

EL LUGAR DEL CÓMIC EN LA SOCIOLOGÍA

Jordi Giner Monfort



EL LUGAR DEL CÓMIC EN LA SOCIOLOGÍA

Jordi Giner Monfort
Universitat de València

ÍNDICE

PRÓLOGO: POR ÁLVARO PONS **8**

1. INTRODUCCIÓN **16**

2. La sociología del cómic desde una mirada histórica **26**

3. Cómic y etnografía **36**

4. Cómic como medio para contenidos sociológicos **50**

5. Redes lógicas: Apuntes sobre unos apuntes del profesor José Beltrán **66**

6. Cronología de la canonización académica del cómic **78**

7. Bibliografía citada **86**

© Jordi Giner Monfort, 2019

© Álvaro Pons, 2019

© Fundación SM, 2019

ISBN: 9788409151745

Impreso en la UE / *Printed in EU*

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

PRÓLOGO

ÁLVARO PONS

Pocas artes entroncan mejor con la definición de “cultura popular” que el cómic. El cómic nace de la pulsión de la humanidad por contar historias, hundiendo sus raíces en la tradición de una narración dibujada que se remonta a los tiempos de la prehistoria y de la que derivó la escritura. Evolucionó continuamente a lo largo de los años, creando recursos y herramientas comunicativas para, a mediados del siglo XIX, encontrar un discurso propio que se alejaba del mantenido por las artes más reconocidas. El cómic se nutría de la sátira y encontraba en la caricatura un potente instrumento para conectar con el pueblo y expresar sus anhelos y deseos. Las historietas que publicaban los periódicos americanos en la frontera del siglo XX eran narraciones de las clases más bajas que las clases pudientes rechazaban y despreciaban (no en vano, el concepto de “prensa amarilla” nace como respuesta a las historietas del *Yellow Kid* de Richard Fenton Outcault). El cómic se hace costumbrista por necesidad, porque sus artistas son gente de la calle que cuenta las historias que ve a su alrededor, convirtiéndose no solo en un poderoso medio de denuncia, también en una forma invaluable de analizar y estudiar la sociedad de cada época. El contexto de cada momento es expresado por el cómic en conexión con la sociedad: no es difícil relacionar el aumento de los géneros de evasión en las Sundays americanas con el crash del 29; o los problemas de la posguerra española a través de las zahirientes y mordaces historietas de la escuela Bruguera en las revistas DDT o Pulgarcito. Pero si el cómic se alzó como una fuente de información fundamental del siglo XX, en el siglo XXI ha decidido dar un paso adelante y lanzarse a un papel protagonista que se comenzó a fraguar durante toda la centuria anterior. El cómic se ha hecho social, potenciando temáticas que tímidamente se introdujeron a partir de los años 70 para encontrar hoy en la historieta un medio perfecto de expresión, hasta el punto de abandonar el espacio

de la ficción para entrar decididamente en el ensayo. Y más, porque el cómic ha roto incluso la frontera periodística revelándose como un lenguaje perfecto para el análisis y reflexión de la noticia.

El cómic se ha convertido así en una herramienta sociológica de amplio espectro de potencialidades, que está recibiendo atención e interés de la comunidad académica ante el abanico de posibilidades aplicadas que abre. Qué mejor espacio que el Congreso de la Federación Española de Sociología para dar fe del buen maridaje entre la sociología y el cómic y qué mejor introducción que la realizada por el experto en ambas disciplinas Jordi Giner, que centra el cómic en esta ciencia y permite vislumbrar todo su futuro en este ámbito.

INTRODUCCIÓN

EDUCAR DESDE EL RE-CONOCER

“Se voglio divertirmi leggo Hegel,
se voglio impegnarmi leggo Corto Maltese”
(**Umberto Eco**)

Podemos considerar que el cómic, durante mucho tiempo conocido como tebeo en nuestro entorno geográfico, es un medio de comunicación que hunde sus raíces en la narración dibujada, que evoluciona desde la prehistoria para encontrar su forma definitiva a mediados del s.xix en la obra de Rodolphe Töpffer. En un rápido desarrollo desde ese momento, ha sufrido cambios en la presentación, formato y lenguaje que lo han transformado en el medio tan versátil que conocemos hoy en día y que se manifiesta desde la clásica tira, ahora incluso en formato electrónico, hasta la novela gráfica pasando por una multitud de presentaciones que interactúan con otros medios, lenguajes y significados. La sociología no ha ignorado esta realidad y lo ha investigado desde diferentes ópticas y metodologías, prácticamente desde la popularización de los *comic-books* en los años 30 del siglo xx. No obstante, muy a menudo, se ha detectado una consideración del cómic –al menos en nuestro ámbito geográfico como campo menor, como una subliteratura marginal que solamente interesa a un sector determinado de público (puede que por su tradicional relación con la infancia, la adolescencia o con determinado grupo de público aficionado).

En este punto es oportuno preguntarse si una sociología del cómic debería centrarse en su faceta artística o más bien en su vertiente comunicativa. En nuestra opinión, aquello que prima en el estudio sociológico del cómic, entendido como obra físicamente independiente

compuesto por una o diversas historias secuenciales (o historietas), es todo lo relacionado con su difusión y consumo, es decir, la parte comunicativa, sin menoscabar su dimensión estética¹. Por tanto, destaca no solo el mensaje en sí, sino también los efectos sobre el público lector, las condiciones de producción y reproducción y, también, la manera en la que trasciende su campo en el sentido más estricto. En este escrito intentamos abordar tanto de manera histórica como desde los puntos de vista metodológico y epistemológico cuál es el lugar del cómic en la sociología. Aunque alguna de las autorías puede que no se corresponda con el perfil académico netamente sociológico, nos tomamos la libertad de analizar sus obras, bien por su interés, bien porque el objeto es próximo a la disciplina. Lo que tratamos de desvelar en las páginas que siguen es un análisis de la sociología del cómic desde cinco puntos de vista diferentes: el primero es una visión histórica, que da comienzo en los años 40 en el ámbito norteamericano y finaliza con la aparición de revistas académicas dedicadas al análisis del medio y *readers* en los conglomerados editoriales más importantes del siglo xxi. El segundo punto de vista es el de los cómics como instrumento etnográfico de primer orden, a partir de los cuales puede surgir o facilitarse un análisis de tipo sociológico. El tercer punto de vista es el de la capacidad de los cómics para transmitir contenido puramente sociológico, ya no desde la vía de un relato secuenciado que pueda sustituir al trabajo de campo empírico, sino como medio de expresión del conocimiento académico o como material de apoyo a la docencia, a la misma altura que otros productos culturales. Como doble colofón, se intenta tejer una red lógica en torno al cómic e intentamos establecer una cronología acerca de su abordaje académico a lo largo del siglo xx y xxi, lo que ha facilitado su consideración como objeto de estudio legitimado. Estos ejes son también los que guían la exposición dedicada a la sociología del cómic en el contexto del XIII Congreso de la Federación Española de

¹ Para un análisis del cómic desde una mirada alejada de lo narrativo, ver Pons (2018)

Sociología (València, 36 de julio de 2019), del cual este cuaderno se podría considerar un complemento. Vaya por delante nuestro agradecimiento al comité organizador del congreso, que ha considerado este tema de interés y a la Cátedra de Estudios del Cómic Fundación SM-Universitat de València, al Institut Alfons el Magnànim y al Institut Universitari de Creativitat i Innovacions Educatives por su apoyo. Igualmente, muchas gracias a los profesores José Beltrán y Álvaro Pons por su inestimable contribución en el proceso de creación de este texto y la exposición que lo acompaña

2. LA SOCIOLOGÍA DEL CÓMIC DESDE UNA MIRADA HISTÓRICA

Los orígenes del cómic como medio de comunicación de masas se sitúan habitualmente en los años 30 del siglo xx, momento en el que estos se independizan físicamente de los periódicos que contenían las historietas: los *comic-books*, nacidos como libros –literalmente- recopilatorios de las publicaciones de prensa, comenzaron a popularizarse y tomar forma de las omnipresentes revistas *pulp* de género, para rápidamente comenzar a generar sus propios contenidos. Un proceso que se inicia con *The Funnies* en los años 30, pero que tendrá en *Superman*, en 1938, su certificación (Wright, 2001:2). Ya desde los años 40 se venían publicando trabajos de análisis del cómic desde el punto de vista sociológico, tanto en revistas académicas (Strang, 1943), en formato libro (Wertham, 1954) e incluso en forma de tesis y trabajos de máster (Cassidy, 1942; Heisler, 1944; Davidson, 1958), todo ello en el ámbito norteamericano. No obstante, no será hasta la década de los años 80 cuando se considere que los estudios sobre el cómic entran por la puerta de la legitimación en el ámbito académico, aunque no aún en un modo hegemónico. Más bien, cree Gabilliet, se hizo un sitio dentro del apartado de las artes menores (Gabilliet, 2009).

John Lent ofrece una visión de cómo la academia se ha enfrentado al cómic desde los años 40 y las dificultades que algunos académicos, como Sol Davidson, tuvieron que lidiar, por ejemplo con los comités de supervisión de tesis o con directores nada convencidos con la elección del tema. Para Lent, el cambio en términos de legitimación académica acaece a final de los años 80 del siglo xx, debido en gran parte a cinco factores: primero, que la academia, en tanto que asumía como propia la disciplina de la cultura popular, daba entrada por la vía directa a los cómics, al considerarlos parte de ella. Segundo, el hecho de que los cómics, en su proceso de reinención, se planteaban nuevos estilos y temáticas dirigidas a audiencias adultas y con niveles educativos más elevados. Tercero, gracias al proceso de globalización, el cómic japonés y europeo llega con mayor facilidad a los EUA, con lo que aparecen investigaciones cruzadas. Cuarto, el hecho de que las investigaciones sobre cómic provengan de diferentes disciplinas provoca la emergencia de un marco teórico propio. Y quinto, la progresiva legi-

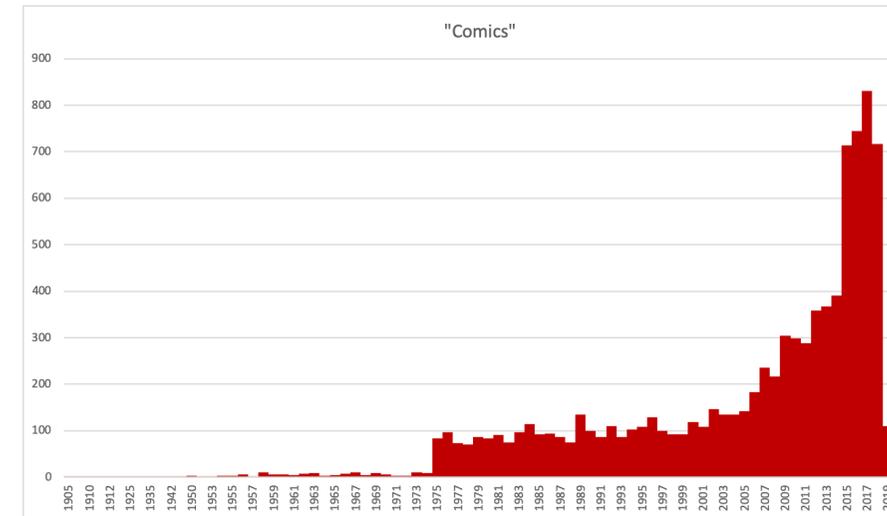
timación favoreció que cada vez más estudiantes de doctorado sintieran seguridad a la hora de plantear tesis sobre el mundo del cómic (Lent, 2010).

Pese a todo, una búsqueda simple en *Web of Science* nos puede ilustrar sobre la evolución del material publicado con la palabra clave “comics” desde los inicios del siglo xx. Se pueden observar algunas tendencias, como el punto de inflexión que supone 1975, año en el que se supera el máximo histórico de 11 publicaciones anuales (1967) y se llega a las 83.

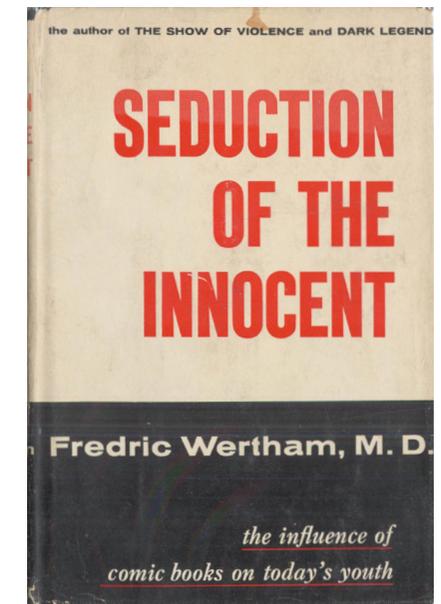
No se superarán las 100 publicaciones hasta 1984 y las 200 en 2007. El año 2009 supuso un nuevo punto de inflexión con 305 publicaciones, pero quizá el mayor incremento en términos absolutos se produjo en 2015, con 713 publicaciones. Esta dinámica anticipaba el máximo histórico de publicaciones sobre cómics, que se produjo en 2017 con 831. Todo ello indica que es un campo muy vivo en términos académicos. Veamos ahora sus orígenes.

2.1. El estudio del mensaje del cómic: de la censura al análisis de contenido

Los primeros estudios sobre el cómic se remontan a los años 40 del siglo xx, solamente unos años después de la popularización del medio por la vía de la edición independiente de los periódicos, en los 30. En este sentido, se puede decir que los primeros estudios sobre el cómic aparecen de manera paralela a los primeros estudios sobre los medios de comunicación. La principal línea argumental en aquellos años era catastrofista, en el sentido que analizaban los cómics desde la teoría de la aguja hipodérmica (Laswell, 1927). Según esta teoría, se entiende que el mensaje es percibido e interpretado de manera homogénea por la audiencia, que lo recibe de manera pasiva y acrítica. Aunque durante los primeros años cuarenta ya aparecen algunas contribuciones en monografías o prensa académica (North, 1940; Groensteen, 2009:5), puede que una de las primeras aproximaciones en este sentido fuese la de Henry E. Schultz, que ya en 1949 publicó un artículo sobre la censura en el cómic. Estos artículos anticipaban, en buena medida, lo que sería la primera ola de estudios conservadores sobre el



Evolución de la palabra clave "comics" en artículos académicos, 1905-2019. Elaboración propia a partir de datos de Web of Science



Portada de *Seduction of the Innocent* (Wertham, 1954). Rinehart Editions©

medio, muy crítica tanto con el mensaje como con la parte icónica. En este sentido, el primer estudio formal que destaca es el Thomas Hoult, que fue uno de los que después influiría en el movimiento de autocensura en el sector (1949). Hoult realizó un estudio sobre 235 chicos y chicas de Los Ángeles entre 10 y 17 años que habían sido arrestados y otros tantos a los que consideraba no delincuentes. Pudo observar que aquellas personas consideradas delincuentes habían leído más cómics del que él mismo clasificaba como lesivo, y además leían en términos generales más cómics que las personas sin antecedentes.

Pero puede que la obra académica de más influencia en la historia del cómic sea la del psiquiatra Fredric Wertham (1954). En *Seduction of the Innocent*, Wertham alerta de la violencia y las escenas sexuales más o menos explícitas presentes en los cómics, y también de los efectos que su lectura puede tener en el público lector. De hecho, su declaración en la subcomisión de delincuencia juvenil del senado de los EUA desencadenó dos reacciones: la primera, una histeria anti-cómic que acabó en varios episodios de quema de álbumes. La segunda, y más importante, la implementación de la *Comics Code Authority*, un sello que desarrolló la *Comics Magazine Association of America* y que venía a significar la autocensura de la patronal de las editoriales de cómics (Hajdu, 2019).

Wertham llega a analizar detalles de dibujos explorando en lo subliminal posibles rastros de sexualidad o evidenciando de qué manera la violencia explícita desarrollará conductas violentas en las mentes lectoras, para lo que aprovechó su puesto de trabajo como psiquiatra clínico. El mismo Wertham resumía los efectos de la lectura de cómics sobre los crímenes en 8 puntos: 1) Son una invitación al analfabetismo; 2) Crean una atmósfera de crueldad y engaño; 3) Predisponen a la tentación; 4) Estimulan fantasías insanas; 5) Sugieren ideas criminales o sexualmente anómalas; 6) Fomentan la racionalización, lo que puede ser éticamente más perjudicial que el impulso; 7) Sugieren cómo debe ser el impulso delincuente y proporcionan detalles de sus técnicas; y 8) Pueden inclinar la

balanza hacia el desajuste o la delincuencia. El trabajo de Wertham ha sido ampliamente analizado de manera crítica, lo que deja entrever la enorme influencia que causó en la industria editorial y en el destino del cómic en particular (Nyberg, 1998; Beaty, 2005; Tilley, 2012).

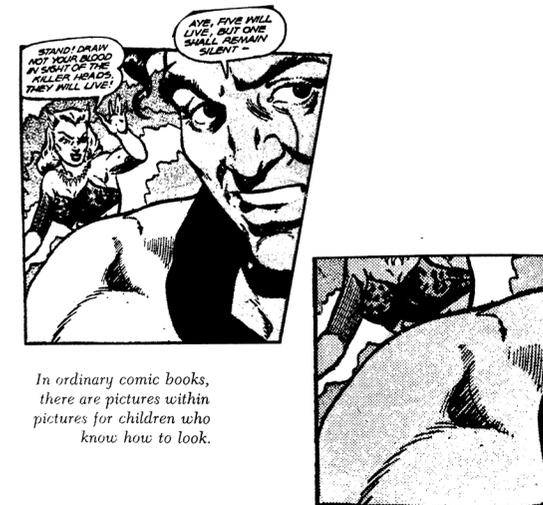
Durante los años 50 se publicaron otros estudios desde una óptica menos catastrofista. El primero de los ejemplos es el análisis «breve, pero profundo» que realiza Marshall McLuhan de los ahora clásicos *Li'l Abner*, de Al Capp; *Little Orphan Annie*, de Harold Gray; *Bringing Up Father*, de George McManus y *Blondie*, de Chick Young (1951). Sobre el primero, destaca su carácter realista, alejado del humor con el que se suele relacionar al cómic y el hecho que aún en un único personaje la imagen de la América cotidiana. De la segunda, McLuhan destaca el paralelismo con las tesis de Margaret Mead sobre la necesidad de superar a los progenitores para demostrar su valía. De la serie de McManus se centra en el efecto imitación de las medias clases por parte de la familia de inmigrantes que representan Maggie y Jiggs. Por último, sobre *Blondie* destaca la diferencia entre las primeras generaciones de europeos llegados a los EUA, y las generaciones nacidas y criadas allí en cuanto a la posibilidad de lograr el éxito en sus carreras.

Otro ejemplo de análisis desde lo sociológico es el estudio de Riesman, Glazer y Denney sobre los cómics como objeto de consumo destinados al público infantil (1950). En *The Lonely Crowd* explican la transformación de la sociedad norteamericana en función del cambio desde lo que ellos denominan personas dirigidas por sí mismas a estar dirigidas por otras personas. Observan cómo los agentes socializadores más allá de la familia, la escuela y el grupo de iguales dirigen y orientan el comportamiento hacia los otros, contexto en el que pueden aparecer los cómics como agentes socializadores. Reuel Denney, uno de los autores anteriores, expandió su estudio sobre las transformaciones sociales al campo de los *hot rod*, una afición surgida en los EUA en los años 30 del siglo xx que consiste en

modificar coches antiguos, dotándolos de motores más potentes y decorándolos de manera vistosa (Denney, 1957). En ese contexto utiliza el ejemplo de *Gasoline Alley*, de Frank King, como símbolo de cómo el vehículo pasó de un mero medio de transporte a una forma diferenciada de representación social por la vía de la transformación personalizada del automóvil. Esta se constituye en una de las formas de participación en las actividades de tiempo libre que analiza en el ámbito de la cultura popular americana.

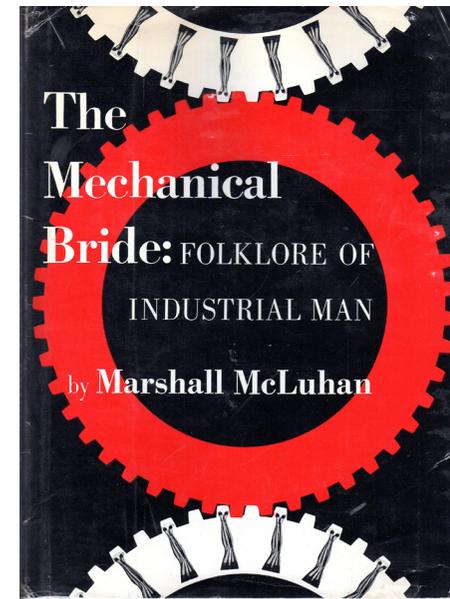
El análisis del mensaje llegará a su apogeo con los *Cultural Studies*, cuando diversas investigaciones se plantean abordar el contenido de diferentes cómics desde puntos de vista diversos, como pueden ser el género, la etnicidad o la orientación sexual. Uno de los primeros readers académicos sobre el cómic fue el que coordinaron McAllister, Sewell y Gordon (2001) sobre su relación con la ideología. Para ello se sirven no solo de los análisis de contenido, sino también de la estructura del mercado editorial (McAllister, 2001) o de la evolución de figuras icónicas, como *Wonder Woman*, desde el punto de vista de la integración como inmigrante de origen griego (Smith, 2001). Sobre la identidad nacional, ver, por ejemplo, los análisis en clave nacional o poscolonial propuestos en Miller, entre otros, de *Asterix y Obelix* o de los personajes de Jacques Tardi (Miller, 2007:149 y ss.). A otro nivel se sitúa *PHD comics*, el webcómic de Jorge Cham sobre el proceso de creación interminable de una tesis doctoral, que cuenta incluso con reseñas en *Nature* y *Science*² (Smaglik, 2005; Coelho, 2009). Sobre el género, ver el análisis sobre los roles de género en los cómics de Marvel (Murphy, 2016) o el estudio sobre indisciplina en personajes femeninos del manga japonés (Ogi, 2001). En lo que respecta a los estudios étnicos, es muy interesante el trabajo de Parker (2007) sobre el compromiso multiétnico

² Para un análisis desde la teoría del reconocimiento, ver Hernández y Herzog (2015:203 y ss.).



In ordinary comic books, there are pictures within pictures for children who know how to look.

Fragmento interior de *Seduction of the Innocent* (Wertham, 1954) Rinehart Editions©



Portada de *The Mechanical Bride* (McLuhan, 1951) Vanguard Press©

en los cómics o el de Jack Shaheen sobre las imágenes de la población árabe en los cómics americanos (1994).

2.2. El estudio de las audiencias

Contrariamente a la aproximación hipodérmica por la que se asume la entrada unívoca del mensaje, a finales de los años 40 varias publicaciones se centraron en averiguar los hábitos lectores de los niños y niñas de los EUA. Cabe destacar la presencia de investigadoras y académicas entre la comunidad interesada por el cómic, algo que será una constante en los años posteriores. Probablemente el primer estudio sociológico que se publicó sobre el cómic es el que Ruth Strang escribió para *The Elementary School Journal* en el que se preguntaba por las razones que explicaban el interés o el desinterés en la lectura de cómics. Realizó un trabajo de campo a partir de 30 entrevistas y 150 informes escolares ³ (1943). Strang constató en este estudio la circulación de cómics de mano en mano, lo que expandía su audiencia más allá de la simple compra, e incluso identificaba un mercado de intercambio a modo de cooperativa. Lejos del ambiente prohibicionista al que asistirían los EUA en los años 50, Strang proponía integrar el cómic en la escuela, dado su papel de atracción hacia la lectura. De la misma manera, solo un año después, Josette Frank justificaba en positivo la lectura de cómics porque, argumentaba, es el paso previo a la lectura de libros (1944).

En 1946 Florence Heisler dedicó otro estudio a los hábitos de lectura de 600 niños y niñas de Nueva York. En él, Heisler compara los hábitos lectores de niños y niñas que afirman leer cómics y de los que no. Además, trata de comparar sus marcas mediante pruebas

³ Conviene tener en cuenta que el Trabajo de campo se realizó en 1941, solo tres años después de la aparición del primer Superman (1938) y doce después de la aparición del primer número de The Funnies, el primer álbum de cómics físicamente independiente de otras publicaciones periódicas.

TABLE V
MEAN NUMBER OF BOOKS OWNED BY THE COMIC AND NON-COMIC READERS
Grade

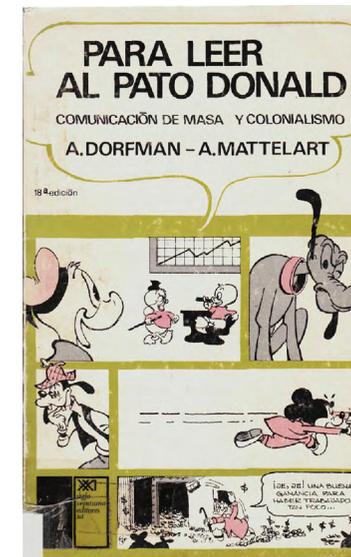
Test	Two			Three			Four		
	Non-Comic	Comic Readers	D σD	Non-Comic	Comic Readers	D σD	Non-Comic	Comic Readers	D σD
Book Means*	6.8	12.1	.72	18.4	8.5	.97	6.8	16.6	.91

* This means books other than comics.

TABLE V--Continued

Test	Five			Six			Seven			Eight		
	Non-Comic	Comic Readers	D σD									
Book Means*	22.9	8.0	.93	15.4	20.	.37	14.5	21.7	.47	15.8	22.2	.57

* This means books other than comics.



Portada de Para leer al Pato Donald, de Dorfman y Mattelart (1971) Ediciones Universitarias de Valparaíso©

Fragmento interior del estudio de Florence Heisler (1946). Taylor and Francis©

estándar (test de Standford de lectura; test de California sobre madurez mental y de personalidad) y con otro tipo de medidas, como el número de libros disponibles en el hogar. En sus conclusiones avanza que no había diferencias significativas entre los dos grupos.

Unos años después apareció el estudio de Katherine Wolf y Marjorie Fiske (1949). En él, entrevistaron a 104 niños y niñas entre 7 y 17 años de los estados de Nueva York y Connecticut. Utilizando tanto métodos cualitativos como cuantitativos, llegaron a definir tres tipos de lectores: fans (un 37% en su estudio), lectores ocasionales (48%) e indiferentes y hostiles (15%). Wolf y Fiske observan de qué manera diferente tipo de material es utilizado por distintas franjas etarias: los cómics de animales son útiles en cuanto que resuelven sus necesidades proyectivas tempranas, mientras que los de superhéroes satisfacen sus egos. Asimismo, destacan el carácter realista de los ambientes urbanos presentes en series como *Superman* o *Batman*, en tanto que los héroes correspondientes de la literatura clásica viven en entornos irreales o que serían menos fácilmente identificables para niños y niñas.

Ya en los años 90 llegaría el estudio de Brown sobre las comunidades de fans (*fandom*) en los EUA, que profundiza en las características y el capital cultural alrededor de la afición al cómic. El mundo del cómic dejaría así de estar marginado y las tiendas especializadas (unas 5000 en los EUA en 1989), junto con las convenciones, se convierten en lugares privilegiado para el consumo e interacción, tanto entre lectores como entre lectores y artistas. Para Brown (1997) el problema estriba en que el gusto por el cómic, siguiendo los postulados de Bourdieu, se sitúa en el extremo opuesto de lo que la burguesía considera los estándares del buen gusto, con lo que se suele etiquetar moralmente este tipo de afición como propia del público infantil o simplemente humorística. A diferencia de otros entornos de *fandom*, el del cómic cuenta con la ventaja que se puede coleccionar el objeto físico, a lo que cabe sumar todo un entorno de objetos y coleccionables que

conceden a la persona que lo posee un estatus cultural determinado, algo muy valorado en el grupo de iguales.

Los estudios de las audiencias desde el punto de vista cuantitativo se han convertido, ya en el siglo XXI, en etnografías de comunidades de público lector. Estos es el caso de la obra de Matthew J. Pustz, que se centra en el fenómeno fan (2001). Para Pustz las personas aficionadas al cómic lo son por varias razones, que van desde el puro coleccionismo a la especulación y desborda el aspecto físico del cómic para invadir otros campos, como el de la moda, la decoración, el cine, etc. En su estudio sobre el fenómeno fan se centra en la tienda *Daydreams* de Iowa, donde realiza su trabajo de campo, aunque también se extiende por las convenciones y salones especializados de los EUA. Así, analiza la estructura de este tipo de reuniones, el tipo de establecimientos que se pueden encontrar, y algunos de sus atractivos: desde las sesiones de firmas de autores consagrados hasta la oportunidad de entablar relación con gente a la que solamente se conoce de manera virtual (2001:164). Pustz también explora los conflictos más o menos manifiestos, como el que se da entre el *mainstream* y el cómic alternativo o entre el universo convencional de superhéroes y los nuevos estilos más oscuros y violentos (2001:164-165). De la misma manera, explora los mecanismos por los que la industria crea y alimenta el fenómeno *fandom*, desde los salones y encuentros a las *lettercol*, las cartas del público lector, o las publicaciones profesionales (como *Comics Journal*, *Comic Buyer's Guide* o *Wizard: The Guide to Comics*) o semiprofesionales como los fanzines o su versión electrónica, los *ezines*. Por último, Pustz certifica con su estudio algo que algunos estudios anteriores ya apuntaban: el fenómeno fan en los EUA es mayoritariamente masculino, al menos en el ámbito público ⁴ (tiendas de cómics, convenciones, etcétera).

⁴ Algo que posteriormente se ha puesto en duda (Kohnen, 2014), especialmente en ámbitos como el del manga (Yukari, 2013).

Por otra parte, Woo (2011, 2012) se centra en sus estudios en la comunidad fan, desde un punto de vista de consumo y prácticas orientadas hacia los medios. Ya no se trata solamente de lo que significa leer un cómic, sino también de qué prácticas materiales implica su consumo. La diferencia, llegados a este punto, es que el *audiencing* es interactivo, lo que significa que las audiencias también participan en la creación, distribución y reproducción, en este caso, del cómic. Woo, como también hizo Pustz, organiza su trabajo de campo en tiendas de cómics y convenciones, mediante el que clasifica la comunidad fan entre coleccionistas, que a su vez clasifica en completistas, aficionados y especuladores y, por otra parte, lectores. Cada uno de los grupos tiene una interpretación diferente de qué son y qué significan los cómics⁵. Estos grupos de fans desarrollan unas prácticas culturales y de consumo que también son inmateriales y afectivas, que son en última instancia las que otorgan la entrada en el universo fan.

2.3. Los estudios culturales y el cómic: la cuestión de la ideología

En 1971, Ariel Dorfman y Armand Mattelart ofrecieron una mirada marxista sobre el medio, que influiría en el modo en que la academia investigaría el cómic en los años venideros. Para ello utilizaron la figura del *Pato Donald*, y más en concreto a *Scrooge McDuck* (*Tío Gilito* o *Rico McPato* según la traducción). Para Dorfman y Mattelart, la historia del *Pato Donald* es de naturaleza imperialista con lo que, lejos de constituir una historia inocente para el público infantil, supone la correa de transmisión de los valores capitalistas norteamericanos ejemplificados en la corporación *Disney*: consumismo, estereotipos sobre países en desarrollo y mensajes anticomunistas.

⁵ En este sentido, ver Stanfill (2019).

Los autores apuntan la práctica ausencia de formas de producción en los álbumes analizados, de la misma manera que el conflicto nunca es de carácter social, más bien entre bien y mal. También les llama la atención la simplificación de los países exóticos que aparecen y la manera en que la riqueza, simbolizada en el oro, se convierte en un objeto de juego. Más aún, los personajes de Disney representarían una única clase, de carácter utópico, que parece querer volver a las civilizaciones anteriores a la urbanización para justificar su posición en términos de progreso y adquisición de poder. El libro, que se publicó originalmente en español, fue posteriormente perseguido por la dictadura chilena, pero antes también lo fue por la burguesía, que veía en estas historietas una manera insana de esparcimiento⁶.

Dos años más tarde, Dorfman y Jofré indagaron, en la misma línea, sobre *El Llanero Solitario* y *Superman* en un libro que también fue secuestrado por la dictadura chilena. Jofré remarca en su escrito el carácter de entretenimiento y evasión de la realidad de la historieta⁷, entre otros factores porque no se refieren al estado real de las cosas. Jofré también insiste en su escrito sobre el papel alienador de la historieta en cuanto que promueve una ideología burguesa, por ejemplo, proponiendo conflictos simples en ausencia de dialéctica o negando lo social y imponiendo valores individualistas (Dorfman y Jofré, 1974). Desde esta óptica marxista, destaca tres características de la historieta: la parcelación de la realidad, por la que las historietas solamente tratan de un tema concreto, evitando tocar otras realidades; el maniqueísmo, por el que el mundo se divide sistemáticamente en buenos y malos; y

⁶ Posteriormente, Ariel Dorfman focalizó su análisis crítico en la figura de Superman y en la manera en que el superhéroe legitima el statu quo, dejando aparte los conflictos de clase y resolviendo cualquier problema mediante la intervención individual, mayormente de carácter físico (Dorfman y Jofré, 1974; Dorfman, 1983).

⁷ En el original utiliza la expresión historieta como contrapunto al americanizante y colonizador comics (Dorfman y Jofré, 1974:96)

la presencia constante de relaciones verticales de dominio. Por último, Jofré explica la experiencia de la compra por parte del gobierno de la Unidad Popular de la editorial ZigZag y de qué manera cambiaron y se crearon nuevas series y personajes tomando en consideración criterios de organización del trabajo asambleario y procesos participativos de evaluación popular.

Aunque desde diferente punto de vista, Oscar Masotta también realiza una aportación desde el ámbito de lo sociológico en su obra (1982). Masotta se centra en el ámbito argentino (Oesterheld, Breccia) pero también da entrada a un comentario de Oscar Steimberg sobre ideología en Patoruzú, uno de los personajes más emblemáticos de la historieta argentina, creado por Dante Quintero y a quien dedica el último capítulo desde una perspectiva semiológica. Steimberg no solo analiza el personaje, sino también el soporte en el que se edita (la tapa, el uso del color en la historieta) e incluso los editoriales que se dedicaban en los primeros números allá por 1936. Frente a un *Patoruzú* inocente, sitúa Steimberg los lugares comunes del perjuicio racial y nacional, curiosamente sus enemigos: el judío, el gitano o el pacto turcochinoindio.

En 1987 aparece el estudio de Elizabeth Frazer dedicado a la lectura de los álbumes de *Jackie* por parte de chicas adolescentes del Reino Unido. Se basa en siete grupos de discusión alrededor de una historieta en formato fotográfico y de la revista en cuestión para, entre otros cometidos, observar qué efectos tienen en las lectoras. Lo que observa en los grupos de chicas adolescentes es que el discurso, tal y como está planteado en la fotonovieta, no es interpretado de manera unívoca, ni si quiera por el grupo que más cerca está de la clase social objetiva de sus protagonistas. Para Frazer, tratar de ideología a partir de los textos es, en la práctica, poco recomendable dado que la interpretación varía mucho en función de la

persona receptora. La clave del análisis del discurso estaría en acercarse al registro, a aquello que es aceptable decir y aquello que no en diferentes espacios y con diferente compañía ⁸.

Con la irrupción de los *Cultural Studies*, y el estudio de las expresiones subculturales juveniles, el estudio del cómic entra por la vía directa en el mundo académico. Uno de los principales estudios en este sentido es el de Martin Barker (1989). Barker se centra en varias series populares en Reino Unido, como *Action*, *Scream Inn*, *Jackie* o, como veremos posteriormente, el mismo *Pato Donald*.

Para su análisis utiliza tanto métodos cualitativos (entrevistas con los autores, análisis de contenido de los cómics, pero también análisis de las cartas que el público lector enviaba a las editoriales) como cuantitativos (encuestas al público lector). La parte cuantitativa la organiza a partir de encuestas postales al público lector de *Action* (n=135), y también a partir de las respuestas enviadas a la editorial de *Scream Inn* (n=618). Barker desmenuza algunos de los análisis académicos ya existentes desde la óptica de lo psicológico y social. Por ejemplo, pone en duda las interpretaciones por las que determinados cómics estereotipan por razón de género o etnia (concretamente el clásico *Jackie*, de D.C. Thomson & Co.) porque sus análisis están condicionados a priori: si no aparecen determinados grupos sociales, estos estarían ausentes; si aparecen representando situaciones calamitosas por las que suelen pasar, se estaría estereotipando; y si, finalmente, aparecen en contextos normalizados, se aduce que no sería una situación realista. En otro orden de cosas, analiza los estudios sobre el cómic desde el punto de vista del mensaje y de las audiencias para, finalmente, proponer un modelo analítico dialógico para investigar la ideología en el cómic, que pone en práctica con *Para leer al Pato Donald*. Así, llega a la conclusión que el *Tío Gilito* oscila entre los dos polos de la ideología de la clase media

⁸ Para más información sobre cómics y estudios culturales ver Hague (2017) Manchester University Press©

norteamericana: entre el deseo de riqueza autocomplaciente, pero humorístico, y el miedo obsesivo de la política. Dicho lo cual, Barker critica que Dorfman y Mattelart hayan olvidado el complejo contrato que se establece con el público lector, por el que cabe analizar no solamente el discurso de manera profunda, sino también las condiciones de producción de este.

Después del estudio de Barker son varios los estudios que se han centrado en aspectos ideológicos en diferentes obras y personajes. Por ejemplo, desde un punto de vista más global, Jaime Vidal indagó en varios episodios de interés para el análisis ideológico en *Tintín*, *Flechas y Pelayos* o *Flash Gordon* (Vidal, 1999) y más tarde en la función social de los superhéroes, como es el caso de *Superman* y la idea de seguridad y protección en los años 30 (Vidal, 2002). En los últimos años son varios los ejemplos de análisis sobre el universo *Disney* desde una vertiente crítica (Smoodin, 1994; The Project on Disney, 1995). Puede que el que más repercusión haya tenido sea el del pedagogo Henry Giroux (2001), quien parte de la estructura del grupo comunicativo y su implantación en la cultura norteamericana y global para criticar el universo pulcro de *Disney* que, en su opinión, atenta contra la capacidad de oposición, algo que practicaría en todas las facetas de su corporación, desde lo comunicativo, a lo educativo, pasando por el marketing y también en el mensaje de, por ejemplo, sus películas más taquilleras.

Otro de los aspectos que han surgido en los últimos años con fuerza es la cuestión del género, algo que debería ser transversal al análisis de contenido pero que muy a menudo es olvidado en los estudios académicos⁹. Puede que una de las primeras contribuciones en este sentido fuese la de Deborah Chavez (1985), un estudio en el que se analizan las

⁹ La presencia del género en los análisis del cómic no está exenta de polémica. Un ejemplo lo podemos encontrar en Pons (2017:50 y ss.; 2017:64 y ss.) donde se argumenta que el análisis del mensaje reflejado está estructurado por las características de la propia sociedad, y que resulta difícil abstraer un producto cultural de las condiciones estructurales en las que este se ha materializado.

tiras cómicas aparecidas en un diario conservador, aprovechando que el editor de dicho diario iba a utilizar dicho material para desarrollar un programa escolar de primaria. Por una parte analiza las tiras aparecidas durante un mes en 1981, y por otra parte, tres de las series sindicadas durante un trimestre: *Blondie*, *Family Circus* y *Beetle Bailey*. La primera de las conclusiones es la infrarrepresentación femenina (569 hombres por cada 100 mujeres), también en personajes protagonistas (15% de las ocasiones). Además, solamente un 4% de las mujeres están empleadas, y cuando lo están es en oficios concretos (por ejemplo, secretaria), frente a una exposición más variada de oficios en el sexo masculino. Por último, y respecto de las series analizadas, se observa un balance desigual en la asunción de roles de cuidado por sexo. Con estas conclusiones en la mano, Chavez proponía la adopción de medidas correctivas, especialmente si las tiras van a ser después utilizadas en el ámbito educativo. En esta misma línea, otros estudios han insistido en las diferencias de género (Brabant y Mooney, 1997); género y etnia (Glascock y PrestonSchreck, 2004); en la diferente representación de la coerción en el ámbito del cómic pornográfico (Matatin y Burguer, 1987); en el ámbito del manga (Ekachai y Drout, 1996); e incluso en la representación de los modelos masculinos hegemónicos (Parasecoli, 2014).

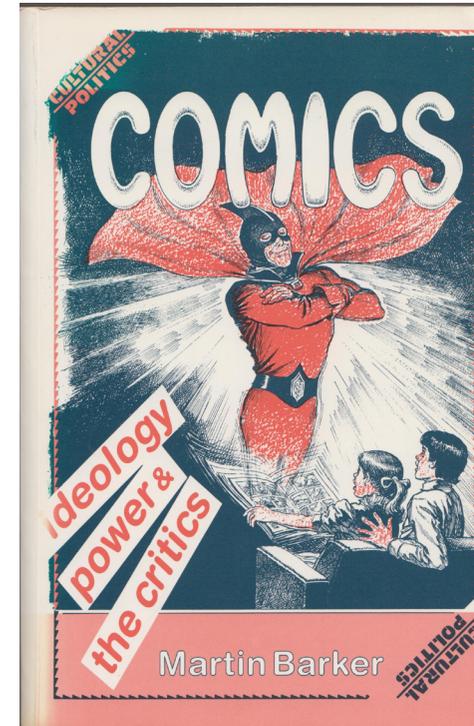
2.4. El cómic como medio de comunicación

Las décadas de 1960 y 1970 se pueden caracterizar como las de la explosión de estudios sobre el cómic, no solo en el ámbito de la sociología, sino en términos generales. Uno de los teóricos que utilizó el cómic en sus escritos fue el italiano Umberto Eco. En su popular *Apocalittici e integrati: comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, publicado originalmente en 1964, realiza un análisis estructuralista de la cultura de masas y, dentro de esta, en particular de los cómics. A partir de entonces el cómic será considerado como un medio de comunicación más. En su obra desfilan *Steve Canyon*, de Milton Caniff; *Dick Tracy*, de Chester Gould; *Li'l Abner* de Al Capp y, especialmente, *Superman*, quien al mismo tiempo es un ciudadano medio insignificante (Clark Kent) y un superhéroe con

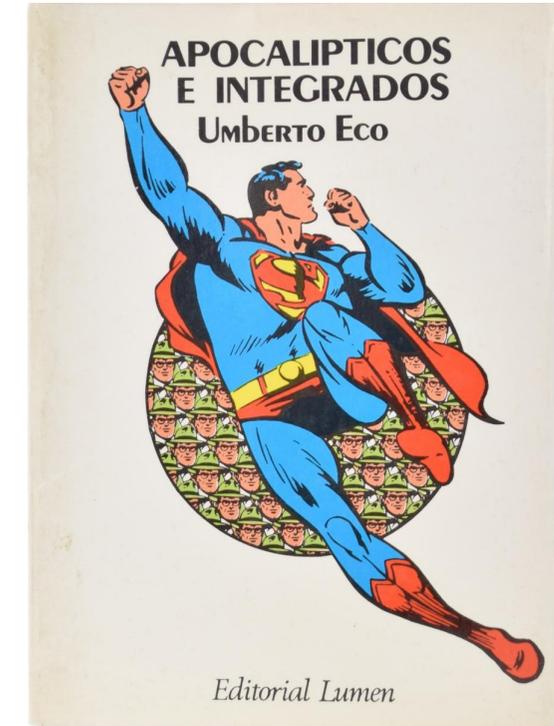
todo tipo de poderes superhumanos. Para Eco, la propia configuración de la figura de *Superman* definirá el contenido de las historias que vive y el universo temporalmente estático en el que está inmerso, siguiendo un esquema iterativo y una ubicación temporal en la que el paso del tiempo no es real, lo que garantiza la existencia del superhéroe y, en definitiva, impide su muerte. Pero, además, la propia preeminencia del medio, con millones de lectores diarios en su forma de tira diaria, es clave para entender la evolución del mensaje y particularmente, de los personajes. Así entiende Eco el cambio de *Steve Canyon*, de hombre de aventuras, a soldado regular en un momento en el que el imaginario americano así lo necesitaba.

También a finales de los años 60 y principios de los 70 aparecen las primeras muestras de análisis académico del cómic en el ámbito español. Puede que el primer exponente sea el de Luis Gasca, que en 1966 publica su estudio sobre el tebeo, al que seguirán otras publicaciones como la que dedica en 1967 sobre la influencia del cómic en la publicidad y otros autores, como Antonio Martín (1968). El estudio de Gasca, además de explorar la interacción entre cómic, cine, publicidad y arte, algo en lo que ya había trabajado con anterioridad, incluye un apartado final sobre la utilización didáctica del cómic, para lo que repasa algunas iniciativas en EUA o la inclusión de una historieta de Guido Crepax en la revista médica italiana *Tempo Medico* (Gasca, 1966).

Una atención especial merece el prematuro ensayo de Terenci Moix dedicado al cómic (1968). Pese a no constituir un texto plenamente sociológico, las referencias son constantes, tanto a autores, teorías y conceptos. Con inevitables referencias cinematográficas se centra en la sensación antirrealista transmitida por el hecho de que en *Superman* parece no transcurrir el tiempo; la fetichización de los personajes (en este caso centrada en los *Shmoos* de *Li'l Abner*), pero también en el proceso de legitimación y aceptación por el mundo académico e intelectual. Se pregunta Moix sobre la manera en que las publicaciones son recibidas por



Portada de *Comics: Ideology, Power and the Critics*, de Martin Barker (1989).



Portada de *Apocalípticos e integrados*, de Umberto Eco (1964). Editorial Lumen©

el público infantil de diferentes clases sociales, con especial atención a la situación en Catalunya antes y después de la postguerra, tanto en relación con el contenido, como al formato. Así, por ejemplo, propone una interpretación de *Doña Urraca* (Miguel Bernet) en clave de transmisión de las calamidades sociales de la postguerra. Más aún, critica el inmovilismo del cómic burgués anterior a la guerra (caso de *Patufet*), pero también el excesivo papel de defensa de la ideología del régimen franquista de cómics como *El Guerrero del Antifaz* (Manuel Gago). A lo largo de la monografía, Moix toca diferentes cuestiones, desde el precio de los tebeos a la transmisión de los roles de género pasando por la interacción con otros campos como la televisión, la publicidad, el cine o la música popular.

Unos años más tarde Arthur Asa Berger publica un ensayo monográfico sobre *Li'l Abner*, basado en su tesis doctoral y bajo la influencia de Eco y la escuela de semiología italiana (1970). Berger, en general, es muy crítico con la poca atención que ha prestado la academia al mundo del cómic, en especial porque junto con gran parte de la sociedad, ha sido desplazado a la baja cultura. Es por ello que el cómic carecería de la legitimidad de ser analizado desde un punto de vista académico. Por el contrario, uno de los argumentos de Berger es la amplitud del campo del cómic y su dificultad de análisis: al igual que a nadie se le ocurriría analizar el cine o la literatura en su conjunto, resulta imposible hacerlo con el cómic. Por ello escoge el clásico del cómic americano creado por Al Capp, sobre el que despliega un corpus analítico que va desde la imagen al texto, pasando por los segundos significados, la fundamentación social de la sátira o las funciones manifiestas (mostrar una sátira de la sociedad norteamericana) y latentes (entre otras, la de estimular a los lectores masculinos y hacerles sentir superiores al *hillbilly* representado por Abner, es decir, de clase baja y escaso nivel educativo).

Para Berger, en definitiva, *Li'l Abner* representa el antihéroe: un poco bobo, sin oficio conocido y sin interés en el sexo opuesto, supone la refutación continua del sueño ame-

ricano. Solo tres años más tarde, Berger insistiría en el análisis de la sociedad americana a partir de diferentes personajes y series como *Dick Tracy*, *Flash Gordon* o *Charlie Brown* (1973).

Al mismo tiempo, Reinhold Reitberger y Wolfgang Fuchs publicaban *Comics: Anatomy of a Mass Medium* (1972). Con esta obra llega el reconocimiento del cómic como medio de comunicación. Más que un análisis pormenorizado de la industria del cómic, objetivo del que ya renuncian en la introducción de la obra, Reitberger y Fuchs se centran en algunos géneros y series, sobre las que realizan un análisis cronológico y, en algunos casos entran en cuestiones económicas, de tiradas y ediciones. También observan la manera en que la sociedad es descrita en los cómics, como por ejemplo en la inclusión de personajes negros en los cómics y las consecuencias que tuvo para sus dibujantes en los EUA. En otro orden de cosas, analizan las interacciones entre cómic y otros campos como el de la publicidad o el cine y también las nuevas tendencias, que en los 70 eran la aparición de héroes humanizados, los cambios en el código y la introducción de nuevos estilos y argumentos, como en el cómic *underground*. En general eran bastante críticos con los postulados de Wertham, y propusieron, en línea con las teorías de la comunicación que se generaron posteriormente, que la reacción ante los cómics no era unívoca, sino que variaba en función del receptor.

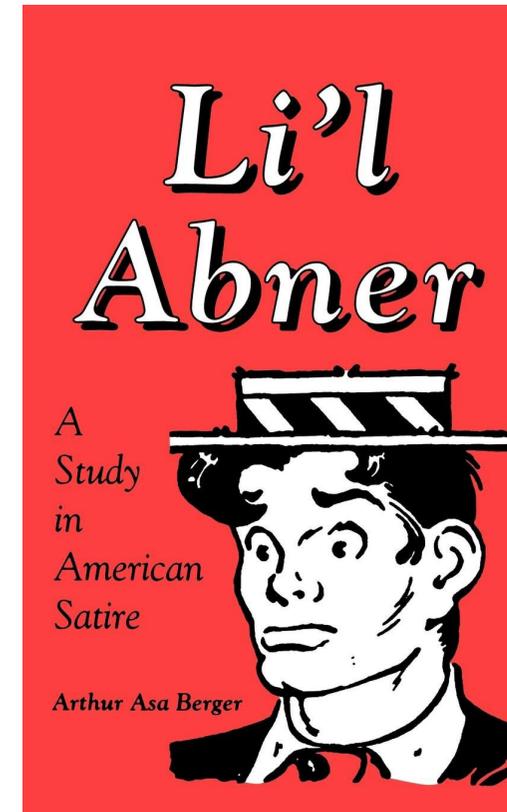
En este sentido, puede que la aproximación al cómic que realiza Luc Boltanski (1975) sea la más completa desde el punto de vista sociológico. Boltanski se aproxima a la situación específica del cómic francés, que ya en los años 70 del siglo XX se encontraba en un momento de legitimación cultural notable. Había superado las primeras muestras de rechazo por parte de la academia durante los primeros años 50, y había llegado al éxito con personajes como Tintin o *Asterix y Obelix* y revistas como *Pilote*. Boltanski se aproxima al cómic como objeto cultural de consumo, pero no olvida su conexión con el arte y con los medios de comunicación, mecanismos que dotarán tanto al medio como a sus productores de legitimidad y reconocimiento, como la exposición *Bande Dessinée et Figu-*

ration Narrative en el Musée des Arts Décoratifs de París en 1967. Paralelamente, analiza una encuesta de SOFRES sobre la lectura de revistas de cómics (*Pilote, Spirou, Tintin, Mickey, Pify Echantillon*), se adentra en el análisis académico del cómic y en los mecanismos de legitimación y formación del dispositivo de producción, reproducción y celebración que acompaña a la transformación del campo del cómic ¹⁰.

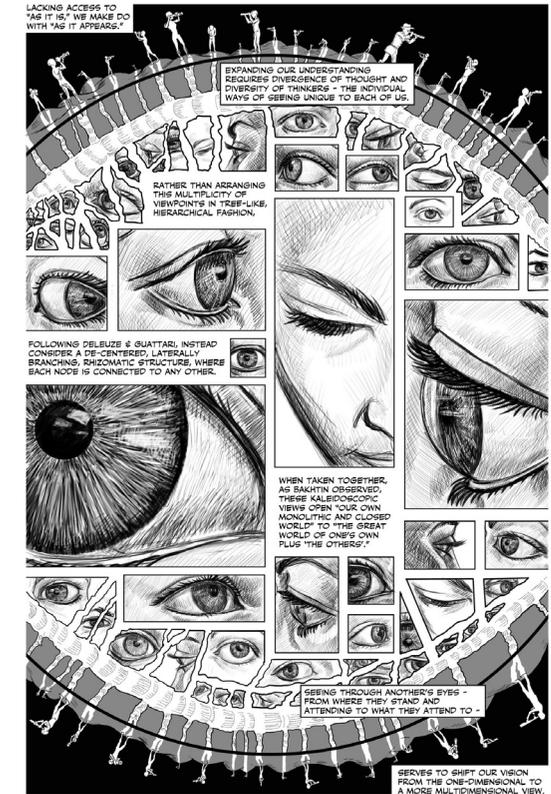
2.5. Los estudios sobre el cómic a caballo entre el siglo xx y xxi: del academicismo al estudio de caso

A partir de los años 90 se puede considerar que el estudio del cómic está bien asentado en la universidad, aunque la cantidad de publicaciones no sea mucho mayor que durante los 20 años anteriores. Como hemos visto anteriormente, según *Web of Science* se contabilizan cerca de 100 publicaciones académicas anuales sobre cómics en esta década, frente a las más de 200 durante la primera década del siglo xxi y el máximo histórico del 2017, con 831 publicaciones. Es por ello que resulta prácticamente imposible dar cuenta de todas las publicaciones durante esta época. Durante los años 90 se pueden encontrar los primeros *readers* sobre diferentes aspectos del cómic, como la ideología, el mundo de los lectores o algunos aspectos particulares como el género, la etnia o la cuestión nacional. A este cambio influyen no solo el viraje académico que incluye el cómic en sus temas de interés, sino también el cambio en la propia industria: el cómic se expande desde los años 70 hacia un público adulto y, con la llegada de la novela gráfica en los 90, abraza nuevos temas que antes le parecían vetados: la no ficción en general, el género autobiográfico, la política, etcétera. Al incremento en términos de legitimación le acompaña un mayor interés en el ámbito académico, lo que también se traslada a las aulas. Si bien, como hemos podido comprobar, el cómic se veía ya en los años 40 como una posible herramienta de alfabetización y apren-

¹⁰ Para una aproximación a cómo interpretar el cómic desde la perspectiva de Bourdieu, ver Brienza (2010:108109)



Portada de *Li'l Abner*, de Arthur Asa Berger (1970). Twaine Publishers©



Fragmento de *Unflattening*, de Nick Sousianis (2015). Harvard University Press©

dizaje, sus posibilidades en las aulas son mucho mayores, en parte gracias a la facilidad de reproducir imágenes en modo digital, como veremos en el cuarto apartado.

En el siglo XXI queda patente la entrada del cómic en la academia, algo que ya avanzaba Angela Ndaljianis cuando proponía la creación de la etiqueta *Comics Studies* para referirse a la rama que se dedica al estudio del cómic como medio de comunicación de masas (2011). Las grandes editoriales no solo publican obras puntuales sobre el medio, sino que dedican colecciones al cómic. Estos son los casos de *Routledge Advances in Comic Studies* (2015) o *Palgrave Studies in Comics and Graphic Novels* (2016). Incluso se crean las primeras revistas académicas centradas en el estudio multidisciplinar del cómic, como *Journal of Graphic Novels and Comics* (2010); *Studies in Comics* (2010); *Historietas. Revista de estudios sobre la Historieta* (2011) o *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship* (2013). Pese a que ya localizamos tesis doctorales en los años 40 y 50 que versaban sobre el cómic, el cambio en el siglo XXI es su legitimación: ya no hace falta convencer a directores de tesis o a comités de evaluación, como argumentaba Lent (2010). Además, en 2015 se presenta una tesis que marca un antes y un después en el ámbito académico. Es la que publicó Nick Sousianis, en formato historieta, sobre la importancia de lo visual en los procesos de conocimiento e interpretación (2015). La obra de Sousianis cuenta con la particularidad de que el autor había compartido partes de su proceso creativo por internet, con lo que, además de generar expectación en el público lector, consiguió un contrato de edición con *Harvard University Press*.

Por otra parte, puede que la inclusión de la perspectiva de la producción fuera la última pieza del análisis sociológico que faltaba por incorporar. A pesar de que la perspectiva autoral ya había sido contemplada en Boltanski (1975) e incluso si retrocedemos algo más en el caso de Moix (1968), no ha sido hasta el siglo XXI cuando aspectos como la autoría, los condicionantes legales, organizativos y técnicos han sido incorporados de manera definitiva (Brienza, 2010; Gabilliet, 2010; Brienza y Johnston, 2016).

3.

CÓMICS Y ETNOGRAFÍA

Uno de los usos del cómic en sociología, y por extensión en otras ciencias sociales, es el de apoyar y complementar el trabajo de campo y, en general, el apartado de expresión escrita, a imagen y semejanza de lo que representan las fotografías, vídeos, esquemas, etcétera, ampliamente aceptados como herramientas de apoyo en el análisis sociológico. Desde el punto de vista metodológico, el uso del dibujo o del lenguaje del cómic cuenta con algunas ventajas, como el hecho de que el dibujo deja lugar a la imaginación, incorpora la representación mental de aquello observado y preserva el anonimato en mayor medida que la fotografía o el vídeo. En el pasado ya fueron utilizados como herramientas de producción de imágenes en tiempo real, lo que para algunas investigaciones podía ser funcional en términos de reconocimiento, cosa que con la fotografía analógica difícilmente se habría logrado. Este es el caso de la antropóloga Gillian Crowther, cuyos cómics sobre su trabajo de campo le ayudaron a entrar en la comunidad Haida de la Columbia Británica y observar procesos creativos como el de la imagen 11, en la que se puede observar la construcción de un tótem (Crowther, 1990).

Ayers y Alexander Tanner hicieron lo propio con el sistema educativo. En *Enseñar, un viaje en cómic* (2010) realizan un viaje por la experiencia docente de William Ayers, un profesor de primaria de los EUA, en el que tocan varios temas de interés desde el ámbito de la sociología de la educación: desde el alumnado a las pruebas de, los diferentes estilos de aprendizaje o la relación entre clase social y desempeño en el aula. En este caso no solo se utiliza el lenguaje del cómic para mostrar cómo es la escuela por dentro, a modo de una observación no participante, sino también para ofrecer buenas prácticas y criticar otras. También destacan algunos casos relevantes que ofrecen a modo de entrevistas semidirigidas, como las que plantea a los profesores Dave Stovall y Katie Hogan de *Lawndale Little Village* en Chicago, considerados como buenos docentes por sus prácticas cotidianas.

De la misma manera, Michael Atkins utilizó el lenguaje del cómic en su tesis doctoral sobre los lugares de encuentro sexual de la comunidad gay en Manchester (2013). Con sus dibujos, y con la práctica habitual en etnografía de cambiar los nombres por otros ficticios, consigue descripciones de lugares, personas y situaciones que no habría sido posible reflejar con fotografías o vídeo, además de que habría atentado contra el anonimato de sus informantes, y con ello habría cerrado posibles futuros trabajos de campo en esta comunidad.

Alex Pavlotski utilizó en su tesis doctoral este recurso para, entre otras cosas, reflejar las distintas posiciones ideológicas de las personas aficionadas a la práctica del *parkour*, como podemos observar en la imagen 14. En este caso, el recurso a dibujos buscaba preservar el anonimato de los informantes debido a que en muchas ocasiones la práctica del *parkour* roza lo ilegal, con lo que estaría comprometiendo a sus informantes. Además, recogió anécdotas de los entrenamientos y la vida cotidiana de dos aficionados australianos al *parkour*. Con ellas diseñó, como en el caso de Sousianis, un webcomic (*Parkour Panels*), que además se convirtió, gracias al apartado de comentarios, en una fuente de datos secundarios y una especie de etnografía electrónica participativa.

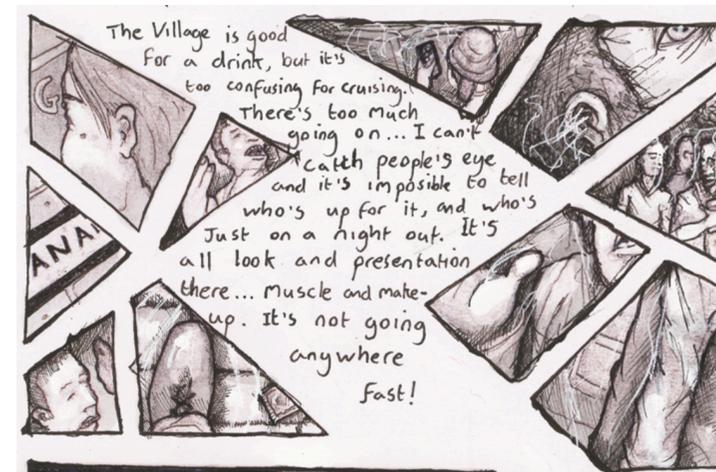
Gracias a las nuevas tecnologías, el autor consiguió recoger comentarios, posturas y experiencias sobre el *parkour* procedentes de varios países. Por otra parte, cabe destacar la utilización del cómic para recoger discursos textuales, de la misma manera que se hace en la etnografía cualitativa con los discursos registrados por grabadora o con las notas de los diarios de campo. Incorporar el lenguaje del cómic a estos discursos los sitúa en el espacio y los personaliza. Incluso en el caso de que se quiera preservar el anonimato de la persona informante se puede recurrir a una recreación de su cara o simplificarla al máximo con diferentes recursos artísticos.



Fragmento de Fieldwork Cartoons, de Gillian Crowther (1990). Berghan Books©



Fragmento de Enseñar, un viaje en cómic, de William Ayers y Ryan Alexander Tanner (2010). Ediciones Morata©

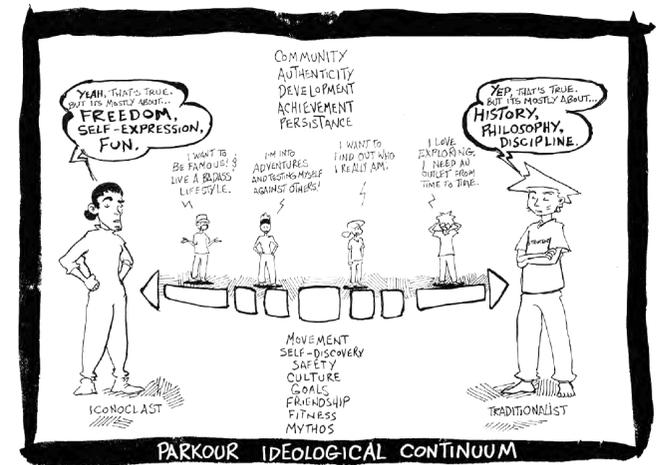


Fragmento de Cruising the Village: A visual ethnography of public sex between men in Manchester city centre, de Michael Atkins (2015). Michael Atkins©

El último ejemplo en este sentido es el de la investigación del Oslo University College sobre el espacio público universitario, accesibilidad y diversidad (Bartoszko, Leseth y Ponomarew, 2010). La particularidad de este estudio es que sus resultados se presentan únicamente en formato cómic. Mediante las diferentes historias que contiene el volumen se intentan reflejar algunas situaciones referentes a la comunicación y la diversidad que derivan de las diferentes técnicas de investigación implementadas, entre las que destacan la observación, la comunicación informal y las entrevistas semiestructuradas. Pero también se pueden encontrar situaciones experimentadas por las personas informantes, siempre teniendo en cuenta lo importante que resulta preservar el anonimato.



Fragmento de Public Space, Information Accessibility, Technology and Diversity at Oslo University College, de Bartoszko, Leseth y Ponomarew (2010). CC BY-NC-SA 3.0: Aleksandra Bartoszko, Anne Leseth & Marcin Ponomarew



Fragmento de Visualising Parkour, de Alex Pavlotski: Parkour Ideological Continuum (2015). Alex Pavlotski©

4. CÓMICS COMO MEDIO PARA CONTENIDOS SOCIOLOGICOS

Por último, dentro de la práctica cotidiana de la sociología cabe destacar la capacidad de los cómics para transmitir contenidos sociológicos de primer orden, tanto en el ámbito docente como también en el de la divulgación. Esto es algo para lo que no hacen falta explicaciones cuando el material está altamente legitimado, como por ejemplo, la fotografía, el cine o la música, pero que probablemente aún haga falta justificar cuando se trata de cómics. Incluso podemos encontrar numerosos cómics que pueden ser utilizados como material para el análisis de diferentes aspectos desde el punto de vista sociológico, sin que la intención última de la persona que lo haya creado sea facilitar este tipo de análisis. Este es el caso de algunas prácticas docentes en las que los cómics o, en su versión audiovisual, los dibujos animados, forman parte de la docencia en el ámbito de la Sociología. Estos son los casos de Snyder (1997), Hall y Lucal (1999) y Scanlan y Feinberg (2000), todos ellos publicados en *Teaching Sociology* en el lapso de tres años, y que analizamos a continuación.

Eldon Snyder fue, posiblemente, la primera persona que dejó patente el uso de cómics, en este caso tiras cómicas, para la docencia en sociología, y más concretamente en sociología del deporte. Para ello utilizó a *Gil Thorp*, un entrenador creado por Jack Berrill, con más de 37 años de existencia y cuyas historias de carácter realista describen hechos en los que el público lector se puede sentir identificado. En el caso de Snyder, el hecho de disponer de una tira cómica con tanta trayectoria, facilita su uso tanto en la preparación de informes escritos como orales, individuales como grupales pero, además, también en la docencia habitual, e incluso en otras asignaturas del área de sociología. Esto cubre áreas como la socialización, la estratificación, el género o las minorías étnicas. Pero no todo el análisis tiene por qué ser en positivo. Para Snyder, es también muy importante que el alumnado detecte qué se queda fuera del marco: por ejemplo, qué tipo de visión del deporte ofrecen las tiras, que muy a menudo es de tipo funcionalista. O, también, qué es aquello que no resulta tan evidente, porque no se muestra, como la presencia o

ausencia de minorías étnicas o el papel que desempeñan las mujeres en las tiras. O en qué se parece el ficticio *Milford High School* al instituto en el que el alumnado cursó sus estudios. En definitiva, es una herramienta adecuada para el aula de sociología y se puede implementar con diferentes personajes y series.

Hall y Lucal recogieron el testigo de Snyder y solo dos años después publicaron su experiencia de docencia en sociología utilizando superhéroes (1999). Los superhéroes, tanto en formato individual (*Superman, Batman, Spiderman*) como en formato de equipo (*Justice League, XMen*) pueden ser útiles más allá de la acción o de la violencia de la que se les suele acusar. Para ello, se centran en cuatro disciplinas en las que pueden encontrar acomodo. En cuanto al género, se pueden analizar los personajes en función de su caracterización, los rasgos del personaje e incluso su orientación sexual, sin olvidar que de lo que se trata es de examinar cómo la cultura popular determina las cuestiones relacionadas con el género. Desde el punto de vista de las desigualdades sociales se puede analizar, por ejemplo, el rechazo de la sociedad hacia los personajes mutantes en *XMen*, o incluso las políticas asimilacionistas, en cuanto que algunos de estos personajes intentan pasar desapercibidos en la sociedad humana. Quizás el aspecto más curioso en Hall y Lucal es la utilización de los cómics para trabajar los métodos de investigación. Por ejemplo, en el análisis de contenido se trabajan las fases de muestreo, operacionalización y codificación, de manera que se puede llegar al análisis de tipos y grados de violencia, ratios de personajes masculinos y femeninos o de personajes de etnia caucásica frente a otras etnias.

En el caso de Scanlan y Feinberg (2000) lo que se utiliza como recurso didáctico no es tanto el cómic como su versión audiovisual, en este caso la serie *The Simpsons*. Con 30 temporadas a sus espaldas, *Los Simpson* es una serie que ha tocado todo tipo de temas, tomando la ficticia ciudad de Springfield como una sociedad que representa la sociedad estadounidense de clase media. Los autores utilizan algunos capítulos y sus posibles usos,

por ejemplo, en sociología de la educación o del género. Pero más allá, lo que realmente proporciona una información de interés es la tabla en la que exponen diferentes conceptos sociológicos, cómo los tratan *Los Simpson* e incluso en qué episodios se puede trabajar dicho concepto y cuál es la cita clave para su interpretación (Scanlan y Feinberg, 2000:130 y ss.). Uno de los casos de análisis es el capítulo titulado *Homer's Phobia* (1997), en el que Homer conoce a John, un empresario excéntrico que resulta ser homosexual (nótese el juego de palabras en el nombre del capítulo). Este capítulo da pie al análisis de cuestiones como las masculinidades, la socialización, los estereotipos o la tolerancia, e incluso utilizan el pausado del episodio para explorar en el aula posibles finales apelando a la imaginación sociológica del alumnado.

5. REDES LÓGICAS: APUNTES SOBRE UNOS APUNTES DEL PROFESOR BELTRÁN

En julio de 2018 el profesor José Beltrán Llavador, del Departament de Sociologia i Antropologia Social de la UV impartió una conferencia en el curso *Children's and Young Adult Literature and their pedagogical implications: comics and graphic novels* (Universitat Jaume I). En ella desarrolló, a modo de juego, las redes lógicas del cómic en Sociología. De esta manera, fue capaz de desarrollar un corpus sociológico en relación con el lenguaje del cómic, con el cómic como medio y con determinados personajes, aventuras y series en diez redes diferentes. Sobre las redes planteadas por Beltrán me he permitido la licencia, con su permiso, de retejerlas para este texto, e incorporar algunas de sus propuestas a la manera de nudos.

5.1. Lógica del espejo: reflexividad sociológica

Aquello que leemos en los cómics no deja de ser un reflejo de la vida cotidiana. Aunque en los orígenes del cómic cuesta de encontrar una intención de relato realista o cotidiano, se pueden deducir algunos detalles que nos acercan bastante. Será el cambio obrado en los años 70 del siglo xx con el cómic adulto el que hará más patente la entrada de la vida cotidiana en el relato gráfico. Con ella, no solo aparecen las descripciones de la vida cotidiana desde el punto de vista material, sino también las emociones, las inseguridades, la vida contada desde el yo.

Algunos nudos: *La Casa* (Daniel Torres); *La Casa* (Paco Roca); *Diario de Nueva York* (Julie Doucet).

5.2. Lógica de la experiencia

Desde la lógica de la experiencia podemos ampliar los significados de la experiencia, revivir el pasado e incluso reinterpretarlo. Pongamos por ejemplo el primer número de *Action Comics* de 1938, la primera vez que aparece *Superman* en un cómic. Una década después del crack de 1929 aparece un personaje con superpoderes, capaz de mejorar en

todo al ser humano medio. Podemos interpretar la portada como un manifiesto a favor del cambio: del grito de espanto munchiano en la esquina inferior izquierda, al grito de rebeldía de *Superman*, que va en dirección contraria al resto de personajes.

Algunos nudos: *Little Nemo in Slumberland* (Winsor McCay); *El manga de los cuatro inmigrantes* (Henry Kiyama); *Cuentos Vivos* (Apel·les Mestres).

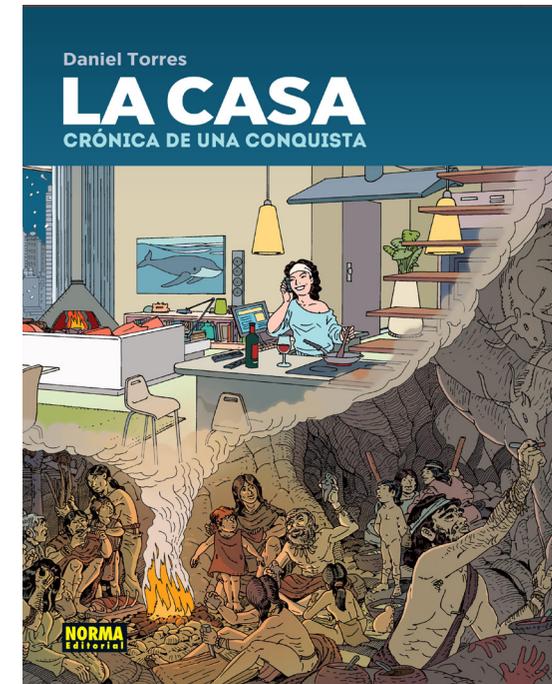
5.3. Lógica de las prácticas culturales

Walter Benjamin señaló la pérdida del aura de la obra de arte al ser reproducida miles de veces. Sin embargo, la cultura popular ha sido capaz de reproducir esta aura perdida: buscamos la unicidad, la distinción, en palabras de Bourdieu. Un primer número de *Action Comics* en perfecto estado alcanzó en 2014 los 3,2 millones de dólares, y una doble página original de *Tintin y el cetro de Ottokar* llegó a subastarse por más de 1 millón de euros en 2016. Como público consumidor de historias e historietas, somos también parte del mercado en tanto que activamos la demanda: necesitamos más relatos que reescriban nuestra historia y nos permitan participar en otras vidas, en otras prácticas culturales.

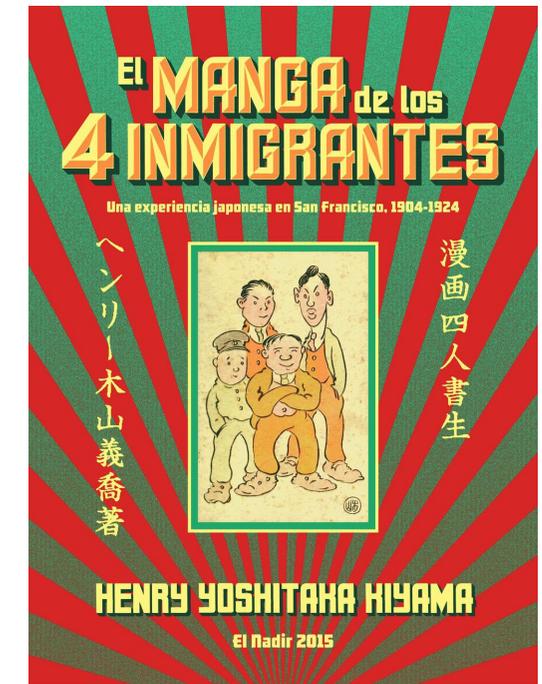
Algunos nudos: *Persépolis* (Marjane Satrapi); *Dr. Uriel* (Sento); *Pyongyang* (Guy Delisle)

5.4. Lógica de la creatividad

Giovanni Pico della Mirandola relató en el siglo xv cómo el ser humano fue hecho para vivir de manera elevada. Las historias de superhéroes nos acercan a esa alta posición. Al igual que Pico decía que tenemos tendencia a reconstruir las historias que nos contamos a nosotros mismo, las historias de superhéroes se constituyen en una señal de la necesidad de avanzar, de imaginarnos en nuestra mejor versión y también la más justa. No es casualidad, pues, que el propio Pico della Mirandola, aparezca en *All Star Superman* ofreciendo un discurso sobre, precisamente, la dignidad del ser humano.



La Casa (Daniel Torres). Norma Editorial©



El Manga de los Cuatro Inmigrantes (Henry Kiyama). El Nadir©

Algunos nudos: *Watchmen* (Alan Moore, Dave Gibbons y John Higgins); *Jimmy Corrigan, el chico más listo del mundo* (Chris Ware); *Cycloman* (Charles Berberian y Gregory Mardon).

5.5. Lógica de los fragmentos

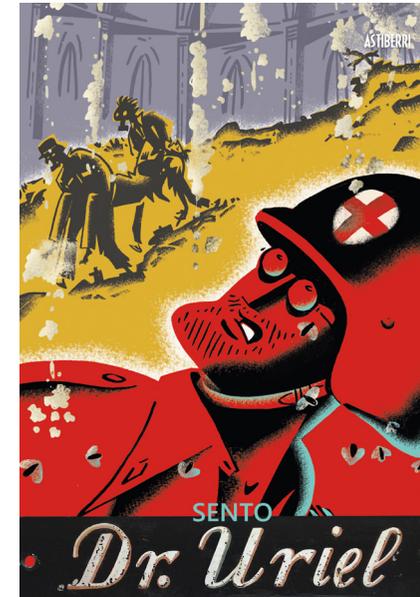
El cómic no deja de ser una suma de fragmentos, un relato de elipsis en el que se dicen algunas cosas y otras quedan en el tintero, que requiere de nuestra colaboración para ser interpretado. Desde el punto de vista de la Gestalt, más que ver, vemos cómo. Recorremos paisajes buscando relatos y, en el mismo acto de leer, dejamos nuestra huella en esa búsqueda. No se puede entender el cómic solamente con la suma del texto y el dibujo, su interpretación va mucho más allá, es casi como la búsqueda de un tesoro.

Algunos nudos: *El tesoro de Rackham el rojo* (Georges Remi “Hergé”); *Estamos todas bien* (Ana Penyas); *Bardín el Superrealista* (Francesc Capdevila “Max”)

5.6. Lógica del reconocimiento

Como argumenta Axel Honneth, frente a sociedades de desprecio, cabe buscar esferas de aprecio. Frente al desprecio de una sociedad que no termina de entender el fenómeno del cómic, la solidaridad de los grupos de fans, manifestada en convenciones y salones del cómic y del manga. O frente a un ámbito académico que desprecia a su personal investigador, altamente jerarquizado y anclado en formas del pasado, la lógica del reconocimiento en términos laborales y académicos, como hace Jorge Cham en sus *PhD Comics* apuntados por Francesc Hernández y Benno Herzog (2015).

Algunos nudos: *PhD Comics* (Jorge Cham); *Memorias de un hombre en pijama* (Paco Roca); *Los Profesionales* (Carlos Giménez).



Dr. Uriel (Sento). Astiberri©



Jimmy Corrigan, el chico más listo del mundo (Chris Ware). Salamandra Graphic©

5.7. Lógica de los atractores

Los cómics son atractores en tanto que constituyen horizontes regulativos: nos empujan a atrevernos a pensar, siguiendo así el ideal de la Ilustración, e imaginar lo mejor de uno mismo, y también de los demás. Así, podemos participar en múltiples tramas, o en un sentido social, cumplimos el ideal de la ciudadanía plena en Francesc Hernández y Benno Herzog (2015).

Algunos nudos: *El hombre deseado* (Ralph König); *Anarcoma* (Nazario); *Ghost World* (Daniel Clowes)

5.8. Lógica del viaje

Desde el siglo XVIII los viajes han supuesto una manera de evadirse, pero también de conocerse mejor encontrando otras culturas, otros escenarios. El viaje es también la aventura, y en el ámbito del cómic la aventura es un género muy común. Aventuras en escenarios reales pero también en escenarios inventados, con lo que el abanico es muy grande.

Algunos nudos: *Universo!* (Albert Monteys); *Palestina* (Joe Sacco); *La biblioteca de Turpin* (Francesc Capdevila “Max”).

5.9. Lógica del todavía no

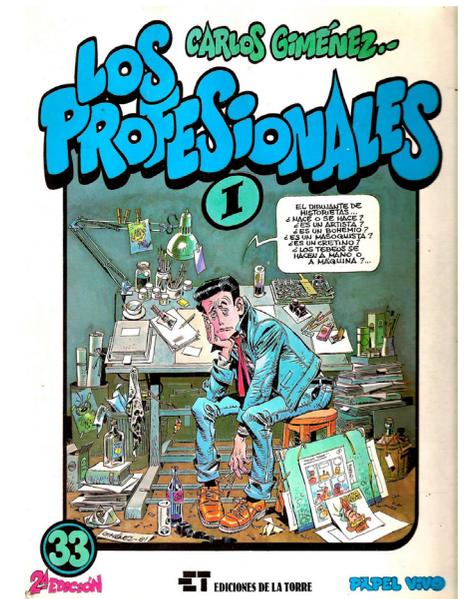
En el cómic siempre hay mundos que salvar. Podemos interpretar este mundo como un reflejo de nuestro propio mundo. En este sentido, entra en juego el principio de la esperanza (Bloch, 2004), de que todo va a salir bien y de que todavía no ha llegado el momento. Es también la lógica de la espera activa, de que ocurrirá algo o acudirá alguien que solucionará la situación, en un giro de los acontecimientos hollywoodiense.



Estamos todas bien (Ana Penyas). Salamandra Graphic©



El hombre deseado (Ralph König). La Cúpula©



Los Profesionales (Carlos Giménez). Glenat©

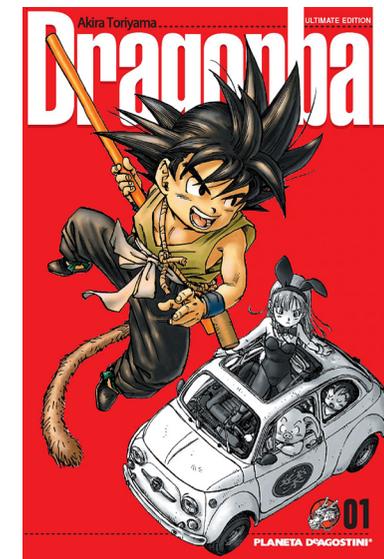
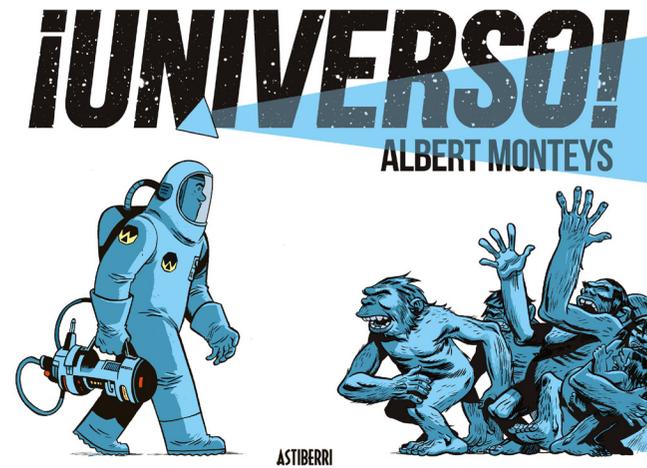
Algunos nudos: *Valerian y la ciudad de los mil planetas* (Pierre Christin y Jean Claude Mézières); *Flash Gordon* (Alex Raymond); *Bola de Dragón* (Akira Toriyama).

5.10. Lógica de redes

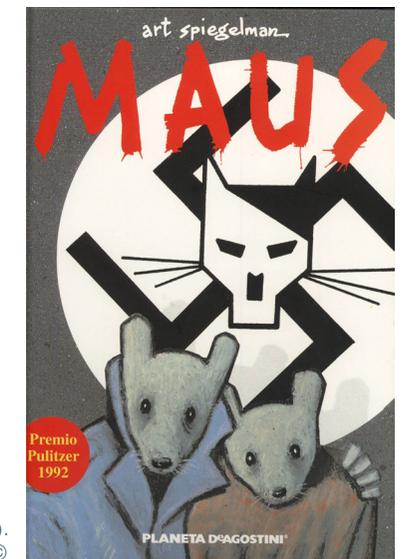
Las redes dan libertad, y podemos entender, con Juan Arnau, que la libertad es inventada. La imaginación sociológica es también una imaginación instituyente en el sentido que la entiende Cornelius Castoriadis (2018): la sociedad es creación y creación de sí misma. Esta experiencia de libertad es también la que transmiten los cómics, capaces de transmitir mensajes incluso sin utilizar palabras o con dibujos abstractos.

Algunos nudos: *Maus* (Art Spiegelman); *Lo que más me gusta son los monstruos* (Emil Ferris); *Cadencia* (Roberto Massó).

Universo! (Albert Monteys) La Cúpula©



Dragonball (Akira Toriyama).
Planeta DeAgostini©



Maus (Art Spiegelman).
Planeta DeAgostini©

CRONOLOGÍA DE LA CANONIZACIÓN ACADÉMICA DEL CÓMIC

En 1975, Luc Boltanski realizó uno de los análisis más lúcidos del campo del cómic y su relación con la academia. Él lo denominó la *canonisation de la bande dessinée*. Utilizamos su esquema como punto de partida, lo actualizamos y lo trasladamos al ámbito estatal.

Siglo XIX hasta 1930s

Hechos relevantes

Primeras muestras del lenguaje del cómic tal y como lo entendemos actualmente (Töpffer en Suiza; Busch en Alemania; Outcault en EUA; Cilla o Apelles Mestres en España; desarrollo del cómic en prensa en los EUA, McCay, Herriman, etc.)

Estudios sociológicos sobre el cómic

No existen

1930s

Hechos relevantes

Popularización en EUA del formato comic book (*The Funnies*, *Superman*, etc.). Tiradas millonarias. En Francia, primeros álbumes de *Tintin*. En España, grandes tiradas de las revistas infantiles (*TBO*, *Patufet*, etc.) y, en la postguerra, cómic patriótico de inspiración nacionalcatólica (*Chicos*, *Flechas* y *Pelayos*).

Estudios sociológicos sobre el cómic

Primer estudio sobre las publicaciones infantiles: Adela Ramírez (1935): *Historia del Periòdic Infantil a Espanya* (memoria de graduación).

1940s

Hechos relevantes

Aparición en EUA del cómic sobre crímenes y horror (*Crime does not pay*). Primera exposición de cómics en el *American Institute of Graphic Arts* (1942). En España, control férreo sobre la edición y las publicaciones periódicas. Grandes tiradas de

Roberto Alcázar y Pedrín (1940), *El Guerrero del Antifaz* (1944) y revistas como *TBO* o *Pulgarcito*.

Estudios sociológicos sobre el cómic

Primeros estudios desde la perspectiva del estudio de las audiencias (Strang, 1943; Wolf y Fiske, 1949). Primeras tesis doctorales en EUA (Cassidy, 1942; Heisler, 1944). Mayoría de autoras.

1950s

Hechos relevantes

La industria americana implementa el definitivo sello *Comics Code Authority*. Leyes restrictivas en Francia y desarrollo del mercado (*Gaston la Gaffe*, *Asterix*, revista *Pilote*). En España aumenta la presión de la censura y triunfan *El Cachorro* (1950) o *Capitán Trueno* (1956), *Mortadelo y Filemón* (1958) y crece el cómic femenino, como *Sissi* (1958).

Estudios sociológicos sobre el cómic

Estudios desde la óptica de la aguja hipodérmica (Hoult, 1949; Wertham, 1954). También primeros estudios desde lo culturalcomunicativo (McLuhan, 1951) y la cultura popular (Riesman, Glazer, Denney, 1950; Denney, 1957).

1960s

Hechos relevantes

Marvel publica *Spiderman* (1962). En Francia Eric Losfeld publica *Barbarella* (1962) y desarrolla el cómic como fenómeno contracultural asociado a los movimientos de mayo del 68. Desarrollo del fenómeno fan en los EUA y aparición del comic *underground* vinculado a la contracultura. La *Enciclopédia Universalis* dedica un artículo al cómic y la RAE acepta el vocablo tebeo. Gran exposición *Bande Dessinée et Figuration Narrative* en el *Musée des Arts Décoratifs* de París. *Primer Salone Internazionale del Comics de Lucca* (1965). En 1968 abre la

primera librería especializada en cómics (*Lambiek*, en Holanda). En España se prohíben las series de superhéroes publicadas por Novaro y la censura acaba con el cuadernillo de aventuras. Destaca la editorial Bruguera.

Estudios sociológicos sobre el cómic

Estudios desde la semiología y el ámbito de la comunicación (Eco, 1964). En España, primeros estudios teóricos sobre el cómic (Gasca, 1966; Martín, 1966-1968; Moix, 1968) y aparición de las dos primeras publicaciones teóricas (*Cuto*, 1967; *Bang!*, 1968).

1970s

Hechos relevantes

Primer *Salón del Cómic del Principado de Asturias* (1972), primer *Festival international de la bande dessinée d'Angoulême* (1974). En España, popularización de las revistas de cómic satírica (*Por Favor*, *Matarratos*, *El Pápus*, *El Jueves*) y, posteriormente, importación del modelo de magazine de cómic adulto de género (*Vampus*, *Rufus*, 1984, *Creepy*) o de autor (*TOTEM*, *Blue Jeans*). Emergen los fanzines contraculturales *El Rollo Enmascarado* (1973) y las primeras revistas en esta línea (*STAR*, *El Víbora*).

Estudios sociológicos sobre el cómic

Publicación de volúmenes monográficos sobre personajes: *Li'l Abner* (Berger, 1970); *Pato Donald* (Dorfman y Mattelart, 1972), *Superman* (Dorfman y Jofré, 1974); Estudios sobre el campo de la historieta (Reitberger y Fuchs, 1972; Boltanski, 1975)

1980s

Hechos relevantes

Primer Salón del Cómic de Barcelona (1981). Explosión del formato revista para adultos (*CI-MOC*, *Cairo*, *Metal Hurlant*). Aparición de la Nueva Escuela Valenciana. Publicación de

Historia de los Cómics (Coma, 1982). Algunas editoriales generalistas empiezan a editar cómics (Planeta, 1981). También en 1981 abre la librería *Futurama* –entonces 1984 especializada en historieta (Valencia).

Estudios sociológicos sobre el cómic

Primer compendio sobre la ideología en el cómic desde los *Cultural Studies* y propuesta de una metodología de estudio (Barker, 1989). Monografías sobre el cómic desde el punto de vista de género (Chavez, 1985; Frazer, 1987). Se edita en Zaragoza la revista *Neuróptica*, sobre estudios del cómic (1983).

1990s

Hechos relevantes

Auge del mercado de importación, tanto de superhéroes, manga y cómic europeo. Crecimiento de las primeras editoriales alternativas (*Ponent*, *Sinsentido*, Inrevés), resurgimiento del fanzínismo y autoedición, así como aparición de sellos colectivos (*7 monos*, *Epicentro*). Aparición de nuevos encuentros especializados, como Unicómic, en Alicante (1999).

Estudios sociológicos sobre el cómic

Aparición de la primera revista académica sobre cómic: *International Journal of Comic Art* (1998). Primeros readers sobre cómic. Aparición de estudios en revistas académicas al uso (Brown, 1997; Crowther, 1990; Ekachai, 1996). En España, primeros análisis desde el punto de vista social (Cortés, 1999).

2000s

Hechos relevantes

Consolidación del formato de novela gráfica Expansión de los salones del cómic (*Expo-comic*, *Viñetas desde el Atlántico*). Creación del Premio Nacional del Cómic (2007). Mayor

importancia de la comunicación electrónica, tanto en cómics como en blogs o publicaciones especializadas. En España: *La Cárcel de Papel*, 2002.

Estudios sociológicos sobre el cómic

Etnografías sobre el público lector (Pustz, 2001). *Readers* sobre ideología y cómic (McAllister, Sewell y Gordon, 2001; Heer y Worcester, 2009). En España, aparición de *Tebeosfera* (2001), publicación académica sobre historieta y publicación de *readers* sobre cómics (Lladó, Marimon y Seguí, 2001, Cortés y Vidal, 2002)

2010s

Hechos relevantes

Presentación de la primera tesis doctoral que utiliza la historieta como recurso expresivo, de Nick Sousanis: *Unflattening* (2015). Mayor importancia del cómic en formato electrónico, tanto en formato revista (*Orgullo y Satisfacción*) como monográfico (*¡Universo!*).

Estudios sociológicos sobre el cómic

Aparición de líneas editoriales académicas sobre el cómic: *Routledge Advances in Comic Studies* (2015) o *Palgrave studies in comics and Graphic novels* (2016). Publicación de diferentes readers académicos (*The Routledge Companion to Comics*, 2016). Aparición de revistas académicas sobre el cómic: *Journal of Graphic Novels and Comics* (2010); *Studies in Comics* (2010); *Historietas. Revista de estudios sobre la Historieta* (2011); *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship* (2013). En España, compilación de estudios desde el punto de vista social (LluchPrats, Martínez y Celestina, 2016; Gracia y Asión, 2018) e incursión del cómic en números monográficos de revistas académica: *Espacio, tiempo y forma*, 2014); *Claves de la Razón Práctica* (2018); *Revista de Occidente* (2019).

Bibliografía citada

- ATKINS, MICHAEL (2013). *Cruising the Village: A visual ethnography of public sex between men in Manchester city centre*. Tesis Doctoral. Manchester: The University of Manchester.
- AYERS, WILLIAM y ALEXANDER TANNER, RYAN (2013). *Enseñar, un viaje en cómic*. Madrid: Ediciones Morata.
- BARKER, MARTIN (1989). *Comics. Ideology, Power & the Critics*. Manchester: Manchester University Press.
- BARTOSZKO, ALEKSANDRA, LESETH, ANNE BRIGITTE y PONOMAREW, MARCIN (2010). *Public Space, Information Accessibility, Technology and Diversity at Oslo University College*. Oslo: Oslo University College.
- BEATY, BART (2005). *Frederic Wertham and the Critique of Mass Culture*. Jackson (EUA), University Press of Mississippi.
- BERGER, ARTHUR A. (1970). *Li'l Abner: a study in American Satire*. New York, Twaine Publishers.
- BERGER, ARTHUR A. (1973). *The Comic Stripped American: What Dick Tracy, Blondie, Daddy Warbucks, and Charlie Brown Tell us about Ourselves*. Londres, Penguin.
- BLOCH, ERNST (2004). *El principio esperanza*. Madrid: Trotta.
- BOLTANSKI, LUC (1975). La constitution du champ de la bande dessinée. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1(1):37-59.
- BRABANT, SARAH y MOONEY, LINDA (1997). Sex Role Stereotyping in the Sunday Comics: A Twenty Year Update. *Sex Roles*, 37(3-4): 269-281.
- BRIENZA, CASEY (2010). Producing comics culture: a sociological approach to the study of comics. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 1(2):105-119.
- BRIENZA, CASEY y JOHNSTON, PADDY (2016). *Cultures of Comics Work*. New York: Palgrave Macmillan.
- BROWN, JEFFREY (1997). Comic Book Fandom and Cultural Capital. *The Journal of Popular Culture*, 30(4):13-31.
- CASSIDY, PETER H. (1942). *An approach to the profession of comic strip cartooning based upon an analytical survey of current trends and personal experiences*. Tesis de master, Wisconsin: University of Wisconsin.

- CASTORIADIS, CORNELIUS (2018). *Hecho y por hacer. Pensar la imaginación*. Madrid: Enclave de Libros.
- CAUSEY, ANDREW (2016). *Drawn to see. Drawing as an Ethnographic Method*. Toronto: University of Toronto Press.
- CHAVEZ, DEBORAH (1985). Perpetuation of Gender Inequality: A Content Analysis of Comic Strips. *Sex Roles*, 13(1/2):93-102.
- COELHO, SARA (2009). Piled Higher and Deeper: The Everyday Life of a Grad Student. *Science*, 323(5922):1669.
- CORTÉS, NICOLÁS (1999). *De Yellow Kid a Superman. Una visión social del cómic*. Barcelona: Fundació Josep Comaposada.
- CORTÉS, NICOLÁS y VIDAL, JAUME (2002). *Superhéroes y villanos. Una visión social del cómic*. Barcelona: Fundació Josep Comaposada.
- CROWTHER, GILLIAN (1990). Fieldwork Cartoons. *The Cambridge Journal of Anthropology*, 14(2):57-68.
- DAVIDSON, SOL (1958). *Culture and the comic strip*. Tesis doctoral, New York: New York University.
- DENNEY, REUEL (1957). *The astonished muse*. Chicago: University of Chicago Press.
- DORFMAN, ARIEL (1983). *The empire's old clothes. What the Lone Ranger, Babar, and Other Innocent Heroes Do to Our Minds*. New York, Pantheon Books.
- DORFMAN, ARIEL y MATTELART, ARMAND (1971). *Para leer al Pato Donald: comunicación de masa y colonialismo*. Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- DORFMAN, ARIEL y JOFRÉ, MANUEL (1974). *Superman y sus amigos del alma*. Buenos Aires, Galerna.
- ECO, UMBERTO (1968). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- EKACHAI, DARADIREK y DROUT, CHERYL (1996). Gender Roles in Japanese Comics. *Journal of the Illinois Speech and Theatre Association*, 47:19-24.
- FRANK, JOSETTE (1944). What's in the comics. *The Journal of Educational Sociology*, 18(4): 214-222.
- FRAZER, ELIZABETH (1987). Teenage girls reading Jackie. *Media Culture and Society*, 9(4):407-425.
- GABILLIET, JEAN P. (2009). *Of Comics and Men: A Cultural History of American Comic Books*. Jackson (EUA), University Press of Mississippi.

- GASCA, LUIS (1966). *Tebeos y cultura de masas*. Madrid, Editorial Prensa Española. Gasca, Luis (1967). Influencia del cómic en la publicidad, *Revista Española de la Opinión Pública*, 8:125-142.
- GIROUX, HENRY (2001). *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- GLASCOCK, JACK y PRESTON SCHRECK, CATHERINE (2004). Gender and Racial Stereotypes in Daily Newspaper Comics: A Time Honored Tradition? *Sex Roles*, 51 (78):423-431.
- GORDON, IAN (2017). Ideological/Sociological. En Matthew Smith y Randy Duncan (eds.) *The Secret Origins of Comics Studies*. New York, Routledge, pp. 118-132.
- GRACIA, JULIO A. y ASIÓN, ANA (2018). *Nuevas visiones sobre el cómic. Una visión interdisciplinar*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- GROESENTEIN, THIERRY (2009). Why are comics still in search of cultural legitimization? En Jeet Heer y Kent Worcester (eds.) *A Comics Studies Reader*, Jackson (EUA), University Press of Mississippi, pp.311.
- HAGUE, IAN (2017). Comics and Cultural Studies. En Frank Bramlett, Roy T Cook y Aaron Meskin (eds.), *The Routledge Companion to Comics*, New York: Routledge, pp. 424-432.
- HAJDU, DAVID (2019). *La plaga de los cómics. Cómo el pánico a los cómics cambió la cultura americana*. Madrid: EsPop Ediciones
- HALL, KELLEY y LUCAL, BETSY (1999). Tapping into parallel universes: Using superhero comics in sociology courses, *Teaching Sociology*, 27(1):60-66.
- HEER, JEET y WORCESTER, KENT (2009). *A comics studies reader*. Jackson (EUA), University Press of Mississippi.
- HEISLER, FLORENCE (1944). *Characteristics of Elementary School Children Who Read Comic Books, Attend the Movies, and Prefer Serial Radio Programs*, Tesis doctoral, New York, New York University.
- HEISLER, FLORENCE (1946). A comparison of comic book and noncomic book readers of the elementary school. *Journal of Educational Research*, 40(6): 458-464.
- HERNÁNDEZ, FRANCESC J. y HERZOG, BENNO (2015). *Estética del reconocimiento. Fragmentos de una crítica social de las artes*. València: Publicacions de la Universitat de València.
- HOULT, THOMAS (1949). Comic books and juvenile delinquency. *Sociology and social research*, 33:279-284.
- KOHNEN, MELANIE (2014). 'The power of geek': fandom as gendered commodity at ComicCon. *Creative Industries Journal*, 7(1), 75-78.
- LASSWELL, HAROLD (1927). *Propaganda Techniques in the World War*. London: K. Paul, Trench, Trubner & Co.
- LENT, JOHN (2010). The winding, potholed road of comic art scholarship. *Studies in Comics* 1(1): 733.
- LLADÓ, FRANCESCA, MARIMÓN, ANTONI y SEGUÍ, MIQUEL (coord.) (2002). *El món del còmic: ideologia, estètica i llenguatge*. Palma, Institut d'Estudis Baleàrics.
- LLUCH PRATS, JAVIER, MARTÍNEZ RUBIO, JOSÉ y CELESTINA, LUZ (coord.) (2016). *Las batallas del cómic. Perspectivas sobre la narrativa gráfica contemporánea*. València: Universitat de València
- MARTÍN, ANTONIO (2000). *Apuntes para una historia de los tebeos*. Barcelona: Glénat.
- MASOTTA, OSCAR (1982). *La historieta en el mundo moderno*. Barcelona: Paidós. Matacín, Mala y Burger, Jerry (1987). A Content Analysis of Sexual Themes in Playboy Cartoons. *Sex Roles*, 17(34):179-186.
- MCALLISTER, MATTHEW; SEWELL, EDWARD y GORDON, IAN (Eds.) (2001). *Comics & Ideology*. New York: Peter Lang.
- MCALLISTER, MATTHEW (2001). Ownership Concentration in the U.S. Comic Book Industry. En Matthew McAllister, Edward Sewell y Ian Gordon (Eds.) *Comics & Ideology*. New York: Peter Lang, pp. 15-39.
- MCLUHAN, MARSHALL (1951). *The mechanical bride. Folklore of industrial man*. New York: Vanguard Press.
- MILLER, ANN (2007). *Reading Bande Dessinée. Critical Approaches to French Language Comic Strip*. Bristol, Intellect.
- MOIX, RAMON-TERENCI (1968). *Los "comics" Arte para el consumo y formas pop*. Barcelona: Llibres de Sinera.
- MUÑOZ, MANUEL (1982). *La bande dessinée (système de communication. art plastique et recours pédagogique)*. Tesis doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

MURPHY, KATHERINE (2016). Analyzing Female Gender Roles in Marvel Comics from the Silver Age (1960) to the Present. *Discussions*, 12(2). Recuperado de <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=1449>.

NDALIANIS, ANGELA (2011). Why Comics Studies? *Cinema Journal*, 50(3):113-117.

(1940). A National Disgrace and a Challenge to American Parents, *Childhood Education*, 17(2): 56.

NYBERG, AMI KISTE (1998). *Seal of Approval: The history of the Comics Code*. Jackson (EUA), University Press of Missisipi.

OGI, FUSAMI (2001). Gender insubordination in Japanese comics (manga) for girls. En John Lent (ed.) *Illustrating Asia: Comics, Humor Magazines and Picture Books*. Richmond (UK): Curzon, pp. 171-186.

PARASECOLI, FABIO (2014). Gluttonous crimes: Chew, comic books, and the ingestion of masculinity. *Women's Studies International Forum*, 44:236246.

PARKER ROYAL, DEREK (2007). Introduction: Coloring America. Multi-Ethnic Engagements with Graphic Narrative. *Melus*, 32(3):7-22.

PAVLOTSKI, ALEX (2015). *Visualising Parkour*. Tesis Doctoral. Melbourne: La Trobe University.

PONS, ÁLVARO (2017). *La Cárcel de Papel. Diario de un lector de tebeos (20022016)*. Aguadulce: Confluencias.

PONS, ÁLVARO (2018). Tebeos raros: poéticas y nuevos caminos de la historieta. *Claves de la Razón Práctica*, 256:36-45.

PUSTZ, MATTHEW (2001). *Comic book culture. Fanboys and true believers*. Jackson: University Press of Missisipi.

REITBERGER, REINHOLD y FUCHS, WOLFGANG (1972). *Comics: Anatomy of a Mass Medium*. Boston (EUA): Little Brown and Co.

RIESMAN, DAVID; GLAZER, NATHAN y DENNEY, REUEL (1950). *The lonely crowd. A Study of the Changing American Character*. New Haven: Yale University Press.

SCHNEIDER, ELDON (1997). Teaching the sociology of sport: Using a comic strip in the classroom, *Teaching Sociology*, 25(3):239-243.

SCANLAN, STEPHEN y FEINBERG, SETH (2000). The Cartoon Society: Using The Simpsons to Teach and Learn Sociology, *Teaching Sociology*, 28(2):127139.

SCHULTZ, HENRY (1949). Censorship or self regulation, *The Journal of Educational Sociology*, 23(4):215-224.

SHAHEEN, JACK (1994). Arab images in American comic books. *Journal of Popular Culture*, 28(1):123-133.

SMAGLIK, PAUL (2005). You've got to laugh. *Nature*. 436(7051):745.

SMOODIN, ERIC (ed.) (1994). *Disney Discourse. Producing the Magic Kingdom*. London: Routledge.

SMITH, MATTHEW J. (2001). The Tyranny of the Melting Pot Metaphor. En Matthew McAllister, Edward Sewell y Ian Gordon (Eds.) *Comics & Ideology*. New York: Peter Lang, pp. 129-150.

SNYDER, ELDON E. (1997). Teaching the sociology of sport: using a comic strip in the classroom. *Teaching Sociology*, 25(3): 239243.

SOUSIANIS, NICK (2015). *Unflattening*. Cambridge (EUA): Harvard University Press.

STABILE, CAROL A. (2009). "Sweetheart, This Ain't Gender Studies": Sexism and Superheroes. *Communication and Critical/cultural studies*, 6(1): 86-92.

STANFILL, MEL (2019). *Exploiting Fandom. How the media industry seeks to manipulate fans*. Iowa: University of Iowa Press.

STRANG, RUTH (1943). Why children read the comics. *The Elementary School Journal*, 43(6):336-342.

THE PROJECT ON DISNEY (1995). *Inside the Mouse: Work and Play at Disney World*. Durham (EUA): Duke University Press.

TILLEY, CAROL (2012). Seducing the Innocent: Fredric Wertham and the Falsifications that Helped Condemn Comics. *Information & Culture. A Journal of History*. 47(4):383-413.

VIDAL, JAUME (1999). El cómic como vehículo ideológico. En Nicolás Cortés (coord.). *De Yellow Kid a Superman. Una visión social del Cómic*. Barcelona: Fundació Josep Comaposada, pp.1435.

- VIDAL, JAUME (2002). "Alguien tiene que hacerlo, ¿no lo veis? Alguien tiene que salvar el mundo".
En Nicolás Cortés y Jaume Vidal. *Superhéroes y villanos. Una visión social del Cómic. Barcelona: Fundació Josep Comaposada*, pp.1143.
- WERTHAM, FREDRIC (1954). *Seduction of the Innocent*. New York: Rinehart.
- WOLF, KATHERINE y FISKE, MARJORIE (1949) The children talk about comics. En P. Lazarsfeld y Frank Stanton (eds.): *Communications Research 1948-1949* (pp.350). New York: Harper & Brothers.
- WOO, BENJAMIN (2011). The Android's Dungeon: comicbookstores, cultural spaces, and the social practices of audiences. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 2(2), 125-136
- WOO, BENJAMIN (2012). Understanding understandings of comics: reading and collecting as mediaoriented practices. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 9(2): 180-199.
- WRIGHT, BRADFORD (2001). *Comic Book Nation: the Transformation of Youth Culture in America*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- YUKARI, FUJIMOTO (2013). Women in "Naruto", Women Reading "Naruto". En Jacqueline Berndt y Bettina KümmerlingMeibauer (eds.) *Manga's Cultural Crossroads*. London: Routledge. pp. 172-191.

