

TRABAJO FIN DE GRADO

**EL IMPACTO DEL COMIC BOOK
ESTADOUNIDENSE
DE SUPERHÉROES
EN LA PROPAGANDA Y
EN LA CULTURA POPULAR
DESDE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL HASTA HOY**

AUTORA: CLAUDIA DURÁN GRANADO

TUTORA: IRENE TENORIO VÁZQUEZ

GRADO: PERIODISMO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

JULIO DE 2021



AGRADECIMIENTOS

Desde que era pequeña, siempre me ha llamado la atención el mundo de los superhéroes, sobre todo por el Capitán América, Batman y más recientemente Capitán Man. Me apasiona todo lo relacionado con lo superheroico, por lo que significa, porque estarán ahí para salvar el día, y aunque en ocasiones no puedan salvar a todo el mundo, harán todo lo necesario para arreglar las cosas, pase lo que pase. Adoro los valores de Capitán América, el no rendirse nunca y siempre levantarse, porque tal y como Steve Rogers dice “aguantaría todo el día”, todos deberían seguir ese ejemplo y no ceder ante las adversidades y mantener la esperanza de que el mundo puede ir a mejor; o los valores de Bruce Wayne que, a pesar de ser un heredero multimillonario, luchará siendo el Caballero de la Noche para combatir el crimen en una ciudad sin ley como Gotham, con el objetivo de que por encima de todo, gane la justicia; o los valores de Ray Manchester, que adquiriendo sus poderes de indestructibilidad siendo apenas un niño se comprometió a proteger a todos los ciudadanos de la ciudad de Buenavista.

Quiero dar las gracias a Irene Tenorio Vázquez, mi tutora en este proyecto. En primer lugar, por aceptar mi propuesta y, en segundo lugar, por prestarme su ayuda y darme consejos siempre que los he necesitado.

A mis padres, por estar siempre ahí cuando los he necesitado, por luchar y por brindarme la oportunidad de acercarme cada día un poco más a mis sueños, pero sobre todo por ser un ejemplo de fortaleza y entereza en los momentos más difíciles, por demostrarme que son unos auténticos superhéroes en la vida real. Como Capitán América y Bucky se dicen mutuamente, mil gracias por “estar conmigo hasta el final”.

A mis hermanos, por ser mis ‘sidekicks’, por todos los momentos, los recuerdos, el amor, el cariño, las risas, y sobre todo, por nuestra unión al estilo ‘Vengadores Reunidos’. Dar especialmente las gracias a mi hermano Alejandro, por sus nociones de historia, y a mi hermano Alonso, por ser tan risueño y por ser capaz de sacarme una sonrisa cuando más lo he necesitado, por tu comprensión y apoyo, y lo más importante, por ser el Henry a mi Ray, porque tal y como Henry le dice a Ray: “Te quiero colega”.

A mis amigos, por haber sido mis compañeros de viaje durante todos estos años, porque no podía haber encontrado mejores personas con las que haber compartido todo este tiempo. Sois verdaderamente increíbles.

RESUMEN:

Desde su aparición, los superhéroes se han convertido en un símbolo de fe para la humanidad, pero, sobre todo, de esperanza. Los objetivos del presente trabajo se centran en la hipótesis y posterior demostración de la influencia del comic book de superhéroes en la propaganda política de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría hasta nuestros días. Para ello, se estudiarán los métodos tradicionales de propaganda política durante dichas épocas. Además, se analizará el contexto de surgimiento del comic book de superhéroes y las diferentes etapas que ha recorrido el cómic hasta nuestros días. Se analizará a los principales emisores de historietas, los objetivos que persiguen y el público al que se dirigen. Seguidamente, se realizará un estudio exhaustivo de portadas relevantes de cómics de superhéroes. También se expondrá si las estrategias propagandísticas a través del cómic de superhéroes funcionaron durante la IIGM y la Guerra Fría.

La industria cinematográfica en el ámbito de los superhéroes vive una ardua lucha entre las dos principales industrias del cómic de toda la historia: Marvel Comics y DC Comics. A través del cine, los superhéroes han adquirido una mayor visibilidad y alcance que el cómic no tenía. Esto ha servido para que innumerables empresas introduzcan sus marcas en estas producciones, llegando a millones de personas. El mundo ha evolucionado y en estos últimos años han ido resurgiendo varias tendencias: el aumento del movimiento ‘Black Lives Matter’ ha calado hondo en nuestra sociedad, provocando que las productoras de cine de superhéroes centren sus esfuerzos en la lucha contra el racismo, haciendo reflexionar sobre ello a la gente. Asimismo, dichas películas han abierto las puertas a la aparición de todo tipo de merchandising dedicado a los superhéroes. La música también ha adquirido cierta inspiración de los superhéroes de los cómics, ya sea en la vestimenta, la letra de las canciones o la escenografía. Internet ha brindado la oportunidad de dar y compartir opiniones, pero si hay algo que ha revolucionado a nuestra generación es la irrupción de las redes sociales, más concretamente, los memes.

En definitiva, el presente trabajo se centrará en el peso que los superhéroes que surgieron en las viñetas han tenido a lo largo de los años y tienen en la actualidad a través de las distintas esferas de la cultura popular.

Palabras clave: cómic, comic book, guerra, Guerra Fría, poder, propaganda, propaganda política, Segunda Guerra Mundial, superhéroe.

Índice

Resumen y palabras clave.....	3
Introducción.....	6
Capítulo 1: El surgimiento del comic book de superhéroes. Contexto histórico: la Segunda Guerra Mundial.....	7
1. Antecedentes.....	8
2. El conflicto: bloques enfrentados.....	9
3. Consecuencias.....	10
Capítulo 2: Marco teórico.....	12
1. La propaganda (diferencias con la publicidad).....	13
1.1. Propaganda tradicional en la Segunda Guerra Mundial.....	13
1.1.1. Estados Unidos: la propaganda estadounidense.....	13
1.1.2. Alemania: la propaganda nazi.....	16
1.2. Propaganda tradicional en la Guerra Fría.....	17
1.2.1. EE. UU: propaganda anticomunista.....	17
1.2.2. La Unión Soviética.....	17
2. Superhéroes y propaganda política.....	18
2.1. El surgimiento de los cómics de superhéroes como propaganda política.....	22
2.1.1. La edad de platino y la inminente entrada de EE. UU a la guerra.....	22
2.1.2. La llegada del Comic Book. La Edad de Oro (1938-1956).....	25
2.1.3. La edad de plata (1956-1971).....	28
2.1.4. La edad de bronce (1971-1986).....	29
2.1.5. La edad moderna (1986-actualidad).....	30

3. Principales emisores de cómics y público al que se dirige.....	30
4. Objetivos del cómic de superhéroes como propaganda.....	30
Capítulo 3: Marco práctico.....	31
1. Estudio de portadas de cómics de superhéroes.....	32
1.1. Captain America N° 1.....	33
1.2. The Human Torch N° 12.....	36
1.3. Superman N° 17.....	39
1.4. Captain America N° 76.....	41
Capítulo 4: Consecuencias y efectos.....	44
1. Del cómic a la gran pantalla. Impacto de los superhéroes en la cultura popular.....	45
1.1. El Universo Cinematográfico de Marvel.....	46
1.2. El Universo Cinematográfico de DC.....	49
1.3. Casos de referencias a los cómics en películas de Marvel.....	51
1.4. La presencia de publicidad en Marvel.....	54
2. La pequeña pantalla: referencias a los cómics en series live action. Series animadas.....	55
3. Videojuegos sobre superhéroes y sus referencias a los cómics.....	56
4. Superhéroes y su influencia en la música y en la sociedad.....	57
5. Superhéroes y cultura popular: los “memes”.....	58
6. Merchandising. El ‘Boom’ de los Funko Pop.....	59
Conclusiones.....	59
Bibliografía.....	60

Introducción

JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

La Segunda Guerra Mundial dejó marcada nuestra historia para siempre. Las naciones hicieron un gran uso de la propaganda para influir en la población, así como para alentar a las tropas. Fue un conflicto en el que se probaron nuevas formas de persuasión, siendo una de ellas el comic book estadounidense de superhéroes.

La motivación personal para la elaboración de este trabajo ha nacido de mi interés por el mundo de los superhéroes, en concreto el Capitán América y el Universo Cinematográfico de Marvel, además de Batman. Por ello, mi curiosidad por saber cómo surgieron dichos superhéroes y el contexto de las épocas en las que aparecieron por primera vez. Los cómics de superhéroes tenían una función determinada en sus inicios, es por ello, mi deseo por investigar sobre dichos cómics, además de observar si esa función ha cambiado o variado con el paso del tiempo.

OBJETIVOS

En el presente trabajo se pretenden desenmascarar las razones y los motivos por las que surge el cómic de superhéroes, las intenciones que perseguían sus autores con ellos, además de la forma de propaganda que estos utilizaban y descubrir si este método fue efectivo, todo ello a través del estudio de varias portadas de cómics. Posteriormente, estudiar cómo ha sido el impacto de los cómics de superhéroes en la cultura popular de hoy en día, haciendo referencia a varios ámbitos como el cine, los videojuegos o la música, además de las funciones que cumplen a día de hoy.

FUENTES

Para la realización de este trabajo se realizará tanto búsqueda bibliográfica como búsqueda digital, así como la consulta de ciertas portadas de cómics. Se acudirá a la consulta de bibliografía, además de la visualización de ciertas películas o series.

CAPÍTULO 1

El surgimiento del comic book de superhéroes.

Contexto histórico: la Segunda Guerra Mundial

1. Antecedentes. El Período de Entreguerras y la Gran Depresión (1919-1938)

La victoria de los aliados en la Primera Guerra Mundial el 11 de noviembre de 1918, inició un período de grandes cambios en todo el mundo. Estados Unidos comenzó una década marcada por el progreso y la prosperidad, conocida como los felices años 20, siendo sus signos distintivos el desarrollo de las comunicaciones, la energía eléctrica y el automóvil, pero terminaría en 1929, con la mayor crisis financiera mundial de la historia, provocada por la caída de la bolsa de valores de Nueva York. Dicha crisis es lo que se conoce como la Gran Depresión, que al llegar a Europa hizo que los cambios sociales, políticos y económicos que se habían promulgado por los vencedores empezaran a decaer. En su libro *Los cómics de la Segunda Guerra Mundial*, el profesor José Joaquín Rodríguez Moreno señala que debido a la inestabilidad que atravesaban los sistemas políticos del momento, empezaron a surgir tendencias políticas radicales y ultranacionalistas, destacando entre ellas el comunismo y el fascismo. Las potencias aliadas no veían estos movimientos como una amenaza, lo que desencadenó que estas corrientes se extendieran poco a poco por toda Europa (Rodríguez, 2010:24).

De acuerdo al profesor Rodríguez, el ambiente era muy favorable para que se desencadenasen revueltas, sin embargo, con la llegada del presidente estadounidense Franklin Roosevelt al poder, se pondrían en marcha una serie de medidas recogidas en el ‘New Deal’ con el fin de evitar que una revolución se llevase a cabo. Las consecuencias del “Nuevo Reparto” no fueron más que dar una imagen de esperanza a la población. Se consiguió mantener el sistema económico y político del país en una época donde el resto del mundo se enfrentaba a múltiples adversidades (Rodríguez, 2010:26).

La inestabilidad económica que aún seguía latente, mermó la efectividad del ‘New Deal’, ya que muchos estadounidenses seguían afrontando su futuro con miedo a una nueva crisis económica. Debido a ello, el estallido de la Segunda Guerra Mundial en Europa no hizo apenas mella en la sociedad norteamericana. Como indica Rodríguez, el ejecutivo de Estados Unidos había optado por una alianza con Francia y Gran Bretaña, no obstante, ante su afán por ser imparcial, decidió intervenir en la guerra de forma indirecta. Como explica Rodríguez, *“la propaganda, que tan efectivamente había servido al New Deal pasó a preparar psicológicamente a la población para una eventual entrada en el*

conflicto, se instauró el servicio militar obligatorio y se invirtieron enormes cantidades de dinero en rearme". (2010:29).

Estas medidas disminuyeron el nivel de desempleo y aumentó el sueldo de los trabajadores. El bombardeo japonés contra la base naval de 'Pearl Harbor' daría lugar a la declaración de guerra de Estados Unidos contra Japón, además de la entrada en la guerra de Europa contra Alemania, siendo esta última, aliada de los japoneses.

2. El conflicto. Bloques enfrentados (1939-1945)

La Segunda Guerra Mundial tuvo repercusión en todo el mundo e influyó en todos los grupos sociales. El conflicto se concentró en diferentes localizaciones a lo largo de su duración: en Europa, entre el 1 de septiembre de 1939 y el 8 de mayo de 1945, mientras que en el Pacífico la guerra se dio desde el 8 de diciembre de 1941 al 5 de agosto de 1945. Respecto a los contendientes, existieron dos bloques claramente enfrentados:

- Los Aliados: bloque formado inicialmente por Gran Bretaña, Francia, Bélgica y Polonia, al que posteriormente se unieron 51 países más, siendo Estados Unidos, la Unión Soviética y China, los más relevantes.
- Las potencias del eje: bloque formado por Alemania, Japón e Italia, apoyados por países como Hungría, Bulgaria, Finlandia, Rumanía y Croacia.

Siguiendo al autor Henri Michel en su libro *La Segunda Guerra Mundial, "la guerra pronto se convirtió en algo más que en un simple enfrentamiento entre potencias"*. Este conflicto fue una guerra de ideologías: por un lado, el bloque de los Aliados se caracterizaba por tener una ideología liberal, propia de países como Estados Unidos y Francia, pero más tarde, se le sumará la UR.SS., de carácter comunista y autoritaria, que empezó apoyando al bando nazi, para luego pasar a ser aliado fundamental de las democracias defendidas por los Aliados; mientras que las potencias del eje se caracterizaban por su ideología totalitaria fascista y antiliberal (Michel, 1972:6).

La II Guerra Mundial se desarrolló en diferentes etapas:

- Del 1 de septiembre de 1939 a junio de 1941: el 1 de septiembre de 1939, Alemania invadió Polonia, y dos días más tarde, Gran Bretaña y Francia le declararían la guerra. Francia es derrotada y se inicia la batalla de Inglaterra, siendo Alemania incapaz de someter a los británicos. La Unión Soviética de Stalin, cumpliendo su tratado firmado con la Alemania de Hitler en 1939, invade

su parte de Polonia y comienza a conquistar Finlandia y los países bálticos. El 4 de mayo de 1941 Alemania lleva a cabo la Operación Barbarroja contra la UR.SS., hecho que marcaría el devenir del conflicto, puesto que puso fin al acuerdo germano-soviético de 1939.

- De junio de 1941 a noviembre 1942: esta etapa es la más importante de la guerra, ya que pasó a ser un conflicto a escala mundial. Las victorias, que hasta entonces habían sido mayormente del Eje, empiezan a caer del bando aliado, que empieza sus ofensivas. El 7 de diciembre de 1941, Japón ataca Pearl Harbor y al día siguiente, el Congreso de Estados Unidos declara la guerra a Japón. El 11 de diciembre, Alemania e Italia declaran la guerra a EE.UU. Los países del Eje no tardaron en darse cuenta del potencial bélico de los estadounidenses, y las victorias aliadas comenzaron a sucederse hasta la derrota final de las potencias del Eje.
- Noviembre de 1942 a 1945: en Occidente, la Operación Torch llevaría al ejército estadounidense a Casablanca, el 8 de noviembre de 1942. Asegurado ya el frente africano, comenzaría la ofensiva en Europa, dándose primero por el sur a través del desembarco en Sicilia, el 10 de julio de 1943, para atacar posteriormente por el norte, mediante el desembarco de Normandía, el 6 de junio de 1944. Alemania quedaría a merced de los aliados el 1 de marzo de 1945, cuando las primeras tropas estadounidenses consiguieron traspasar el Rin, siendo imposible sostener una guerra en dos frentes, ya que los soviéticos avanzaban por el Este. Mientras tanto, en el Pacífico, la Batalla de Midway mostró el insuperable potencial aeronaval norteamericano. La rendición de los japoneses se produciría tras el lanzamiento de las dos primeras bombas atómicas de Hiroshima y Nagasaki, el 6 y 9 de agosto de 1945, respectivamente. Este último acontecimiento provocó la rendición total de Japón el 10 de agosto de 1945, dando lugar al fin de la guerra.

3. Consecuencias. Cambios significativos en todo el mundo

La Segunda Guerra Mundial produjo grandes cambios a escala mundial. Como indica Rodríguez, *“EE.UU. encontró en la guerra más ventajas que inconvenientes. En primer lugar, el desempleo desapareció: Se movilizó a más de 16 millones de soldados y a más de diez millones de civiles, que apoyaron el esfuerzo bélico desde puestos administrativos, sanitarios y logísticos”*. (2010:31).

Estados Unidos pasó a ser la potencia dominante del mundo. Su cifra de bajas no fue demasiado elevada en contraposición con países como Alemania, Japón o la URSS. La contienda originó transformaciones trascendentales en todo el mundo:

- ❖ Pérdidas demográficas y económicas: se estima que hubo 60 millones de muertos y más de 70 millones de heridos. La Unión Soviética fue el país más perjudicado demográficamente, como consecuencia del enorme sacrificio que realizó en el conflicto, dejando este más de 20 millones de muertos entre sus filas. A esto hay que sumar el exterminio de sectores poblacionales por cuestiones raciales, étnicas e ideológicas. La destrucción de infraestructuras de producción y comunicaciones fue descomunal, provocando un profundo desorden económico durante los años siguientes.
- ❖ Cambios políticos: el conflicto conllevó la victoria del liberalismo y el comunismo frente a los fascismos y las monarquías autoritarias. Tras la guerra, en Europa habrá monarquías constitucionales, repúblicas democráticas en Europa Occidental y repúblicas populares-comunistas en Europa del Este. En otras palabras, el mundo se dividiría en dos corrientes: liberalismo-capitalismo y comunismo.
- ❖ Cambios territoriales: la guerra no implicó importantes transformaciones respecto a las fronteras que había antes de que se produjese la contienda, exceptuando a la Unión Soviética, la cual incorporó países como Letonia, Lituania o Estonia. Grecia recibió la isla de Rodas e Italia tuvo que renunciar a varios territorios. Por su parte, Alemania fue dividida en cuatro zonas de ocupación, siendo cada una de ellas de los grandes vencedores de la guerra (Estados Unidos, Francia, la Unión Soviética y Gran Bretaña), mientras que su capital, Berlín, se dividió en dos partes: Alemania Occidental que estaba ocupada por británicos, franceses y estadounidenses; y Alemania Oriental (propiedad de la UR. SS). Japón renunció a Manchuria y Corea, volviendo a tener sus fronteras originales.

CAPÍTULO 2

Marco teórico. El surgimiento del comic book de superhéroes.

Propaganda tradicional y propaganda política

1. La propaganda

La propaganda es la expresión de una opinión o acción por individuos o grupos, enfocada a influir en las opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines concretos. A diferencia de la publicidad, la propaganda pretende vender ideas, opiniones o creencias, mientras que la publicidad persigue el rendimiento económico mediante la venta de bienes y servicios.

1.1. Propaganda tradicional en la Segunda Guerra Mundial

La propaganda siempre ha sido un factor clave en todo tipo de conflicto bélico. La Primera Guerra Mundial estuvo más marcada por la contienda armamentística que por la propaganda, mientras que, en la Segunda Guerra Mundial, los medios de comunicación y la propaganda fueron clave siendo uno de los principales protagonistas de la guerra.

1.1.1. Estados Unidos: la propaganda estadounidense

El Gobierno de Estados Unidos inició una campaña de propaganda con el objetivo de convencer a la población estadounidense de que la guerra era necesaria para el país. Los ciudadanos norteamericanos pensaban que el presupuesto que iba a ir destinado a la guerra debía emplearse en recuperar la economía del estado tras la Gran Depresión. Siguiendo al profesor Miguel Ángel Vázquez Liñán, surgen entonces dos formas de hacer propaganda, *“como manipulación orquestada de la opinión pública relacionada con el engaño a los ciudadanos y como educación política, necesaria para la emancipación de los ciudadanos”* (Vázquez, 2020, diapositiva 5).

Tras el bombardeo de Japón a Pearl Harbor, el incentivo de la propaganda ya era innecesario, puesto que la población era plenamente consciente del peligro que suponía el enemigo. Los temas principales de la propaganda estadounidense fueron ensalzar el patriotismo de la nación y alistar soldados.

Los carteles

Esta forma de propaganda fue la más efectiva a la hora de convencer a la gente. Los temas más frecuentes como expone un estudio de la Universidad de Palermo eran *“la protección civil, bonos de guerra, victoria, empoderamiento de las mujeres y los escenarios anti enemigos”* (*La propaganda aplicada en la Segunda Guerra Mundial (1939-1945)*, s.f.).



Figura 1. Cartel elaborado por James Montgomery en 1917.

A pesar de haber sido elaborado para la Primera Guerra Mundial, este es uno de los carteles norteamericanos de propaganda más famosos, teniendo tanto éxito que fue utilizado también en la Segunda Guerra Mundial. La figura del cartel representa al Tío Sam (“*Uncle Sam*”), vestido con los colores de la bandera de Estados Unidos y símbolo patriótico del país desde 1812. El lema traducido al español dice “Te quiero a ti en el ejército de Estados Unidos. Puesto de reclutamiento más cercano”. Este pretendía impulsar el amor a la patria entre los ciudadanos durante el período de conflicto bélico a la vez que buscaba reclutar soldados para la guerra.

En la Segunda Guerra Mundial, la mujer empezaba a tener un rol protagonista en la sociedad, al margen de la vida doméstica que hasta entonces tenía y, para ello, la propaganda también le tenía que llegar. En EE.UU., las mujeres tuvieron un papel muy significativo, dedicándose entre otras cosas a la producción de armamento o a la enfermería, resaltando su importancia en la guerra. La figura del cartel representa a Rosie, “La remachadora”, símbolo de la mujer trabajadora estadounidense. El lema se traduce a “¡Podemos hacerlo!”. Este cartel sigue siendo estandarte del poder femenino en todo el mundo.



Figura 2. Cartel elaborado por Howard Miller en 1943.

El cine

La propaganda también llegó a las salas de cine estadounidenses, emitiéndose también las películas en escuelas o fábricas sin apenas coste alguno de producción debido a las aportaciones del ejército, que permitían a los directores de los documentales usar sus armas, tanques o aviones para las grabaciones. A cambio, los directores tenían que acordar el guion con el ejército y contar con su visto bueno para difundirlos entre la población. Cabe destacar el hecho de revocar la ayuda del ejército, es decir, el hecho de no aceptar sus aportaciones, conllevaría unos costes de producción muy elevados, haciendo imposible la realización de dichos documentales. El gobierno de EE.UU. sabía que la batalla de la propaganda era igual o aún más importante que la batalla que se estaba librando en el frente. La industria cinematográfica junto a la Oficina de Información de Guerra de Estados Unidos (United States Office of War Information) colaboraron para rodar documentales y películas propagandísticas con el fin de reclutar militares y convencer a la sociedad norteamericana de que entrar en la guerra era necesario.

Un ejemplo de estos documentales es la serie cinematográfica “Why We Fight” (en español, Por qué luchamos). Esta serie constaba de siete documentales de propaganda cuyo fin era enseñar a los militares estadounidenses los motivos por los que Estados Unidos debía intervenir en la guerra.

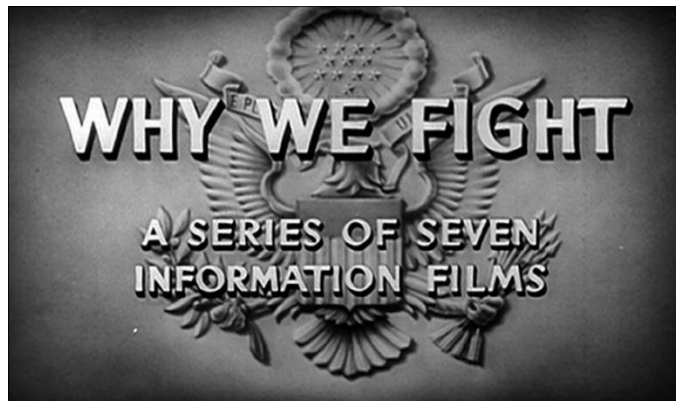


Figura 3. Imagen de captura del título de la serie (1942-1945)

Los dibujos animados

Los dibujos animados también formaron parte fundamental del entramado propagandístico estadounidense frente a las potencias del Eje durante la Segunda Guerra Mundial. Personajes de Disney, como el Pato Donald, o de Warner Bros, como Popeye, fueron implicados en la propaganda a través de enfrentarlos a Hitler o a los japoneses, respectivamente. Los dibujos ridiculizaban a las potencias del Eje. Bugs Bunny, uno de los personajes de Warner más famosos por excelencia, pedía a la población que comprara bonos de guerra con el fin de alcanzar la libertad y así contribuyesen al esfuerzo bélico del país.

1.1.2. Alemania: la propaganda nazi

El éxito de la propaganda nazi entre la población alemana residió en la elección de Joseph Goebbels como ministro de propaganda. Los propósitos de dicha propaganda eran varios pero el que más sobresalía de todos era el de provocar odio hacia el pueblo judío. Para alcanzar este objetivo, los nazis se sirvieron de varios fundamentos. Siguiendo a Leonard W. Doob. en su libro “Public Opinion and Propaganda; A Book of Readings edited for The Society for the Psychological Study of Social Issues”, estos fundamentos se basaban en la planificación, puesto que la propaganda debería ser estudiada y planeada para que alcanzara su máxima efectividad; en la centralización, ya que dicha propaganda debería estar bajo un solo mando; en la credibilidad, pues la propaganda debía llamar la atención a los destinatarios de la misma; y en la repetición, reiterando las mismas ideas pero sin perder eficacia (Doob, 1950: 419-442).

El cine

La principal cineasta de la época fue Leni Riefenstahl, autora de películas como “Olympia” o “El triunfo de la voluntad”. Su cinematografía se centraba en el cine de entretenimiento con el que perseguía influenciar a la población, es decir, muchas de sus obras fueron utilizadas con el fin de hacer propaganda, puesto que esos filmes eran encargados por el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP) de Hitler.

La prensa

Siguiendo al profesor Vázquez Liñán “entre 1934 y 1943 la circulación de periódicos pasó de 20 a 26 millones de ejemplares” (Vázquez, 2020, diapositiva 27).

El lenguaje de estos periódicos estaba basado en varios principios: abreviar lo máximo posible, reiterar los contenidos y provocar a la gente a través de la forma de contar las noticias.

La radio

La radio era muy asequible, haciendo así que cualquier familia pudiera tener una. El Volksempfänger o radio del pueblo se convirtió en la mejor vía para difundir la propaganda nazi. Hitler veía en ella el medio perfecto para extender su discurso por toda Alemania, pero también por toda Europa. Por tanto, solo podía sintonizarse la cadena del Régimen, habiendo agentes pendientes de que se escuchase dicha emisora en cada hogar.

El deporte

Utilizado como mecanismo de propaganda. Los nazis usaban este tipo de espectáculo para lanzar mensajes de supremacía racial. Consideraban que un país que quería ser poderoso debe ser fuerte y de ahí, la importancia que le daban al deporte. Los espectáculos de masas también eran uno de sus principales canales de propaganda, en los que solían aparecer Hitler y Goebbels. Eran desfiles con antorchas, banderas, y esvásticas, en los que también se hacía uso de música marcial.

1.2. Propaganda tradicional en la Guerra Fría

La victoria de los aliados en la Segunda Guerra Mundial dejaba el mundo en manos de dos fuertes superpotencias, Estados Unidos y la Unión Soviética, cuyas ideologías eran claramente contrarias entre sí, el capitalismo estadounidense frente al comunismo soviético. Estas diferencias les llevarán a enfrentarse en una contienda en la que ambos países le darán menor importancia al conflicto armado y desarrollarán una gran guerra psicológica.

1.2.1. EE.UU.: propaganda anticomunista

Tras la Segunda Guerra Mundial, el miedo al comunismo era muy palpable en el seno del gobierno estadounidense, por lo que empezaron a darse estrategias encaminadas al ensalzamiento de los valores patrióticos y al estilo de vida norteamericanos en todos los sectores culturales, ya fuera en el cine, la música o la literatura. De esta forma, buscaban mostrar a los enemigos comunistas como tiranos y crueles, contrarios a la democracia y la diplomacia estadounidense. En otras palabras, trataban de personificar al enemigo como todo lo malo que pudiera imaginarse. La aviación fue uno de los medios utilizados por EE.UU. para hacer llegar sus ideas a Europa y terreno enemigo, lanzando octavillas.

1.2.2. La Unión Soviética

La guerra psicológica fue el método beligerante por excelencia utilizado por la Unión Soviética durante la Guerra Fría. Según Vázquez Liñán, los objetivos de la propaganda de guerra se basaban en centrar el odio en el enemigo, minando su moral y reduciendo sus ilusiones de alzarse con el triunfo; tratar de persuadir a la población para hacerla partícipe de la guerra, así como tratar de hacer entender a la gente la necesidad de intervenir en el conflicto y que no pierda interés en él (Vázquez, 2020, diapositiva 8).

Así lo expone Vázquez Liñán, *“el objetivo esencial es la justificación moral y jurídica de la posición que tienen ante el conflicto armado, es decir, la lucha propagandística por la legitimidad, convencer a los ciudadanos de que están luchando por ellos, para defenderlos”* (Vázquez, 2020, diapositiva 5).

La base de la propaganda comunista se centraba en criticar los valores estadounidenses, poniendo énfasis en las deficiencias y carencias del sistema capitalista. La Unión Soviética buscaba aleccionar al público, utilizando como motivación los puntos de vista que los occidentales tenían de ellos, acrecentando la moral y la reputación de sus ejércitos. A pesar de ser derrotados en muchas ocasiones, la prensa occidental europea empujaba el efecto psicológico de la victoria comunista (Häggman, 1976: 2-5).

El Frente de Liberación Nacional (F.L.N.) hizo uso de varios medios de propaganda para extender su mensaje a la población empleando radio, prensa, agencia de prensa y cine como mecanismos para hacer llegar sus ideas a través de todo el mundo. Al igual que los aliados, la UR.SS. también hizo uso de las octavillas, pero en su caso, el fin de estas era alentar a sus tropas.

La sección agit-prop (agitación-propaganda) del F.L.N. se encargó de movilizar a las masas y de difundir informaciones, formando cuadros enfocados a acciones de propaganda (Häggman, 1976: 12).

2. Superhéroes y propaganda política

El concepto de superhéroe, personaje ficticio con habilidades sobrehumanas, siempre ha estado presente a lo largo de la historia. El prototipo de superhéroe se puede encontrar ambientado en el Medievo con ejemplos reales como El Cid o en el siglo XIX con ejemplos ficticios como el Zorro o Sherlock Holmes.

El origen o paso a la transformación en superhéroe puede deberse a distintas circunstancias:

- ❖ Origen natural o mutante: este es el caso del Profesor X o Bestia, los cuales ya nacen con el factor genético que alberga sus habilidades sobrenaturales debido a la presencia del Gen-X en su ADN.
- ❖ Origen extraterrestre, robótico, mitológico, fantasmal, no humano o semidios: en esta categoría estarían Superman, Visión, Thor, el motorista fantasma, Black Bolt y Hércules, respectivamente.

- ❖ Transformación a partir de experimentos científicos: en este punto, cabe diferenciar los superhéroes que obtuvieron sus poderes por accidente y los que los obtuvieron con un fin determinado:
 - Por un lado, se encuentran los superhéroes que adquirieron habilidades sobrehumanas debido a la consecuencia de un error a la hora de realizar el experimento. En cuanto a Marvel, podemos destacar entre otros a Peter Parker, que se convirtió en Spider-Man debido a la picadura de una araña radiactiva; a Bruce Banner, transformado en Hulk como consecuencia de la exposición a radiación gamma; o los Cuatro Fantásticos, los cuales obtienen sus poderes fruto de estar expuestos a rayos cósmicos. Respecto a DC, destaca Flash, que adquirió su super velocidad debido al impacto de un rayo, sumado a la inhalación de diversos químicos. Pero también existen ejemplos fuera de los cómics de Marvel y DC, como en la exitosa serie de televisión “Henry Danger”, en la que todo comienza cuando el científico Carl Manchester estaba intentando comprobar la indestructibilidad de un cristal con un densificador transmolecular y debido a un despiste de este, su hijo Ray Manchester entra en la máquina, a través de la cual obtiene sus poderes y se hace indestructible convirtiéndose en el superhéroe Capitán Man.
 - Por otro lado, podemos distinguir los superhéroes que adquirieron sus habilidades intencionadamente. Este es el caso de Steve Rogers, un joven frágil que, ante su motivación por participar en el campo de combate para enfrentar al régimen nazi de Adolf Hitler, accede voluntariamente a ser sujeto de prueba en el proyecto Supersoldado, a partir del cual se le administra un suero que lo transforma en un súper hombre con muy altas facultades físicas e intelectuales, pasando este a ser llamado como el Capitán América.
- ❖ Uso de tecnología avanzada o elementos místicos: en este apartado cabe destacar a Tony Stark, con su armadura de Iron Man o el adamantium del que están hechas las garras de Lobezno.
- ❖ Experiencias dolorosas: personas cuyas familias fueron asesinadas como Bruce Wayne, que al ver como asesinaban a sus padres decidió convertirse en Batman, el Caballero Oscuro. No tiene habilidades sobrehumanas, pero el acceso a potente armamento y al desarrollo de técnicas de combate le permiten impartir justicia.

Los superhéroes se caracterizan por tener una o varias habilidades especiales, entre las que destacan:

- ❖ Superpoderes: cualidades superiores a las de cualquier ser humano: volar, súper fuerza, indestructibilidad, telepatía, telequinesis, electroquinesis, súper velocidad, teletransporte o hiper movilidad. Cambiaformas: este es el caso de Mystique, la cual tiene la capacidad de cambiar de apariencia y de voz, capaz de adoptar cualquier forma humana. Duplicarse a sí mismo: Jamie Mardox o Shang-Chi.
- ❖ Superinteligencia y capacidad de utilizar la tecnología a su favor como armaduras muy avanzadas como las de Iron Man o Ant-Man.
- ❖ Poderes místicos como el Doctor Strange.
- ❖ Conocimientos de artes marciales, siendo experto en estas Shang-Chi, también llamado “Maestro del Kung Fu”.
- ❖ Capacidades atléticas y estratégicas como el Capitán América.

Estos superhéroes siempre tendrán como preocupación y fin máximo proteger al indefenso, ya sea combatiendo el crimen o cualquier otra amenaza. Sus valores serán la generosidad, el sacrificio y el trabajo en equipo, y perseguirán ideales como la justicia y la libertad.

Casi la mayoría de superhéroes tiene una identidad secreta, es decir, un álter ego: una identidad de civil en la que aparentan ser una persona normal, y otra heroica en la que actúan como superhéroe. Mantienen esta identidad secreta para protegerse a sí mismos y a sus familias y amigos Este es el caso de Clark Kent (Superman) o fuera de los cómics, el de Ray Manchester (Capitán Man). Esto lo hacen a través del uso de máscaras o antifaces cuando usan su identidad heroica o el uso de gafas u otros cuando usan su identidad civil.

La característica que más define al superhéroe siendo este su rasgo identificador es su uniforme, que suele llevar bajo su identidad secreta. En su mayoría, el uniforme destaca por tener colores muy llamativos.

Todos los superhéroes tienen súpervillanos, con habilidades físicas muy parecidas a las de los superhéroes, pero cuyos fines y motivaciones son antagónicas a las de estos. Podemos destacar a Red Skull (enemigo del Capitán América), Black Adam (enemigo del Capitán Marvel), el Joker o Bane (enemigos de Batman) o a Lex Luthor (enemigo de Superman).

Otro de los datos a resaltar es que ciertos superhéroes cuentan con el apoyo de un ayudante, en inglés “sidekick”: hay ejemplos de ello en Marvel con Bucky Barnes (ayudante del Capitán América), en DC con Robin (ayudante de Batman) y fuera de los cómics con Kid Danger (ayudante de Capitán Man).

Algunos superhéroes disponen de un cuartel secreto. La “Batcave” o la “Mancave” son las bases desde las que Batman y Capitán Man vigilan la ciudad de Gotham y Swellview ante posibles amenazas, respectivamente. A veces también cuentan con sus propios vehículos para combatir el crimen, como el “Batmobile” del Caballero Oscuro o el “Mancopter” de Capitán Man.

El hecho de tener capacidades sobrehumanas no exime al superhéroe de ser totalmente invencible, es decir, algunos están expuestos a ciertas debilidades. El ejemplo más característico de ello es la Kryptonita, el Talón de Aquiles de Superman. En ocasiones, las armas de los superhéroes se pueden volver contra ellos como el Lazo de la Verdad de Wonder Woman, que la incapacita cuando le atan las manos con este. En otros casos, la familia y los amigos pueden convertirse en el mayor obstáculo a la hora de ocultar su identidad secreta, siendo ejemplo de esto Peter Parker, pudiendo ser el único superhéroe que trata de vivir una vida normal cuando no está bajo el manto de Spider-Man.

Una vez explicadas las características y los rasgos más representativos del superhéroe en general, hay que ahondar en la aparición del superhéroe en el cómic, y es inevitable no hacer referencia al formato por excelencia en el que surgieron, el Comic Book. Este género creció en gran parte gracias a la llegada de estos superhéroes y es el más usado por los cómics estadounidenses.

El Comic Book es una forma de publicación de historietas. Como indica el profesor Rodríguez Moreno en su libro, “los comic books son revistas que publican cómics, aunque comúnmente también van acompañados de publicidad y textos de diversa índole”. (2010:50).

Conforme a lo dicho por Rodríguez, cabe destacar que los comic books no siempre han incluido los mismos temas, e incluso han ido variando su método de fabricación. Respecto al precio, existen diferencias en cuanto a lo que valían en las décadas de los años treinta siendo su coste 10 centavos en oposición a los casi 4 dólares que valen actualmente. El lugar de venta también ha variado, comprándose ahora en librerías especializadas cuando antes se podían comprar en cualquier kiosko. (Rodríguez, 2010:50).

2.1. El surgimiento de los cómics de superhéroes como propaganda política

En una época marcada por la crisis económica, el Gobierno de Estados Unidos intentaba buscar fórmulas para hacer entender a la población la necesidad de intervenir en la guerra, hecho que el ataque japonés a la base naval de Pearl Harbor hizo irrelevante de forma pasajera. Una vez que el ejército estadounidense había entrado en el conflicto, había que encontrar una forma para que toda la gente fuera consciente de la importancia que tenía seguir luchando en la Segunda Guerra Mundial, algo que no era tarea fácil, sobre todo a la hora de convencer a los más jóvenes. Es aquí donde la industria del ocio juega un papel fundamental, y en este caso, la industria del cómic.

El ejecutivo estadounidense, más que considerar a la industria del ocio como una forma de hacer propaganda, lo veía como un método para entretener al público con el fin de abstraerlo de la realidad que le rodeaba. Bien es cierto que los cómics también fueron utilizados incluso para alentar a las tropas que iban a luchar en el frente de batalla. El objetivo no era otro que el de encontrar símbolos que representasen los ideales de Estados Unidos y que atrajeran a una audiencia masiva. Esa situación es la que marca la aparición de un fenómeno cultural que llega hasta nuestros días: el Comic Book de superhéroes.

2.1.1. La edad de platino y la inminente entrada de EE. UU a la guerra (1895-1938)

La llegada del primer personaje de cómic “The Yellow Kid” inicia esta etapa. El periodista Manuel López Poy lo indica en su libro “El Universo de los superhéroes: Historia, Cine, Música, Series y Videojuegos”: “Se trataba de Mickey Dugan, una especie de pilluelo de la calle vestido de amarillo, que protagonizaba una tira cómica llamada Hogan’s Alley, en la que se usaban por primera vez bocadillos de texto para aportar diálogos o explicar la acción que se desarrollaba en la viñeta”. (2017:39).



Figura 4. Tira de Yellow Kid por Richard Outcault (1895).

La publicación de esta obra, dio lugar a la aparición de un concepto que marcó un hito en la historia del periodismo, y no es ni más ni menos que el de la “prensa amarilla”, apareciendo al mismo tiempo en el New York World de Joseph Pulitzer y el New York Journal de William Randolph Hearst. El mismo término de “El chico amarillo” lo demuestra, puesto que este vestía con una camisa de color amarillo. Como ya se ha dicho anteriormente, es la primera vez que empiezan a usarse los bocadillos en las viñetas, pero además, este niño también aportaba información en múltiples ocasiones a través de mensajes impresos en su camiseta. “The Yellow Kid” sienta las bases para el futuro del género: un solo protagonista y un estilo propio.



Figura 5. Tira de Happy Hooligan por Frederick Burr Oper (1900-1932).

Más tarde, llegarían muchos más personajes. Siguiendo a López Poy: “En 1900 un periódico de Hearst, el New York Journal-American, publica Happy Hooligan, la primera tira cómica en ser distribuida por King Features Syndicate, la primera agencia en distribuir historias en viñetas y que andando el tiempo se convertirá en el mayor distribuidor mundial de cómics”. (2017:40).

En 1919, Elzie Crisler Segar presentaría la tira cómica Thimble Theater, que incluiría como personaje secundario a una de las figuras más emblemáticas de las viñetas. Y este personaje no es otro que Popeye el Marino, protagonista con la Gran Depresión en 1929. El mito de que las espinacas le daban superfuerza, hizo que las ventas de esta verdura crecieran inesperadamente (López, 2017: 46-47).

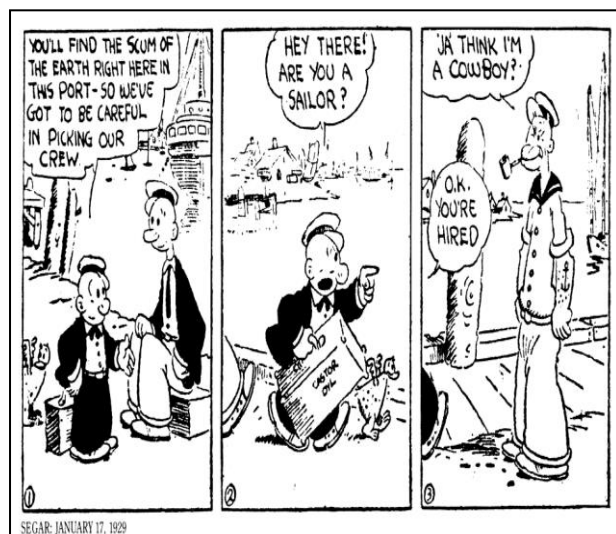


Figura 6. Tira Cómica de Popeye por Elzie Crisler Segar (17 de enero de 1929).

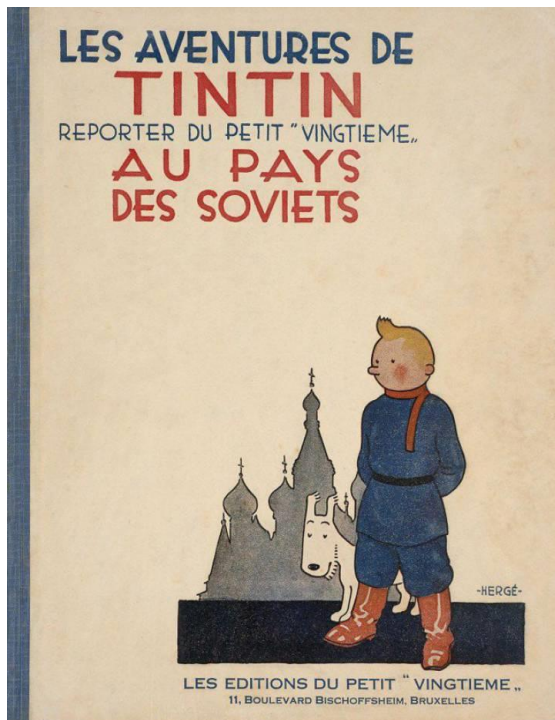


Figura 7. Portada de la primera publicación de Tintín por Hergé (10 de enero de 1929).

Tan solo una semana antes, en Bélgica, el 10 de enero de 1929, Hergé publicaría la primera historieta de Tintín en *Le Petit Vingtième*. El reportero, que junto a su perro Milú, viajaría alrededor del mundo acompañado también por su fiel amigo Capitán Haddock. En esta primera publicación, Tintín retrataría a la Unión Soviética desde un punto de vista anticomunista, producto de la postura del director de la publicación, proclamado fan de Mussolini y férreo anticomunista, aspectos que no afectarían al éxito de esta, que años más tarde, se convertiría en símbolo de cultura popular.

Acabando esta época surgirían más cómics que irían desarrollando nuevos personajes en diversos géneros como el de la ciencia ficción, todo ello encaminado como ya ha sido referido anteriormente, a alejar a la población de la situación de caos económico que se vivía

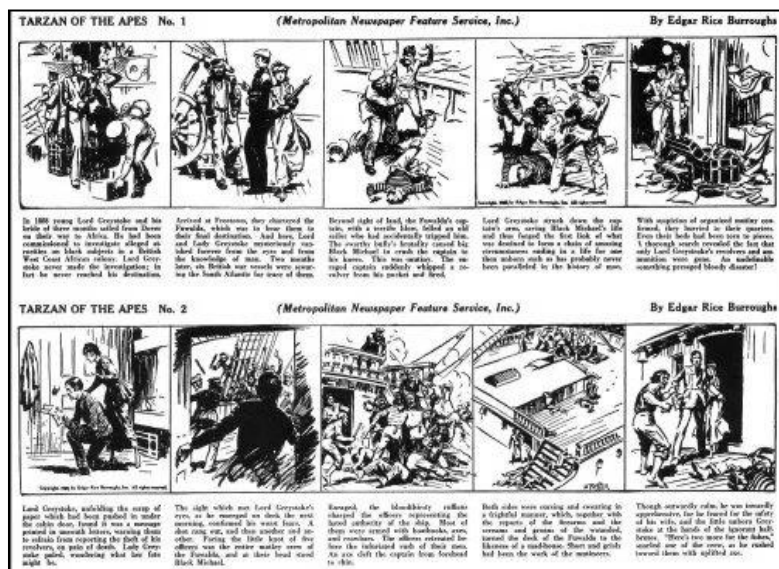


Figura 8. Primera y segunda tira de *Tarzan of the Apes* de Harold Foster (1929).

en Estados Unidos. A Tintín y Popeye se le unirían Tarzán en versión Comic Strip (tira cómica publicada periódicamente) o Buck Rogers, siendo el primero de ellos un hombre dotado de habilidades sobrehumanas condenado a vivir siempre en la selva al margen de la sociedad, mientras que el segundo serviría de inspiración para la creación de Flash Gordon, sirviendo de antecedente del género policíaco y detectivesco en los cómics.

2.1.2. La llegada del Comic Book. La Edad de Oro (1938-1956)

En una época en la que Estados Unidos ya empezaba a tener cierta estabilidad económica, National Allied Publishing lanzaba el Action Comics #1, el primer cómic de Superman, asentando por primera vez el término superhéroe, cuya concepción siempre ha estado presente a lo largo de la historia en las figuras de héroes como Hércules o El Zorro. Siguiendo la estela del último hijo de Krypton, muchos otros superhéroes saldrían a escena posteriormente, desencadenando de esta forma el nacimiento de todo un género en mayúsculas, el cual sigue siendo una insignia dentro de la cultura popular.

✚ Superman

El justiciero kryptoniano creado por Jerry Siegel y Joe Shuster en 1934 estuvo a punto de no salir a la luz. En sus orígenes, Superman era en realidad un villano, y tras el fracaso de la publicación en el fanzine *Science Fiction* en 1933, los autores decidieron reescribir su historia, convirtiéndolo en un superhéroe que además contaría con una doble personalidad: una identidad civil personificada en la figura del reportero del Daily Planet, Clark Kent; y una identidad heroica, encarnada en su verdadera identidad o alter ego Superman. El primer cómic del Hombre de Acero sería publicado en abril de 1938, aunque su portada muestra la fecha de junio de ese mismo año.

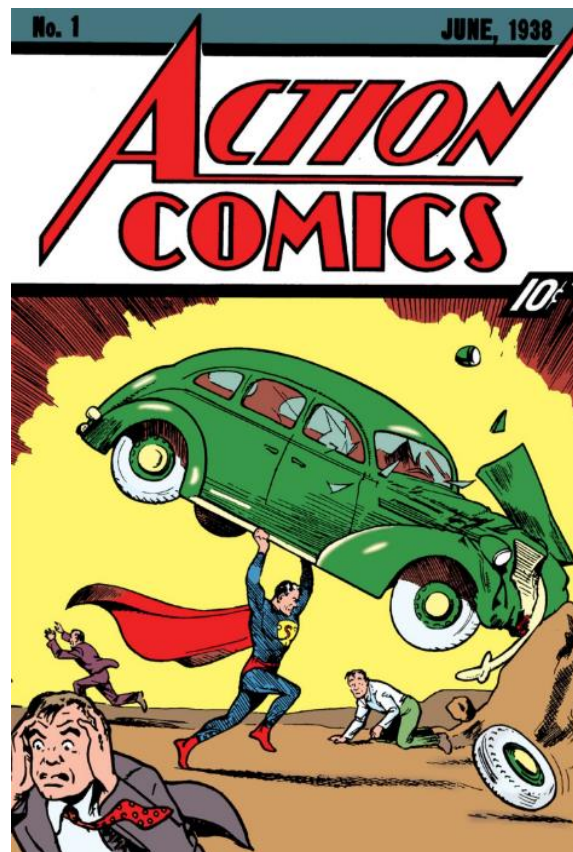


Figura 9. Portada de Action Comics #1 de Joe Shuster (Junio de 1938).

La historia de Superman presentaba algo anecdótico para el contexto del momento. Siguiendo a López Poy: “*procede de un mundo exterior devastado por la guerra, lo que tiene su reflejo en el momento histórico que viven los Estados Unidos, a donde entre marzo de 1938 y septiembre de 1939 llegaron 85000 refugiados huyendo de la persecución a la que eran sometidos por los nazis en Centroeuropa*” (2017:61).

✚ Batman

El Caballero de la Noche nace con el número 27 de la revista Detective Comics, en 1939, año que marcaba el inicio de la Segunda Guerra Mundial. Su alter ego, el multimillonario Bruce Wayne, le sirve de tapadera para enfrentarse a los delincuentes en Gotham, pues cabe destacar que el Caballero Oscuro no cuenta con superpoderes, sino que su fortuna le permite acceder a la tecnología necesaria para combatir el crimen. El hecho de ver como sus padres eran asesinados siendo un niño, hace que este tenga el deseo de hacer justicia y buscar venganza. Aunque Batman tenía un límite muy marcado: el de no matar.

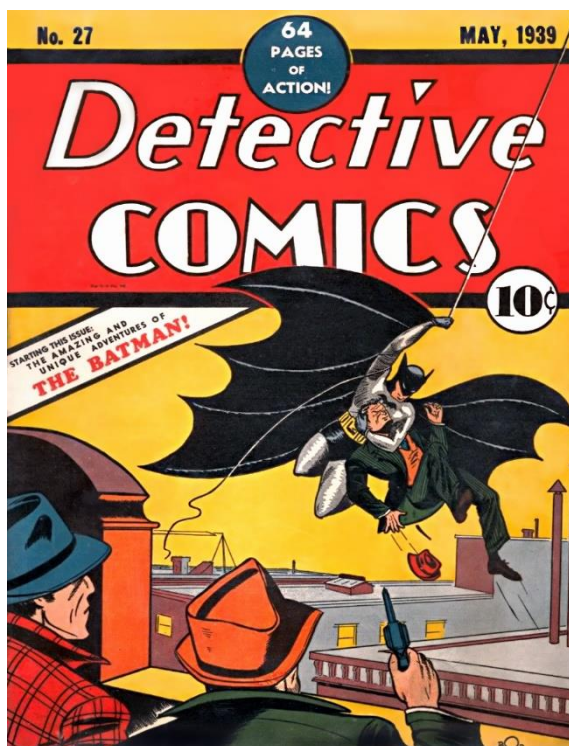


Figura 10. Portada de Detective Comics #27 de Bob Kane (Mayo de 1939).

✚ Wonder Woman



Figura 11. Portada de Sensation Comics #1 de Harry G. Peter (Mayo de 1939).

La llegada de la princesa guerrera de las Amazonas a las viñetas marcó un hito del comic book, siendo la primera superheroína de la historia. La IIGM estaba provocando grandes cambios en la sociedad, teniendo las mujeres un papel cada vez más relevante. Tras el bombardeo de Pearl Harbor y la entrada de EE.UU. a la guerra, se produce la creación del personaje. Wonder Woman apareció por primera vez en la revista All Star Comics #8 en diciembre de 1941. No solo se enfrentaría a enemigos reales, como los nazis, sino que también haría frente a los estereotipos de la época, convirtiéndose en icono feminista del mundo superheroico.

✚ Capitán América, símbolo del ideal estadounidense

En pleno año 1941, Estados Unidos necesitaba un emblema que unificase a toda la población ante la inminente amenaza del Eje. De las manos de Jack Kirby y Joe Simon surge entonces el Capitán América, creado como un héroe de la II Guerra

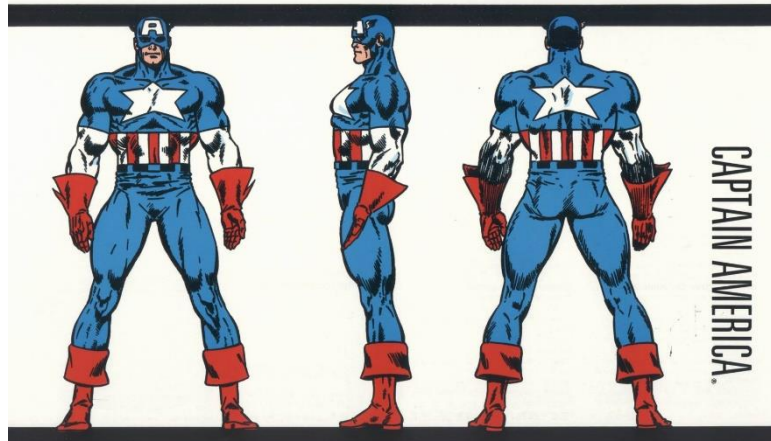


Figura 12. Imagen del uniforme del Capitán América “Captain America Uniform” por Marvel Database.

Mundial. El origen de este súper hombre se encuentra en su alter ego Steve Rogers, un joven con problemas de salud cuyo afán es alistarse en el ejército de los Estados Unidos. Rechazado en numerosas ocasiones, Rogers encuentra su oportunidad gracias al doctor Abraham Erskine, que le permite participar en el proyecto “Renacimiento”, un programa cuyo fin era el de crear al soldado perfecto. Tras la inyección del suero de súper soldado, Steve Rogers se convierte en el Capitán América. El personaje de Timely Comics encarnaba todos los valores estadounidenses, siendo los colores de su uniforme y escudo los de la bandera de Estados Unidos, un héroe puramente patriótico.

El Capitán América tuvo que hacer frente a su némesis, el Cráneo Rojo, un agente nazi al servicio de Hitler y afiliado a la organización terrorista ficticia Hydra. El Cap no solo se

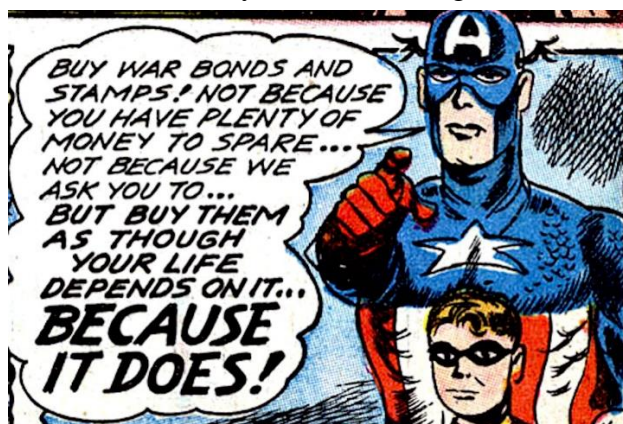


Figura 13. Capitán América junto a su ayudante Bucky insta a los lectores a comprar bonos de guerra (Captain America Comics #1).

enfrentó a sus enemigos en el terreno de batalla dentro de las viñetas, sino que también libró un papel muy importante en el conflicto real, a través de ilustraciones en las que el héroe instaba a los lectores a alistarse al ejército estadounidense y a comprar bonos de guerra, cumpliendo de esta manera un rol propagandístico. Solo

con observar que en su primera portada el Capitán América le propina un puño a un personaje real, Hitler, líder de la Alemania Nazi, queda claro el objetivo con el que este personaje se creó, haciendo de sus cómics la campaña de propaganda perfecta.

2.1.3. La edad de plata (1956-1971)

El final de la guerra hizo que la gente perdiese interés por los cómics de superhéroes, llegando a suspenderse la publicación del Capitán América por un tiempo. Tras la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos entra en una etapa marcada por la llegada del consumismo y la lucha de los derechos de los afroamericanos. En esos momentos en los que el capitalismo empieza a hacerse notar, los cómics de superhéroes pasan prácticamente desapercibidos hasta el año 1956. Un factor determinante para que las historietas entraran en decadencia fue la publicación del libro “La Seducción del Inocente” del psicólogo Fredric Wertham en 1954, en el que culpaba directamente a los cómics del comportamiento rebelde e incluso vandálico de los jóvenes de la época. Debido a ello, se implantó el Comics Code Authority que obligaba a las historietas a ser más infantiles, perdiendo los editores de cómics a gran parte de su público lector.

En un intento de levantar el negocio de los superhéroes, DC lanzó al mercado Showcase #4, cómic que introduce la historia de Barry Allen, un científico que es rociado con productos químicos que son alcanzados por un rayo. Debido a ello, adquiere súpervelocidad y, consciente de su superpoder, toma el nombre de su superhéroe favorito: The Flash. Este cómic introduce por primera vez el concepto de multiverso, puesto que ya existía el Flash de Jay Garrick. Por su parte, Marvel lanza Los Cuatro Fantásticos en 1961. Stan Lee y Jack Kirby crean a cuatro personajes



Figura 14. Portada de Showcase Vol 1 #4 de Carmine Infantino y Joe Kubert. (Octubre de 1956).

que obtienen sus poderes mediante la irradiación de rayos cósmicos, los cuales podrían ser considerados como una monstruosidad: elasticidad, invisibilidad, piroquinesis, además de que uno de ellos se transformaba en mole. Un aspecto a destacar es que los Fantastic Four no tenían identidad secreta. Gracias al lanzamiento de estos personajes, DC y Marvel pudieron crear otros nuevos como Spiderman o el Increíble Hulk, además de adaptar las historias de sus superhéroes más famosos a los nuevos tiempos.

2.1.4. La edad de bronce (1971-1986)

El Comics Code Authority que tanto daño había hecho a los cómics de superhéroes en la Edad de Plata, comienza entonces a perder crédito. La sociedad estadounidense seguía avanzando a pasos agigantados y el movimiento Black Power empezaba a hacerse cada vez más a la orden del día.



Figura 15. Portada de Hero for Hire #1 de John Romita (Junio de 1972).

Tras el éxito de Falcon y Black Panther, los personajes de raza negra comienzan a tener un rol más importante en las viñetas. Los afroamericanos expanden su cultura por todo el mundo y en todos los ámbitos, iniciando el Blaxploitation (cine con la comunidad afroamericana como protagonista principal). El primer personaje afroamericano en tener su propia línea de cómics es Luke Cage, un exconvicto que fue encarcelado por un delito que no cometió. Tiempo más tarde, por parte

de Marvel llegarían el cazavampiros Blade y el sargento James Rhodes, apodado War Machine, fiel amigo de Iron Man, mientras que DC crearía a su primer superhéroe afroamericano, Black Lightning.

La mujer también empieza a estar más presente en las viñetas, puesto que aparecen personajes como Tormenta o Capitana Marvel. Las historias, así como los personajes, van tomando un tono más adulto, algo que es bien recibido por parte del público lector.

Para ponerle el broche final a esta etapa, Marvel lanza Secret Wars entre 1984 y 1985, un crossover en el que reúne a la mayor parte de superhéroes de su franquicia, mientras que DC publica Crisis en Tierras Infinitas, una colección que involucra a gran parte de personajes de su editorial, basada principalmente en el multiverso o universos paralelos. Esta sirvió para organizar todas las historias que se habían publicado con anterioridad.

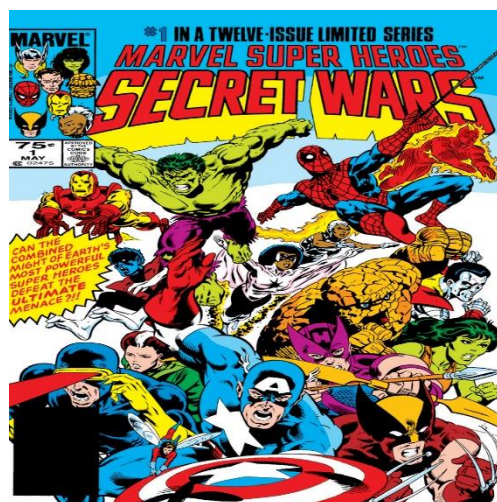


Figura 16. Portada de Secret Wars de Mike Zeck y Bob Layton (1984).

2.1.5. La edad moderna (1986-actualidad)

Esta edad, también conocida como Edad Oscura de los Cómics, se caracteriza por un enfoque más siniestro, surgiendo publicaciones como Watchmen, The Dark Knight Returns o la Muerte de Superman. Posteriormente, los superhéroes volverían a resurgir. Acontecimientos como el atentado contra las Torres Gemelas de Nueva York el 11 de septiembre de 2001, hace que los superhéroes pasen a tratar problemas de gran calibre como, por ejemplo, las libertades que las personas estarían dispuestas a ceder a cambio de seguridad como se aborda en los cómics de Civil War de Marvel.

Han pasado algo más de 80 años desde que los superhéroes nacieron en las viñetas, atravesando momentos de gloria, decadencia, en ocasiones estos héroes se han sacrificado y han vuelto a resurgir. Pero hay algo ante lo que no hay duda alguna: la historia real siempre ha ido construyendo las historias de los cómics.

3. Principales emisores de cómics y público al que se dirige

Marvel Comics y DC Comics, denominadas Timely Comics y National Allied Publications en el pasado, respectivamente, han sido los principales emisores de cómics de toda la historia. Durante la Segunda Guerra Mundial, los cómics iban dirigidos a personas de todas las edades, pero el público objetivo era más bien el joven, puesto que a los editores les interesaba que la gente se alistase al ejército estadounidense. Posteriormente, el público lector podría variar dependiendo de la edad de los cómics en cuestión puesto que, durante la edad de plata y bronce, el público lector era más adulto.

4. Objetivos del cómic de superhéroes como propaganda

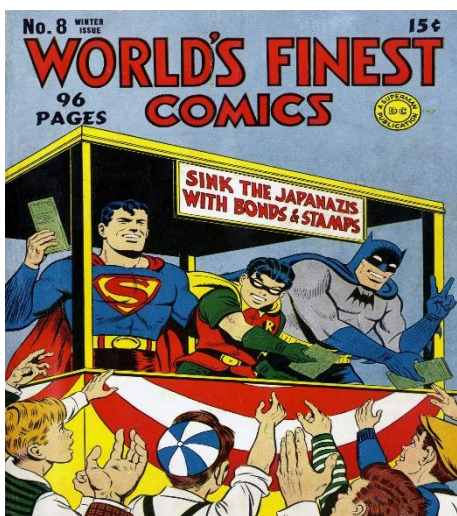


Figura 17. Portada de World's Finest Vol 1 #8 de Jack Burnley (Diciembre de 1942).

Los cómics de superhéroes como propaganda tenían como fin animar a los soldados que iban a luchar en la guerra a la vez que incentivar a la población a que formara parte de las tropas norteamericanas. En muchas ocasiones, los propios militares llevaban cómics de superhéroes para reforzar su propia moral y la de sus compañeros. En los cómics, muchos superhéroes han incitado a la gente a comprar bonos de guerra, sellos o estampas, ya fuera el Capitán América, o Superman, Robin y Batman.

CAPÍTULO 3

Marco práctico.

Análisis de portadas relevantes de cómics de superhéroes

1. Estudio de portadas de cómics de superhéroes

A continuación, realizaremos un análisis exhaustivo de estas portadas de cómics de superhéroes a través de ocho tipos de niveles: narrativo, lingüístico, gráfico, icónico, cromático, humano, de acción e histórico.

- ❖ Nivel narrativo: mediante este ítem, trataremos de describir la forma en la que está presentada la trama.
- ❖ Nivel lingüístico: a través de él, descubriremos el lenguaje empleado por el autor, además del mensaje que se quería transmitir al público lector.
- ❖ Nivel gráfico: se tratará de identificar los globos o bocadillos (diálogos o pensamientos de los personajes), didascalias (espacio rectangular que recoge el texto dentro de una historieta, colocado siempre fuera de la imagen, a modo de inciso, en la misma viñeta o entre dos diferentes, diferenciándose del globo) o grafemas utilizados.
- ❖ Nivel icónico: con él se estudiará la portada desde la imagen en sí misma, la perspectiva o plano visual.
- ❖ Nivel cromático: análisis de colores empleados por el artista. Está claro que los colores tienen un significado propio, ya sea a la hora de expresar o producir emociones. El fin que se busca con el color es principalmente atraer la atención del lector. La gama de colores que existe es muy amplia, pero vamos a distinguir entre dos tipos de colores para realizar el estudio: en primer lugar, los colores cálidos (expresan o producen alegría en el otro) y colores fríos (expresan o producen tristeza en el otro). Cabe destacar que los colores empleados también dependen de la época propia de la trama del cómic, y de la época en la que se publica el cómic.
- ❖ Nivel humano: a través de este estudio, se describirá al personaje o personajes que se encuentren en la portada, es decir, los rasgos físicos.
- ❖ Nivel de acción: mediante este aspecto, se estudiarán los movimientos que realizan los personajes de la portada. Aunque la imagen es fija, hay varias formas de distinguir si el personaje está estático o está realizando algún tipo de movimiento.
- ❖ Nivel histórico: se estudiará la época en la que está inmersa la publicación del cómic en cuestión.

1.1. Captain America Nº 1



Figura 18. Portada 'Captain America Comics #1' de Timely Comics (Marzo de 1941).

Esta portada pertenece al que fue el primer cómic del Capitán América que salió a la luz.

- ❖ Respecto a la trama, vemos al héroe luchando en plena Segunda Guerra Mundial enfrentando directamente a un enemigo real, Hitler, el líder del nazismo, además de encarar a otros soldados nazis.
- ❖ En cuanto al lenguaje y mensaje, cabe destacar que el lenguaje es puramente bélico: ‘Smashing thru. Captain America came face to face with Hitler’, que traducido sería “Arrollando, el Capitán América se encontró cara a cara con Hitler”. El mensaje que transmite, se percibe claramente con la ilustración: Estados Unidos golpea a la Alemania Nazi, utilizando a la figura del Capitán América (encarnando a la nación estadounidense) y a Hitler, que representa al nazismo.
- ❖ La utilización de dos didascalias: la primera podemos encontrarla en la parte superior derecha de la imagen, que actuaría a modo de resumen del cómic que traducido a español sería: ‘45 emocionantes páginas del Capitán América, Centinela de nuestras costas, además de otras fantásticas características’. La segunda didascalia introduciría al ayudante del Capitán América, Bucky Barnes: ‘Also Captain America’s Young ally, Bucky’. A nivel gráfico, el autor destaca varios elementos: en la primera didascalia, podemos ver que el número ‘45’ y ‘Captain America’ en tipografía roja y más grande que el resto del texto. En la frase situada en el lateral derecho de la ilustración, las palabras ‘Captain America’ aparecen señaladas en negrita. En último lugar, la segunda didascalia destaca la palabra ‘Bucky’ en negrita, teniendo mayor tamaño que el resto de palabras.
- ❖ A nivel icónico, los personajes están dispuestos en diversos planos. La zona central la ocupan el Capitán América y Hitler, destacando sobre el resto de personajes. En la parte inferior de la imagen, hay un soldado disparando al Capitán América, cuya bala es esquivada por este último gracias a su escudo. Además, también puede observarse el rostro del ayudante del Capitán América, Bucky. En perspectiva, podemos ver como otros soldados nazis también están disparando al Capitán América, además, vemos la esvástica nazi en varios lugares. Al fondo del todo, se encuentra un saboteador informando por radio y mirando una televisión, cuya imagen muestra a un saboteador de la quinta columna (término que hace referencia a individuos o grupos de personas que atacan a América), que hace estallar una de las productoras de armamento y munición estadounidenses.

- ❖ A nivel cromático, los colores que predominan principalmente son el azul, rojo y blanco, es decir, colores de la bandera estadounidense, representados tanto en el título del cómic, como en los colores del uniforme y escudo del Capitán América, además del uniforme de su ayudante Bucky.
- ❖ Como ya se ha dicho anteriormente, los personajes que aparecen en la ilustración son el Capitán América, Hitler y soldados nazis. Respecto al físico, el Capitán América está ilustrado como el súper soldado que es, con un aspecto muy atlético y una gran complexión física. Mientras tanto, Hitler es representado como un sujeto débil. En cuanto al carácter, el Capitán América es mostrado como un soldado valiente y decidido, mientras que Hitler presenta un aspecto derrotado.
- ❖ A nivel de acción, es fácilmente identificable el movimiento de golpeo del Capitán América a Hitler en su mandíbula. Los otros movimientos perceptibles son los de los disparos de bala de los soldados nazis hacia el Capitán América.
- ❖ Respecto a nivel histórico, este cómic fue publicado durante la Segunda Guerra Mundial, es decir, los hechos recogidos en el cómic eran reales, con enemigos reales. Los autores enfrentaron al Capitán América con un enemigo real, Hitler. Casi la mayoría de los cómics de la época, se servían de la historia real para elaborar los cómics.



Análisis del discurso propagandístico

Hay que tener muy claro que los autores del cómic eran conscientes de que tarde o temprano Estados Unidos entraría en la guerra. Además, el guionista Joe Simon, el dibujante Jack Kirby y el editor Martin Goodman eran judíos. Este es un punto muy importante puesto que el cómic salió antes de que EE.UU. entrara en la guerra, por lo que sirvió de pre-propaganda y de propaganda una vez que la nación intervino. El Capitán América fue el ejemplo perfecto de propaganda bélica, con un enorme peso histórico, creado a fin de encarnar el patriotismo estadounidense, aspecto fácil de observar viendo los colores de su uniforme (los de la bandera de Estados Unidos), además de servir de incentivo para que la población se alistase en el ejército.



Análisis del tipo de público al que se dirige

El cómic fue dirigido principalmente a un público lector joven, ya que buscaban atraer la atención de la población para que se alistase en el ejército estadounidense.

1.2. The Human Torch N° 12



Figura 19. Portada de 'The Human Torch Comics #12' de Timely Comics (10 de julio de 1943).

Esta portada pertenece al primer volumen de cómics de la Antorcha Humana.

- ❖ La trama se centra en la lucha de la Antorcha Humana junto a su ayudante Toro contra soldados japoneses con el fin de salvar a una mujer secuestrada.
- ❖ Respecto al lenguaje y mensaje, no hay nada relevante que destacar, puesto a que hay poco texto.
- ❖ A nivel gráfico, solo hay una didascalia, que indica ‘Plus Submariner’, es decir ‘Más el Hombre Submarino’, que indica que este también aparecerá en el cómic.
- ❖ En cuanto al nivel icónico, los personajes se encuentran dispuestos en distintos planos. La Antorcha Humana ocupa la zona central izquierda de la imagen, mientras que su ayudante Toro, se encuentra en la parte superior central de la imagen, algo más alejado en perspectiva. El soldado japonés al que la Antorcha Humana está golpeando, se encuentra en el centro de la imagen. La mujer que está secuestrada se encuentra a la derecha de la imagen. El resto de soldados japoneses se encuentran repartidos por toda la imagen a escala más pequeña. En la parte superior izquierda de la imagen se encuentra en un círculo Namor (El Hombre Submarino), junto a dos enemigos del Eje.
- ❖ A nivel cromático, los colores predominantes son el rojo, el naranja y el amarillo, remarcando de esta manera, los colores propios del fuego, característicos de estos dos superhéroes, es decir, los colores en los que están sumidos tanto la Antorcha Humana como su aliado Toro.
- ❖ En referencia al físico de los personajes, tanto la Antorcha Humana como Toro y el Hombre Submarino son representados con una complexión física muy superior a la de sus rivales. Sin embargo, sus enemigos, son retratados a través de una figura escurridiza, flaca y enclenque. Respecto a la personalidad, destaca la valentía y seguridad con la que los superhéroes hacen frente a sus oponentes, mientras que sus contendientes intentan defenderse sin tener mucho éxito. Cabe señalar que uno de los enemigos del Hombre Submarino está representado sacando la lengua, hecho en consecuencia a los golpes y agotamiento al que se ha visto sometido.
- ❖ A nivel de acción, podemos observar como la Antorcha Humana le está propinando un duro golpe en el brazo a su enemigo japonés, el cual está sosteniendo una katana. Otro de los movimientos perceptibles es el desplazamiento de la Antorcha Humana y Toro, cuyos superpoderes les permiten

volar cuando activan las llamas que emanan de sus cuerpos. También puede observarse como Toro dispara una de sus llamas a uno de los soldados, el cual se encuentra situado en la parte inferior izquierda de la imagen. Además, algunos soldados están disparando a los héroes con sus armas, por tanto, puede verse el desplazamiento de las balas a través de la ilustración. En cuanto a la pequeña ilustración del Hombre Submarino, puede percibirse que el héroe golpea a sus enemigos por el uso de las líneas y estrellas sobre los rostros de ambos personajes. Por último, en la ilustración puede también distinguirse y determinarse la dirección que toma el humo que desprenden las antorchas que están situadas a la derecha y a la espalda de la mujer.

- ❖ Respecto a nivel histórico, este cómic fue publicado durante el trascurso de la Segunda Guerra Mundial, que como ya se ha expresado anteriormente, enfrentó a dos bandos, el de los Aliados y el de las potencias del Eje. En la ilustración, los superhéroes se enfrentan a soldados japoneses, un enemigo real de la actual guerra.



Análisis del discurso propagandístico

La mayoría de los cómics enmarcados en este período perseguían influir en la población con diversos fines, principalmente despertar en la población un fuerte sentimiento patriótico con el fin de tomar parte en el conflicto y alistarse en el ejército, por tanto, los superhéroes representados en estos cómics debían simbolizar los valores y forma de ser estadounidenses, además del hecho de vencer al enemigo cruel y malvado que es capaz de causar atrocidades para alzarse con la victoria.



Análisis del tipo de público al que se dirige

Una evidencia clara durante épocas de penuria o guerra es que hay que encontrar fórmulas para mantener entretenida a la población, por lo tanto, podría decirse que los cómics iban dirigidos a todas las franjas de edad, aunque bien es cierto, es que el objetivo era atraer mayormente a la ciudadanía joven. Uno de los factores que permitían acercar al lector aún más, era la presencia del ayudante del superhéroe. En el caso de Toro, el ayudante de la Antorcha Humana, sí tenía superpoderes, mientras que, por ejemplo, Bucky, el ayudante del Capitán América, era en sus inicios, un simple y muy joven soldado. Esta idea es la que acercaba a dicha población al alistamiento, puesto que cualquier hombre normal, pero con un fuerte sentimiento de pertenencia y valentía podía luchar por su país.

1.3. Superman N° 17

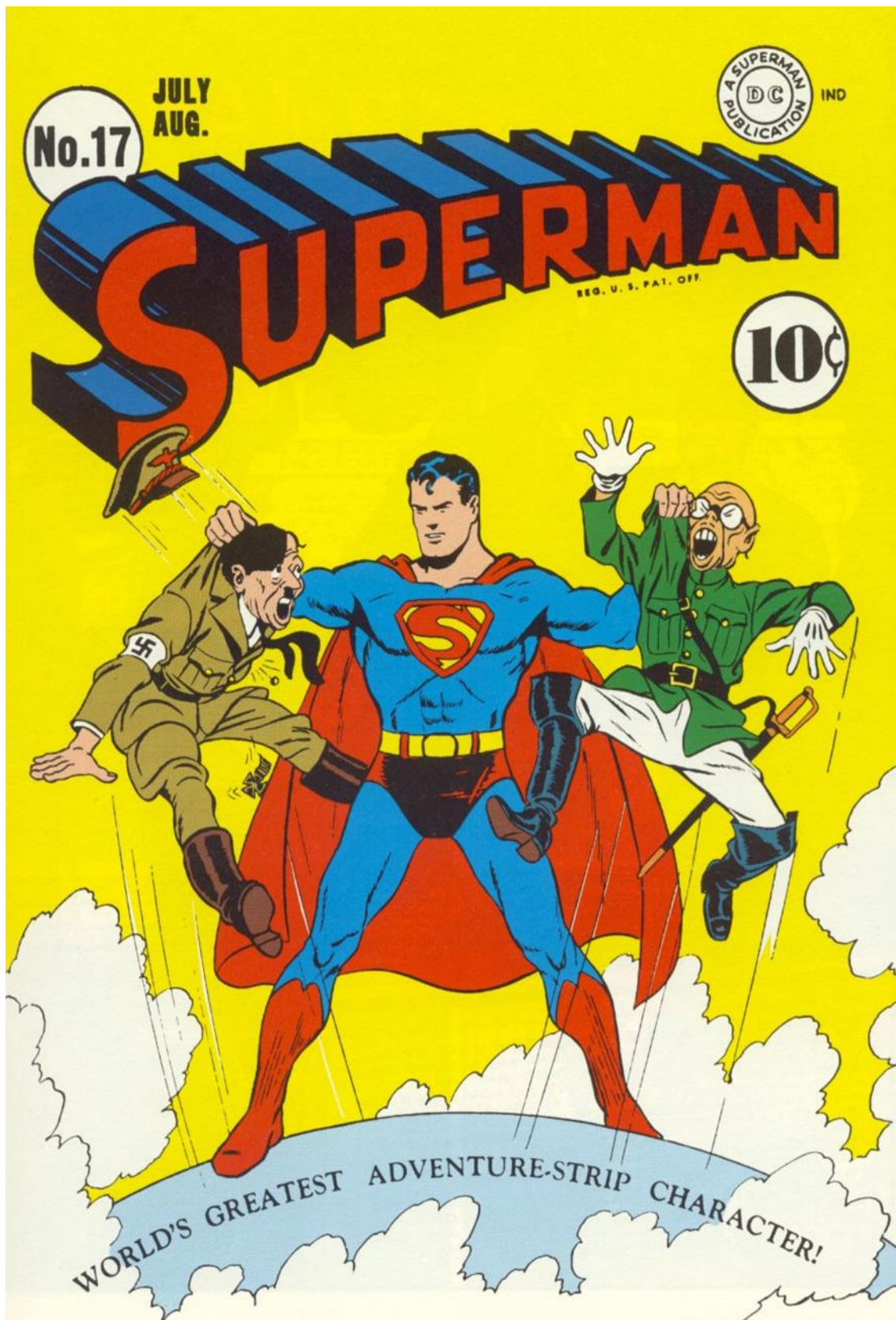


Figura 20. Portada de 'Superman Vol 1 #17' de DC Comics (julio de 1942).

Esta portada pertenece al primer volumen de cómics de Superman.

- ❖ La trama de la ilustración se centra en cómo Superman tiene agarrados con sus manos a Hitler (máximo representante de la Alemania Nazi, situado a la izquierda) y a Hirohito (ex emperador del Japón Imperial, situado a la derecha).
- ❖ A nivel lingüístico, lo único a destacar es la frase ‘World’s Greatest Adventure-Strip Character!’, que traducido al español sería “¡El personaje de tira de aventuras más grande del mundo!”.
- ❖ En cuanto al aspecto gráfico, podemos observar una didascalia que incluye la frase dicha en el apartado anterior. El título de ‘Superman’ aparece representado con los colores azul y rojo a gran tamaño.
- ❖ Respecto a la imagen, los tres personajes se encuentran situados en el mismo plano, solo que Superman está representado a mayor escala que Hitler y Hirohito.
- ❖ En referencia a los colores, destacan el color azul y rojo de los que se compone el uniforme de Superman y el título del cómic, además del fondo de la portada en color amarillo en contraste con el verde de los uniformes militares de Hitler e Hirohito.
- ❖ A nivel humano, el aspecto de Superman está representado con un aspecto muy corpulento y musculoso, al contrario que el de Hitler e Hirohito, siendo mucho más pequeño que el superhéroe. En cuanto a personalidad, destaca el aspecto decidido de Superman, mientras que Hitler e Hirohito aparecen representados con rostros muy asustados, mostrando así, su miedo y debilidad ante el superhéroe.
- ❖ Respecto a la acción, la imagen resalta el movimiento que realiza Superman para levantar del suelo tanto a Hitler como a Hirohito, saliendo el sombrero del primero disparado tras el forcejeo.
- ❖ A nivel histórico, este cómic también salió publicado en la Segunda Guerra Mundial, por ello, destaca también la presencia de enemigos reales en los cómics.



Análisis del discurso propagandístico

El enfrentamiento del superhéroe con enemigos reales, remarca el afán por reclutar soldados o el objetivo de animar a las tropas que van a luchar.



Análisis del tipo de público al que se dirige

El público lector son principalmente los jóvenes, a fin de que se alistén en el ejército.

1.4. Captain America N° 76



Figura 21. Portada de 'Captain America Vol 1 #76' de Timely/Atlas (mayo de 1954).

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, las ventas de Captain America Comics descendieron, siendo cancelada con la publicación de Captain America Comics #75 en febrero de 1950. Cuatro años más tarde, incentivado con el éxito de “Young Men #24”, fue lanzada de nuevo esta serie.

- ❖ La trama de la portada se centra en que el Capitán América y su ayudante Bucky han conseguido detener a varias personas, intuyéndose por el título, que eran comunistas.
- ❖ A nivel lingüístico, vuelve a darse el caso de lenguaje puramente bélico: “Captain America... Commie Smasher”, cuya traducción sería “Capitán América aplastador de comunistas” y “Captain America strikes!”, que traducido al español sería “Capitán América ataca”.
- ❖ A nivel gráfico, cabe destacar que no hay didascalias ni globos, solo que el título de la publicación se remarca claramente con los colores de la bandera estadounidense, los colores característicos del uniforme del Capitán América.
- ❖ Respecto a la iconografía, tanto el Capitán América como Bucky se encuentran situados en el centro de la ilustración, mientras que los policías y detenidos ocupan una posición más al fondo de la imagen, señalando de esta manera, el heroísmo de ambos superhéroes.
- ❖ En cuanto a gama cromática, los colores que predominan son el azul y rojo de los uniformes del Capitán América y su ayudante Bucky, y además como ya se ha dicho anteriormente, el título también aparece ilustrado con estos colores.
- ❖ En relación con los rasgos físicos, vuelve a representarse a los superhéroes con gran porte físico, al contrario que sus enemigos. Respecto a la personalidad, destacan los rostros alegres del Capitán América y Bucky en contraposición con la del resto de personajes envueltos en la ilustración.
- ❖ A nivel de acción, no se aprecia ningún movimiento, puesto que no hay líneas que indiquen algún tipo de desplazamiento.
- ❖ En cuanto a nivel histórico, esta publicación es importante por el contexto de la situación en la que se vio enmarcada. Finalizada ya la Segunda Guerra Mundial, la serie de cómics del Capitán América entró en decadencia, cayendo sus ventas estrepitosamente, por lo que los editores se vieron obligados a cancelarla. La aparición de la publicación “Young Men” le dio otra oportunidad al Capitán América, desencadenando su reaparición en mayo de 1954.



Análisis del discurso propagandístico

Tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, los cómics tuvieron que seguir la estela de la historia, por lo que el enemigo tenía que adaptarse a las circunstancias del momento. Por ello, los enemigos que hasta entonces habían sido los nazis, ahora cambiarían por los comunistas, puesto que eran la próxima amenaza existencial de los Estados Unidos en la Guerra Fría. Se pasó de enfrentar al Capitán América con Hitler a los comunistas, incluso a una nueva versión de Cráneo Rojo comunista.



Análisis del tipo de público al que se dirige

Como ya se ha comentado anteriormente, el público lector era joven o adulto, aunque cada vez es más perceptible que los cómics también buscaban dirigirse a los más pequeños. Esto se conseguía con la figura del “sidekick”, o ayudante, un niño ingenuo que seguiría los pasos del héroe con el fin de reemplazarlo algún día.

CAPÍTULO 4

Consecuencias y efectos.

Impacto en la cultura popular. Cine, series y videojuegos

1. Del cómic a la gran pantalla. Impacto de los superhéroes en la cultura popular

Cuando hablamos de superhéroes, es inevitable hacer referencia a una de las franquicias más importantes de todos los tiempos dedicada a estos personajes: Marvel. A lo largo de la historia, la editorial ha mantenido una lucha interminable con el Universo Extendido de DC, su principal competidor. Esta confrontación lleva produciéndose desde décadas tanto en los cómics como en el cine.



Figura 22 y 23. Logo de Marvel Comics (Izquierda) y DC Comics (Derecha)

La cuestión es si la impresionante repercusión que ahora mismo tienen los superhéroes en el cine también la hay o la ha habido con respecto a los cómics. Para ello, hay que hacer un ejercicio de recapitulación y regresar al origen en el que empezó todo, además de observar cómo han sido desarrollados los personajes en cuanto a la forma en la que han sido representados con el paso del tiempo y analizar el modo en el que los superhéroes han sido recibidos por el público lector o la audiencia.

A principios de los años 60, una pequeña editorial llamada Marvel Comics presentó al mundo un conjunto de personajes vestidos con disfraces coloridos que rápidamente se



Figura 24. Logo de Marvel Comics.

ganaron el corazón de los más pequeños. De las manos de Stan Lee, creador de innumerables personajes icónicos del cómic, y Jack Kirby, dibujante de superhéroes y uno de los autores más destacados de la historia del comic book estadounidense, se crearon los personajes más emblemáticos de la franquicia.

En 1941, cuando la editorial recibía el nombre de Timely Comics, se presentaba el primer cómic del Capitán América. La primera adaptación cinematográfica en forma de serie del Capitán América se produjo en 1944, siendo el primer superhéroe en aparecer fuera de los cómics. En dicho serial se introdujeron varios cambios respecto a los cómics: la sustitución del escudo de vibranium por una pistola y varias modificaciones en la máscara. Lo cierto es que se trataba de hacer un traje lo más parecido al que llevaba Steve Rogers en los cómics. Sin embargo, esta adaptación fue un fracaso puesto que, Dick

Purcell, el actor que le daba vida al personaje, no tenía el porte físico y heroico que desde un principio la editorial había querido transmitir a sus lectores.

Por su parte, DC Comics lanzó en 1951 el capítulo piloto de ‘Superman and the Mole Men’, serie de televisión cuya producción rozó la parodia, pero que al menos logró que el personaje de Superman trascendiera más allá de las viñetas de los cómics.

1.1. El Universo Cinematográfico de Marvel

A finales del siglo XX, Marvel atravesaba una etapa muy dura, al borde de la bancarrota. La crisis de los cómics desde principios de los 90 del siglo anterior, debido a la gran abundancia de títulos cuya mayoría eran bastante decepcionantes, había dejado a la franquicia en una situación muy delicada económicamente.

Marvel decidió entonces ir más allá del cómic, es decir, llevar a cabo la realización de varias películas basadas en sus personajes. Fox compró los X-Men, mientras que Sony se hizo con Spider-Man. Esto, a su vez, tampoco supuso que Marvel sacara beneficios. Los altos cargos de la franquicia decidieron entonces conseguir financiación con el fin de hacer películas centradas en personajes que la empresa todavía no había licenciado en ningún otro sitio. Los ejecutivos de la editorial decidieron crear entonces Marvel Studios, el primer estudio independiente con el que la franquicia llevaría a cabo sus propias películas.



Figura 25. Logo de Marvel Studios desde 2016.

Kevin Feige, nombrado presidente de producción de Marvel Studios en 2007, era consciente de que todavía contaban con las licencias de los miembros más importantes de los Vengadores. Por ello, Feige puso en marcha la creación de un universo complejo de películas relacionadas entre sí, al igual que Stan Lee y Jack Kirby habían hecho con sus cómics. Es así como en 2008, Marvel Studios presenta al mundo la primera pieza que conformaría la base de todo un entramado de películas: Iron Man.

La primera película del Universo Cinematográfico de Marvel contó con el respaldo absoluto del público. De esta manera, Marvel Studios decidió continuar con el proyecto, dividiendo su universo en distintas fases, las cuales culminarían con un gran evento que sería un gran crossover en el que se incluirían múltiples personajes de la franquicia.

Parte del éxito de Marvel Studios se debe a la contratación de un formidable reparto, capaz de meterse al cien por cien en los personajes creados en las viñetas: este es el caso de Chris Evans como Steve Rogers/Capitán América, Robert Downey Jr como Tony Stark/Iron Man o Chris Hemsworth como Thor, entre otros.

Sin duda el secreto del éxito de la franquicia se basa principalmente en ese universo compartido de películas que se entrelazan entre sí, pero no solo eso, sino que exploran a su vez distintas realidades, como las dimensiones místicas de Doctor Strange o el reino cuántico de Ant-Man, diferentes lugares que abarcan desde el espacio exterior con los Guardianes de la Galaxia hasta la mitología nórdica de Thor, y sucesos reales de nuestra realidad como la Segunda Guerra Mundial en Capitán América: El Primer Vengador.

Cabe destacar que el orden cronológico de las películas no se corresponde con el orden en el que estas fueron estrenadas en las salas de cine. De esta manera, el universo es aún todavía más complejo, puesto que para comprender la magnitud de lo que sucede, es necesario ver la mayor parte de las películas que lo conforman. Es imposible ver Vengadores: Endgame, el evento culmen para las 22 películas de la Saga del Infinito y el mayor crossover realizado hasta ahora por Marvel Studios, sin haber visto casi todas las películas del Universo Cinematográfico de Marvel. Vengadores Endgame es considerado el mayor hito de la historia del cine de superhéroes, logrando ser la película más taquillera de todos los tiempos en el momento de su estreno y manteniendo este título hasta marzo de este año.

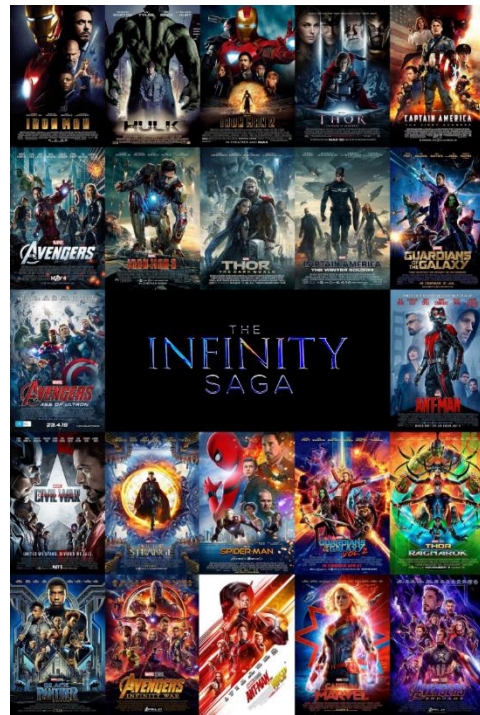


Figura 26. Pósters de todas las películas de la Saga del Infinito.

Marvel Studios también está apostado por la diversidad: ya lo ha hecho con Black Panther, película que ganó 3 Óscars a mejor diseño de vestuario, mejor diseño de producción y mejor banda sonora. El filme protagonizado por Chadwick Boseman marcó un hito para la historia del cine, siendo icono para la comunidad negra, puesto que la película presentaba un país ficticio, Wakanda, una potencia rica por sus reservas de un material también ficticio, el vibranium. Es importante resaltar este hecho haciendo contraste con nuestra realidad, puesto que Wakanda vendría a ser una parte del continente

africano, el cual desafortunadamente, todavía no ha llegado a desarrollarse y en la que se padece mucha hambre.

La franquicia sigue apostando por dicha diversidad: en la serie Falcon y el Soldado de Invierno, Sam Wilson debe hacer frente al legado del escudo de Capitán América, pasando finalmente a tomar el manto de dicho superhéroe y siendo un Capitán América



Figura 27. Póster promocional de Sam Wilson como Capitán América para la serie Falcon y El Soldado del Invierno (2021).

negro en un mundo en el que parte de la población no lo acepta por su color de piel. Marvel Studios ha sido criticada en numerosas ocasiones por hacer un cine destinado solo al entretenimiento, pero la realidad es que está dejando ciertas reflexiones hacia nuestra sociedad, en pleno auge del movimiento Black Lives Matter y señalando ciertas situaciones de racismo. Sam Wilson hace un potente discurso a los senadores una vez que porta el escudo y traje de Capitán América: “Soy un hombre negro portando las estrellas y las barras. No tengo el suero de súper soldado, no tengo pelo rubio ni ojos azules. El único poder que tengo es que creo que podemos hacer las cosas mejor”.

En esta misma serie, Isaiah Bradley, un veterano de guerra afroamericano, había sido encarcelado por su color de piel ya que, durante algún tiempo, este había ocupado el lugar del Capitán América. Finalmente, el propio Sam Wilson le da a este héroe el lugar que se merece en el museo del Capitán América. Marvel sigue introduciendo personajes de origen asiático-americano, entre ellos Shang-Chi que contará con su propia película.



Figura 27. Captura de la serie Falcon y El Soldado del Invierno (2021).

La igualdad también es otro de los objetivos que persigue el estudio cinematográfico. Hay varias películas y escenas en concreto en las que esto se promueve, resaltando el poderío de la mujer: en *Vengadores: Infinity War*, Wanda Maximoff está a punto de ser derrotada cuando en ese momento llegan Viuda Negra y Okoye para salvarla, la primera de ellas dice la frase “no está sola”, haciendo esto referencia también a la vida real y al empoderamiento de la mujer; o como en *Vengadores: Endgame* las chicas se reúnen y hacen equipo en la batalla final contra Thanos. En la actualidad, hay varias películas y series en desarrollo cuyas protagonistas son mujeres: la película de *Viuda Negra* o *Capitana Marvel 2* y las series de *She-Hulk* o *Mrs. Marvel*.



Figura 28. Captura de la película *Vengadores: Endgame* (2019).

Otro de los motivos por los que Marvel ha obtenido tanto éxito es la humanización de sus personajes: Peter Parker o más conocido como “el amigo y vecino Spiderman”, un joven tímido huérfano de padre y madre que va al instituto; la “doble personalidad” de Bruce Banner o Hulk a modo de Doctor Jekyll y Mr. Hyde; Loki, adoptado por Odín; Thor, que entra en depresión tras perder a toda su familia y amigos; Sam Wilson, con problemas económicos tras la disolución de los Vengadores; Bucky Barnes, que se enfrenta al estrés postraumático tras cometer atrocidades como *El Soldado de Invierno*; Stephen Strange, que tiene un accidente de tráfico por ir hablando por teléfono y conduciendo a gran velocidad; Wanda Maximoff y su proceso de superar el duelo; la madre de Peter Quill tenía cáncer; Scott Lang, que pasa de ser un exconvicto a ser un superhéroe; Tony Stark haciéndole frente a su alcoholismo; Steve Rogers, un soldado que tras estar dormido durante 70 años tiene que enfrentarse a una sociedad moderna; o los propios Vengadores, que dejan atrás sus diferencias y se unen como un grupo para hacer frente a las amenazas del universo. Con todo ello, Marvel trata de concienciar tanto de problemas económicos, sociales e incluso políticos, como ya hemos hecho referencia antes con los sucesos de *Civil War*.

1.2. El Universo Cinematográfico de DC

Tras el éxito en taquilla de la última película de la trilogía de *El Caballero Oscuro*, DC tenía que hacer también frente al éxito de las películas de su principal competidor: Marvel

Studios. Los altos cargos de DC sabían que tenían que seguir la fórmula que estaba llevando a cabo Marvel: traspasar las historias de los cómics a la gran pantalla y entrelazar las películas entre sí. En 2013, El Hombre de Acero reinicia la franquicia cinematográfica de Superman, dando lugar al comienzo del Universo Extendido de DC. Aunque la base era la misma, es decir, ir interconectando las películas, la conexión entre las entregas no se presentaba de una forma tan fluida como hacía Marvel. Dicho de otra manera, dar continuidad a las historias resultaba un poco más desordenado. Esto es así puesto que, con el estreno de Batman VS Superman, en esta misma cinta se presentaba a un nuevo Batman y también hacía su primera aparición, Wonder Woman, que después tendría su propia película de orígenes en solitario. Otro ejemplo es el estreno posterior de La Liga de la Justicia, que presentaba varios personajes como Aquaman o Flash, de los que no se había realizado ninguna película de orígenes, algo que sí había hecho Marvel con sus personajes principales: Iron Man, Thor y Capitán América, cuyas historias se cruzarían en Los Vengadores. La Liga de la Justicia resultó ser una gran decepción para los fans tras el cambio de director, con unos efectos especiales que en ciertas ocasiones hacían a la cinta rozar la parodia y desencadenando el comienzo de un movimiento popular que culminaría en 2021. Tras el estreno de dicha cinta, saldrían a la luz producciones como Aquaman o Shazam, siendo estas mejor recibidas por el público, dando pie al estreno de la secuela de Wonder Woman o al desarrollo de nuevas producciones como la película de The Flash que se espera para 2022.

El movimiento Snyder Cut

Debido a la gran decepción del público por la cinta de La Liga de la Justicia, comenzó el movimiento Snyder Cut entre los fans de DC. Dicho movimiento consistía en que los fans pedían a Zack Snyder que sacase a la luz el corte original de la película. Esto es porque Snyder fue el primer director que estaba a cargo de la película pero tuvo que abandonarla por motivos personales. Este movimiento siguió creciendo en redes sociales, teniendo hashtags que se volvían trending topic mundial en Twitter: “#ReleaseTheSnyderCut” traducido al español como sacar a la luz el Snyder Cut. Fue así como la lucha de la gente dio sus frutos con el estreno de La Liga de la Justicia de Zack Snyder en la plataforma HBO el pasado marzo de este año. En conclusión, la cultura popular por los superhéroes que salieron de los cómics es tan grande que tras la lucha de los fans se consiguió que dicho corte fuera estrenado.

1.3. Casos de referencias a los cómics en películas de Marvel

Las películas de Marvel suelen tener su propia historia, aunque a veces, introducen ciertos elementos de los cómics para homenajear a los personajes que surgieron en las viñetas y como guiño a sus fieles lectores. A continuación, se expondrán los casos más memorables en los que Marvel Studios ha plasmado a la perfección las historietas en la gran pantalla.

El puñetazo de Capitán América a Hitler en *Capitán América: El primer vengador*.

El traje de los cómics.



Figura 29. Comparación de la escena de Capitán América: El primer vengador (2011) y la portada de 'Captain America Comics #1'



Figura 30. Captura de pantalla de Capitán América: El primer Vengador (2011) en la que aparece el primer cómic de Capitán América sin la ilustración de Bucky en la parte inferior.

En esta escena de Capitán América: El primer vengador, cuando este aún es usado para ejercer propaganda para subir la moral a la población, podemos observar como el Capitán América golpea a Hitler tal y como lo hizo en el primer número de su cómic. Dicho cómic es vendido a la gente como se ve en la película, aunque en la portada no se incluye a Bucky Barnes, puesto que importunaría la trama. También se puede observar cómo el Capitán América realiza cinemáticas a modo de series. En esta escena se hace homenaje al traje de los cómics. Cabe destacar que en esta película también se hace referencia a varios elementos propagandísticos históricos cuya cara visible es el Capitán América, en los que pide a la gente que compre bonos de guerra.



Figuras 31 y 32. A la izquierda, comparación entre el cartel del Capitán América y el del Tío Sam. A la derecha, cartel del Capitán América en el que saluda a la gente que ha comprado bonos de guerra. Ambos carteles son extraídos de la película Capitán América: El primer vengador (2011).

La confrontación entre Capitán América y Iron Man en *Capitán América: Civil War*



Figura 33. Comparación entre el enfrentamiento de Capitán América en *Capitán América: Civil War* (2016) y el cómic 'Civil War I' (2006).

El Capitán América empuña el martillo de Thor y dice “Avengers Assemble” en *Vengadores: Endgame*

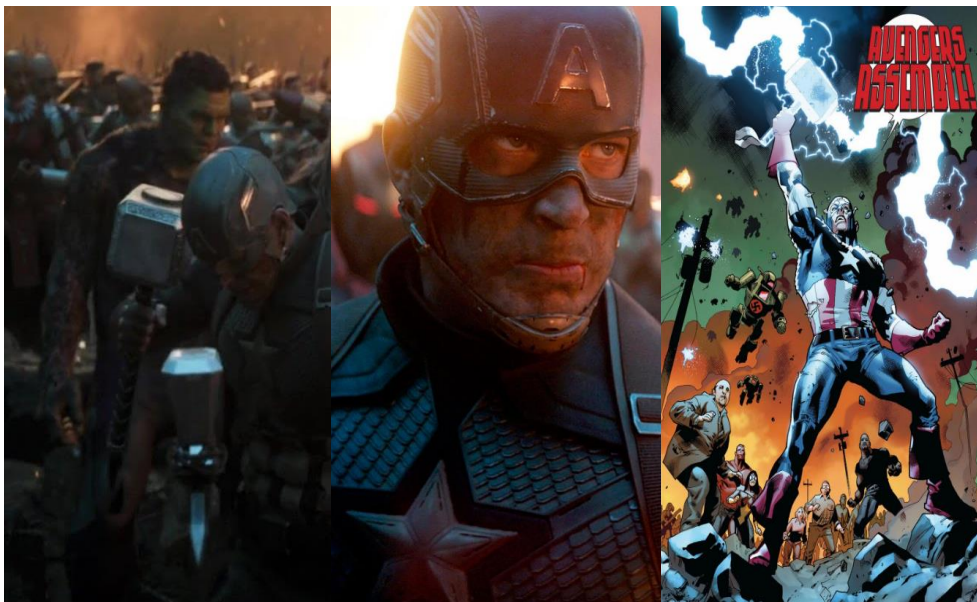


Figura 34. A la izquierda y centro, imágenes de Capitán América en la película *Vengadores: Endgame* (2019). A la derecha, ilustración del cómic 'Fear Itself #7' (2010).

Esta es sin duda alguna, una de las mejores escenas de la historia del cine y de las más esperadas por parte de los amantes de los cómics de Marvel. El hecho de que Steve Rogers ha sido siempre digno y al fin se ha mostrado como puede empuñar el martillo de Thor al grito de ‘Vengadores: Reuníos’.

El Capitán América se enfrenta a él mismo y a otras versiones suyas



Figura 35. En la parte superior, el Capitán América de 2023 se enfrenta al Capitán América de 2012 en la película *Vengadores: Endgame* (2019). En la parte inferior el Capitán América de Steve Rogers se enfrenta al Capitán América William Burnside ‘Captain America Vol 6 #19’ (2012).

Aunque el contexto que envuelve a ambas escenas es muy diferente, es bastante llamativo como Marvel ha introducido una batalla entre varios Capitanes América en una película.

El Capitán América dice “Hail Hydra”



Figura 36. En la parte superior, Capitán América en *Vengadores: Endgame* (2019). En la parte inferior el Capitán América convertido en agente de Hydra en el cómic ‘Steve Rogers. Capitán América #1’ (2016).

‘Hail Hydra’ es el saludo secreto de la organización terrorista ficticia Hydra. En este caso, es necesario diferenciar estos escenarios. En el caso de la película, el Capitán América usa el saludo como un método de distracción ante el resto de miembros de Hydra que estaban en el ascensor. Ante el desconcierto de estos, el Capitán América consigue hacerse con el cetro de Loki, logrando que los héroes continúen logrando las gemas que necesitan para revertir el chasquido de Thanos. En el caso del cómic, el Capitán América es una versión malvada y se ha convertido en Agente de Hydra.

1.4. La presencia de publicidad en Marvel

Marvel, al igual que otras grandes franquicias, introduce productos en sus películas para así financiarlas. A continuación, se expondrán varias marcas que aparecen en sus filmes.

Audi- Iron Man (2008)



Figura 37. Captura de pantalla de la película Iron Man (2008).

Una marca asociada férreamente al personaje de Tony Stark en las películas es Audi. Esta marca aparece en todas las películas de Iron Man, además de algunas de los Vengadores.

Apple- Capitán América: El Soldado de Invierno (2014). El cuaderno de Steve Rogers

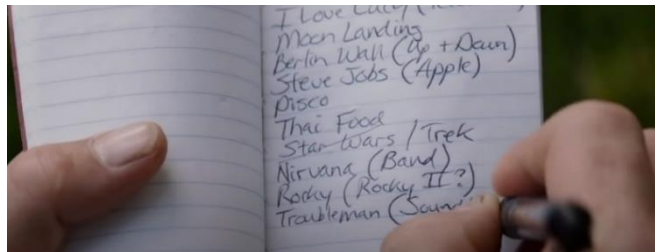


Figura 38. Captura de pantalla de la película Capitán América: El Soldado de Invierno (2014).

Steve Rogers, un hombre fuera de su tiempo, apunta en su libreta las cosas más importantes o de mayor trascendencia en la cultura popular del mundo actual. Entre referencias musicales y películas, podemos ver la marca Apple de Steve Jobs. Cabe destacar que a la hora de elaborar esta lista para la película se hicieron encuestas reales a la población, organizando una gran campaña por internet para que la gente votase por los sucesos o aspectos más memorables de cada país.

Burger King- Iron Man (2008) y Vengadores: Endgame (2019)



Figura 39. A la izquierda, captura de pantalla de la película Iron Man (2008).

A la derecha, captura de pantalla de la película Vengadores: Endgame (2019).

La marca Burger King tiene peso tanto en la trama de la película Iron Man (2008), como para el actor que interpreta al protagonista. En 2008, Robert Downey Jr. confesó al medio Empire que gracias a una de sus hamburguesas consiguió enderezar su vida. Esto se vio

reflejado en la cinta, cuando tras haber estado varios meses secuestrado por los terroristas, lo primero que pide Tony Stark es una hamburguesa americana y es aquí cuando entra en escena Burger King, remarcando lo feliz que hace una simple hamburguesa a una persona. Dicha escena toma un enorme peso emocional cuando al final de la película Vengadores: Endgame y tras el funeral de Tony Stark, su amigo Happy le pregunta a la hija del superhéroe caído que es lo que quiere y esta le responde que quiere una hamburguesa. Dos momentos que se unen y producen una gran emoción para el espectador.

- **Superhéroes en anuncios publicitarios**

Los superhéroes que salieron de los cómics también han protagonizado anuncios para publicitar productos.

Antman y Hulk-Coca-Cola



Figura 40. Captura de pantalla del anuncio de Coca-Cola de la Super Bowl (2016).

2. La pequeña pantalla: referencias a los cómics en series live action.

Series animadas

La televisión se ha convertido en el escenario perfecto tanto para las películas como para las series en tiempos de pandemia. En el caso de los superhéroes, la plataforma Disney Plus ha percibido una gran subida de abonados gracias a la llegada de series como ‘Bruja Escarlata y Visión’ y ‘Falcon y el Soldado de Invierno’. Tanto en las series de Marvel como en las de DC se han hecho referencias a los cómics. A continuación, se expondrán varios ejemplos, además de uno de la serie animada ‘Los Vengadores Unidos’.

Superman y Lois (2021)

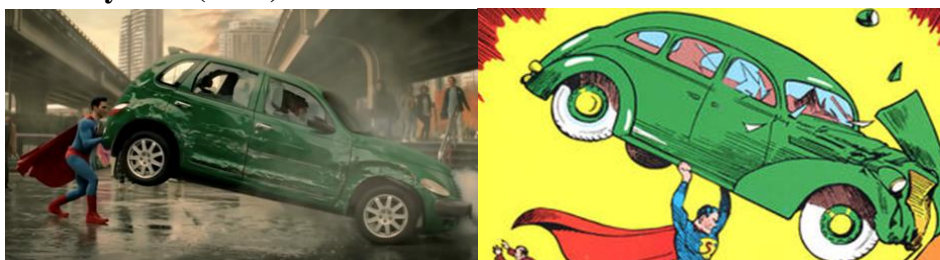


Figura 41. Comparación entre la escena inicial de la serie Superman & Lois (2021) y la portada Action Comics #1 (1938).

Bruja Escarlata y Visión (2021)



Figura 42. Comparación de los trajes de Halloween de Bruja Escarlata y Visión con los trajes reales de los cómics en 'Vision and the Scarlet With Vol 2 #1'.

Los Vengadores Unidos (2013)



Figura 43. Comparación de la pelea entre el Capitán América de Steve Rogers y el Capitán América William Burnside en el cómic 'Captain America Vol 6 #19' (2012) y la de Steve Rogers contra su versión malvada en la serie animada 'Vengadores: Unidos'.

3. Videojuegos sobre superhéroes y sus referencias a los cómics

Marvel y DC cuentan con una amplia variedad de videojuegos de distinto género dirigido a todo tipo de rangos de edad para múltiples plataformas como Xbox o PlayStation. La franquicia LEGO ha sacado al mercado varios juegos basados en los personajes de los cómics de Marvel y DC. Para el análisis de los videojuegos de los superhéroes y sus referencias a los cómics, tomaremos el juego 'LEGO Marvel Super Heroes 2'.

Juegos de palabras con el nombre del villano y carteles basados en propaganda real

Uno de los puntos más llamativos de 'LEGO Marvel Super Heroes 2' es el juego de palabras que los creadores han empleado a la hora de realizar ciertos paneles presentes en los escenarios del juego, usando el nombre de 'Kang' en lugar de la palabra 'can'.



Figuras 44 y 45. Carteles extraídos del juego 'LEGO Marvel Super Heroes 2' (2017).

Recompensas en forma de portadas de cómics de Marvel en formato LEGO.



Figura 46. Comparaciones entre portadas de cómics y portadas LEGO basadas en dichos cómics en el juego 'LEGO Marvel Super Heroes 2' (2017).

4. Superhéroes y su influencia en la música y en la sociedad

Muchos artistas se han visto influenciados a lo largo de la historia por los personajes que salieron de las viñetas. Siguiendo a López Poy hablando de la década de los 50: *“la cultura pop estaba a punto de nacer, la música sería el rock y la imagen del cómic, especialmente el cómic de superhéroes. Las influencias mutuas entre ambos géneros culturales eran inevitables”* (2017:201).

Innumerables cantantes le han puesto banda sonora a los superhéroes, pero tal y como explica López Poy: *“Si hay una banda de rock cuya estética y actitud remite directamente al mundo del cómic de superhéroes es, indudablemente, Kiss. El grupo montado en 1973, [...] asumió desde sus orígenes la filosofía narrativa superheroica y sus miembros no solo ocultan su rostro con maquillajes que simulan máscaras, sino que también se presentan bajo sus personalidades secretas”* (2017:201-202).

Hay miles de canciones dedicadas a los superhéroes como “Flash” de Queen o “Holding out for a hero” de Bonnie Tyler. Las bandas sonoras de las películas de superhéroes también se cuentan por cientos. El tema principal de la película de Los Vengadores, “The Avengers”, se ha convertido en un himno para los fans de la franquicia, incluso se ha utilizado en debates electorales en España, como en el programa especial dedicado a las elecciones presidenciales de Estados Unidos en La Sexta. Cabe destacar que la película Black Panther ganó el Óscar a mejor banda sonora en 2018.

A la hora de hablar de temas compuestos para las películas, es inevitable no hablar del tema “Star Spangled Man”, compuesto para Capitán América: El Primer Vengador. Durante las representaciones teatrales en las que participaba el Capitán América antes de convertirse en superhéroe y luchar en el campo de batalla, esta canción era interpretada por el resto de personas que lo acompañaban en el escenario mientras que el héroe hacía un discurso en el que animaba a la gente a comprar bonos de guerra. En la representación, el Capitán América también simulaba darle un puñetazo a un actor que hacía de Hitler, tal y como sucede en la primera portada de su cómic. Esta canción es una alabanza a los valores de Capitán América que a su vez representan los valores de Estados Unidos y su lucha contra el nazismo de Hitler. Traduciendo parte de la letra nos encontramos con lo siguiente: “¿Quién va a pelear y a salvar nuestra forma de ser?” ... “Hay una guerra cruel a la que poner fin, ¿quién destruirá a los gansos que ocupan Berlín?” ¿Quién servirá con afán? El hombre estrellado y su plan” ... ¿Quién alzaré al gigante de América? Sabemos que es el Capitán América”.



Figura 47. Captura de pantalla de Capitán América: El primer vengador (2011).

5. Superhéroes y cultura popular: los “memes”

En los últimos tiempos, las redes se han llenado de memes: imágenes o vídeos que se modifican con fines humorísticos y se difunden rápidamente. El caso de los superhéroes no es una excepción. Se han hecho memes con múltiples viñetas o escenas de películas. Los memes cumplen la función de interacción social, usando referencias culturales o describen situaciones de la vida real de las personas. Algunos prevalecen y otros desaparecen con el paso del tiempo. Las siguientes imágenes se han convertido en algunos de los memes de superhéroes más famosos hoy en día.



Figura 48. Captura de pantalla de la película Los Vengadores (2012).



Figura 49. Viñeta del cómic World's Finest Vol 1 #153 (Noviembre de 1965).



Figura 50. Captura de pantalla de la película Spiderman: Homecoming (2017).

6. Merchandising. El 'Boom' de los Funko Pop

En la actualidad, los superhéroes cuentan con una innumerable cantidad de merchandising, entendiendo este como un conjunto de productos publicitarios que los representan. Pero si hay uno que se ha visto claramente beneficiado son las figuras Funko Pop. Estas son objetos de coleccionismo al alcance de todos, muñecos cabezones de vinilo que imitan a una persona o personaje. Marvel y DC cuentan con una amplia variedad de Funko Pops de sus películas y series, pero últimamente se han lanzado figuras enfocadas en los personajes de cómics. También ha salido al mercado la primera basada en cómic.

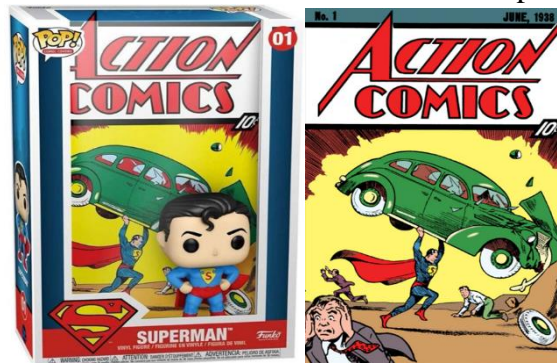


Figura 51. Comparación entre la figura Funko Pop basada en la primera portada de Action Comics #1.

Conclusiones

La estrategia propagandística a través del cómic de superhéroes funcionó durante la Segunda Guerra Mundial. Aunque perdieron relevancia hasta la llegada de la Guerra Fría, los cómics siempre se nutren de nuestra realidad y el enemigo del superhéroe va cambiando dependiendo del conflicto. La introducción de nuevos personajes en las historietas y la creación de los multiversos a mediados de la década de los ochenta supusieron el aumento de la venta de los cómics. Los 90 implicaron la pérdida de fuelle de los cómics, situación que se intentó suplir con la llegada de las películas basadas en superhéroes. Aunque al principio la introducción de los superhéroes de las viñetas al cine no fue lo que se esperaba, el Universo Cinematográfico de Marvel y el Universo Extendido de DC han conseguido que el impacto de los superhéroes en la cultura popular sea inmenso. Las funciones del cómic hoy en día han variado: lo que empezaron siendo cómics destinados al entretenimiento, se han convertido en un objeto de gran valor para los coleccionistas: el número 1 de Action Comics se ha vendido por 3,25 millones de dólares, unos 2,7 millones de euros. Además, dichos cómics atraen a otros lectores cuando se produce el estreno de una película o a los fieles lectores para repasar las historietas. Los superhéroes que salieron de las viñetas han sido, son y continuarán siendo un símbolo de la cultura popular de nuestros tiempos.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía específica

- ❖ Forbeck, M., Cowsill, A., Wallace, D. (2016): *Capitán América. La guía definitiva del primer vengador*; Londres: Dorling Kindersley Limited. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**
- ❖ López, M. (2017): *El universo de los superhéroes. Historia, cine, música, series y videojuegos*; Barcelona: Redbook Ediciones, s. l. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**
- ❖ Rodríguez, J.J. (2010): *Los cómics de la Segunda Guerra Mundial. Producción y mensaje en la editorial Timely (1939-1945)*; Cádiz: Universidad de Cádiz, servicio de publicaciones. **Fuente original, fuente bibliográfica, manual.**
- ❖ Thomas, R. (2017): *The little book of Captain America*; KOLN: Taschen Benedikt. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**

Bibliografía general

- ❖ Brown, J.A.C. (1981): *Técnicas de Persuasión. De la propaganda al lavado de cerebro*; Madrid: Alianza Editorial. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**
- ❖ Castillo, G. (1989). Propaganda y publicidad política. *Revista Comunicación y Medios*, (7-8), p. 41-46. **Fuente original, fuente hemerográfica, revista científica.**
- ❖ Häggman, B. (1976). Guerra psicológica y propaganda comunista en Vietnam. *Boletín de Información*, ISSN 0213-6864, Nº 99, p. 2-5. **Fuente original, fuente oficial, boletín oficial.**
- ❖ Hormaechea Ocaña, A. (2020). El cómic como propaganda anticomunista durante la Guerra Fría (1947-1960). *Historia Y Comunicación Social*, 25(1), 5-14. <https://doi.org/10.5209/hics.69221> **Fuente original, fuente hemerográfica, revista científica.**
- ❖ Huici, A. (Coord) (2004): “Los heraldos del acero. La propaganda de guerra y sus medios. Sevilla: Comunicación Social. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**
- ❖ Huici Módenes, A., Pineda Cachero, A. (2004). “Propaganda y comunicación: una aproximación plural”. Sevilla: Comunicación Social edición y publicaciones. **Fuente original, fuente bibliográfica, manual.**
- ❖ Huici, A. (2017). Teoría e historia de la propaganda. Madrid: Editorial Síntesis. **Fuente original, fuente bibliográfica, manual.**
- ❖ Jiménez Varea, J. (2004): Historietas de superhéroes y propaganda bélica durante la II Guerra Mundial, en Huici Módenes, A. y Pineda Cachero, A., *Propaganda y comunicación. Una aproximación plural*. Sevilla, Comunicación Social, pp. 153-173. **Fuente original, fuente hemerográfica, revista científica.**
- ❖ Morelli, A. (2002). *Principios elementales de la propaganda de guerra*. Guipúzcoa: Argitaletxe . Hondarribia : Hiru, 2001. ISBN 84-89753-60-1. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**

- ❖ Parker, R.A.C. (1998): *Historia de la Segunda Guerra Mundial*. España: Universidad de Zaragoza. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**
- ❖ Pineda Cachero, A. (2006): *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda*. Sevilla: Alfar. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**
- ❖ Pineda, A (2007): Orígenes histórico-conceptuales de la teoría de la propaganda nazi. *Historia y comunicación social*, ISSN 1137-0734, N° 12, 2007, pp. 151-176. **Fuente original, fuente bibliográfica, manual.**
- ❖ Pizarroso Quintero, A. (1990): *Historia de la Propaganda: notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*. Madrid: Eudema Universidad. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**
- ❖ Sánchez, F. (2005): *La Segunda Guerra Mundial y el cine (1979-2004)*. España: Ediciones Internacionales Universitarias. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**
- ❖ Welch, D. (2016): *Persuading the People: British Propaganda in World War Two*. Rosemary Hill London Review of Books, ISSN 0260-9592, Vol. 38, N°. 24, 2016, pp. 33-34. **Fuente original, fuente bibliográfica, monografía.**

Webgrafía

- ❖ Alavez, M. (2015): *Los 10 carteles que marcaron a la propaganda de la Segunda Guerra Mundial* (17 de febrero de 2021). Recuperado de: <https://culturacolectiva.com/historia/los-10-carteles-que-marcaron-a-la-propaganda-de-la-segunda-guerra-mundial> **Fuente original, fuente multimedia, página web**
- ❖ Lomello, F. (2014): *La Segunda Guerra Mundial* (9 de febrero de 2021). Recuperado de: <https://es.slideshare.net/fabrilomello/la-segunda-guerra-mundial-37817530> **Fuente original, fuente multimedia, página web.**
- ❖ Universidad de Palermo. *La propaganda aplicada en la Segunda Guerra Mundial (1939-1945)*: (11 de febrero de 2021). Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/41690_157826.pdf **Fuente original, fuente multimedia, página web.**