)	0	0	0	0	0	0	28
TASM #565: Kraven's First Hunt #1 (168 viñetas)	0	0	0	0	0	0	31
TASM #566: Kraven's First Hunt #2 (118 viñetas)	0	0	0	0	0	0	46
TASM #567: Kraven's First Hunt #3 (126 viñetas)	0	0	0	0	0	0	60

TASM #568: New Ways to Die #1 (126 viñetas)	0	0	0	0	0	0	26
TASM #569: New Ways to Die #2 (116 viñetas)	0	0	0	0	0	0	25
TASM #570: New Ways to Die #3 (100 viñetas)	0	0	0	0	0	0	47
TASM #571: New Ways to Die #4 (112 viñetas)	0	0	0	0	0	0	42
TASM #572: New Ways to Die #5 (124 viñetas)	0	0	0	0	0	0	26
TASM #573: New Ways to Die #6 (132 viñetas)	0	0	0	0	0	0	33
TASM #574 (104 viñetas)	0	0	0	0	0	0	37
TASM #575 (108 viñetas)	0	0	0	0	0	0	26
TASM #576 (107 viñetas)	0	0	0	0	0	0	36
TASM #577 (200 viñetas)	0	0	0	0	0	0	63
TASM #578 (107 viñetas)	0	0	0	0	0	0	18
TASM #579 (105 viñetas)	0	0	0	0	0	0	9
TASM #580 (129 viñetas)	0	0	0	0	0	0	19
TASM #581 (104 viñetas)	0	0	0	0	0	0	8
TASM #582 (100 viñetas)	0	0	0	0	0	0	26
TASM #583 (110 viñetas)	0	0	0	0	0	0	10
TASM #584: Character Assassination #1 (113 viñetas)	0	0	0	0	0	0	24
TASM #585: Character Assassination #2 (101 viñetas)	0	0	0	0	0	0	38
TASM #586: Character Assassination, Interlude (108 viñetas)	0	0	0	0	0	0	10
TASM #587: Character Assassination #3 (126 viñetas)	0	0	0	0	0	0	27
TASM #588: Character Assassination #4 (157 viñetas)	0	0	0	0	0	0	60
TASM #589 (110 viñetas)	0	0	0	0	0	0	29
TASM #590 (105 viñetas)	0	0	0	0	0	0	13
TASM #591 (116 viñetas)	0	0	0	0	0	0	20
TASM #592 (84 viñetas)	0	0	0	0	0	0	7
TASM #593 (82 viñetas)	0	0	0	0	0	0	25
TASM #594 (110 viñetas)	0	0	0	0	0	0	33

TASM #595: American Son #1 (135 viñetas)	0	0	0	0	0	0	24
TASM #596: American Son #2 (107 viñetas)	0	0	0	0	0	0	14
TASM #597: American Son #3 (114 viñetas)	0	0	0	0	0	0	21
TASM #598: American Son #4 (117 viñetas)	0	0	0	0	0	0	45
TASM #599: American Son #5 (103 viñetas)	0	0	0	0	0	0	38
TASM #600 Primera parte (180 viñetas)	0	0	0	0	0	0	39
TASM #600 Segunda parte (122 viñetas)	0	0	0	0	0	0	26
TASM #600 Tercera parte (179 viñetas)	0	0	0	0	0	0	18
TASM #601 (122 viñetas)	0	0	0	0	0	0	15
TASM #602 (116 viñetas)	0	0	0	0	0	0	14
TASM #603 (117 viñetas)	0	0	0	0	0	0	8
TASM #604 (121 viñetas)	0	0	0	0	0	0	26
TASM #605 Primera parte (115 viñetas)	0	0	0	0	0	0	14
TASM #605 Segunda parte (121 viñetas)	0	0	0	0	0	0	5
TASM #606 (95 viñetas)	0	0	0	0	0	0	24
TASM #607 (100 viñetas)	0	0	0	0	0	0	19
TASM #608 (112 viñetas)	0	0	0	0	0	0	18
TASM #609 (102 viñetas)	0	0	0	0	0	0	27
TASM #610 (110 viñetas)	0	0	0	0	0	0	51
TASM #611 (105 viñetas)	0	0	0	0	0	0	27
TASM #612 (97 viñetas)	0	0	0	0	0	0	16
TASM #613 (105viñetas)	0	0	0	0	0	0	22
TASM #614 (100 viñetas)	0	0	0	0	0	0	29
Total (8115 viñetas)	0	0	0	0	0	0	1745

Leyenda
TASM: The Amazing Spider-Man
PD: promovedoras de discriminación
IO: incitadoras al odio
O: obscenas
PIC: con presentación inadecuada del crimen
FVN: fomentadoras de valores negativos
PCAOD: promovedoras del consumo de alcohol u otras drogas

Anexo 13
Relato de la campaña genocida de la tribu Ngare en Thor #4



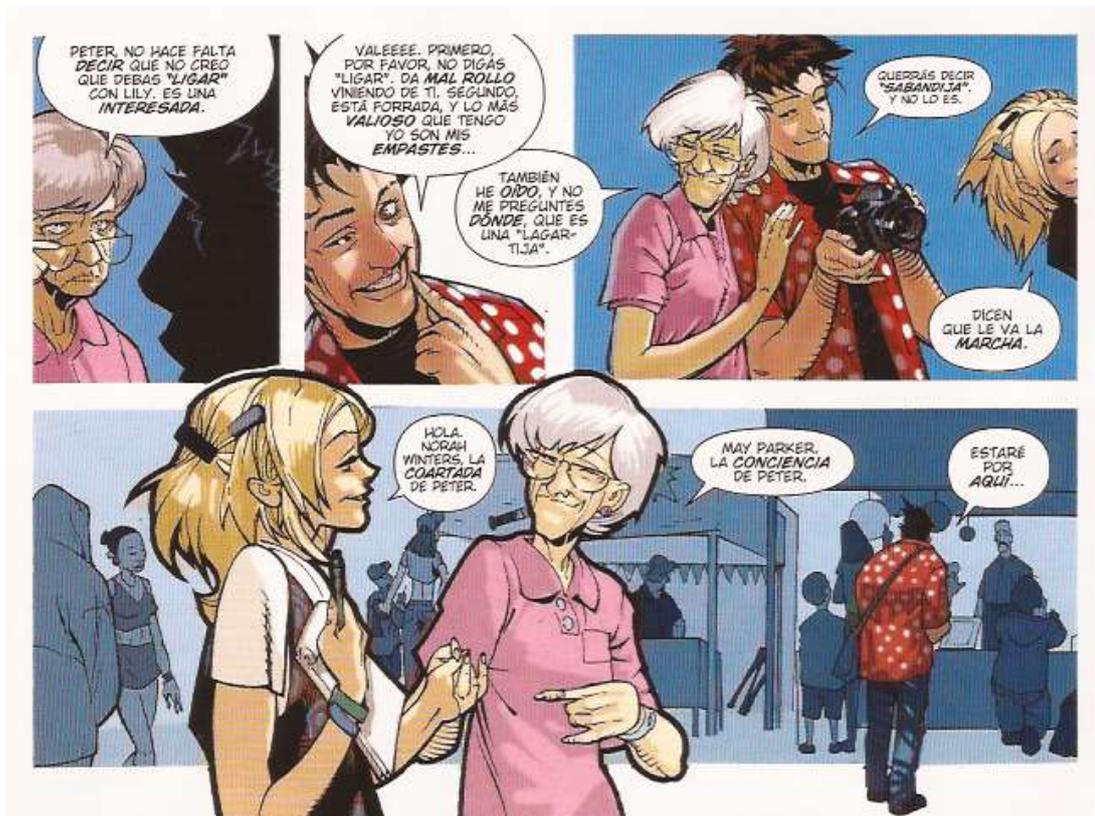
Anexo 14
Dibujos de Marco Checchetto en *The Amazing Spider-Man* #597



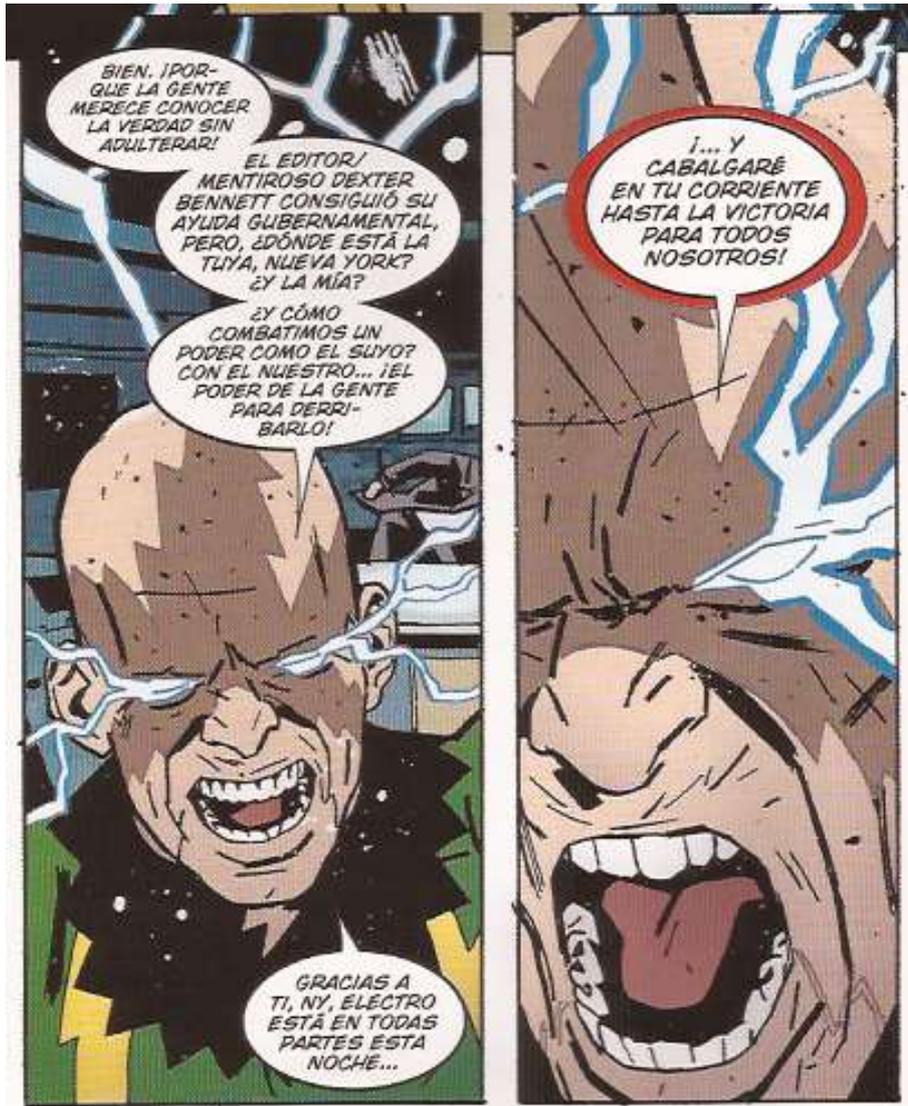
Anexo 15
Dibujos de Mike McKone en *The Amazing Spider-Man* #606



Anexo 16
Dibujos de Chris Bachalo en *The Amazing Spider-Man* #575



Anexo 17
Palabras de Electro en *The Amazing Spider-Man* #614



Anexo 18
Freak en *The Amazing Spider-Man* #554



Anexo 19

Diálogo entre Harry Osborn y Carlie Cooper en *The Amazing Spider-Man* #591



Anexo 20
'El Apostador' y su padre en *The Amazing Spider-Man* #562



Anexo 21

Diálogo entre Spiderman y Harry Osborn en *The Amazing Spider-Man* #599



Anexo 22

Actos violentos cometidos por Chameleon en *The Amazing Spider-Man* #603



Anexo 23
Números analizados de la serie *The Invincible Iron Man*

SERIE	VIÑETAS						
	PD	IO	O	PIC	FVN	PCAO	Violentas
TIIM #1: Las Cinco Pesadillas #1 (115 viñetas)	0	0	0	0	0	0	35
TIIM #2: Las Cinco Pesadillas #2 (117 viñetas)	0	0	0	0	0	0	33
TIIM #3: Las Cinco Pesadillas #3 (117 viñetas)	0	0	0	0	0	0	42
TIIM #4: Las Cinco Pesadillas #4 (121 viñetas)	0	0	0	0	0	0	1
TIIM #5: Las Cinco Pesadillas #5 (97 viñetas)	0	0	0	0	0	0	35
TIIM #6: Las Cinco Pesadillas #6 (94 viñetas)	0	0	0	0	0	0	49
TIIM #7: Las Cinco Pesadillas #7 (124 viñetas)	0	0	0	0	0	0	22
TIIM #8: World's Most Wanted #1 (136 viñetas)	0	0	0	0	0	0	5
TIIM #9: World's Most Wanted #2 (120 viñetas)	0	0	0	0	0	0	20
TIIM #10: World's Most Wanted #3 (107 viñetas)	0	0	0	0	0	0	13
TIIM #11: World's Most Wanted #4 (105 viñetas)	0	0	0	0	0	0	14
TIIM #12: World's Most Wanted #5 (105 viñetas)	0	0	0	0	0	0	24
TIIM #13: World's Most Wanted #6 (121 viñetas)	0	0	0	0	0	0	34
TIIM #14: World's Most Wanted #7 (115 viñetas)	0	0	0	0	0	0	17
TIIM #15: World's Most Wanted #8 (102 viñetas)	0	0	0	0	0	0	25
TIIM #16: World's Most Wanted #9 (126 viñetas)	0	0	0	0	0	0	39
TIIM #17: World's Most Wanted #10 (114 viñetas)	0	0	0	0	0	0	12
TIIM #18: World's Most Wanted #11 (114 viñetas)	0	0	0	0	0	0	25
TIIM #19: World's Most Wanted #12 (150 viñetas)	0	0	0	0	0	0	35

TIIM #20, Stark: Dissassembled #1 (123 viñetas)	0	0	0	0	0	0	1
TIIM #21, Stark: Dissassembled #2 (101 viñetas)	0	0	0	0	0	0	2
TIIM #22, Stark: Dissassembled #3 (109 viñetas)	0	0	0	0	0	0	9
TIIM #23, Stark: Dissassembled #4 (119 viñetas)	0	0	0	0	0	0	9
TIIM #24, Stark: Dissassembled #5 (121 viñetas)	0	0	0	0	0	0	22
TIIM #25: Stark Resilient #1 (192 viñetas)	0	0	0	0	0	0	3
TIIM #26: Stark Resilient #2 (118 viñetas)	0	0	0	0	0	0	3
TIIM #27: Stark Resilient #3 (117 viñetas)	0	0	0	0	0	0	6
TIIM #28: Stark Resilient #4 (120 viñetas)	0	0	0	0	0	0	1
TIIM #29: Stark Resilient #5 (121 viñetas)	0	0	0	0	0	0	0
TIIM #30: Stark Resilient #6 (119 viñetas)	0	0	0	0	0	0	15
TIIM #31: Stark Resilient #7 (106 viñetas)	0	0	0	0	0	0	4
TIIM #32: Stark Resilient #8 (86 viñetas)	0	0	0	0	0	0	23
TIIM #33: Stark Resilient #9 (103 viñetas)	0	0	0	0	0	0	19
TIIM #500 Parte 1 (160 viñetas)	0	0	0	0	0	0	40
TIIM #500 Parte 2 (147 viñetas)	0	0	0	0	0	0	49
TIIM #500.1 (159 viñetas)	0	0	0	0	0	0	12
TIIM #501 (146 viñetas)	0	0	0	0	0	0	14
TIIM #502 (139 viñetas)	0	0	0	0	0	0	36
Total (4606 viñetas)	0	0	0	0	0	0	748

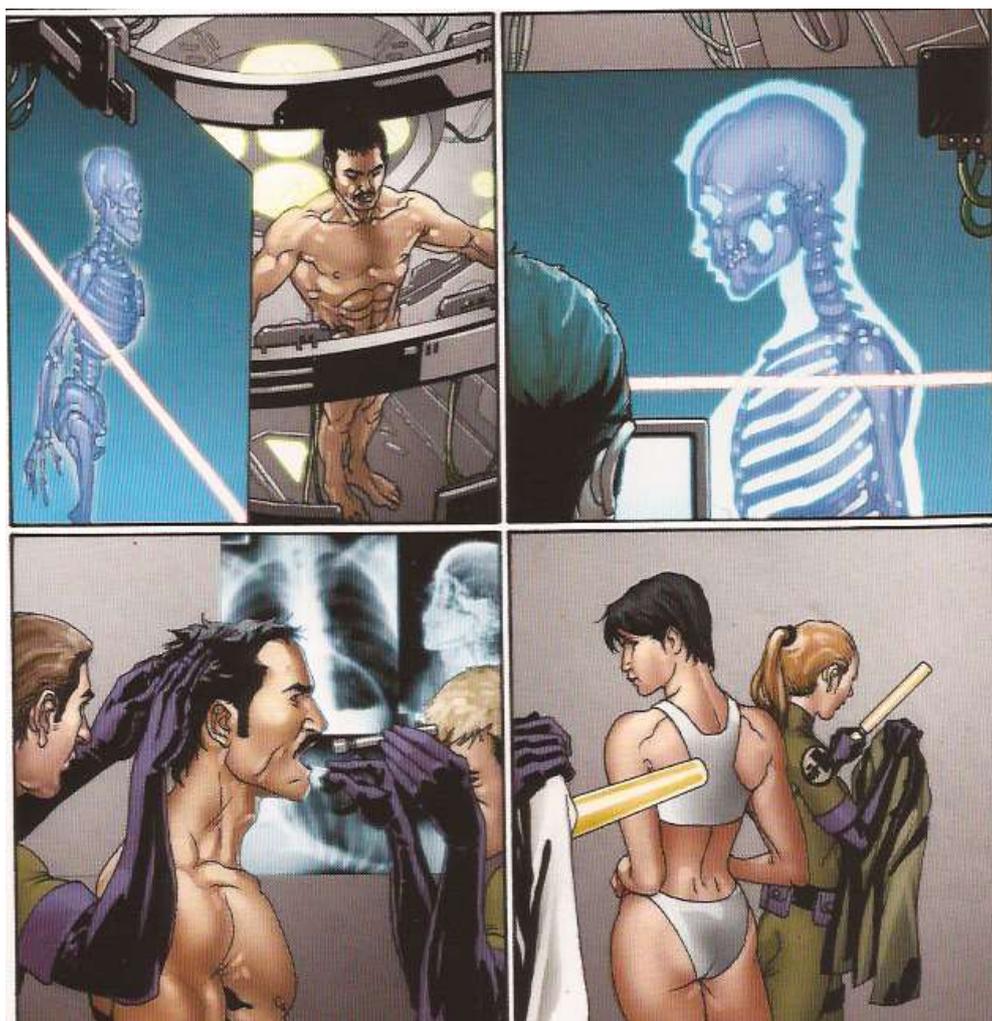
Leyenda
TIIM: The Invincible Iron Man
PD: promovedoras de discriminación
IO: incitadoras al odio
O: obscenas
PIC: con presentación inadecuada del crimen
FVN: fomentadoras de valores negativos
PCAO: promovedoras del consumo de alcohol u otras drogas

Anexo 24
Bruce Babagge con Justine y Sasha Hammer en *The Invincible Iron Man #25: Stark Resilient #1*



Anexo 25

Dibujos de Salvador Larroca en *The Invincible Iron Man #8: World's Most Wanted #1*



Anexo 26
Ezekiel Stane y la Junta directiva de Jones-Reynolds-Jones en *The Invincible Iron Man* #1: las cinco pesadillas #1



Anexo 27

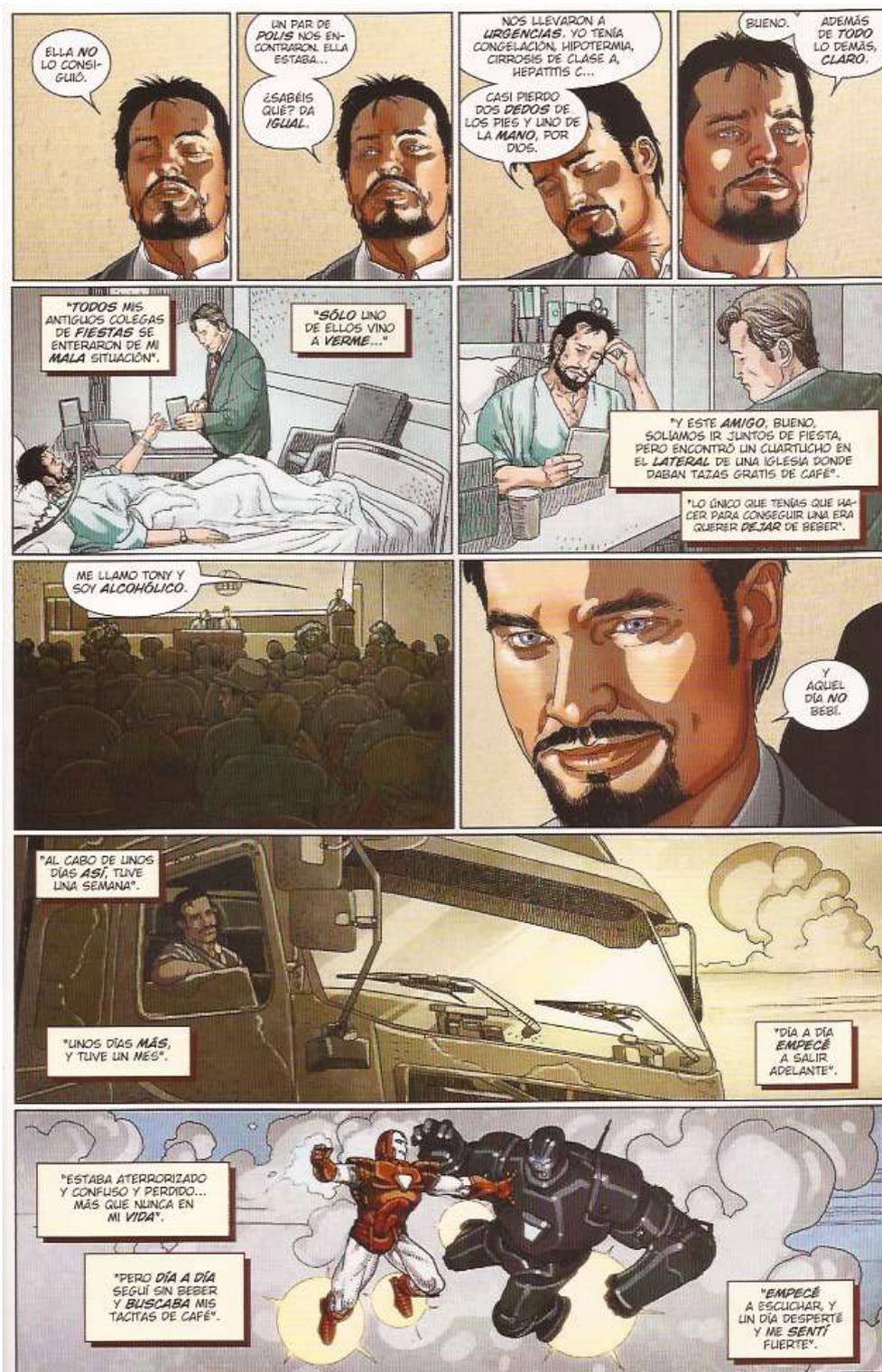
Pilotos chinos de los Raiders en *The Invincible Iron Man #3*: las cinco pesadillas #3



Anexo 28
M.O.D.O.G. insultando a Tony Stark en *The Invincible Iron Man* #2: las cinco pesadillas #2



Anexo 29

Tony Stark y su lucha contra el alcoholismo en *The Invincible Iron Man* #500.1

Anexo 30

Golpiza de Tony Stark a Ezekiel Stane en *The Invincible Iron Man* #6: las cinco pesadillas #6

