

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Facultat de Ciències de la Comunicació

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Agradecimientos:

A mis padres, cuyo apoyo me ha hecho lograr el sueño que me acompaña desde que tengo uso de razón: contar historias.

A mi tutora Rosario Lacalle, por enseñarme y guiarme durante todo el proceso.

A todos aquellos autores que dignifican la mejor profesión que existe a través del noveno arte.

“El periodismo solo es un arma. Lleva solamente una bala, pero si la apuntas bien, no necesitarás nada más. Apúntala bien y podrás volar la rótula al mundo”. – Spider Jerusalem

Transmetropolitan, de Warren Ellis y Darick Robertson

Índice

1. Introducción	Pág. 5
1.1. Justificación y elección del tema	Pág. 5
1.2 Hipótesis	Pág. 6
1.3 Objetivos	Pág. 7
1.4 Metodología	Pág. 8
2. Periodismo en la ficción de la cultura popular	Pág. 9
2.1 Periodismo y cómic	Pág. 11
2.1.1 Nacimiento del cómic en la prensa	Pág. 12
2.1.2 Cómics como formato periodístico	Pág. 16
2.1.3 Periodistas en el cómic de ficción	Pág. 19
3. Periodismo en el cómic de superhéroes	Pág. 27
3.1 Introducción al cómic de superhéroes estadounidense	Pág. 27
3.2 El periodismo en el mundo de los superhéroes	Pág. 37
3.2.1 Periodistas en las películas y series sobre superhéroes	Pág. 38
3.2.2 La representación del periodismo en los cómics de superhéroes cont.	Pág. 42
3.3 Perfiles de periodistas en el cómic de superhéroes	Pág. 46
3.3.1 Reporteros expertos	Pág. 47
3.3.2 Reporteros inexpertos	Pág. 49
3.3.3 Fotoperiodistas	Pág. 50
3.3.4 Directores y editores	Pág. 52

3.3.5 Columnistas y críticos	Pág. 54
3.3.6 Periodistas audiovisuales	Pág. 55
3.3.7 Corresponsales de guerra	Pág. 56
3.4 Los medios de comunicación en el cómic de superhéroes	Pág. 57
3.5 Periodista como doble identidad del superhéroe	Pág. 60
3.6 Superhéroes: una nueva especialización periodística	Pág. 64
4. Análisis	Pág. 67
4.1 Personajes	Pág. 68
4.1.1 DC Comics	Pág. 68
4.1.2 Marvel	Pág. 74
4.2 Representación del periodismo	Pág. 79
4.2.1 Manipulación informativa y guerra de intereses	Pág. 79
4.2.2 Prestigio de la profesión	Pág. 81
4.2.3 Actualización de la profesión y paso al entorno digital	Pág. 82
4.2.4 Sistema de organización de las redacciones	Pág. 84
4.3 Estilo y composición	Pág. 85
5. Conclusiones	Pág. 88
6. Bibliografía	Pág. 90

1. Introducción

El cómic y el periodismo tienen una vinculación histórica desde que aparecieron las primeras viñetas en los diarios. Tal relación se ha ido fortificando a lo largo de los años, estableciéndose tanto en obras reales –con los cómics periodísticos de autores de la talla de Joe Sacco o Guy Delisle– como en las ficticias a través de personajes periodistas y la representación de los medios de comunicación.

En este último punto destaca el tratamiento que se le ha dado en el cómic de superhéroes estadounidense. Personajes como Clark Kent o Peter Parker, álder egos de Superman y Spiderman respectivamente, son o han sido trabajadores de medios de comunicación. De este modo, aparecen temas recurrentes en la vida de los superhéroes que tienen relación con el periodismo y los medios. En un mundo en el que los superhéroes campan a sus anchas, el papel de los periodistas es esencial. Son quienes deben desentrañar los secretos que ocultan los protagonistas de las colecciones. Son quienes deben informar de cada conflicto ocurrido e incluso quienes califican si una persona con poderes es un superhéroe o un villano.

La manipulación informativa y el sensacionalismo también tienen un papel fundamental en las citadas colecciones. En multitud de ocasiones los superhéroes no solo deben enfrentarse a los villanos que causan el caos en la ciudad, sino también a la opinión pública liderada por las portadas de los diarios que les catalogan como criminales. Los perfiles de los periodistas que aparecen en los cómics estadounidenses representan las diferentes vertientes del periodismo en la realidad, tanto en su faceta positiva como en la negativa.

Para afirmar todo lo anterior, se propone una metodología en la que se explorará la teoría realizada hasta el momento del cómic estadounidense y su relación con el periodismo y la política para más tarde realizar un análisis temático en el que contestar a las hipótesis planteadas.

1.1 Justificación y elección del tema

La popularidad de los cómics está en auge gracias al apoyo que en la actualidad reciben de parte del mundo de la cinematografía. Las adaptaciones a la gran pantalla de los grandes superhéroes norteamericanos, cuyas historias han sido tradicionalmente explicadas a través de los cómics, han puesto a estos personajes en

alza y, como consecuencia, también a los cómics, antiguos y actuales, donde se relatan sus historias.

Teniendo en cuenta la fama de la que gozan en la actualidad los cómics estadounidenses, cabría esperar un campo donde prácticamente todo se ha explorado. No obstante, la documentación sobre algunos temas concretos es escasa en lengua española, si bien en inglés existen más investigaciones al respecto. Este es el caso del tratamiento del periodismo en los cómics estadounidenses. No hay mucha documentación específica que explique cómo se han tratado históricamente a los personajes periodistas en el mundo de los superhéroes, ni mucho menos cómo han evolucionado o si se han adaptado a la crisis del periodismo del Siglo XXI y a la era digital en la que nos encontramos.

Resulta curioso que se hayan realizado grandes investigaciones al respecto, teniendo en cuenta que sí se han tratado otros temas como la adaptación del género al cine o el tratamiento de la política en los cómics norteamericanos. Y más si consideramos que el periodismo es una de las profesiones que más aparece en la historia del cómic y, en concreto, en el de superhéroes.

Por lo tanto, la justificación del caso es elaborar una investigación que explore el papel del periodismo dentro del cómic de superhéroes norteamericano, contextualizándolo dentro del cómic en general y destacando el papel que cumple en la actualidad.

1.2 Hipótesis

El periodismo aparece en multitud de ocasiones dentro de la ficción del cómic de superhéroes estadounidense. En torno a esta situación, se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis principal:

El periodismo cumple una función esencial dentro del cómic de superhéroes estadounidense. Las situaciones que se reflejan en los cómics toman de ejemplo directamente la situación del periodismo en el momento concreto de sus publicaciones.

Hipótesis subordinadas:

1. El siglo XXI es el momento más importante de la historia para el periodismo dentro del cómic de superhéroes estadounidense.
2. Los temas que se tratan en los cómics se han actualizado junto a los problemas del periodismo. Tanto las historias relacionadas con el periodismo como los personajes periodistas están en constante cambio.
3. La importancia de los personajes periodistas en el cómic de superhéroes estadounidense ha generado que se establezcan ciertos prototipos de personajes que se repiten constantemente.

1.3 Objetivos

Además de para demostrar o desmentir las hipótesis citadas, el estudio busca cumplir con los siguientes propósitos:

1. Demostrar la estrecha vinculación existente entre el cómic y el periodismo.
2. Intentar determinar los diferentes tipos de relaciones establecidas históricamente al cómic con el periodismo.
3. Probar la importancia que tienen los personajes periodistas en los productos derivados de la cultura de masas y mostrar que la visión del periodismo de dichos personajes ha cambiado nuestra manera de ver la profesión.
4. Responder a la pregunta de si los prototipos de personajes periodistas se repiten una y otra vez o bien se utilizan estructuras originales por cada nuevo personaje periodista creado.
5. Estudiar la teoría existente sobre el periodismo en el cómic de superhéroes estadounidense y complementarla con teorías propias basadas en la investigación realizada y en el estudio del caso.
6. Determinar si los cómics de superhéroes estadounidenses responden a una realidad propia del periodismo o si toman de referencia constantemente a la situación real de la profesión.

1.4 Metodología

Para cumplir con los objetivos citados, dividiremos el trabajo en dos apartados: recopilación de datos y análisis.

En primer lugar, reuniremos la información pertinente sobre la relación que históricamente ha tenido el cómic con el periodismo. Para ello, revisaremos las tres conexiones principales que unen los dos términos: el nacimiento del cómic en la prensa, el cómic como formato periodístico y la aparición de los periodistas en el cómic de ficción.

A continuación, realizaremos una amplia panorámica sobre el tratamiento del periodismo en el cómic de los superhéroes a través de los diferentes estudios y artículos que se han escrito sobre el tema. Lo haremos presentando la historia del cómic de superhéroes y estableciendo los perfiles que históricamente se han presentado en los personajes periodistas. Finalmente, reflexionaremos sobre el tratamiento de los medios de comunicación en este tipo de cómics y el papel de los periodistas que también son superhéroes, con el objetivo de determinar si la temática se ha convertido en una especialización periodística.

Una vez realizado el recorrido histórico, pasaremos a elaborar un análisis cualitativo de siete series del Siglo XXI de Marvel y DC Comics referenciadas en el marco teórico. El análisis se realizará en tres bloques: a través de los personajes aparecidos, de la representación del periodismo y del estilo y composición de las colecciones. Finalmente, con los datos extraídos de todo el trabajo, se realizarán unas conclusiones que intentarán contestar a las hipótesis planteadas anteriormente.

2. Periodismo en la ficción de la cultura popular

El periodismo se desarrolla a medida que avanza la sociedad, adaptándose a las nuevas tecnologías y a las necesidades del público en cada momento. La Real Academia de la Lengua anunció el 31 de octubre de 2015 que cambiaría la definición de “periodista” en el diccionario para abastecer los nuevos medios y especialidades que en la actualidad establecen el trabajo del profesional del periodismo.¹ Conceptos como “internet”, popularizados desde hace poco más de dos décadas, aparecen para incluirse en una práctica en constante evolución.

Es por ello que, desde su concepción, el periodismo ha tenido una estrecha relación con la cultura popular. Los deseos y ambiciones de la sociedad han marcado los medios ficticios y reales, que al evolucionar en paralelo han gozado de una conexión sin la que no se entiende su desarrollo.

Por lo tanto, los periodistas del Siglo XXI ido adoptando una imagen social integrada por las propias representaciones de la información, pero también de la ficción (películas, series televisivas, libros o cómics). Los perfiles del editor manipulador, el reportero intrépido o el fotógrafo tímido beben directamente de concepciones ficticias que se han desarrollado durante el anterior siglo (Joe Saltzman, 2010: 1).

En la base de datos *The Image of Journalist in Popular Culture* hay más de 86.000 artículos dedicados a la representación del periodismo en la cultura popular. La mayoría se basan en perfiles de periodistas ficticios que aparecen en medios de comunicación, lo que nos da una idea aproximada de las representaciones que se han ido difundiendo a lo largo de los años.

El cine es uno de los medios donde más se ha tratado el periodismo. Milly Bounanno, socióloga italiana especializada en tratar académicamente la representación del periodismo en producciones televisivas, ejemplifica esta repercusión a través de los géneros fílmicos²:

- Drama: La película más popular de este género es *Ciudadano Kane* (1941) de Orson Welles. En la historia se examina el perfil de Charles Foster Kane, un magnate empresarial cuya muerte investiga el periodista Jerry Thompson. El

¹ EFE. La RAE modificará la definición de <>periodista>> en el Diccionario. La Voz de Galicia [en línea]. 31 de octubre de 2015. [Fecha de consulta: 13 de febrero de 2016]. Disponible en: http://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2015/10/31/rae-modificara-definicion-periodista-diccionario/0003_201510G31P30994.htm

² Bounanno, Milly. “Periodistas en el cine”. Máster oficial de investigación en comunicación y periodismo. Universidad Autónoma de Barcelona. 1 de diciembre de 2015.

periodista quiere saber el significado de la última palabra que Foster Kane mencionó y, para ello, realiza una serie de entrevistas que le acercan cada vez más a su vida.

- Comedia: Un ejemplo de este género es *Primera Plana* (1974) de Billy Wilder. Esta historia versa sobre la ética periodística a través de Hildy Johnson, el reportero estrella de la cabecera Chicago Examiner. La cinta refleja los problemas del periodismo con sarcasmo y humor.³
- Sátira: También se recurre a satirizar el papel de la prensa a través de la cinematografía. Una película que habla sobre ello es *Asesinos natos* (1994) de Oliver Stone. El filme refleja el sensacionalismo con el que algunos medios de comunicación tratan los sucesos.
- *Thriller*: El periodismo también da pie a que se juegue con este género, uno de los más populares de la literatura y el cine donde poco a poco se descubre un misterio. *El Gran Carnaval* (1951) de Billy Wilder es un claro ejemplo, ya que se centra en la figura de un periodista histriónico y cínico que va en busca de una noticia de repercusión nacional.
- *Biopic*: Al tratarse de personajes de fama internacional, muchos periodistas tienen películas propias basadas en sus vidas. Son ejemplos *Veronica Guerin* (2003) de Joel Schumacher, *Capote* (2005) de Bennett Miller y *Un corazón invencible* (2007) de Michael Winterbottom.
- Guerra: Los corresponsales de guerra son frecuentes en la ficción filmica. En *Salvador* (1986) de Oliver Stone nos ponemos en la piel de un fotoperiodista con problemas alcohólicos y de drogas en la Guerra Civil de El Salvador. Se trata de un retrato de la guerra a través de los ojos de un corresponsal controvertido.
- Superhéroes: Finalmente, el género de acción de superhéroes, que aparece en películas producidas por estudios como Warner Brothers o Marvel Studios, tiene un gran espacio para el periodismo. Al tratarse mayoritariamente de adaptaciones de cómics, donde el periodismo siempre ha estado presente, se refleja el papel del periodista como identidad secreta en filmes como *Superman* (1978) de Richard Donner o *Spiderman* (2002) de Sam Raimi.

La mayoría de las películas citadas están realizadas en los estudios de Hollywood. Según Milly Bounanno, que Estados Unidos sea el lugar donde más historias

³ Redacción. Crítica de Primera Plana. Decine21 [en línea]. [Fecha de consulta: 14 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://decine21.com/Peliculas/Primera-plana-9134>

relacionadas con el sector se reproducen se basa, en gran parte, al papel que juegan los periodistas en la sociedad norteamericana:

En Estados Unidos, los periodistas representan la democracia y la libertad. Son muy importantes, lo que ellos llaman el cuarto poder. A los periodistas se les representa como personajes con gran poder y son una figura esencial para la democracia. Además, tienen un gran papel en la política americana, ya que son los que ponen a prueba a los políticos. Retratan la verdad, lo que provoca que se realice una representación idealizada en Hollywood.⁴

Pero esta idealización no solo provoca que los periodistas sean representados como personajes inteligentes que protagonizan numerosas aventuras. También hace que se les critique duramente, sobre todo por la frecuencia con la que los medios caen en el sensacionalismo y por los métodos cínicos que pueden emplear para acceder a las noticias. Es por ello que muchas de las películas anteriormente referidas son críticas con el periodismo, pero parten siempre de la gran importancia que reviste para la sociedad estadounidense.

La representación del periodismo en el cine puede extrapolarse al resto de medios de la cultura popular, tanto a las series televisivas como a la música y, sobre todo, a los cómics.

2.1 Periodismo y cómic

El cómic es un formato muy profícuo en cuanto a la representación del periodismo. Según el investigador Bill Knight, se diferencia notoriamente del resto de medios de la cultura popular⁵:

La representación de los periodistas en los cómics no es tan negativa como en las películas y en la TV, de acuerdo a Katherine Ann (Beck) Foss en su tesis de maestría en la Universidad de Minnesota, “Es un ave, es un avión, es un periodista”. En realidad, en el cine hay más periodistas poco éticos o corruptos que reporteros decentes y honrados.

⁴ Bounanno, Milly. “Periodistas en el cine”. Máster oficial de investigación en comunicación y periodismo. Universidad Autónoma de Barcelona. 1 de diciembre de 2015.

⁵ KNIGHT, Bill. Periodistas más allá de Clark Kent [en línea]. 27 de octubre de 2011. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <https://reploidsigma.wordpress.com/2011/10/27/periodistas-de-comics-mas-all-a-de-clark-kent/>

La diferencia radica, principalmente, en el hecho de que el periodismo ha crecido junto al cómic; de manera paralela pero con una conexión muy estrecha que se ha manifestado a lo largo de los años.

El periodismo ha sido representado en numerosas obras surgidas en ámbitos con una gran tradición en la producción de comics, como el estadounidense, el japonés y el francobelga. También goza de gran popularidad en muchos otros países, como por ejemplo en España. No obstante, periodismo y cómic no tienen una relación estrictamente basada en obras con periodistas como protagonistas. Más allá de esta primera relación, existe una conexión en el origen de ambos medios, un periodismo hecho a través del propio cómic e incluso en la creación de perfiles de personajes periodistas en las páginas de algunos de estos comics.

En líneas generales, podemos diferenciar tres grandes ámbitos de la relación entre el cómic y el periodismo:

- 1- Origen del cómic en la prensa. Las primeras publicaciones donde se desarrolló el concepto de “cómic” se divulgaron a través de la prensa escrita o de revistas especializadas en este concepto, normalmente satíricas y de ámbito político.
- 2- El comic como formato periodístico. Uno de los géneros que más se están popularizando en los últimos años es el cómic periodístico. Basado en narrar sucesos vividos por el propio autor, de forma subjetiva y generalmente sobre temas bélicos, este tipo de cómic utiliza las formas y el estilo del periodismo para aplicarlo a las historias que se explican.
- 3- Periodistas en el cómic de ficción. Son muchos los periodistas que aparecen en el cómic de ficción, siendo los más recurrentes los que aparecen en el estadounidense sobre superhéroes. Sin embargo, en todas las industrias del tebeo existen periodistas ficticios creados para protagonizar o ser secundarios recurrentes.

2.1.1 Nacimiento del cómic en la prensa

El cómic siempre ha tenido una estrecha relación con el periodismo. El concepto de cómic, tal y como se conoce hoy en día, tiene su origen en las tiras cómicas, las cuales surgieron en gran medida a mediados del Siglo XIX. Este es el primer vínculo existente entre ambos medios de comunicación, estrechamente ligados a través de distintos elementos.

Las primeras tiras cómicas registradas surgieron en la publicación ilustrada *Punch, or the London Charivari*. Fundada en 1841, la revista británica estuvo hasta 1992 divulgándose de manera asidua. Fue entonces cuando dejó de publicarse por presiones de la editora United Newspapers Group, que alegaba no poder enfrentar el coste que suponía.

Cuatro años más tarde, *Punch* volvió a publicarse gracias a la inversión de cinco millones de dólares del magnate egipcio Mohamed al-Fayed. Pero, en mayo de 2002, una nueva crisis interna provocó el cierre definitivo de la revista.⁶

Los intentos por conservarla se debían a que *Punch* fue la revista ilustrada que inspiró a muchas otras que incluso llegaron a superar su tirada. Podría decirse que fue la precursora de la tira cómica, elemento que acabó convirtiéndose en un medio de comunicación de masas.

Las principales cabeceras que aparecieron junto a *Punch* fueron *Le Caricature*, *Puck*, *The Judge* y *Life*. El caso de *Le Caricature* es el más sorprendente (David S. Kerr, 2000: 4). Fundada en 1830 por Auguste Audibert, se trata de una revista anterior a *Punch*. Surgió en cuanto rebajaron los niveles de censura en Francia, momento en el que el editor vio la oportunidad de poder meterse con el rey Louis Philippe a través de la tira cómica. Aunque cerró en 1843, supuso una inspiración para publicaciones similares en todo el mundo.

Le Caricature se considera la primera revista de este tipo que tuvo éxito, si bien con *Punch* la revolución fue mucho más allá gracias a que competía en el mercado estadounidense. Ambas, publicadas por primera vez en fechas muy similares, marcaron un camino que siguieron muchas otras cabeceras que hoy en día continúan publicándose.

Puck se consolidó como la siguiente revista ilustrada humorística de éxito. Desde 1876 hasta 1918 fue un referente político en Estados Unidos. En cada edición aparecían tres grandes dibujos a color y, lo que en principio se basaba completamente en política, fue evolucionando hasta temáticas puramente cómicas o incluso ilustrativas. Pero *Puck* se caracterizó, principalmente, por jugar un papel crítico de transición del humor americano. La revista estaba dirigida a personas migrantes que mayoritariamente no sabían leer, lo que funcionó como un transmisor de la mitología

⁶ HOGUE, Warren. Whack! Whack! Whack! Reborn Punch Pounded. The New York Times [en línea]. 18 de septiembre de 1996. [Fecha de consulta: 27 de enero de 2016]. Disponible en: <http://www.nytimes.com/1996/09/18/world/whack-whack-whack-reborn-punch-pounded.html>

norteamericana. De este modo, plasmaba grandes relatos de la literatura como los de Edgar Allan Poe en imágenes que cualquiera fuera capaz de entender.

En *Puck* aprovecharon las ventajas que tenía la imagen sobre el texto y supieron aplicarlas con función cultural, al igual que un periodista haría con una noticia; simplificando el lenguaje para que llegue a todo el mundo.⁷ Su clausura en 1918 se debió, en gran parte, a una competencia económica que estaba perdiendo contra su mayor rival: *The Judge* –que más tarde pasaría a titularse, únicamente, *Judge*– (Frank Luther Mott, 1966: 36).

Fundada en 1881, *Judge* surgió, precisamente, de varios artistas que tuvieron grandes desavenencias con los directivos de *Puck*. Tales disputas provocaron que los artistas fundaran su propia revista y, liderados por el célebre James Albert Gales, consiguieron un éxito rotundo con el que incluso desbancaron a sus anteriores editores.

Esta revista nació durante la Larga Depresión (1873-1896), un paralelismo evidente con el surgimiento de los superhéroes durante la Gran Depresión (desde 1929 hasta finales de la década de 1930). En ambos casos, el cómic –aunque de diferente tipo– tuvo un papel fundamental como entretenimiento para una generación que estaba sufriendo las consecuencias de una economía hundida.

Judge consiguió, con un humor más impactante que el de *Puck* y el resto de revistas de la época, marcar un antes y un después en el cómic norteamericano. El hecho de que estuviera dirigida por los propios ilustradores hizo que su contenido ganara peso. No obstante, siguiendo el legado de las revistas ilustradas, la fundación de *New Yorker* en 1925 provocó que, poco a poco, fuera ganando terreno a *Judge*. De esta forma, en 1947 la revista acabó cerrando después de que pasaran 66 años desde su primer número.⁸

El caso más popular en Estados Unidos es, no obstante, el de la revista *Life*. Nacida en 1883, se originó con las mismas pretensiones que *New Yorker*, *Puck* o *Judge*. Se trataba de una revista satírica ilustrada centrada ampliamente en política pero con espacio para otro tipo de publicaciones. Fue una de las grandes cabeceras que se enfrentó a la Larga Depresión, a través de un humor sofisticado que intentaba llegar a todos los públicos. Sin embargo, el rumbo de la revista cambió en 1936. Habían

⁷ DUEBEN, Alex. Puck Magazine and the Birth of Modern Political Cartooning. Split Sider [en línea] 10 de septiembre de 2014. [Fecha de consulta: 27 de enero de 2016]. Disponible en:

<http://splitsider.com/2014/09/puck-magazine-and-the-birth-of-modern-political-cartooning/>

⁸ Redacción. Out Loud: Ninety Years of The New Yorker. The New Yorker [en línea]. 16 de febrero de 2015. [Fecha de consulta: 27 de enero de 2016]. Disponible en:

<http://www.newyorker.com/culture/culture-desk/loud-ninety-years-new-yorker-history>

pasado 53 años desde su fundación cuando Henry Luce compró todos los derechos de la revista. El empresario sabía el poder que tenía una revista como en aquel momento era *Life*. Sin embargo, quiso cambiar su rumbo adaptándola a una tecnología que durante los últimos años se había propagado como la pólvora: la fotografía.

Life pasó de ser una revista ilustrada de humor a una revista sobre fotoperiodismo. Aunque en principio sus contenidos seguían estando relacionados con lo que hacían anteriormente –y aquí surge de nuevo la conexión entre cómic y periodismo–, poco a poco fue evolucionando hasta convertirse en una publicación estadounidense de referencia que contaba con los mejores fotógrafos en sus filas y las mayores estrellas en sus portadas.⁹

Con *Life* se esclarece la relación existente entre el periodismo y la viñeta ilustrada. Antes de que la fotografía se popularizase, el dibujo llegaba hasta donde esta no podía. Era una especie de sustituto que, además de informar, satirizaba sobre lo que se hablaba y conectaba con un público de clase baja.

Después de la popularización en el Siglo XIX de las revistas ilustradas, los propios periódicos generalistas de todo el mundo comenzaron a experimentar con el fenómeno de la caricatura. Originalmente, las sátiras venían a través de suplementos dominicales, aunque más tarde pasaron a formar parte de los propios diarios.

El primero de los diarios en incluir estas tiras a través de un suplemento fue, precisamente, el periódico dirigido por Joseph Pulitzer: el *New York World*. Este diario destacó durante la última década del Siglo XIX gracias a una tira cómica titulada *The yellow kid* (Alfredo I. Álvarez, Rafael Núñez, Enrique del Teso, 2005: 216).

Fue *The yellow kid* la publicación que concibió el concepto de “prensa amarillista”, ya que durante esta época había una pugna entre el *New York World* y el *New York Journal* basado en hacer prensa sensacionalista que incrementaran sus ventas. El dibujante R. Hearst fue contratado por el *Journal* para que hiciera la misma tira en su diario, mientras el *World* la continuó con otro dibujante. Por lo que, debido a la disputa entre los dos diarios por publicar una misma historieta con dos series distintas, se generó este concepto que aún hoy día continúa vigente.

⁹ Redacción. First issue of Life is published. History [en línea]. 23 de noviembre de 2015. [Fecha de consulta: 27 de enero de 2016]. Disponible en: <http://www.history.com/this-day-in-history/first-issue-of-life-is-published>

Tras el éxito de las revistas ilustradas en el Siglo XIX, el XX tomó el relevo con tiras cómicas incluidas dentro de los propios diarios y con pequeñas publicaciones de humor político. Los diarios pasaron a ofrecer entretenimiento a la par que criticaban la actualidad con estas publicaciones.

Las publicaciones ilustradas del Siglo XX destacaron por su temática basada en la aventura, lo que aportó grandes personajes al mundo del cómic. Además, muchos de estos personajes fueron concebidos como periodistas. Connie o Brenda Starr nacieron dentro de los diarios, con una visión claramente reivindicativa hacia la mujer moderna y con referencias que luego serían recogidas por otros personajes como Lois Lane (*Superman*).

2.1.2 Cómics como formato periodístico

Otro nexo de unión existente entre el cómic y el periodismo es el formato de cómic periodístico. Los periodistas gráficos aprovechan este medio para publicar historias que, de otra forma, no serían posibles o bien no conseguirían transmitir los hechos del mismo modo.

A través de la investigación *El cómic periodístico: Rescate y adaptación de géneros narrativos gráficos en el periodismo actual* (2015: 8), Miriam Fernández Simón define el cómic periodístico como “una hibridación en la que se narran, con códigos importados del periodismo, hechos reales con voluntad de veracidad en una secuencia visual”.

El cómic adoptó un target más adulto del que había tenido hasta el momento durante la década de 1980. Antes, la evolución de los cómics sobre superhéroes y las obras francobelgas enfocadas a los más pequeños provocaban que la mayoría de los lectores fueran niños o adolescentes. Este entretenimiento, no obstante, no calaba en el público adulto. Al menos no de la manera en que lo hicieron las tres obras que cambiaron este paradigma (Krystian Williams, 2005: 1).

Watchmen de Alan Moore, *El Regreso del Caballero Oscuro* de Frank Miller y *Maus* de Art Spielbergman revolucionaron el mercado del cómic estadounidense. Las dos primeras, además, cambiaron la manera de entender a las obras sobre superhéroes; aportaron una visión que hoy en día perdura e incluso ha llegado al cine y la televisión. Pero fue *Maus* la que experimentó con lo que hoy en día conocemos como cómic periodístico.

Maus es uno de los primeros cómics periodísticos que gozó de gran éxito a través del relato del propio padre del autor. En este cómic se explica una historia sobre la Segunda Guerra Mundial a través de las declaraciones del entrevistado. En *Maus* se demuestra el poder que tiene el cómic como comunicador de la verdad. Art Spielbergman representa a los nazis como gatos, a los americanos como perros y a los judíos como ratas. Con estas simbolizaciones, consigue transmitir una historia real de una manera original y única. Además, *Maus* provocó que muchos otros autores quisieran hacer periodismo a través del cómic, como los destacados Joe Sacco, Guy Delisle y Sarah Glidden.

Entre todos ellos, el primero es el más popular y el que más éxitos ha cosechado a lo largo de su trayectoria (Krystian Williams, 2005: 2). Entre 1993 y 1995, Sacco publicó *Palestina*, la historia que le colocó en lo más alto de los denominados “periodistas gráficos”. Basados en sus propias experiencias como reportero de guerra, los libros de Joe Sacco llevan más de 20 años haciendo furor en Estados Unidos y, además, han puesto encima de la mesa un género cada vez más vigente.

No obstante, antes de que Art Spielbergman y Joe Sacco tuvieran éxito, ya se había experimentado ampliamente con este formato:

Aunque el periodismo en cómic comenzase a surgir en la década de los 90 del pasado siglo, la relación íntima de lo informativo con lo dibujado se remonta mucho antes. Ahora esta unión se torna prolífica, en tanto a que aparecen cómics periodísticos en medios de comunicación convencionales e incluso alguno ya cuenta con una sección fija, como es el seminario italiano *Internazionale* (Miriam Fernández Simón, 2015: 3).

Además, se crea un paralelismo entre este fenómeno y el *Nuevo Periodismo* nacido en la década de 1960:

Nacida, como ya lo hiciera el Nuevo Periodismo, gracias a la hibridación de géneros tan permeables como son la crónica, el reportaje y en menor medida la entrevista. Y, como ya pasó en la década de los 60, no fue sino un soplo de aire fresco. De la misma manera, el cómic está consiguiendo demostrar su validez informativa. El momento no podría ser más oportuno (Miriam Fernández Simón, 2015: 5).

No podría ser más oportuno porque, en una sociedad cada vez más gráfica, un tipo de periodismo basado en utilizar el cómic como sustrato de la narración constituye una forma única de llegar al público. Gracias a este género periodístico, se pueden esclarecer escenas de lo más controvertidas en las que meter una cámara es

prácticamente imposible y, por lo tanto, se cataloga como un género eficaz para contar según qué historias.

Reconocido como el más importante autor de este tipo de periodismo, Joe Sacco explica que su manera de actuar es la misma que la de un periodista que trabaja para un medio escrito o audiovisual:

Me llamaría a mí mismo un dibujante que hace periodismo. Cuando me encuentro sobre el terreno, trabajando para un libro, mi comportamiento, mi manera de actuar es la misma que la de cualquier otro periodista. Entrevisto a gente, me interesan sus historias, apenas dibujo. Si tú llegaras a alguno de los sitios de los que hablo en mis libros probablemente te comportarías de la misma forma. Con la excepción de que a veces mis preguntas son más visuales, es decir, yo tengo que dibujar algo por lo que constantemente estoy preguntando por detalles de naturaleza visual.¹⁰

No obstante, en la propia entrevista el autor reconoce que fue Art Spielbergman quien dio pie esta nueva forma de hacer periodismo. Gracias sobre todo al premio pulitzer, que había ganado con *Maus*:

Antes había muchas barreras, muchas de las cuales hoy han caído. Me he encontrado con gente que admiraba diciéndome a la cara que no consideraban serio mi trabajo. Por supuesto también al contrario, supongo que es un asunto, el de este tipo de cómics, que es todavía objeto de debate.¹¹

Popularizado pero aún controvertido, este formato está llamado a convertirse en una forma, cada vez más habitual, de hacer periodismo a través de la autobiografía. Quizás, en España, el autor más destacado en este sentido sea Alfonso Zapico, quien ha dedicado su obra a hechos reales como es la revolución de Asturias de 1934 (*La balada del norte*) o la vida de James Joyce (*Dublinés*). Pero son muchos más los que se han atrevido con un género que está despuntando gracias, también, al concepto de novela gráfica.¹²

¹⁰ E. Barros, Diego. Joe Sacco: <<Yo entiendo el periodismo como el primer escalón de la historia>> [en línea]. 12 de junio de 2014. [Fecha de consulta: 27 de enero de 2016]. Disponible en: <http://www.jotdown.es/2014/06/joe-sacco-yo-entiendo-el-periodismo-como-el-primer-escalon-de-la-historia/>

¹¹ E. Barros, Diego. Joe Sacco: <<Yo entiendo el periodismo como el primer escalón de la historia>> [en línea]. 12 de junio de 2014. [Fecha de consulta: 27 de enero de 2016]. Disponible en: <http://www.jotdown.es/2014/06/joe-sacco-yo-entiendo-el-periodismo-como-el-primer-escalon-de-la-historia/>

¹² G. Mongay, Fernando. "España es todavía una trinchera para el cómic". *eldiario.es* [en línea]. 26 de abril de 2015. [Fecha de consulta: 27 de enero de 2016]. Disponible en: http://www.eldiario.es/aragon/cultura/Espana-todavia-trinchera-comic_0_379012486.html

2.1.3 Periodistas en el cómic de ficción

Además de las relaciones ya establecidas entre cómic y periodismo, existe otro vínculo igual o más importante en las obras ilustradas de ficción. Algunos de los personajes más icónicos del mundo del cómic son periodistas, desde Tintín hasta Superman. Con perfiles muy distintos y con problemas y virtudes exclusivos, llevan más de un siglo demostrando que el periodismo es clave en el mundo del cómic.

Uno de los autores máspreciados de la industria del cómic de superhéroes estadounidense, Will Pfeifer, esclarece algunos de los motivos por los que muchos superhéroes de cómic son, también, periodistas:

Un reportero es difícil de superar como identidad secreta – no es exactamente de la clase obrera, pero aun así es esforzado, metido en las trincheras, tratando de conseguir la historia. El acceso a noticias de última hora... la sala de prensa siempre ha sido un ambiente divertido para establecer historias, llenas de coloridos personajes y vertiginosos diálogos. Aunque admito que, como alguien que ha pasado la mayor parte de los últimos 20 años en una sala de prensa, nunca pensé que las historias de *Superman* alguna vez hayan realmente capturado el excéntrico espíritu del lugar.¹³

Pero, más allá de como una identidad oculta para los superhéroes, el periodista en el cómic es habitual por la multitud de aventuras que puede vivir gracias a su oficio flexible y en constante movimiento. En el libro *Els Periodistes en el còmic* se establece un prototipo que siguen la gran mayoría de periodistas representados en este medio:

Los periodistas de tebeo nunca tienen la obligación de ir a redacción. [...] Ellos buscan la verdad y acaban encontrándola. Quizás es por esto, por haber encontrado en cada historia la verdad de lo ocurrido, que acaban convertidos en juguetes de papel estupefactos. [...] Su condición de dibujo plano y con una sola tinta los hace insobornables. Llegan a rascar los orillos de los grandes escándalos pero, solitarios como son, se sienten satisfechos acabando con sus enemigos. [...] Los periodistas de cómic nunca se enamoran. Y si lo hacen nunca acaban delante del registro civil. Han aprendido que los periodistas no tienen otra familia que sus confidentes y otras sombras a la deriva. Leen el futuro a fondo de las últimas copas de la madrugada y nunca duermen. [...] Son los rebeldes sin causa, los profetas desarmados, los ideólogos sin partido, los mercenarios sin amo, los naufragos de las grandes corporaciones de la información. Detrás de cada periodista de papel está el alma de lo

¹³ KNIGHT, Bill. Periodistas más allá de Clark Kent [en línea]. 27 de octubre de 2011. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <https://reploidsigma.wordpress.com/2011/10/27/periodistas-de-comics-mas-allá-de-clark-kent/>

que algún día fue periodismo al servicio de la sociedad (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 3).

Estos personajes pueden dividirse en tres grandes bloques según su origen. Tenemos a los originados en el cómic franco-belga, en la propia industria española y, finalmente, en la estadounidense. El personaje más popular personaje que encontramos en la industria franco-belga es Tintín. Creado por el autor Georges Remi (Hergé) el 10 de enero de 1929 para la revista *Le Petit Vingtième*¹⁴, cuenta con un total de 26 álbumes (23 originales publicados). El último de ellos, *Tintín y el Arte-Alfa*, nunca llegó a terminarse por la muerte de su autor, ya que Hergé pidió que su obra nunca fuera retomada por otro dibujante.¹⁵

Tintín representa a la perfección la anterior descripción del periodista de tebeo. Nació como un reportero católico para acabar con el comunismo, pero pronto reflejó la multiculturalidad en sus obras, lo que a menudo era achacado al deseo del propio autor de vivir en un mundo más globalizado y sin fronteras.¹⁶ No obstante, el trabajo periodístico de Tintín es prácticamente nulo. Más bien, es una excusa para poder vivir aventuras por todo el mundo. Tintín es un periodista de viajes que busca la verdad a través de investigaciones que suelen llevarle a la otra punta del globo. Además, en la mayoría de ocasiones pesa la humanidad antes que la práctica periodística:

Tintín, en *La Estrella Misteriosa*, tiene en sus manos la noticia más importante de la historia de la humanidad –la hora exacta del fin del mundo, ¡poca broma!– y, lejos de ir a una radio para comunicar la noticia o a la redacción del *Petit Vingtième*, nuestro héroe pero periodista se va con su secreto a su casa y se queda postrado en una butaca (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 3).

La situación varía en el caso de otros personajes periodistas de la historia del cómic franco-belga. En la colección *Lucky Luke*, ambientada en el lejano oeste, Horace Greeley representa el nacimiento de la prensa durante el siglo XIX. Greeley está inspirado en el hombre del mismo nombre que fuera director del diario *New York Tribune*. En el cómic, es fundador del *Daily Star*, un diario que tiene como lema “Independencia siempre, neutralidad nunca” y es íntimo amigo del protagonista de la

¹⁴ Redacción. Hergé, un genio discreto [en línea]. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://es.tintin.com/essentiel/index/id/82/page/187>

¹⁵ Romero Calero, Luisfer. Tintín y el Arte-Alfa, una gran obra inacabada [en línea]. 15 de febrero de 2008. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en:

<http://www.papeleriblanco.com/editoriales/tintin-y-el-arte-alfa-una-gran-obra-inacabada>

¹⁶ M. Ariza, Luis. Tintín, el eterno periodista que jamás escribió un artículo [en línea]. 6 de marzo de 2013. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://blogs.elpais.com/planeta-prohibido/2013/03/tint%C3%ADn-el-eterno-periodista-que-jam%C3%A1s-escribi%C3%B3-un-art%C3%ADculo.html>

historia. En los arcos argumentales en los que aparece el personaje, se aboga por la libertad de prensa y se indaga en la repercusión que tienen los acontecimientos ocurridos a la hora de llegar al público gracias a la labor de los periodistas (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 7).

Possiblemente, el personaje de cómic franco-belga que tiene una concepción más parecida a los perfiles de los personajes de cómic de superhéroes sea Guy Lefranc. En un principio, el personaje creado por Jacques Martin en 1954 tiene un gran parecido con Tintín: es un reportero joven que vive múltiples aventuras para descubrir la verdad. De hecho, durante varios años se publicaron en la misma revista (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 29). No obstante, sus métodos de investigación y la manera de luchar contra el crimen a través de la redacción de artículos le otorga una mayor similitud a otros personajes como Ben Urich (*Daredevil*) o Lois Lane (*Superman*).

Pero, como ocurre con los cómics de Joe Sacco o Guy Delisle, la guerra cobra gran importancia en este tipo de obras. Y, en los perfiles de personajes que se suelen hallar en los cómics bélicos, los periodistas también son muy recurrentes. Uno de estos personajes de la industria franco-belga es Ernie Pike, basado en el periodista real Ernie Pyle y creado por Héctor G. Oesterheld y Hugo Pratt (*Corto Maltés*) en 1957 para una colección que llevaba por título el nombre del protagonista. La labor de este periodista es dar voz a los que denomina “héroes anónimos” a través de entrevistas y reportajes que escribe para un diario sobre la 2^a Guerra Mundial y la Guerra de Corea.

Sin embargo, el guionista desapareció misteriosamente después de acabar esta obra mientras vivía en Argentina bajo el mandato del general Videla. Esta polémica provocó que el cómic se popularizara mucho más, pues muchos achacaban su desaparición a un asesinato por parte del régimen dictatorial (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 37).

En España, los registros de personajes periodistas en cómic son incluso más antiguos que en el resto del mundo. Los primeros se encuentran en *Los correspondientes de Dominguín en la guerra*, que está considerado el primer tebeo español¹⁷, surgido entre 1915 y 1916. Esta historia en particular, dibujada por el catalán Opisso, está basada en la creciente sociedad de masas que surgía en torno a la Primera Guerra Mundial,

¹⁷ Redacción. Dominguín. Un hito de nuestros tebeos, un hito en tebeosfera. Tebeosfera [en línea]. 19 de junio de 2010. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://tebeosfera.blogspot.com.es/2010/06/dominguin-un-hito-de-nuestros-tebeos-un.html>

que se encargaban de cubrir, en clave de humor, estos personajes (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 9).

Otro de los personajes periodistas más significativos en España es Tribulete. En *El repórter Tribulete*, que en todas partes se mete este personaje de la editorial Bruguera (*Mortadelo y Filemón*, *El Rompetechos*) trabajaba para el diario *El Chafardero Indomable* y demostraba ser un desastre en lo que la profesión periodística se refiere (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 15). Desde 1948 hasta 1962 –cuando murió su autor Guillermo Cifré–, la tira se estuvo publicando. Más tarde, continuó en manos de otros artistas hasta que la editorial cerrase definitivamente en 1986.¹⁸

En *La España del tebeo*, el autor define al personaje de la siguiente manera:

El sufrido y único periodista de *El chafardero indomable*, siempre al borde de la quiebra. Tribulete se esfuerza en buscar la noticia de su vida, pero al final y frente al habitual fracaso, acaba publicando artículos que no gozan del favor del público, *El cultivo de la regaliz en Polinesia* o *La pesca del salmonete entre los etruscos*. Su jefe, al que Tribulete siempre llama ‘amado dire’ le insta constantemente a centrarse en las noticias sensacionales, tiene claro que sólo una buena dosis de amarillismo salvará la empresa. La sequía informativa acaba instaurando en la serie un ambiente de interior que la hace funcionar como una historieta más de oficinistas que sirve como excusa a las broncas y apaleamientos propios de las historias basadas en las relaciones entre superior y subordinado (Antonio Altarriba, 2001: 86).

Otra de las figuras icónicas del periodismo en cómic español es el protagonista de *Perico Carambola en la cresta de la cola*, que representaba un estereotipo muy parecido al de Tribulete. Pese a que intentaba ejercer un trabajo periodístico más eficaz que el anterior, nunca conseguía pasar de lo mediocre. El personaje, creado por Silver Gallardo y Golden Molina para la revista TBO en el año 1986, consiguió seguir la estela del anterior y ridiculizó aún más la profesión, ya que, mientras creía ser un periodista de éxito que gozaba de lujos y reputación, no era más que un reportero pobre que nunca conseguía sacar nada en claro (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 17).

En nada se parecen estos últimos personajes a los prototipos de las obras franco-belgas. Pero en España no solo existen periodistas ridículos en cómics humorísticos. Frank Cappa tiene un perfil parecido al de Ernie Pike. Creado por Manfred Sommer en

¹⁸ Redacción. Clásicos del Humor: El repórter Tribulete. La cárcel de papel [en línea]. 3 de junio de 2009. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en:
<http://www.lacarceldepapel.com/2009/06/03/clasicos-del-humor-el-reporter-tribulete/>

1981 y publicado en las revistas Cimoc y K.O Comics hasta 1989, este personaje era un fotoperiodista y corresponsal de guerra enviado a los lugares más controvertidos del planeta, como Vietnam o Indonesia. El personaje está basado en la figura de Robert Capa, quien hizo historia al captar imágenes de la Guerra Civil Española. El espíritu de aventura y las historias con matices filosóficos del personaje le hicieron un hueco en una industria que, por aquella época, comenzaba a dirigirse a un público más adulto (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 39).

Taxi fue otro personaje de temática adulta, que apareció durante los años 1987 y 1991, cuyas aventuras seriadas se publicaban en la revista Cimoc, aunque más tarde se recopilaron en los tomos de Norma Editorial *El laberinto del dragón*, *Un crucero al infierno* y *La fosa del diablo*. En todos ellos, se retrataba el cambio que estaba sufriendo el periodismo donde la información era suministrada por muy pocos medios de comunicación y habían claros dueños del poder informativo. En estos cómics, Font aprovecha que la protagonista es reportera de investigación para adentrarse en mafias y conocer más de cerca conflictos religiosos como el de Palestina e Israel.¹⁹

En la actualidad no existe una serie de referencia española con un periodista como protagonista, sino tan solo algunas puntuales, como *Tijeras y Tiritas: La sanidad se va a hacer puñetas* (Nacho Fernández, 2012), que tratan algún problema concreto desde la mirada de un periodista. Pero otras colecciones, como *BlackSad* de Juan Díaz Canales y Juanjo Guarnido, cuentan con personajes secundarios recurrentes a los que se les atribuye esta profesión. En el caso de *BlackSad* (2000 – Actualidad) nos encontramos con Weekly, un personaje muy sociable que siempre está al filo de la noticia y que, para ayudarse a retratar la verdad sobre algún acontecimiento concreto, busca su apoyo en BlackSad, el detective protagonista de la obra.

El mercado norteamericano, en este sentido, es muy diferente del resto. Al estar especializado en el cómic sobre superhéroes, la mayoría de los personajes periodistas que aparecen están ligados a las grandes editoriales del género (Marvel o DC Comics), cuyos personajes analizaremos en los siguientes apartados. Sin embargo, también han aparecido personajes periodistas que se han convertido en iconos a lo largo del siglo XX.

El primer personaje periodista de relevancia que apareció fue Connie, quien marcó un antes y un después en el perfil que su autor le atribuyó. Fue Frankin Godwin quien, en

¹⁹ Redacción. Biografía de Alfonso Font. Tebeosfera [en línea]. 20 de julio de 2009. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: http://www.tebeosfera.com/autores/alfonso_font.html

1927, inventó este personaje para el Ledger Syndicate. Connie representaba un arquetipo feminista de la mujer estadounidense de esa época que, además de ser reportera, también trabajó como piloto y otra serie de oficios que la excusaban para vivir decenas de aventuras en tiras dominicales hasta 1944.²⁰

La importancia de Connie, no obstante, radica en su valor como símbolo del feminismo –y de la mujer periodista– cuyo testigo fue recogido a lo largo de todo el siglo. El ejemplo más claro que vemos al respecto es Lois Lane, la pareja de Clark Kent en *Superman*, representada como una gran periodista, con agallas, valiente y sin necesidad de que nadie la proteja pese a salir con un superhombre.

Pero son muchas más las que siguieron el reguero de Connie. La que ganó mayor popularidad es Brenda Starr. Creada en 1940 por Dale Messick para la tira *Brenda Starr, Reporter*, comenzó a aparecer en las páginas del diario Chicago Tribune y más tarde en distintas publicaciones e incluso se hicieron recopilatorios y una película de 1989 protagonizada por Brooke Shields. Brenda Starr seguía el estilo de Connie pero protagonizaba muchas más aventuras y ampliaba su faceta periodística. Ser mujer y periodista era un perfil revolucionario en aquella época, ya que el periodismo estaba visto como símbolo de libertad y significaba que una figura femenina había logrado imponerse a los cánones establecidos gracias a su carisma y personalidad.²¹

Poco tardó este perfil en llegar a España. *Mary Noticias*, una serie de historietas creada por Carme Barbarà y Ricardo Acedo y publicada entre los años 1962 y 1971, adaptaba el personaje de Brenda Starr a España. Cámara en mano, esta reportera viajaba por todo el mundo en busca de aventuras. El contexto de la España franquista mezclado con un personaje tan liberal como Mary Noticias llegaba al público femenino como nunca antes lo había hecho, consiguiendo que ser periodista fuera un sueño tan loable como puede serlo ser actriz de Hollywood (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 49).

Algo más tardó el mercado franco-belga en adaptar el prototipo de personaje. Hasta la década de 1980 no se explotó este perfil. Jeannette Pointu (1982) en la revista *Spirou* y de Jill Bioskop en *Le Femme Piège* (1986) sumaron personajes femeninos periodistas que reivindicaban el feminismo a través de sus aventuras. (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 23, 31).

²⁰ Redacción. Biografía de Frank Godwin. BPIB [en línea]. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://www.bpix.com/illustrat/godwin.htm>

²¹ Siegel, Joel. Intrepid Comics Reporter 'Brenda Starr' Faces Final Deadline. ABC News [en línea]. 9 de diciembre de 2010. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://abcnews.go.com/Entertainment/brenda-starr-latest-comic-strip-casualty/story?id=12355192>

Pero el mercado del cómic norteamericano sumó varios perfiles a los ya creados por el franco-belga. Si en este los periodistas eran los protagonistas de la acción, en el estadounidense solían aparecer como secundarios recurrentes a través de los que se representaba el cuarto poder que tanto se reivindicaba a principios del siglo XX.

Es el caso de Byline, de la colección *Spirit* de Will Eisner. Al contrario de lo que la mayoría de periodistas americanos suelen representar en las páginas de cómic, Byline es una persona con mucho sentido del humor que se toma a broma su trabajo. Sabe que no es un gran periodista, pero fuera de que esto le amargue, lo aprovecha para dar un punto de vista único basado en hacer humor sobre cualquier noticia. Aparecido en 1940, se olvidaba de lo idílica que daban a entender que era la prensa en EEUU a través de un personaje histriónico en una obra completamente seria (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 53). Otros personajes, como Britt Reid de *Green Hornet*, seguían el prototipo de periodista secundario de sucesos en una colección policíaca. Pero es en las páginas de Marvel y DC Comics donde más se desarrollaría esta faceta.

Una colección que consiguió impulsar el periodismo mucho más allá fue *Extra!* Publicada en el año 1955, retrataba las historias de varios periodistas durante esta época. A pesar de no conseguir demasiada repercusión de mercado –y tener que cerrar a los pocos números–, fue un reflejo del paradigma periodístico que se vivía durante los años 50 en Estados Unidos.

Durante los siguientes años continuaron apareciendo este tipo de personajes. Pero fue a finales del Siglo XX cuando un nuevo prototipo de periodista representó una revolución que encaja a la perfección con las ideas del nuevo milenio. Spider Jerusalem, de la colección *Transmetropolitan* (1996 – 2002) de Warren Ellis trajo consigo una oda al periodismo subjetivo a través de una columna diaria publicada en el diario ficticio *La Palabra*.

Transmetropolitan se basa en un futuro distópico, donde la tecnología ha avanzado a pasos agigantados, la superpoblación es un problema de escala mundial y EEUU sigue con una estructura política muy similar a la actual. En este contexto, Jerusalem es un periodista de éxito que, tras años de exilio en las montañas, vuelve a la ciudad

para criticar las desigualdades sociales ocurridas con grandes toques de gamberrismo y de humor negro.²²

Transmetropolitan marcó una nueva manera de entender el periodismo en el mundo del cómic seguida por otros personajes como Suzanne Padilla de *Ex Machina*. Además, abrió una nueva etapa de oro para el cómic de ficción estadounidense guiado por periodistas. Sirvió como referencia clara para obras sobre superhéroes como *Front Line* o *Superman: Legado* y como base para otras historias como *DMZ*.

Creada por Brian Wood y publicada desde 2007 hasta 2011, *DMZ* se basa en la historia del fotoperiodista Matthew Roth. Este becario en prácticas de la cadena de noticias Liberty News es el único superviviente de un equipo de periodistas asesinado durante una futura Segunda Guerra Civil que asola toda Norteamérica. Como un novato que nunca ha vivido una guerra en primera persona, pronto debe adaptarse a la situación y ganarse la vida a través de la fotografía de guerrillas y sucesos.²³

Estados Unidos se ha convertido en el estandarte del periodismo contemporáneo a través de los libros ilustrados. En la actualidad, cómics como *Saga* de Brian K. Vaughan continúan la estela marcada desde finales del Siglo XX y principios del XXI con obras de ciencia ficción y/o futuristas donde los periodistas tienen un gran peso.

Como difusor de la verdad, en los cómics el periodismo ha tenido una importante representación desde sus primeras historias. En todos los países y desde muchos puntos de vista, los periodistas han sido retratados con virtudes y defectos pero dejando claro que son estrictamente necesarios para la sociedad moderna.

²² TORRALBA, José. *Transmetropolitan: Oda al periodismo subjetivo*. Zona Negativa [en línea]. 8 de febrero de 2008. [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://www.zonanegativa.com/transmetropolitan-oda-al-periodismo-subjetivo/>

²³ TORRALBA, José. *DMZ: Sobre el terreno*. Zona Negativa [en línea]. 9 de noviembre de 2007. [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://www.zonanegativa.com/dmz-sobre-el-terreno/>

3. Periodismo en el cómic de superhéroes

3.1 Introducción al cómic de superhéroes estadounidense

El cómic estadounidense ha sido editado principalmente por dos grandes editoriales: DC Comics y Marvel, aunque ambas han cambiado de nombre a lo largo de los años. Pese a que otras empresas como Image o Dark Horse también tienen una gran presencia en el mercado internacional, no llegan a la recaudación que año tras año consiguen las primeras. La principal característica que comparten tanto DC como Marvel es que sus personajes más representativos son superhéroes. Sus publicaciones conforman un universo de héroes y villanos, con colecciones que aunán la ciencia ficción y la fantasía.

La historia del cómic estadounidense tiene su origen en la prensa, tal y como hemos explicado en el punto 2.1.1. En esa época, los cómics aún no se editaban de manera autónoma. Solían ser suplementos de cabeceras importantes o páginas especializadas de algunos diarios y revistas (Mike Benton, 1989: 14).

Desde finales del siglo XIX hasta el principio de la década de 1930, el cómic en Estados Unidos añadía interés a la prensa. Las colecciones más famosas de la época eran *Yellow Kid*, *Funny Folks* o *Mutt and Jeff*, todas ellas dirigidas a un público joven e infantil y con carácter humorístico, aunque en algunas revistas ese humor había pasado a ser sátira política dirigida a las clases más pobres.

Entre todas las tiras cómicas había una que destacaba por encima el resto: *Little Nemo in Slumberland*, de Winsor McCay. Se publicaba como dominical en el *New Yorker* desde 1905 y relataba el viaje de un niño a través de sus sueños, hasta que en la última página despertaba. La mezcla entre mundo real y fantástico es uno de los cimientos sobre los que se fundamentó el concepto posterior del superhéroe. Aunque en un principio se recurrió a la misma estructura narrativa que separaba lo que ocurría en el plano onírico de lo que no era soñado por el personaje principal, la colección poco a poco fue quebrando esta frontera y sucesivamente se introdujeron elementos fantásticos aparecidos también cuando el protagonista estaba despierto (José Manuel Trabado, 2012; 19, 33).

En este periodo se experimentaba constantemente con la narración, aplicándose por primera vez al cómic recursos como romper la cuarta pared o, como en *Dream of the Rarebit Fiend* (1908), hacer que los personajes pudieran interactuar entre sí pese a que estuvieran en viñetas distintas, incluyendo incluso el contacto físico (José Manuel Trabado, 2012; 52-53).

La época del cómic integrado en los diarios fue determinante para comprender la evolución posterior. Pero no fue hasta 1933 cuando se creó el primer *comic book* o cómic en formato libro, *Funnies on Parade*, de la editorial Eastern Color Printing, dirigida por Maxwell Gaines, Harry I. Wildenberg y George Janosik. Cuatro años antes, *Funnies* ya se estaba publicando en la revista ilustrada *The Funnies a Weekly*, pero sus editores decidieron apostar por un formato monotemático en el que el lector podía tener la historia que quisiera sin añadiduras (Mike Benton, 1989: 15).

Aunque a partir del éxito de *Funnies* se comenzó a apostar por este formato, algunas publicaciones seguían apareciendo en periódicos, como ocurrió con *Brenda Starr, Reporter* (1940) en el Chicago Tribune o *The Spirit* (1940) en The Washington Star. Los comic book ya habían aflorado en el mercado estadounidense y los diarios le tomaron el pulso con obras que se alejaban de la sátira o el humor para ofrecer críticas, aventuras o, como en el caso de *The Spirit*, crónica negra (José Manuel Trabado, 2012; 103, 104).

Pero, ¿a qué se debió el éxito de los *comic books*? Aunque se experimentó con el formato con obras como *Famous Comics*, la mayor oleada de cabeceras llegó en 1936. Ese año nacieron colecciones como *New Fun Comics*, *New Book of Comics* o *Popular Comics*. Una nueva industria había nacido en Estados Unidos, respaldada por un público que necesitaba entretenérse con historias ficticias en plena Gran Depresión (Mike Benton, 1989: 17, 18, 19).

En este contexto, con Norteamérica en plena crisis por el “Crac del 29”, nace el primer superhéroe de la historia: Superman. Corría el año 1938 cuando la compañía Detective Comics, Inc. se interesó por la idea del superhombre, que el escritor Jerry Siegel y el artista Joe Shuster habían concebido cinco años antes mientras se encontraban viviendo juntos en la ciudad de Cleveland. Su primera aparición en la colección propia *Action Comics* revolucionó el mercado (Mike Benton, 1989: 21,22). Los autores no solo habían creado un personaje original que llevaba capa y los calzoncillos por fuera del pantalón. Habían creado a un ícono de la cultura popular.

El autor Grant Morrison, uno de los guionistas máspreciados de DC Comics en la actualidad y creador de obras como *All Star Superman*, explica lo que significó la entrada de este personaje en *Supergods*, su revisión sobre la historia del cómic americano:

Superman ofrecía otra posibilidad: una imagen de un mañana ferozmente humano, que otorgaba el espectáculo del individualismo triunfante ejerciendo su soberanía sobre las

implacables fuerzas de la opresión industrial. No es una sorpresa que fuera un gran éxito entre los oprimidos. Él era tan resueltamente iletrado, tan pro-pobre, como cualquier salvador nacido en una pocilga (Grant Morrison, 2011: 12).

En esta primera obra ya se establecía una gran diferencia entre Superman, el protector todopoderoso nacido en el planeta Krypton; y Clark Kent, el periodista del Daily Planet lleno de miedos y dudas. Esta alternancia ha sido objeto de discusión a lo largo de los años, siendo analizada por escritores como Umberto Eco en *El superhombre de masas* (1995).

En la película *Kill Bill 2*, el director y guionista Quentin Tarantino ofrece su propia visión de Clark Kent:

Superman es algo único. Superman no se convirtió en Superman, sino que nació como Superman. Cuando se despierta cada mañana es Superman. Su alter ego es Clark Kent. Su traje, que lleva esa enorme "S" es la prenda en la que estaba envuelto cuando lo encontraron los Kent siendo un bebé. Esa es su ropa. Lo demás: las gafas, el traje azul... es su disfraz. Es el disfraz que Superman se pone para ser uno más de nosotros. Clark Kent es su visión de nosotros. ¿Y cuáles son las características de Clark Kent? Es débil, no confía en sí mismo, es un cobarde. Clark Kent, Superman encasilla toda la raza humana.

Tras el éxito de Superman, Siegel y Shuster decidieron vender sus derechos a National Comics, que más tarde se convertiría en DC Comics. Lo vendieron por 130 dólares, una cifra insignificante si se compara con lo que ha llegado a ganar la editorial gracias a su personaje de cabecera. Sin embargo, a los jóvenes autores este precio les pareció justo en una época donde el mercado era muy distinto al actual (Grant Morrison, 2011: 15, 16).

Con Superman nació también la denominada Edad de Oro de los Cómics en Estados Unidos. Esta época marcó el origen de los superhéroes y su entrada en una sociedad de masas que, sin darse cuenta, estaba creando una mitología moderna que sustituía los años de historia que a EEUU le faltaban en comparación al resto del mundo. Pero no solo se debió a Superman, sino también a la creación de 1939 de su contraparte: Batman. El Hombre Murciélagos llegó en el número 27 de Detective Comics, la cabecera principal de la editorial de Superman hasta que apareció Action Comics (Mike Benton, 1989: 24).

Batman fue originado a petición de Vin Sullivan, el editor de Detective Comics, de improvisar un nuevo superhéroe a partir del molde de Superman. Creían que el poder del kryptoniano podía encontrar su contraparte en un detective, a través de una

colección que aunara crimen con el género de superhéroes que tan reciente estaba en Estados Unidos. Fueron Bill Finger y Bob Kane quienes hicieron debutar al personaje, dos de los más reputados historietistas de su generación (Grant Morrison, 2011: 18, 19).

Desde el origen del segundo superhéroe de DC Comics se desarrolló una historia que marcaría su trayectoria a lo largo de su historia:

La historia del origen de Batman, en la que un atracador dispara a los padres de Bruce Wayne mientras la familia vuelve a casa del cine, otorgó al héroe profundidad y motivación para su cruzada contra el crimen (Daniel Wallace, 2010:27).

Batman había nacido como una estrategia de mercado que nada tenía que ver con cómo se originó Superman. Cada paso de la historia de Bruce Wayne había estado calculado al milímetro, mientras que Superman se basaba más en pruebas de ensayo y error donde poco a poco iban incorporando elementos a su mitología. Ambos personajes se complementaban y daban paso a un género que tendría mucho que decir en los próximos años: “Si Superman era The Beatles, él era The Rolling Stones. Era Oasis si él era Blur. Sin duda ni competencia alguna, Batman se convirtió en el superhéroe más *cool* de todos” (Grant Morrison, 2011: 23).

Poco a poco, los dos héroes fueron acercándose cada vez más a la gente al incorporar personajes como Lex Luthor, en el caso de Superman, y Robin, en el de Batman. Pero también consiguieron que el resto de editoriales de cómics del país se inspirara en ellos y comenzara a crear más y más personajes de este ámbito. Fantastic Comics, Amazing-Man Comics, Mystery Men Comics, Amazing Mystery Funnies, Whiz Comics, Wonder Comics... decenas de cabeceras se sumaron al mercado buscando el éxito que Superman tuvo en su día y seguía teniendo mientras aparecía en otros medios como la radio o los diarios (Mike Benton, 1989: 25, 26, 27).

Los años cuarenta fueron una de las décadas de mayor esplendor de los superhéroes. Con el mundo en guerra, la cultura popular reflejaba el conflicto global y ofrecía una manera de escapar de la realidad, presentando villanos reales con los que se acababa como una promesa de lo que estaba por venir. DC Comics pasó de ser una editora de historias independientes a una gestora de un universo compartido, con la incorporación de otras figuras como Wonder Woman, Aquaman, Green Lantern o Flash. Sin embargo, los rivales de otras compañías también originaron personajes emblemáticos como Namor o, sobre todo, Capitán América, este último como muestra

de patriotismo durante una Segunda Guerra Mundial que necesitaba ídolos a los que atenerse (Daniel Wallace, 2010: 29).

Junto a estos personajes nació, asimismo, un arquetipo, como se explica en el libro *Les damos un repaso a los Superhéroes*, de la coordinadora Sara Robles Ávila:

El arquetipo de los superhéroes como aquello que está enraizado en el inconsciente colectivo y, cuyo bagaje o ADN cultural tiene unas claves claramente definidas para todas aquellas culturas invalidadas por el mercado editorial, el *merchandising* y la industria audiovisual estadounidense ha generado representaciones muy estereotipadas y tópicas del superhéroe (José María Alonso Calero y Josefa Cano García, 2011: 108).

En definitiva, no se había creado un simple universo con personajes parecidos sino una mitología y un prototipo que sería exprimido al máximo durante esta década. Los niños disfrutaban viendo a estos héroes combatir contra el mal y vislumbraban un halo de esperanza en los momentos más dramáticos del Siglo XX. Pero, en 1954, todo cambiaría.

Un libro escrito por el psiquiatra Fredric Wertham y que se convirtió en todo un Best Seller, *La Seducción del Inocente*, sostenía que todos los problemas que tenían los niños de América eran culpa de los cómics, tanto de los de superhéroes como de otros géneros como el terror y el western (Grant Morrison, 2011: 42). En cuanto el libro se convirtió en un éxito de ventas, la industria del cómic se vio altamente presionada por el Gobierno de Estados Unidos. Se les demandó una mayor regulación de los productos dedicados a los más pequeños, de forma que elaboraron el denominado Comic Code (Código de los Cómics), que acabaría con la Era Dorada de los Cómics (Mike Benton, 1989: 51).

A partir de este momento, cada uno de los tebeos que se publicara debería llevar el sello del Comic Code en su portada para garantizar su éxito. De este modo, varias cabeceras de cómics de terror, como *Fantastic Fears* o *Chamber of Chills*, tuvieron que cerrar o reinventarse, mientras las colecciones de superhéroes se iban haciendo más y más inocentes, dedicando sus historias a un público más infantil de lo habitual. Por ejemplo, los creadores de *Batman* tuvieron que tener mucho cuidado con lo que el protagonista hacía con Robin, ya que en *La Seducción del Inocente* tildaban a la relación de homosexual y pedófila. La ley del Comic Code, que imitaba el Hays Motion Picture Production Code de 1930 —que hacía lo mismo con las películas de Hollywood— dio un gran golpe a la industria que no se recuperaría hasta varios años más tarde (Grant Morrison, 2011: 43).

Los siguientes años fueron una continua reinvención por tal de adaptarse a la ley, ofreciendo más aventura y menos crimen al uso. Batman cambió mucho de lo que era en un principio, apostando por un humor que más tarde fue recogido por la serie de televisión protagonizada por Adam West. Pero, sobre todo, lo que marcó esta época fue la unión entre los diferentes héroes en las mismas colecciones.

Con *The Brave and The Bold*, DC Comics fue probando la afinidad de diferentes héroes entre ellos. Pero el editor Julius Shwartz, que había conseguido volver a popularizarlos después de años de crisis, quería algo más. Y así es como originó el equipo más famoso de la historia de los cómics: La Liga de la Justicia, concebida por el guionista Gardner Fox y el dibujante Mike Sekowsky y conformada originalmente por Aquaman, Wonder Woman, Flash, Detective Marciano, Linterna Verde con colaboraciones de Batman y Superman. Iba a ser un experimento puntual, pero acabó convirtiéndose en una de las cabeceras más importantes de la editorial (Michael McAvannie, 2010: 99).

Pero la mayor revolución de la Edad de Plata no vino dada por DC Comics, sino por la que sería su mayor rival a lo largo de la historia: Marvel. En 1961 y con el nombre de Timely Comics, el escritor Stan Lee y el dibujante Steve Ditko crearon el primer cómic de un universo que conformarían nicho a nicho: *Los 4 Fantásticos* (Mike Benton, 1989: 62). Lee y su ingenioso equipo sabían que sus historias debían salirse de los moldes creados hasta el momento. De este modo, decidieron bajar al mundo humano a los dioses en los que se habían convertido los superhéroes. Con *Los 4 Fantásticos* trajeron a una familia con discusiones reales y problemas que iban mucho más allá de los grotescos enemigos que debían vencer: “A diferencia de la familia de Superman, donde todos los días había un fin del mundo emocional, los Fantastic Four discutían y se abrazaban como una familia real” (Grant Morrison, 2011: 64). Pero la editorial no quiso dejarlo aquí y creó al que se convertiría en un superhéroe más popular –en algunos periodos– que Superman y Batman: Spiderman. No se trataba únicamente de observar lo que ocurriría si una araña radioactiva picaba a un ser humano, sino que se buscaba un nuevo enfoque. Un superhéroe adolescente que no fuera un ayudante; alguien que, como especificaron en su primera entrega, fuera “el héroe que podrías ser tú”. El realismo de sus aventuras y la adaptación a un público más exigente y que buscaba una identificación con los protagonistas lanzaron a Marvel al éxito, llegando a superar a DC Comics en cuanto a número de lectores (Grant Morrison, 2011: 66, 67).

Esta época marcó una consigna clara que tuvieron en cuenta en los siguientes años, pues no les quedaba otra que adaptarse o morir:

La figura del héroe clásico y mitológico como dios-héroe de las civilizaciones antiguas ha ido evolucionando hacia una figura más difusa del dios-héroe humanizado para luego convertirse en figuras más terrenales semidivinas o como héroe romántico individual. En una primera época el superhéroe estaba claramente diferenciado como “actor del bien” frente al mal. Era un personaje lleno de ideales, de inocentes formas y sus acciones coloristas actuaban como respuesta a la situación de depresión de los años 30 en EEUU [...]. Más adelante, DC revoluciona esa visión por medio de Alan Moore o Frank Miller, que ofrecen un lado oscuro (José María Alonso Calero y Josefa Cano García, 2011: 105).

Este fue el primer cambio en la concepción de los superhéroes, provocado por la competencia entre las dos más grandes editoriales de cómics del país. La Edad de Plata pronto se olvidó de las trabas del Comic Code a través de los cómics *underground* y las series pasaron a publicarse fuera del código, ya que los padres cada vez filtraban menos lo que debían leer sus hijos. Los héroes competían y los niños elegían entre Vengadores, Liga de la Justicia y los recién incorporados también por Marvel X-Men (Mike Benton, 1989: 65).

La Edad de Plata culminó con el final de la década de 1960 y dio paso La Edad de Bronce, que vino de la mano del producto estrella de Marvel en los 70: X-Men. La colección *New X-Men*, una reestructuración de la serie original de 1963, llegó a todas las librerías del país y se consiguió vender de manera desorbitada (Mike Benton, 1989: 78). Chris Claremont, el autor que estuvo a bordo de la colección desde 1976 hasta 1991, fue en gran parte el responsable del éxito obtenido:

El mundo de X-Men estaba lejos de ser plausible, pero Claremont astutamente asentó su vasta imaginación en las fascinantes y convincentes vidas emocionales de su reparto. Los mutantes X-Men podían ser adolescentes, u homosexuales o negros o irlandeses. Podían levantarse por cualquier minoría, representar los sentimientos de cualquier outsider, y Claremont lo sabía. Él sabía que había una oleada de adolescentes descontentos allí fuera, listos para abrazar el victimismo antisistema y los sentimientos de persecución y desilusión (Grant Morrison, 2011: 118).

X-Men ofrecía la posibilidad de hablar sobre política, cultura y sociedad a través de personajes con los que los lectores se pudieran sentir identificados. Durante esta época, se llegó a crear un grupo de héroes internacionales mutantes y se alimentó de *Star Wars* para llegar a un público ansioso de fantasía/realidad semanal (Grant Morrison, 2011: 118). DC Comics, por su parte, estaba envuelta en una crisis de identidad propia que continuó durante toda la década pese a contar con cómics muy

innovadores y socialmente relevantes, alimentados de escándalos como el Watergate o la Crisis del Petróleo.

Las ventas irregulares, los costes crecientes y la escasez de papel amenazaron con derrocar a DC y enviarlo a los puestos más bajos de su historia (Michael McAvennie, 2010: 137). Sin embargo, se avecinaba la transición. Un cambio a lo adulto, cruel y realista, marcado por los tres grandes títulos que mencionábamos en el punto 2.1.2: *Watchmen* (1986) de Alan Moore, *El Regreso del Caballero Oscuro* (1986) de Frank Miller y *Maus* (1980) de Art Spielbergman. Tres grandes obras que dieron un vuelco al cómic americano y, las dos primeras, al mundo de los superhéroes. (Krystian Williams, 2005: 1).

El primer nombre que se asocia con esta revolución, que originó lo que se llamaría Edad Oscura o Edad de Hierro del cómic, fue Frank Miller. En 1985, el autor ya estaba catalogado como la gran promesa del cómic gracias a su etapa en *Daredevil* de Marvel, que le otorgó un status recuperado más tarde en la serie que en la actualidad emite Netflix. En este contexto, DC Comics se hizo con sus servicios y trajo un experimento de ficción criminal llamado *Ronin*, que mezclaba el cómic americano y el manga japonés. Pero su aportación *El Regreso del Caballero Oscuro*, con un Batman jubilado de vuelta al escenario, fue la que otorgó a Miller una reputación inmejorable unida a un gran número de ventas (Grant Morrison, 2011: 127):

The Dark Knight Returns renovó la historia de Batman como un violento mito operático de la América de los ochenta de forma tan confiada y agresiva —un producto de su tiempo tan definitivo como Wall Street (El poder y la avaricia) o American Psycho (Psicópata Americano)— que su influencia se volvió omnipresente por décadas, incluso filtrándose en el estilo y el tono de los dibujos animados para niños. *The Dark Knight Returns* retrataba el ascenso, la caída y el ascenso de un titán, con una imponente y matizada interpretación de Bruce Wayne/Batman que era más cercana al espíritu de Charles Foster Kane o Don Corleone que al rígido original de Bob Kane. El Wayne de Miller personificaba al americano hecho a sí mismo: ascendente, libre, que no responde a ninguna autoridad, aunque atormentado por la culpa (Grant Morrison, 2011: 127).

Aun así, Miller solo se limitó abrir una veda. Un camino que seguiría uno de los cómics más revolucionarios de la historia estadounidense: *Watchmen*. A Alan Moore le habían encargado un cómic que recuperara a personajes secundarios de DC Comics, pero finalmente decidió reinventarlos en una serie que acabó saliendo dentro del sello Vértigo de la editorial, especializado en obras exclusivamente adultas. *Watchmen* hacía una crítica a la “fría disección de las decisiones interesadas de la política exterior estadounidense, bajo el disfraz de una historia alternativa de superhumanos y

luchadores contra el crimen enmascarados” (Grant Morrison, 2011: 131). El problema radicaba, sin embargo, en que cosechó tal éxito que más tarde se intentó imitar sin contar con la calidad necesaria:

Watchmen, en efecto, paró el reloj. De un género al que en realidad no pertenece, el de los superhéroes. De una industria que pareció contentarse con haber podido producir una obra que encumbraba el medio y lo elevaba a categorías que sólo había alcanzado, si acaso, en contadas ocasiones, acercándolo por su estructura medida de los esfuerzos narrativos hasta entonces vistos sólo en la novela (Rafael Marín, 2009: 9, 10).

El camino provisto por DC Comics con estas dos grandes obras se complementó asimismo con el mayor evento que llevó a cabo hasta el momento: *Crisis en Tierras Infinitas* (1985). A lo largo de los años, DC tuvo que adaptarse al ritmo de Marvel, en el sentido de mantener un universo compartido por todos sus personajes. De esta forma, decidió crear un evento en el que resolvía los problemas de continuidad al unificar los diferentes “mundos” que habían creado en una sola historia. Esta colección popularizó al máximo los cruces entre personajes, que más tarde se integrarían como algo habitual en las editoriales (Matthew K. Manning, 2010: 217).

La oscura trayectoria de las editoriales, con historias adultas y violentas con las que poder engatusar a quienes hacía años que no leían cómics, supeditó la década de 1990 a estos argumentos. Surgieron nuevas editoriales que se alejaban de la luminosidad de Marvel y DC para establecer un mundo mucho más tétrico, como es el caso de Image Comics. Autores como Rob Liefeld o Todd McFarlane, quienes pasaron tanto por Marvel como por DC Comics, fundaron esta editorial que les haría una gran competencia durante varios años. Todos ellos aportaban una versión más rebelde de los superhéroes, manteniéndose al margen de lo hecho hasta el momento con historias más oscuras, satíricas y sádicas, que cosecharon grandes ventas gracias a sus ritmos directos y su narrativa llena de acción (Grant Morrison, 2011: 163).

Los cómics también se vieron potenciados por el cine, con películas como *Batman* (1989), *The Phantom* (1996), *Steel* (1997), o *Spawn* (1997). Esta última, de hecho, estaba basada en la colección más famosa de la editorial Image Comics. De alguna manera, se comenzaba a vaticinar lo que ocurriría a principios de los años 2000, donde el cine se convirtió en el principal impulsor del formato escrito y dibujado.

Las películas como *X-Men* (2000), *Spider-Man* (2002) o *Batman Begins* (2005) y su posterior continuación, sumadas a series como *Smallville* (2001), provocaron un nuevo avance de los superhéroes. Los personajes más emblemáticos volvían a ser

conocidos por el público general, y los cómics comenzaron a beber de la pantalla para aprovechar un *transmedia*²⁴ que ofrecía cientos de posibilidades (Alan Cowsill, 2010: 293). Pero seguía habiendo una gran influencia de la última etapa, por lo que continuaban apareciendo eventos como *Crisis de Identidad*, que ponía a los superhéroes en un gran aprieto; o la revolución de la época: *Civil War* de Marvel. Por un lado, se recurría constantemente a los grandes cruces para seguir llegando a los antiguos lectores. Para los nuevos, por otra parte, se preparaban novelas gráficas como *Superman: Brainiac* –que estuvo en el número uno de los más vendidos de *The New York Times*– o incorporaban nuevos personajes como Jessica Jones (Alan Cowsill, 2010: 293).

Con el establecimiento del Universo Cinematográfico de Marvel en 2008 –a través de las películas *Iron Man* y *El Increíble Hulk*–, la fama de los superhéroes continuó creciendo y aumentaron el número de lectores de cómics, tanto de Marvel como de DC –este último más apoyado por la televisión con series como *Arrow* (2012)–. Sin embargo, los universos llevaban décadas avanzando, por lo que la continuidad se hacía difícil de seguir. Así que, en un intento de restablecer la estructura de su universo para llegar a los neófitos, DC Comics finalizó sus números y los reinició desde cero bajo el sello *Los Nuevos 52*. Marvel, por su parte, era contraria a esta práctica. Así que explotó el sello *Ultimate* donde reiniciaba las historias de los personajes en un universo paralelo. No obstante, también llevaron a cabo una práctica más parecida a la de Los Nuevos 52 en 2015, en este caso con el sello *All-New All-Different* (Matthew K. Manning, 2010: 341).

En la actualidad, la supremacía de Marvel en el cine la ha convertido en la editorial que más cómics haya vendido en 2015, seguida por DC Comics, pero dejando atrás a las que habían ido surgiendo durante la década de 1990, como Image Comics o IDW Publishing²⁵. El impulso por los medios audiovisuales se nota más que nunca en lo

²⁴ Transmedia: La narración transmediática representa un proceso en el que los elementos integrales de una obra de ficción se esparcen sistemáticamente a través de muchos canales de distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Lo ideal es que cada medio proporcione su propia contribución original al desarrollo de la historia.

JENKINS, Henry. Transmedia 202: Reflexiones adicionales. Henryjenkins.org [en línea]. 1 de agosto de 2011. [Fecha de consulta: 20 de marzo de 2016]. Disponible en:

<http://henryjenkins.org/2014/09/transmedia-202-reflexiones-adicionales.html#sthash.OEfRptc4.dpuf>

²⁵ ÁLVAREZ, Jairo. Los cómics más vendidos en 2015. La Casa de EL [en línea]. 7 de enero de 2016. [Fecha de consulta: 29 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://www.lacasadeel.net/2016/01/los-comics-mas-vendidos-en-2015.html>

que ya se conoce popularmente como la Era del Cine Cómico, caracterizada por unir ambos campos y avanzar en ambos con personajes e historias similares²⁶.

3.2 El periodismo en el mundo de los superhéroes

El cómic de superhéroes ha marcado la tradición del cómic estadounidense a lo largo del anterior siglo y el actual. Dividida en varias etapas que explicaremos en el punto 3.1, la historia de las dos grandes editoriales del género, Marvel y DC Comics, ha tratado temas que van mucho más allá de la acción o la aventura. El control, la política y, por supuesto, el periodismo, han sido asuntos recurrentes a lo largo de los 78 años desde que apareció el primer número de *Superman*. Durante este periodo han surgido una gran cantidad de personajes periodistas, de medios de comunicación y de tramas relacionadas con el periodismo, que han originado escenarios de todo tipo e incluso han creado un nuevo género como es el periodismo de superhéroes. No obstante, al igual que el periodismo ha evolucionado notoriamente en los últimos años –sobre todo teniendo en cuenta la influencia de internet– también lo han hecho las historias de ficción donde es protagonista. Por lo tanto, los cómics de superhéroes que han implicado al periodismo de una manera u otra se han ido adaptando a las nuevas circunstancias del oficio, generando nuevas obras que hacen justicia a la profesión en la actualidad.

Por otra parte, debemos recordar que nos encontramos en la Era del Cine Cómico y que, por lo tanto, los medios audiovisuales tienen más relevancia en el mundo de los superhéroes que los propios cómics. En este sentido, es importante recordar que numerosas series de televisión y películas tienen a los superhéroes como protagonistas, lo que se manifiesta de una forma más directa que llega a un público masivo al sería imposible llegar a través de los cómics. Ambas concepciones coronan en la actualidad el periodismo en el mundo de los superhéroes: la actualización del género y la adaptación a la pantalla. Estos son los dos elementos complementarios y necesarios que protagonizan en la actualidad una relación nacida con el primer cómic de superhéroes publicado.

²⁶ BENVENUTO, Santiago. Las diferentes Eras del Cómico Americano. Batanga [en línea]. [Fecha de consulta: 29 de febrero de 2016]. Disponible en: <http://www.batanga.com/comics/3478/las-diferentes-eras-del-comic-americano>

3.2.1 Periodistas en las películas y series sobre superhéroes

Tal y como señalábamos en el punto 3.1, en la actualidad nos encontramos en la Era del Cine Cómic, donde los medios audiovisuales y el cómic se retroalimentan. Las películas y series dan a conocer los personajes al gran público y los cómics sirven como base para la mayoría de estas historias. El gran número de productos audiovisuales derivados del cómic ha provocado que el periodismo también se haga con un gran hueco en la pantalla. En las historias narradas de Superman y Spiderman tiene una gran relevancia, pero cobra mayor importancia como elemento secundario de la mayoría de series y películas del género.

En lo que respecta a las series de televisión, la primera gran historia explicada en este formato que relacionó a los superhéroes con el periodismo fue *The Adventures of Superman* (1953). Siguiendo las historias que Joe Shuster y Jerry Siegel plasmaban en los cómics, desde la productora RKO comenzaron a grabar una serie que ampliaría la mitología del superhombre y provocaría que el público relacionara la cara de Superman con la de George Reeves, el actor encargado de encarnar al personaje. Fue la primera gran apuesta que plasmó la dualidad Clark Kent/Superman con una amplia representación de Kent como periodista. Respaldado por personajes como Lois Lane y Perry White, supo mostrar la rutina de producción de una redacción periodística de los años cincuenta. A tanto llegó la fama de la serie que, cuando George Reeves murió el 16 de junio de 1959, el New York Daily News publicó la noticia con el titular “*Superman ha muerto*”.²⁷

The Adventures of Superman cobró tal importancia que impulsó nuevas series televisivas que fueron apareciendo a lo largo de los años. De manera paralela al cine, las series sobre Superman adaptaron los cómics al lenguaje televisivo con éxito similar. En ellas se retrataba la faceta periodística con mayor concreción de lo que aparecía en las películas, que van desde *Superman* (1978) hasta *Batman V Superman: El Amanecer de la Justicia* (2016). Pues, aunque en los largometrajes se permite un mayor trabajo de las escenas de acción, el menor presupuesto de las series hace que se centren en las historias más mundanas. Y, con dos periodistas como protagonistas –como Clark Kent y Lois Lane– las situaciones que pueden presentarse son muy amplias y variadas.

²⁷ ERREGUERENA, Josefa. El Poder y el Cine. "Superman, supersímbolo del poder". Razón y palabra [en línea]. Diciembre de 2007, nº 59. [Fecha de consulta: 26 de marzo de 2016]. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiguos/n59/jerreguerena.html>

Después del primer serial sobre Superman llegaron otros, la mayoría de animación como *The New Adventures of Superman* (1966) y *The Adventures of Superboy* (1966). Estaban dirigidos a un público infantil y, por lo tanto, dejaban a un lado la faceta periodística para centrarse más en el superhéroe. Pero *Superboy* (1988) retomó al personaje en una serie de acción real después de que triunfara con las películas protagonizadas por Christopher Reeve. La serie se centraba en un Superman más joven, al que le quedaba mucho camino por recorrer antes de convertirse en la leyenda que acabaría siendo después. No obstante, ya se exploraba su origen como periodista y su afición por la escritura. Aun así, la producción televisiva que más indagó en esta faceta fue, sin duda, *Lois y Clark: Las nuevas aventuras de Superman* (1993), de la cadena ABC. Los 87 episodios con los que contó la serie sirvieron para mostrar una relación madura entre los protagonistas mientras realizaban sus tareas como periodistas e interactuaban con otros personajes de gran importancia en la redacción. Ya desde el primer capítulo, Clark y Lois trabajan en una historia conjunta en relación con Superman, por lo que la identidad secreta del superhéroe se ve reforzada por su identidad como periodista.²⁸

Aun así, la serie sobre Superman que más repercusión ha tenido en los últimos años es *Smallville* (2001). Protagonizada por Tom Welling, retrata la vida de Clark Kent años antes de convertirse en el héroe que terminaría siendo. En esta serie, Kent trabaja en La Antorcha, el diario del instituto en el que estudia y donde comienza a interesarse por el periodismo. Pocas veces se había contado el origen de la afición del personaje por el oficio, por lo que *Smallville* es uno de los referentes más a tener en cuenta sobre este periodo de vida de Superman. Incluso, la importancia del periodismo en *Smallville* tuvo tanta relevancia que Chloe Anne Sullivan, la editora de La Antorcha, pasó a ser un personaje de la serie de cómics regular de Superman después de aparecer en la pequeña pantalla.²⁹

Superman se había alejado de las pantallas con esta serie, para así continuar en el cine con *El Hombre de Acero* (2013) y el Universo Extendido de DC Comics que este filme abrió. Sin embargo, en 2015 se estrenó *Supergirl* en la cadena norteamericana CBS. Y, aunque no se presenta al personaje de Superman, en la serie se da a

²⁸ ERREGUERENA, Josefa. El Poder y el Cine. "Superman, supersímbolo del poder". Razón y palabra [en línea]. Diciembre de 2007, nº 59. [Fecha de consulta: 26 de marzo de 2016]. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiguos/n59/jerreguerena.html>

²⁹ MARTÍNEZ DE MIGUEL, Iván. 7 datos sobre la clásica serie Smallville que quizás no conocías. [Fecha de consulta: 26 de marzo de 2016]. Disponible en: <http://www.batanga.com/series/10020/7-datos-sobre-la-clasica-serie-smallville-que-quiza-no-conocias>

entender que existe y lleva años salvando al mundo. Protagonizada por Melissa Benoist, *Supergirl* se centra en Kara Zor-El, prima del superhéroe. Aunque al tratarse de otro personaje podrían haberse alejado del periodismo, los productores de la serie quisieron aprovechar este elemento de su mitología. De esta forma, la protagonista trabaja en CatCo Worldwide Media, un consorcio de medios de comunicación fundado por Cat Grant, quien en los cómics era originalmente la columnista del corazón del Daily Planet. En la serie hay espacio para Jimmy Olsen –presentado en esta ocasión como un director artístico de alto nivel, lejos del novato e inexperto fotógrafo del Daily Planet– y para otros personajes secundarios que trabajan como periodistas.

Pero *Supergirl* solo es una de las múltiples series de DC Comics que en la actualidad toman el control televisivo de los superhéroes. Junto a ella se erigen *Arrow* (2012), *The Flash* (2014), y *Legends of Tomorrow* (2016), que comparten un universo televisivo propio en la cadena The CW. Y otras como *Constantine* (2014) o *Gotham* (2014) que compiten en otras emisoras, a saber, NBC y FOX. *The Flash* es la única de todas ellas en la que el periodismo aparece retratado como algo más que un elemento secundario. Iris West, hermanastra del protagonista, trabaja en el periódico Central City Picture News. A lo largo de la primera temporada, se observa como West entra en el diario después de haber sido la primera persona en haber publicado algo sobre Flash, el superhéroe que más tarde conocería toda la ciudad. Como periodista especializada en “metahumanos” (personas con superpoderes, los utilicen tanto para el bien como para el mal), Iris es la encargada de cubrir los hitos de Flash en la ciudad, algo que tiene fácil ya que conoce de primera mano su identidad secreta. De nuevo, con *The Flash* vemos la relación existente entre los superhéroes y el periodismo, retratado de forma que el vínculo con la prensa es esencial para que no se tergiversen sus actos.

Marvel, por su parte, ha establecido un universo particular que aúna tanto las películas de la productora Marvel Studios como las series de Marvel TV. En la actualidad, se mantienen en emisión *Agentes de SHIELD* (2013), *Agente Carter* (2015), *Daredevil* (2015) y *Jessica Jones* (2015). Estas dos últimas pertenecen a la plataforma Netflix y conforman una historia paralela pero relacionada que se complementará con las próximas *Luke Cage* (2016), *Iron Fist* y *The Defenders*.

Tanto en *Jessica Jones* como en *Daredevil* se explora el periodismo en un mundo donde existen los superpoderes. En *Jessica Jones* aparece tratado a través del personaje de Trish Walker, una famosa locutora de radio que presenta un magazine muy popular en Estados Unidos. En un directo de su programa, la periodista se atreve

a desenmascarar al villano de la serie, momento en el que los medios de comunicación dejan de ser parte de la divulgación para formar parte activa del tema principal, algo que se repite constantemente en los cómics de Marvel y DC pero que todavía no se había explorado lo suficiente en formatos audiovisuales.

En *Daredevil* el periodismo gana aún mayor relevancia. A través de la figura de Ben Urich, el reportero de Marvel por excelencia, se destapa una red mafiosa en Nueva York gracias a la colaboración puntual de Daredevil y el bufete de abogados de su alter ego. Durante la primera temporada, se indaga en los métodos utilizados por el periodismo de investigación y se retrata el riesgo que tiene la verdad cuando se trata de temas controvertidos. Asimismo, hay importantes diálogos de redacción entre Urich y su editor, un recurso utilizado constantemente en los cómics que permite extraer la esencia del periodismo. En la segunda temporada, el periodismo vuelve a aparecer de un modo distinto. En esta ocasión, los periodistas son los encargados de llevar la contraria a la opinión pública y de defender a El Castigador, un justiciero que asesina a todas sus víctimas. Desde el diario de Urich investigan la historia del antiguo soldado y publican la verdad sobre él, por lo que tienen que luchar contra las presiones externas.

En la actualidad, el formato serie es el que más explota el periodismo en el mundo de los superhéroes. No obstante, en las películas también se utiliza como un recurso muy habitual. A parte de la tetralogía original de Superman, el primer largometraje de superhéroes donde se representaba el periodismo es *Batman* (1989). La película de Tim Burton presenta a Vicki Vale, una reportera de *Gotham Gazette* que investiga la identidad del Hombre Murciélagos y es además la amante de Bruce Wayne, la identidad secreta del propio Batman.

El recurso de una reportera carismática como amante del protagonista proviene claramente de Lois Lane, aunque también vuelve a utilizarse en *Iron Man 2*. En esta ocasión, el protagonismo recae sobre Christine Everhart, reportera de investigación de *Vanity Fair* y primera persona en sospechar que Iron Man podría ser Tony Stark. En la película, Everhart utiliza su atractivo para acercarse a personalidades como es el propio Stark, llegando a mantener relaciones sexuales para obtener una exclusiva.

Pero es en la trilogía de Spiderman de Sam Raimi donde más se profundiza en el periodismo (sin tener en cuenta las películas de Superman). Se trata la importancia de la manipulación informativa, presentando al *Daily Bugle* como un medio de comunicación sensacionalista con el duro director y editor J. Jonah Jameson a la cabeza. En el diario siempre buscan el enfoque amarillista de la noticia, con una línea editorial que está en contra de los justicieros. Peter Parker, alter ego de Spiderman,

trabaja como fotógrafo en la redacción, pero cada vez que presenta una fotografía del superhéroe se encuentra con un texto que le acompaña donde se dice que es una amenaza para la ciudad. Las discusiones entre Jameson y sus empleados son el mejor ejemplo de los diálogos y tramas que pueden desarrollarse en una redacción. Además, representa los dos perfiles prototípicos que se observan en los cómics: el buen periodista que busca publicar su artículo o fotografía de la mejor manera posible y el editor que quiere vender cuanto más mejor y que dará la vuelta a la noticia hasta que encaje con la línea editorial del periódico.

En el resto de las películas contemporáneas sobre superhéroes, el periodismo es un elemento secundario que aparece representado como una página puntual de diario o un informativo retransmitido en una televisión que informa de algún elemento en concreto. Sin embargo, en todas ellas cobra gran importancia la información sobre las acciones de las personas con superpoderes, ya que son los periodistas quienes los clasifican según sean héroes o villanos.

3.2.2 La representación del periodismo en los cómics de superhéroes contemporáneos

Como explicábamos en el punto 2.1.3, “un reportero es difícil de superar como identidad secreta”³⁰. El hecho de disponer de información de primera mano para actuar en consecuencia con una identidad superheroica hace que sea una de las profesiones más usuales en este tipo de colecciones. Además, al ser un oficio flexible, con gran variedad de opciones y una gran importancia en el mundo de los superhéroes, ha sido históricamente un recurso utilizado en los cómics norteamericanos.

A lo largo de los años, hemos visto al periodismo aparecer en grandes colecciones, siendo las más destacadas *Superman* y *Spiderman*. No obstante, la relación entre periodismo y cómic ha evolucionado, adaptándose a un oficio en constante evolución.

En el libro *Els Periodistes en el còmic* se establece una definición de lo que ha sido Clark Kent desde su concepción:

Clark Kent es la personalidad enmascarada de la verdadera naturaleza de Superman: es su disfraz humano, que le permite encontrar un lugar en su vida cotidiana. Como un

³⁰ KNIGHT, Bill. Periodistas más allá de Clark Kent [en línea]. 27 de octubre de 2011. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <https://reploidsigma.wordpress.com/2011/10/27/periodistas-de-comics-mas-allá-de-clark-kent/>

ser corriente, Superman tiene que buscar un oficio que le permita estar siempre en primera línea de los acontecimientos. Y ¿qué mejor ocupación que la de reportero, que le posibilita intervenir si es preciso como Superman? Clark Kent no es un periodista vocacional. [...] Él no dejará de utilizar los superpoderes de su alter ego. Eso no deja de representar cierta competencia desleal; de todas formas, para obtener un buen reportaje siempre se necesita algún pequeño truco (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 25).

La visión que se da en esta definición sobre Superman es la más repetida en los cómics del Siglo XX. Un superhombre que necesita un alter ego en el que camuflarse y ve en la profesión de periodista un escenario inmejorable. No obstante, en los últimos años algunas series han dado más protagonismo a su papel como periodista, presentándolo como una verdadera vocación que realiza con gran entusiasmo. Es el caso de *Superman: Legado* (2004), una reconstrucción del héroe en la que Clark Kent es un veinteañero que viaja por África trabajando como corresponsal para diversos medios de comunicación. En este viaje encuentra al líder de una tribu llamado Kobe Asuru, quien le acerca a su filosofía de amar al prójimo y le inspira para convertirse en el superhéroe en el que acabaría convirtiéndose³¹.

En *Superman: Legado*, por lo tanto, se invierte el mito. En este caso no es Superman quien decide ser periodista para utilizar la profesión como alter ego útil, es un Clark Kent apasionado por el periodismo quien, a través de su trabajo como corresponsal, encuentra en sus superpoderes una manera de hacer el bien. Es el periodista el que convierte al héroe y no al contrario.

En *El Origen de Superman* (2006), también se explora el lado más periodístico de la colección. El Daily Planet acaba de ser retratado tras hablar mal sobre el magnate Lex Luthor, lo que provoca que la opinión pública se haya puesto en su contra³². En esta serie se indaga en los problemas que tiene un diario en pleno Siglo XXI: por una parte, la dificultad que tiene un diario de papel de sobrevivir en la era de internet y, por otra, el hacerlo con total independencia informativa, ya que recibe constantemente presiones por parte de los organismos de poder como el ejército y las grandes empresas (en este caso LexCorp).

³¹ FERNÁNDEZ, David. SUPERMAN: LEGADO, de Mark Waid y Leinil Francis Yu. Zona Negativa [en línea]. 26 de mayo de 2007. [Fecha de consulta: 3 de abril de 2016]. Disponible en: <http://www.zonanegativa.com/superman-legado-de-mark-waid-y-leinil-francis-yu/>

³² SALOZ, Juan Carlos. 'El origen de Superman'. La Casa de El [en línea]. 23 de septiembre de 2014. [Fecha de consulta: 3 de abril de 2016]. Disponible en: <http://www.lacasadeel.net/2014/09/el-origen-de-superman.html>

Pero la mayor revolución de Superman como periodista llegó en 2012, cuando Clark Kent abandonó el Daily Planet. Tras el inicio de la etapa Los Nuevos 52 (2011), donde se reiniciaron las colecciones de DC Comics, volviéndose a numerar desde los números 1 y, en la mayoría de casos, obviando los sucesos ocurridos durante los últimos años de la editorial, se presentó un Superman mucho más rebelde y desconfiado de lo que conocíamos hasta el momento. Huyendo de la concepción del “boy scout” habitual, se reformuló el origen del héroe reforzándolo con la imagen que dio en la película *El Hombre de Acero* (2013) y en *Batman V Superman* (2016). En octubre de 2013, DC envió una nota de prensa a los medios donde explicaba que Clark Kent dejaría el Daily Planet por “desavenencias con la editorial”, siendo su dimisión “un reflejo de los problemas por los que pasa la profesión en estos momentos, el rol de los medios de comunicación, el desequilibrio entre información y entretenimiento, el crecimiento del periodismo ciudadano...”.³³ Clark Kent abandonaba el Daily Planet por su deriva sensacionalista, coronando por primera vez en su historia un conflicto de este nivel. Y lo hacía para crear un portal en internet propio donde pasaría a escribir desde entonces.

En lo que respecta a Marvel, ha sido Spiderman el personaje que siempre ha llevado la batuta del periodismo. Su colaboración en el Daily Bugle como fotógrafo ha sido una excusa para plantear situaciones donde el reporterismo aparece como protagonista. Sin embargo, a medida que el personaje ha ido evolucionando, ha dejado de lado su trabajo como fotógrafo para dedicarse a ser profesor, por lo que este apartado ha quedado relegado a otras colecciones (algunas alternativas, como *Ultimate Spider-Man*) donde se ha explorado más la rutina del Daily Bugle.

Una de ellas ha sido *Daredevil*, que con la etapa de Frank Miller en los años 80 dio un gran protagonismo al reportero Ben Urich y consiguió que este fuera parte importante de la saga junto a Matt Murdock en obras como *Daredevil: Born Again* y a su pareja Elektra en otras como *Daredevil Vol. 2*.³⁴

Ben Urich ganó importancia dentro de la editorial. En *Els Periodistes en el còmic*, de 1989, destacan su buen hacer al no publicar la identidad de Daredevil pese a conocerla y saber que “es probablemente la mejor historia que he tenido entre mis manos” (Jaume Vidal y Carles Santamaría, 1989: 25). Urich pasó a representar la ética

³³ SAIZ, Eva. Clark Kent abandona el 'Daily Planet'. El País [en línea]. 23 de octubre de 2012. [Fecha de consulta: 3 de abril de 2016]. Disponible en:

http://cultura.elpais.com/cultura/2012/10/23/actualidad/1351007580_493078.html

³⁴ Redacción. Top 10 Best Frank Miller Comic Books. IGN [en línea]. 5 de marzo de 2014. [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2016]. Disponible en: <http://www.ign.com/articles/2014/03/05/top-10-best-frank-miller-comic-books?page=2>

periodística, el buen hacer de la prensa aun manteniendo sus defectos humanos. Sin embargo, la dificultad radicaba en cómo hacer evolucionar al personaje, pues siempre mantenía un canon similar pese a que el contexto fuera distinto.

Es aquí donde aparece *Civil War: Front Line*, una serie limitada de 2007 en la que el propio Ben Urich y la joven Sally Floyd confrontan sus opiniones sobre una guerra en Nueva York en la que ejercen como corresponsales. Con esta colección se daba un gran vuelco a la visión del periodismo en un mundo donde los superhéroes campan a sus anchas, haciéndolo partícipe de primera línea de uno de los eventos más importantes de la editorial en el Siglo XXI. En *Front Line* se explora el periodismo como cuarto poder, pudiendo condicionar la trayectoria que una guerra entre superhéroes puede tomar. Además, se indaga en el control de los medios tradicionales por parte de los poderes económicos. En concreto, Ben Urich dimite del Daily Bugle, ya que sabe que nunca le permitirían publicar allí una historia que fuera en contra de Iron Man, que a su vez es uno de los máximos inversores del diario. De este modo, parte junto a Sally Floyd, quien en principio era totalmente opuesta a su pensamiento, en un proyecto llamado *Front Line*, un blog online en el que comienzan a trabajar en la investigación que destaparía el origen de la Guerra Civil.³⁵ Aunque estaba concebida para ser una serie exclusiva de *Civil War*, *Front Line* continuó en *World War Hulk: Front Line*, esta vez con los periodistas ya entrados en materia con su blog propio, debido al éxito que tuvo la primera serie y a las circunstancias tan similares que se daban en este nuevo evento.

Antes de *Front Line*, Marvel ya había seguido el camino de Ben Urich con una serie alejada de sus colecciones regulares: *The Pulse*. En la colección, Jessica Jones, una mujer con superpoderes que ejerce como detective, pero que no se quiere definir como heroína, empieza a trabajar en el Daily Bugle mientras está embarazada, con una columna dedicada al mundo de los superhéroes que Urich escribe para ella. En los tres tomos de *The Pulse*, se observa una intención de cambio de parte del editor J. Jonah Jameson para ofrecer el punto de vista de los superhéroes, ya que siempre habían sido vistos editorialmente como una amenaza más que como unos justicieros. De este modo, se presenta una gran evolución tanto del personaje como del contexto que les rodea. Al diario no le queda más remedio que adaptarse a la realidad que le

³⁵ FLORES, Pepe. Geekoteca: "Civil War: Front Line", reportar desde las trincheras. Hipertextual [en línea]. 10 de junio de 2011. [Fecha de consulta: 3 de abril de 2016]. Disponible en: <http://hipertextual.com/2011/06/geekoteca-civil-war-front-line-reportar-desde-las-trincheras>

envuelve, dando al público lo que quiere y resarciéndose de sus opiniones anteriores. Los cómics, por lo tanto, ya no solo se adaptan a lo que existe en la realidad, sino que dentro de su propio universo editorial evolucionan según las circunstancias.

En la actualidad, tanto DC Comics como Marvel han adaptado sus historias que tienen relación con el periodismo para dotarlas de una mayor verosimilitud y adaptarlas a nuestra época. Aunque los medios de comunicación han sido vistos históricamente como redacciones conservadoras de los años cincuenta, el paradigma ha cambiado a sabiendas de que la evolución de la profesión periodística.

3.3 Perfiles de periodistas en el cómic de superhéroes

Teniendo en cuenta los títulos analizados, encontramos que los periodistas en la ficción representan varios estereotipos que se repiten constantemente. Tanto en medios audiovisuales como escritos, los profesionales del periodismo se densifican en diferentes grupos, reunidos por similitudes que sirven para simplificar los personajes y darles objetivos concretos dentro de una historia.

Analistas como Alex Barris³⁶ o Loren Ghiglione³⁷ han establecido, a lo largo del siglo XX, varias clasificaciones de los perfiles de los periodistas en la ficción –sobre todo basándose en los aparecidos en medios audiovisuales–. Pero es Joe Saltzman quien reúne los más importantes en el ensayo *The image of the journalist in popular culture* (Joe Saltzman, 2000: 4, 5, 6, 7, 8).

El autor clasifica los perfiles de los periodistas en las siguientes categorías:

- Reporteros anónimos
- Columnistas y críticos
- Reporteros novatos
- Editores
- Periodistas varones deficientes
- Reporteros de investigación
- Familias de redactores
- Fotoperiodistas y cámaras

³⁶ Barris, Alex (1976). *Stop the Presses! The Newspaperman in American Film*. Barnes, South Brunswick, p. 7.

³⁷ Chiglione, Loren (1990). The American Journalist: Paradox of the Press. Library of Congress, Washington DC. pp. 97–162.

- Propietarios y directivos de los medios
- Periodistas basados en personajes reales
- Periodistas del corazón
- Periodistas deportivos
- Corresponsales de guerra

Teniendo en cuenta las 13 categorías propuestas por Saltzman y aplicándolas al cómic estadounidense –mayoritariamente de superhéroes–, podemos clasificar a estos personajes en grupos propios, basados en las coincidencias entre sus respectivos papeles en las colecciones donde aparecen. Simplificando la lista del autor, proponemos los siguientes perfiles:

- Reporteros expertos
- Reporteros inexpertos
- Fotoperiodistas
- Directores y editores
- Columnistas y críticos
- Periodistas audiovisuales
- Corresponsales de guerra

En las siete categorías mencionadas se pueden clasificar la gran mayoría de periodistas aparecidos en los cómics norteamericanos del siglo XX y XXI, si bien la evolución de algunos de ellos les ha hecho pasar de un grupo a otro según la época en la que fuera representado o el autor que lo describiera.

3.3.1 Reporteros expertos

El periodismo en Estados Unidos suele verse como un servicio a la ciudadanía; un cuarto poder con el que denunciar las injusticias y sacar a la luz los problemas de los americanos. De este modo, el reporterismo en los periódicos ha sido visto históricamente como una de las ramas más importantes de la profesión. Asimismo, no es de extrañar que haya un gran número de personajes dedicados a hacer reportajes, sobre todo en un mundo lleno de superhéroes, donde son más necesarios que nunca.

En cuanto a trabajadores de grandes cabeceras como el Daily Planet (DC Comics) o el Daily Bugle (Marvel), los reporteros expertos suelen representar una versión clásica de los periodistas de medios escritos de mediados del siglo XX. Algunos, como Clark

Kent o Ben Urich, incluso imitan la vestimenta más estereotipada de los periodistas tradicionales con gafas, sombreros o trajes informales.

Los reporteros expertos son personajes muy conocidos y queridos por el público. Al contrario de lo que puede ocurrirle a un periodista con una popularidad media en la vida real, a ellos les paran por la calle y les suelen reconocer, sobre todo cuando están ejerciendo su trabajo. Lois Lane, por ejemplo, tiene un Premio Pulitzer en la mayoría de colecciones de Superman y en la película *Superman Returns*. Es la periodista más aclamada de la redacción y un referente para su periódico, de manera que por más problemas que plantee nunca piensen en deshacerse de ella.

Dentro del perfil del periodista experto, Lois Lane representa la mujer independiente y fuerte mencionada en el apartado 2.1.3. Siguiendo el ejemplo de Connie y en paralelo a la figura de Brenda Starr, la periodista se muestra como un ícono del feminismo del siglo XX gracias a su carácter temerario. Aunque muestra alguna debilidad mínima, como sus problemas con la ortografía, siempre tiene las ideas claras y una historia que sacar de cada suceso.

De hecho, otro de los elementos clave es que todos los reporteros expertos entienden al periodismo como un modo de vida, más allá de tratarlo como una simple profesión. Se enfrentan a grandes riesgos al ir a por las más grandes exclusivas de cada diario. Y, aunque siempre salen bien parados, no son pocas las aventuras en las que están a punto de perder la vida.

Como expertos en el género de superhéroes, los reporteros tienen fuentes de primera mano que les informan sobre cualquier cosa que necesiten. Sin ir más lejos, Ben Urich es la única persona externa a la que Daredevil reveló su identidad. Pero Urich, en vez de revelarlo en primera página en su periódico Daily Bugle, se guardó la información y no dijo nada al respecto, algo por lo que se ganó una buena reprimenda del director J. Jonah Jameson.

Los reporteros expertos demuestran, de esta forma, tener una ética por encima del resto. Representan la perfección del periodismo o el periodismo idealizado, por lo que anteponen la ética a las publicaciones y sus actos siempre buscan el bien común. Aunque pasan por numerosos problemas por ello, sobre todo por arriesgar sus vidas, siempre tienen claro que han hecho lo correcto.

Algunos periodistas, como el propio Clark Kent o Richard Jones (The Phantom Reporter) son superhéroes que utilizan la doble identidad de periodista por las facilidades que les brinda. Gracias a ella, están al tanto de la actualidad en todo

momento, tienen acceso a fuentes reservadas que de otra forma sería imposible y se mantienen en una posición de observador con la que es difícil ser reconocido. Utilizan el periodismo como una práctica complementaria a su actividad de superhéroes, y gracias a sus poderes facilitan su trabajo.

La relación entre los reporteros expertos y los editores suele ser tirante. Aunque son los favoritos de los jefes de redacción, gracias al trabajo espléndido que realizan, la actitud fuerte de ambas partes suele derivar en graves disputas. Los ejemplos más claros son los de Ben Urich y J. Jonah Jameson en el Daily Bugle, y Lois Lane y Perry White en el Daily Planet.

3.3.2 Reporteros inexpertos

Pero, para que existan reporteros expertos sobre los que recaen los méritos y elogios, también deben existir periodistas novatos que se estén iniciando en el mundo del periodismo. Son personas que quieren llegar al nivel de sus ídolos cuanto antes, sin tener en cuenta que les queda un largo recorrido por delante.

En la mayoría de casos, los reporteros inexpertos son becarios o aprendices de grandes periódicos. Son más cautos que el resto, pero se emocionan rápidamente cuando tienen alguna exclusiva entre manos, lo que les hace caer fácilmente en el error.

No obstante, suelen mantener un carácter firme ante los fallos que cometen. Así, aunque sean los más abroncados por los editores y directores –y ni siquiera se defiendan de sus reprimendas–, mantienen sus ganas de mejorar y el empeño por cumplir sus sueños de ser periodistas de gran prestigio.

Los reporteros inexpertos también son los más idealistas; quieren cambiar el mundo con su trabajo y hacen una labor social que va mucho más allá de la periodística. Sally Floyd, co-protagonista de *Front Line*, es el mejor ejemplo de ello. Aunque es una buena reportera que goza de una gran popularidad, su empeño por victimizar a un sector y denunciar a otro –en su caso tiene una ideología de izquierdas– provoca que no se enfrente a la realidad con la veracidad que debería, lo que repercute en un descenso considerable de su reputación.

Tanto en el Daily Planet como en el Daily Bugle hay varios trabajadores que encajan con este perfil, siendo el mejor ejemplo Jimmy Olsen. Aunque en los últimos años ha sido reinterpretado como un fotoperiodista que acompaña a los redactores en sus

respectivos reportajes, en la concepción original del personaje era un reportero que, por más que se esforzaba, nunca conseguía el resultado deseado.

La bondad de estos reporteros genera una empatía por ellos, que se refuerza con la amistad que tienen con grandes referentes. Jimmy Olsen es amigo íntimo de Lois Lane, Sally Floyd de Ben Urich y Lana Lang es la exnovia de Clark Kent. Son personajes secundarios con grandes vínculos que les hacen recurrentes, si bien nunca suelen llevar el peso de las historias.

El perfil de estos periodistas, sin embargo, puede evolucionar a lo largo de las series regulares. Pasar de ser un reportero inexperto a uno experto es un recurso utilizado en ocasiones para aportar mayor profundidad a los personajes. En numerosos cómics como *Superman: Legado* (2003 – 2004) o *El Origen de Superman* (2009 – 2010), Clark Kent se presenta como un periodista novato que acaba de entrar en la redacción del Daily Planet. Aunque ya es un buen periodista pese a su timidez, sufre varios de los problemas de los reporteros novatos. No obstante, en las colecciones regulares y donde más se da continuidad al personaje, ya es un laureado periodista que aparece asiduamente en las portadas del diario.

Del mismo modo, Sally Floyd se profesionaliza al estrenar el diario digital Front Line junto a Ben Urich, evolucionando tanto en su manera de ser como en su trabajo después de recibir una reprimenda por parte de Urich.

Aunque la mayoría de estos periodistas no tienen una doble identidad superheroica – quizás la única excepción destacable sea Michael Moran, álder ego de Miracleman–, muchos de ellos son villanos. Algunos de los enemigos de Spiderman han salido directamente de su puesto de trabajo en el Daily Bugle. Y aunque normalmente sus perfiles encajan con el de fotoperiodista, en algún caso como el de Ned Leeds son reporteros inexpertos.

3.3.3 Fotoperiodistas

El caso de los fotoperiodistas es uno de los perfiles más curiosos que aparecen en los cómics norteamericanos de superhéroes. La fotografía gana especial relevancia en las historias de DC Comics y, sobre todo, de Marvel. Mientras que el periodismo audiovisual no se suele explorar demasiado, en el fotoperiodismo se indaga muchísimo, no solo como un complemento de los textos escritos, sino de manera autónoma.

Los trajes tan vistosos de los superhéroes, sus poses triunfales y las escenas de acción que protagonizan proveen a los fotógrafos de un recurso único que les permite realizar capturas excelentes. Es un género especializado dentro de la fotografía, que aúna la dificultad de captar escenas en momentos exactos con el simbolismo de lo que representan tanto los héroes como los villanos. Además, se suma un riesgo similar al de los fotógrafos de guerra que aporta un plus al trabajo de estos periodistas.

La gran importancia que gana la fotografía en el cómic se debe también al propio formato. En la literatura es más difícil hablar de la imagen al no poder mostrarla, por lo que utilizar esta profesión en un formato visual permite indagar mucho más en su significado. Si el periodismo ayuda a los guionistas desarrollar situaciones y diálogos de contenidos muy ricos, la fotografía permite a los dibujantes explayarse en su creatividad. Por lo tanto, el fotoperiodismo se clasifica como la profesión perfecta para contar una historia a través del cómic.

El mejor ejemplo de fotoperiodista en el cómic estadounidense es Peter Parker, Spiderman. El joven colaborador del Daily Bugle es el encargado de hacer las fotografías del hombre araña, es decir, de él mismo. Parker se gana la vida con la fotografía mientras estudia biología en la universidad, aunque más tarde se gradúa y se dedica a ser profesor, dejando la profesión de fotógrafo de lado. Como se observa en la serie regular y en la trilogía de películas que dirigió Sam Raimi entre 2002 y 2007, Parker es un neoyorquino pobre que, pese a tener una identidad secreta como superhéroe, sobrevive a través de lo que gana con las colaboraciones que realiza en el periódico más conocido de Marvel.

Por parte de DC Comics, Jimmy Olsen representa lo mismo que Parker en Marvel. Aunque, como se explica en el punto 3.3.2, Olsen fue concebido como un reportero que pasaba con más pena de gloria, en la Edad de Plata se reinventó al personaje adaptándole a un contexto en el que la figura del fotógrafo era mucho más importante. Al igual que Parker, Olsen es alguien sin gran carisma pero con una gran bondad e ilusión por su trabajo.

Ambos ejemplos formalizan un prototipo de los fotoperiodistas muy similar al de los periodistas inexpertos. Son personas introvertidas, inseguras y humildes. Aunque sean muy buenos, se escudan tras la cámara y tienen grandes ambiciones que no suelen sacar al exterior. Suelen ser los más abroncados por los editores –Peter Parker por J. Jonah Jameson y Jimmy Olsen por Perry White– y se ven constantemente presionados por la competencia. A diferencia de los reporteros expertos, no tienen el

trabajo asegurado, por lo que deben ir superándose día tras día para agradar a sus superiores.

Los guionistas de Spiderman utilizan constantemente el elemento de la competencia para que el personaje principal pase por conflictos que aumenten el interés de la historia. En un principio, era un recurso básico para presentar los problemas de Peter Parker cuando no lleva la máscara. Pero, más tarde, un personaje pasó no solo a ser su competidor en el trabajo sino también en su vida como superhéroe. Eddie Brock, interpretado originalmente como un periodista fracasado pero más tarde como un fotoperiodista, se convirtió en uno de los enemigos más poderosos del superhéroe, Venom. Con él se mantiene el estereotipo de persona fracasada en la vida social e inseguro, aunque bueno en su trabajo. Pero, en vez de dedicarse exclusivamente a su profesión, como Jimmy Olsen, o de ser el álder ego de un superhéroe, como Peter Parker, es también un supervillano.

Por tanto, sobre una misma base se permite una evolución diferente de cada personaje, reinterpretándolo a lo largo de los años pero manteniendo como base la fotografía; un elemento necesario para las grandes cabeceras periodísticas de Marvel y DC.

3.3.4 Directores y editores

Aunque el periodismo representado en el cómic de superhéroes suele estar idealizado, visto como un servicio público que busca denunciar las injusticias, hay una figura que se contrapone a los buenos actos de los reporteros más intrépidos. Los editores de los diarios –y en ocasiones directores– suelen representar la parte amarga del periodismo: aquel que está al servicio del poder y que busca el beneficio económico por encima del servicio a los ciudadanos.

Este prototipo suele estar encarnado en hombres veteranos, de unos cincuenta años, que llevan mucho tiempo en la profesión. Son personas serias y, generalmente, cínicas y airadas. Muestran superioridad a sus empleados, aunque en ocasiones también son presentados como figuras paternales, a las que los periodistas van a pedir consejo y apoyo en los momentos más difíciles.

El ejemplo más significativo es el de J. Jonah Jameson, propietario, director ejecutivo y editor del Daily Bugle (Marvel). Entre sus empleados se encuentran personajes tan relevantes como Peter Parker, Ben Urich, Eddie Brock, Betty Brant o Robbie

Robertson. Pero los bastiones de la editorial no son nada cuando se enfrentan a Jameson, quien saca lo mejor de ellos después de abroncarlos y confrontarlos constantemente. Aun así, lo peor del editor no es tanto su actitud como su manera de manipular la verdad. A Jameson no le caen bien los superhéroes y suele buscar la doble visión a las noticias, intentando dejarlos mal cara a la galería. Instaura una línea editorial conservadora, que ve como una amenaza a los enmascarados, buscando una manera sensacionalista de que compren sus diarios y dirigiéndose al público más tradicional.

En *Front Line* hay un buen ejemplo de la actitud de Jameson respecto a su periódico. Cuando Ben Urich pide cubrir los secretos de Iron Man en plena guerra civil de superhéroes, el director se lo niega, de manera que Urich debe acabar dimitiendo del diario donde había trabajado toda su vida. No obstante, la despedida se asemeja más a la de dos familiares que la de un jefe con su empleado, por lo que denota la actitud más comprensiva que se oculta dentro de su fría personalidad.

Este aspecto es el más desarrollado por Perry White, el editor jefe del *Daily Planet* (DC Comics). Es un hombre noble que lleva muchos años ejerciendo como periodista. Es la figura paterna de sus empleados y una persona muy sabia. Sin embargo, también muestra una actitud decidida y un carácter autoritario que le asemeja a Jameson. A veces grita a sus empleados, sobre todo a Jimmy Olsen, y aunque tiene una gran relación con periodistas más expertos como Lois Lane, en ocasiones le sacan de sus casillas, revelando una actitud amenazadora escondida entre su nobleza habitual.

Franklin Stern, el que fuera tradicionalmente el director del *Daily Planet*, es menos diplomático. Aunque impone la base más progresista del diario y se empeña en denunciar a los magnates como Lex Luthor, muestra un carácter duro y pocas veces se relaciona con los periodistas de su redacción.

Algunos personajes más, como Dexter Bennett, han aparecido como editores dignos de este prototipo, pero la inmensa mayoría sigue el prototipo establecido por los anteriores. Aun así, un personaje que se aleja de este esta concepción es Carol Danvers, álder ego de Capitana Marvel (anteriormente Ms. Marvel). Danvers ha sido escritora y editora de la revista femenina *Mujer*. Joven y con una actitud mucho más bondadosa e insegura que el resto de editores, se mostraba diplomática con sus empleadas, generando un perfil distinto al seguido por Jameson o White que puede deberse a que, mientras estos dirigían un diario de información generalista, su revista se dedicaba a artículos de un tipo totalmente distinto.

3.3.5 Columnistas y críticos

Resulta curioso que la mayoría de periodistas que aparecen en los cómics de superhéroes se dediquen a escribir reportajes que normalmente buscan la objetividad, dejando de lado otros géneros más ricos en interpretación y opinión como la crónica o la crítica. Pero, si bien es cierto que no suelen aparecer los textos de los periodistas ficticios, se da a entender que los buenos periodistas son los que trabajan este tipo de contenidos, relegando los más subjetivos a visiones menos pulcras del periodismo.

De este modo, la crítica se aleja de los problemas de carácter social y se acerca más a ámbitos como el periodismo deportivo –en el caso de Wendy Thorton del Daily Bugle– o del periodismo del corazón –como Betty Brand del Daily Planet–. En estos casos, se suelen mostrar a personas muy seguras de sí mismas e incluso prepotentes con el resto. Cuidan mucho su imagen y saben que o bien suscitan amor u odio, sin existir un término medio, por sus opiniones.

Aunque en las grandes cabeceras suelen aparecer como personajes planos y meramente secundarios, han existido momentos en los que han cobrado gran importancia. Por ejemplo, cuando el Daily Bugle fue comprado por Dexter Bennett y convertido en una tira de prensa del corazón, la redacción se transformó y varios periodistas introdujeron la controversia en el medio de comunicación. Se trata de personas polémicas y con las ideas caras, que no dan demasiada importancia al valor del periodismo al anteponer temas irrelevantes al resto, y utilizan cualquier tipo de recurso para obtener una exclusiva.

Pero, pese a que los columnistas y críticos no suelen aparecer en las historias sobre superhéroes, siguen teniendo importancia en el cómic estadounidense. En la colección *Transmetropolitan* –perteneciente al sello Vértigo de DC Comics–, el protagonista es Spider Jerusalem, columnista del diario La Palabra que vive en una Nueva York distópica, donde la desigualdad es mayor que nunca. A través de su columna semanal *Odio todo esto*, Jerusalem se convierte en un líder de opinión que saca los colores a múltiples problemas que sufre la sociedad en la que vive. Pese a la diferencia que tiene con los trabajos del resto de críticos, su actitud prepotente, malhumorada y narcisista le hace formar parte de un estereotipo que se repite constantemente.

En general, los periodistas que realizan estos trabajos son considerados buenos escritores, pero su actitud contrarresta con la de los reporteros al hacerlos menos bondadosos y más incisivos.

3.3.6 Periodistas audiovisuales

Aunque el periodismo desde mediados del siglo XX tiene mucha mayor difusión a través de los medios de comunicación audiovisuales, sobre todo de la televisión, en los cómics estadounidenses se suele dar más importancia al escrito. Existen pocos personajes con identidad e importancia que se dediquen a ser presentadores o locutores, mientras un gran número de ellos trabaja en la prensa escrita.

No obstante, la importancia de los medios audiovisuales queda representada a través del simbolismo puntual. En *Civil War* se observan múltiples escenas de acción en las que se observan trabajadores realizando stand ups de la situación, técnica que se encuentra en la gran mayoría de escenas no-improvisadas donde un superhéroe o un villano tienen un papel protagónico.

De la misma forma, *El Regreso del Caballero Oscuro* de Frank Miller comienza con una retransmisión televisiva sobre el estado de la ciudad de Gotham que un Batman retirado observa con atención. Es esta emisión la que le hace volver a enfundarse en el traje del superhéroe y volver a la acción, después de haberse planteado hacerlo durante mucho tiempo.

La televisión y la radio, por lo tanto, son importantes como medio de información para los protagonistas, pero no tanto como lugar de trabajo para ellos. Aun así, los pocos que aparecen presentan características similares que les enmarcan en una categoría propia. En primer lugar, los programas que suelen aparecer de radio, como el que el joven Billy Batson –actual Shazam y antiguo Capitán Marvel en su concepción original– dan gran importancia al entretenimiento, que se mezcla con la información en un magazine híbrido por el que ofrecen algo más que los textos periodísticos de la prensa.

Además de los informativos de televisión, que en la ficción tampoco dejan demasiado espacio para la interpretación, los periodistas que aparecen en estos medios se suelen presentar como *showmans*, que resultan atractivos al público y se convierten en líderes de opinión. Buscan el espectáculo más allá de la información, lo que se representa perfectamente con “Snapper” Carr, periodista con gran carisma que fue uno de los primeros miembros de la Liga de la Justicia.

Lejos de Marvel y DC pero en una colección con aspectos muy similares como es *Teenage Mutant Ninja Turtles*, de la que se han hecho varias versiones no solo en cómic sino también en cine y televisión, aparece un personaje que cumple el prototipo a la perfección de periodista televisiva: April O’Neil, la reportera que siempre

acompaña a las Tortugas Ninja en sus aventuras. O’Neil muestra una personalidad muy parecida a la de Lois Lane, aunque a la hora de retransmitir recurre más a recursos sensacionalistas para dar la respectiva información.

De este modo, se observa que los periodistas audiovisuales muestran perfiles muy planos y poco desarrollados –al no tener ningún personaje emblemático que lo represente– pero con características comunes como el carisma y el buen humor.

3.3.7 Corresponsales de guerra

Por último, existe un prototipo de personaje periodista que se repite en multitud de ocasiones en los cómics estadounidenses. Pero que, sin embargo, prácticamente no aparece en los cómics sobre superhéroes. Los corresponsales de guerra ofrecen un gran abanico de posibilidades a los guionistas para contar historias con denuncia social y acción. Pero, en un mundo de superhéroes, los corresponsales quedan relegados a un segundo plano. Al fin y al cabo, grandes batallas entre héroes y villanos se dan día tras día, poniendo en peligro las ciudades donde se desarrollan las historias y restando así importancia a las guerras lejanas.

Personajes como Matthew Roth, el protagonista de *DMZ* –del sello editorial Vértigo de DC Comics–, caracterizan el perfil de los corresponsales de guerra por ser de gran complejidad. Roth se muestra como un hombre inseguro que va volviéndose más sórdido a medida que avanza la guerra de Estados Unidos que está cubriendo. Las derivas psicológicas y filosóficas por las que pasa el personaje le dotan de una gran conciencia social.

Aunque Roth es un personaje ficticio, otros grandes periodistas reales han explicado sus propias historias como corresponsales de guerra. Joe Sacco o Guy Delisle han creado y protagonizado un gran número de cómics periodísticos (formato explicado en el 2.1.2). En la mayoría de casos son representados como personas valientes, con gran empatía por las víctimas de los lugares en conflictos bélicos y afán de reivindicación y protesta. Además, tanto los personajes ficticios como los reales muestran una gran evolución dentro de cada colección. Nunca comienzan igual que terminan un relato; siempre hay un avance psicológico que avanza junto a la experiencia del lector.

En el contexto de los superhéroes, es importante remarcar la colección *Superman: Legado*, donde Clark Kent se convierte en corresponsal de guerra apenas graduarse y

antes de convertirse en Superman. Kent debate sobre su buen hacer como periodista al crearse la incógnita de si debe ayudar a las víctimas con sus poderes o no debe entrometerse al tener que hacer de observador de la situación. Finalmente, se decanta por la primera opción, lo que le lleva a querer convertirse en el primer superhéroe de la historia. Si bien comienza la historia como un reportero inexperto, a través de su paso como corresponsal de guerra se convierte en un reportero experto, que utiliza el periodismo como un complemento para sus labores heroicas.

3.4 Los medios de comunicación en el cómic de superhéroes

En las sociedades plasmadas por los cómics de superhéroes americanos, los medios cobran una importancia aún mayor de la que podrían tener las cabeceras si fueran realizadas en ciudades “en calma”. Como destacamos en el punto 3.3.7, los corresponsales de guerra en los cómics de Marvel y DC Comics han quedado relegados a un segundo plano. Esto es, básicamente, porque la presencia de los superhéroes ha provocado que las propias ciudades se consideren territorios en guerra. Los grandes combates que enfrentan a justicieros contra villanos provocan que las ciudades, pese a mantener sus estatus de bienestar, se sumen a constantes problemas que ponen a los ciudadanos. Un caos constante en el que existen dos bandos y, pese a mantenerse fuera de la ley, son los superhéroes los que se obtienen el apoyo del público y, en la mayoría de ocasiones, de los medios.

Tal y como destaca Arturo Encinas en su estudio *La ciudad en el cine de superhéroes*, son los propios medios los que definen a los superhéroes:

Los medios de comunicación integran al superhéroe, como parte del relato urbano, en la conciencia colectiva, informando de si es, o no, una amenaza para los ciudadanos, independientemente de que sea verdad [...] Los medios de comunicación, por tanto, unen a los ciudadanos en una forma concreta de acceso a la realidad. Y su influencia es poderosa. Tanto que llegan incluso a separar al superhéroe de su familia, como en el caso de Bobby Drake/Ieman en *X-Men 2* (Arturo Encinas, 2013).

En el cómic de superhéroes americano, la influencia de los medios de comunicación es muy poderosa, sobre todo cuando se recurre a la manipulación informativa. En el cómic *Watchmen*, de Alan Moore, el Doctor Manhattan, un personaje todopoderoso que puede manipular la energía de la materia y posee una total clarividencia, es engañado por los medios. Al ser invitado a un programa de televisión, le dan a entender que por su culpa su antigua novia tiene cáncer. Es decir, que sus poderes le

provocan la enfermedad. Aunque se trata de alguien que puede verlo todo, el medio evidencia sus defectos a través del engaño.

La manipulación de los medios, que suele ser cínica y malintencionada, tiene como víctima a los propios superhéroes. En los cómics nos transportamos hasta sus pensamientos y vemos sus reacciones ante los grandes titulares que dan los medios. En muchas ocasiones, tanto en los cómics como en el cine, podemos contemplar la imagen de un héroe consternado mientras observa un programa informativo o una tertulia en la que se pone en tela de juicio su bondad. Son escenas recurrentes que enfrentan a la opinión pública contra los justicieros y que, en ocasiones, incluso pueden plantear la retirada del héroe de su lucha contra el crimen, como en el caso de Jessica Jones.

Sin embargo, la influencia de los medios no solo aguarda connotaciones negativas. Tal y como explicamos en el punto 3.3.6, en *El Regreso del Caballero Oscuro de Frank Miller*, un Bruce Wayne veterano y retirado está observando la televisión y se da cuenta de que Gotham necesita, más que nunca, la presencia de Batman. De este modo, vuelve a enfundarse en la capa del superhéroe para salir a patrullar la ciudad después de una década sin hacerlo. Una influencia clara de cómo los medios pueden ayudar a los justicieros más allá que dotándoles del posible favor de la opinión pública.

En definitiva, el papel de los medios es ejercer como jueces que dictan la bondad o maldad de los actos heroicos llevados a cabo:

Poco importa dónde se desarrolle la lucha, o si los superhéroes frecuentan bares de copas, o si profesan secreta devoción por el gran desarrollo vertical de los edificios; al final quedan dos cosas: las consecuencias reales de sus acciones (en su ser y en la ciudad), y lo que cuenten los medios de comunicación (la conciencia de la ciudad, cómo se ha visto, de criterio cuestionable) (Arturo Encinas, 2013).

Pero, al igual que hay dos grandes editoriales que desarrollan las aventuras de los arquetípicos héroes americanos, también se delinean dos grandes maneras de ver el periodismo. Se presentan a través de los medios de comunicación representativos de cada una de las editoriales: el Daily Planet y el Daily Bugle³⁸. Aunque en la actualidad las cabeceras han sufrido cambios que buscan adaptarse a los tiempos que corren en el mundo del periodismo –Clark Kent dimitió del Daily Planet por considerarlo sensacionalista y Ben Urich se hizo un nombre como uno de los más importantes

³⁸ MILLÁN, Juan. Daily Planet y Daily Bugle, dos periódicos de cómic. Suite 101 [en línea]. 3 de julio de 2013. [Fecha de consulta: 3 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://suite101.net/article/daily-planet-y-daily-bugle-dos-periodicos-de-comic-a63938#.VyhclTCLTIV>

reporteros de la ciudad gracias al Daily Bugle—, históricamente las visiones de ambos diarios han estado totalmente segmentadas.

El Daily Planet, con Perry White como editor, ha sido un símbolo histórico de periodismo de calidad en Metrópolis, gracias en gran parte a la reportera Lois Lane, al álder ego de Superman Clark Kent —que, aprovechando su trabajo, siempre da las exclusivas al diario— y al fotógrafo Jimmy Olsen. Fundado en 1775, durante la Guerra de Independencia de Estados Unidos, la historia ficticia del diario deja ver que se trata de una cabecera de completa autoridad, ya que el primer número contó con una editorial del mismísimo presidente George Washington. Con un ambiente de trabajo apresurado —como toda redacción— pero jovial, el Planet ha conseguido ganarse el respeto del público; incluso de sus enemigos que, como Lex Luthor, saben que la opinión plasmada por el diario es de gran importancia.

El Daily Bugle también tiene una gran trayectoria en su pasado, si bien esta no es comparable a la del Planet. Fundado en 1897, el diario nació cuando en Nueva York ya existían otros grandes periódicos que narraban la actualidad informativa. De esta forma, la cabecera ha sido siempre una segundona, relegada por otras de más relevancia como el Daily Globe —de hecho, en la primera aparición del periódico en 1962, el diario aparece en una página junto a varios otros en los que el Globe es el principal protagonista—. Como destacamos en el punto 3.3.4, su director es J. J. Jameson, que está completamente en contra de los superhéroes enmascarados —en gran parte porque fue antiguo alcalde de la ciudad y ahora la ve en peligro— e integra su línea editorial a todas las páginas de su diario. Así, aunque trabajadores como Ben Urich o Robbie Robertson —este último ha llegado a ser editor en jefe— intenten plasmar su propia versión de los hechos, siempre aparece la figura de Jameson para encaminar sus escritos.

La diferencia entre ambos es evidente. Mientras el Daily Planet apuesta por la idealización del periodismo, por considerarlo un bien útil y necesario para la sociedad de masas y deposita su confianza en la figura de los superhumanos; el Daily Bugle se centra en el control y el daño que las personas con poderes pueden hacer a la sociedad. Es un enfoque del periodismo como bien comercial, que ante todo busca vender para poder sobrevivir y utiliza las armas que sean necesarias para imprimir la opinión propia en sus páginas y, por lo tanto, en sus lectores. Teniendo en cuenta ambas trayectorias editoriales, el Daily Planet se clasifica como un periódico más de izquierdas, progresista; y el Bugle de derechas o conservador, basado en el control por encima de la libertad y en las ventas por encima de la calidad.

Los superhéroes representativos de estos diarios simbolizan a la perfección el dilema moral de cada uno de ellos. Clark Kent, trabajador del Planet, siente una gran pasión por el periodismo que practica en paralelo a su labor como superhéroe. Antes de enfundarse la capa de Superman, Kent ya había sentido interés por la profesión. De este modo, aunque se “aprovecha” de su situación para llegar a los lugares más conflictivos con mayor immediatez y consigue plasmar su propia visión sobre su alter ego, no deja de ser un profesional más de la redacción. Sin embargo, Peter Parker comienza a trabajar en el Daily Bugle porque es Spiderman y puede sacar fotografías de sí mismo. Si no fuera el superhéroe, no podría colaborar con el diario, por lo que en más de una ocasión se ha debatido la ética de sus actos.

Pero, al contrario de lo que podría parecer, el Daily Bugle es más importante para Marvel de lo que lo es el Daily Planet para DC Comics. Mientras que en la Nueva York de Marvel habitan cientos de personas con superpoderes, que son dignas de aparecer en el diario dirigido por Jameson –de forma que el diario aparece en multitud de otras colecciones como *Daredevil*, *Front Line* o *The Pulse*–, el Daily Planet se basa casi en exclusiva en Superman, ya que es de los pocos justicieros famosos que residen en Metrópolis. Como la mayoría de personajes de DC Comics viven en diferentes ciudades de Estados Unidos, cada uno de ellos tiene un medio de comunicación de referencia. En el caso de Batman se trata del Gotham Gazette y en el de Flash del Picture News, donde trabaja su esposa Iris West. Pero, al actuar en escala más global, no existe un medio que los una a todos, contrariamente a lo que ocurre con Marvel.

3.5 Periodista como doble identidad del superhéroe

A lo largo de este recorrido por el periodismo en el cómic estadounidense, aparece recurrentemente un elemento que relaciona a los superhéroes con la profesión: la identidad secreta. Ocultar el rostro bajo una máscara –o una identidad distinta que, como en el caso de Superman, hace inconcebible al mundo reconocerle como el tímido periodista Clark Kent– es un recurso histórico que responde a dos objetivos: “hacerlo identificable al gran público (interno y externo al cómic) y proteger su anonimato (al mismo tiempo que a sus seres queridos) de los riesgos asociados a su labor” (Diego Matos, 2013: 8).

De este modo, ocultar la identidad sirve para mantener a los allegados al margen de las acciones heroicas –teniendo en cuenta que son personajes con un gran número de villanos es un elemento importante– y de crear una nueva identidad con la que ser

completamente distintos a lo que pueden ser en realidad. Es la única forma que tienen para continuar siendo justicieros como si de un oficio usual se tratase. Es decir, continuando con sus vidas ordinarias como si nada ocurriese mientras patrullan la ciudad intentando ayudar a las personas que lo necesitan al margen de la ley. Y de ahí aparece, también, la necesidad de llevar máscara. Las acciones, justas o no, de los héroes, son también ilegales. Son pocos los que trabajan junto a los gobiernos. Y los que lo hacen antes han tenido que ganarse la confianza llevando a cabo acciones fuera de la legalidad.

Sobre esto reflexiona Félix F. Morales Luna en el estudio *Un gran poder conlleva una gran responsabilidad". Los superhéroes y el Derecho*, dejando claro que las acciones de los superhéroes esconden intereses propios de cada uno de ellos:

"El rol del superhéroe ya no resulta lo atractivo que al inicio; pues, aunque a cualquiera le gustaría ayudar a que las ciudades estén más seguras y ser reconocidos por ello, no muchos estarían dispuestos a sacrificar su plan de vida como personas. Más aún, como se dijo al inicio, tales poderes podrían no solo ser usados para el bien o ser ignorados para hacer una vida normal, también podrían ser usados para el beneficio personal. ¿Por qué ayudar a los necesitados pudiendo darme la supervida con tales poderes? ¿Teniendo los poderes, tendría la obligación de ser un superhéroe? ¿Debería deponer mis intereses personales y encarnar al superhéroe en beneficio personal? ¿Sería correcto llevar una doble vida, engañando a amigos y familiares para ocultar la identidad secreta? Aunque es célebre la frase que le dice a Peter Parker su tío Ben: 'un gran poder conlleva una gran responsabilidad'; la cual presupone un punto de vista moral y altruista, nada impide frasearla en términos egoístas de tal forma que 'un gran poder conlleva una gran satisfacción personal'" (Félix F. Morales Luna, 2013: 2).

La ética en torno al superhéroe se ejemplifica en Spiderman. El fotoperiodista, que encuñara la frase anteriormente mencionada, decidió ocultar su identidad bajo la máscara ante los problemas que ello podría ocasionar a su familia. Así, durante décadas ha preservado el anonimato. Sin embargo, si por una parte esto puede verse como un acto de humildad al no poner en peligro a los que les rodean, por otra parte también obtiene beneficios individuales al ejercer como fotógrafo de él mismo cuando porta el traje de Spiderman para el Daily Bugle. Pero en 2006 se tomó una decisión en Marvel que cambió para siempre el debate interno de Spiderman:

En Civil War (Marvel, 2006), el gran macroevento de la Casa de las Ideas del año, tuvo especial importancia todo lo relacionado con las identidades de los héroes. Después de una tragedia propiciada por la irresponsabilidad de un grupo de jóvenes héroes, varios miembros importantes de la comunidad superhumana de Estados Unidos deciden que

es el momento de realizar un Registro en el que cada uno hará pública su identidad secreta y sus poderes. Los personajes de Marvel se dividieron, ideológica y activamente, en dos grandes facciones, los pro-registro, liderados por Iron Man, y los anti-registro, bajo el mando del Capitán América. Spider-Man fue una pieza clave en el conflicto, primera estando en un bando y después en el otro, e incluso protagonizó uno de los momentos más impactantes de la saga: su desenmascaramiento (Diego Matos, 2013: 15).

El hecho de desenmascarar al héroe fue visto como una revolución para la editorial. Pero, dentro de la vida de Peter Parker, hubo quien se lo tomó como una traición. Es el caso de J. Jonah Jameson, que ve cómo quien para él siempre ha sido un villano ha estado colaborando con su diario. Además, observa cómo le ha trampeado al darle fotografías realizadas por él mismo. Aunque el editor aprovecha la situación para ponerlo en portada, la vida del superhéroe ya no vuelve a ser la misma desde ese momento.

El camuflaje, además, puede servir para algo más que para preservar el anonimato. Es una interesante baza que permite a los héroes innovar en su identificación e incluso en ayudarse en el combate. Existen tantas fórmulas como héroes:

Superman solo se camufla cuando no actúa como superhéroe, es decir que utiliza el recurso de la invisibilidad para parecer un hombre cualquiera y pasar desapercibido en la vida cotidiana. En cambio, Batman utiliza el camuflaje como técnica de combate, y lo hace aprovechando todas sus variantes: por un lado se disfraza de murciélagos y por otro se hace invisible escondiéndose en las sombras. (...) En general, sus características personales poseen las marcas de la luminosidad y/o transparencia: su fuerza y sus superpoderes provienen del sol y, puesto que su cuerpo funciona como una batería solar, sus células contienen luz; su ánimo es abierto y generoso, su conciencia, inmaculada; también el disfraz que lleva es de colores brillantes y, cuando entra en acción, no se cubre con ningún tipo de máscara, sino que muestra al mundo su propia cara: limpia, viril, honesta. (...) Esta idea de transparencia es coherente también con el hecho de que Superman observe la vida desde lo alto del cielo y de su condición extrahumana, y que, en la piel del periodista Clark Kent, desvele a los lectores los secretos del mundo.

Justamente, “desvelar a los lectores los secretos del mundo” es una de las principales motivaciones que los superhéroes tienen para ser periodistas en su identidad pública. En el punto 2.1.3 rescatábamos una cita de Will Pfeifer que destaca las excusas que

llevan a los guionistas a crear superhéroes con identidad de periodista³⁹. Sus declaraciones pueden resumirse en 5 puntos clave:

- 1- Mantienen un contacto estrecho con la realidad. Aunque el periodista no es exactamente un trabajador de clase obrera, se trata de una persona que tiene una sensibilidad especial con las historias humanas y que “está metido en las trincheras”. Es decir, sabe lo que ocurre en el mundo, lo que le da una mayor perspectiva sobre cómo puede ayudar a salvarlo.
- 2- Está al tanto de lo que ocurre en todo momento. Al trabajar como periodistas, los superhéroes son los primeros en saber cada ataque por parte de un villano o cada catástrofe ocurrida en la ciudad. Esto les da una gran ventaja a la hora de actuar, ya que pueden llegar al lugar de los hechos con suma rapidez.
- 3- Las redacciones mantienen un ambiente dinámico y variado. Los numerosos personajes que aparecen en las oficinas de prensa dan pie a situaciones tanto divertidas como tensas. Los perfiles sintetizados en el punto 3.3 dan un claro ejemplo de los tipos de periodistas que existen y las relaciones que pueden tener unos y otros.
- 4- Pasan fácilmente desapercibidos. Al trabajar en prensa –televisión y radio no son opciones muy explotadas en el cómic estadounidense–, los superhéroes periodistas mantienen todas las ventajas de ser periodistas paliando la que podría ser su mayor desventaja: el reconocimiento público.
- 5- Da pie a aventuras de todo tipo. El periodismo no es solo un trabajo de redacción. La noticia está en la calle y siempre es distinta a algo que haya ocurrido anteriormente. De este modo, los guionistas ven un gran campo a la hora de presentar tramas a través del interés periodístico.

³⁹ KNIGHT, Bill. Periodistas más allá de Clark Kent [en línea]. 27 de octubre de 2011. [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2016]. Disponible en: <https://reploidsigma.wordpress.com/2011/10/27/periodistas-de-comics-mas-allá-de-clark-kent/>

3.6 Superhéroes: una nueva especialización periodística

Se puede hablar en cierta manera de especialidades periodísticas en algunos personajes secundarios como Lois Lane –periodista política y en un gran número de ocasiones corresponsal de guerra– o Ben Urich – periodista social acostumbrado a realizar largos reportajes sobre tramas delictivas–. Pero es complejo detallar la especialización de cada periodista presentado tanto en Marvel como en DC Comics, pues las numerosas aproximaciones a los personajes establecidas a lo largo de los años convierten la especialización en una decisión más tomada por cada guionista que por un atributo intrínseco del personaje. En casos como el de Clark Kent, la duda que se genera es mayor, ya que sus textos no suelen ser referenciados en los cómics y los que lo hacen tratan de temas muy distintos: desde desentrañar las mentiras de algún magnate como Lex Luthor hasta realizar entrevistas de carácter social.

A excepción de algunos personajes prototípicos que, como Cat Grant, se dedican a algo en exclusiva –en este caso al periodismo del corazón–, los periodistas tanto del Daily Planet como del Daily Bugle no tienen una temática específica sobre la que escribir. Además, al aparecer en cómics donde el protagonismo radica en los superhéroes, son los artículos de este tipo los que aparecen con mayor relevancia. Los periodistas publican una y otra vez reportajes sobre justicieros y villanos que asolan las ciudades. Las portadas de los diarios están protagonizadas por estos individuos y los periodistas que cubren estos acontecimientos suelen ser siempre los mismos, llegándose a ganar la confianza de algunos de ellos como consigue Ben Urich con Daredevil o la propia Lois Lane con Superman.

De este modo, podría decirse que en los cómics estadounidenses ha aparecido una nueva especialización: el periodismo sobre superhéroes. Sin una nomenclatura propia que la defina todavía, esta rama temática incluye elementos de muchas otras, como el periodismo social, el político y, sobre todo, el de guerra y otros conflictos bélicos. Cuando la guerra está en casa, llevada a cabo por personas superpoderosas vestidas con mallas, está claro que algo distinto ocurre y, por lo tanto, se debe contar de una manera distinta.

La principal característica de este tipo de periodismo es que está basado en la investigación pausada, huyendo de las prisas que pueden aparecer en el resto de las especializaciones:

Los cómics de superhéroes exponen con maestría una de las facetas más esenciales y nobles de la labor del periodista: la de investigador. Aquella imagen romántica del

periodista como el vigilante que revela ocultas verdades con el fervor de su pluma. El público guarda cierta predilección por los protagonistas que velan desinteresadamente por la ciudad, rebelándose contra el sistema y las conspiraciones del gobierno. Podemos verlo en las aventuras nocturnas de Spider-Man, *The Question*, entre otros. Encontrarse con las fuentes en callejones, infiltrarse en espacios peligrosos, rastrear las pistas de un asesino, ¿no son tales circunstancias propias del relato noir? Podríamos decir que muchas de los periodistas de cómics fungen a su vez de detectives.⁴⁰

Por supuesto, ejercer como detectives es solo una parte de dicha especialización del periodismo, como se observa en *Civil War: Front Line*, cuando Sally Floyd y Ben Urich investigan, cada uno a su manera y a través de sus fuentes, qué es lo que hay detrás de la Guerra Civil. Pero también se recurre fácilmente al sensacionalismo: por ejemplo, cuando Jameson obliga a publicar que Spiderman es una amenaza o cuando un joven y rebelde Clark Kent dimite del Daily Planet porque le obligan a escribir artículos sobre entretenimiento obviando otras noticias.

Si se recurre fácilmente al engaño, es porque no se tiene información suficiente sobre lo que se está contando, por lo que puede decirse que se trata de una especialización compleja y que necesita de una gran investigación detrás para que pueda ser verídica y de calidad. Para los periodistas, se plantean grandes incógnitas: ¿es un héroe o un villano?, ¿cuál es la identidad secreta de este superhéroe?, ¿qué ha ocurrido para que esa batalla se lleve a cabo?, ¿cuáles son las motivaciones de cada personaje? Pero también se plantea un dilema ético que deben arrastrar, ya que tanto justicieros como villanos actúan fuera de la ley y son ellos los que deben juzgar si está justificado hacerlo o no en determinadas situaciones.

La tarea de los periodistas especializados en superhéroes es compleja, más aún cuando tienen que estar adaptándose a los acontecimientos que pueden ocurrir en cualquier momento. En este contexto, una buena fuente puede ser la clave para desentrañar cualquier secreto del mundillo. Un mutante de Marvel puede llevarte al resto y un integrante de la Liga de la Justicia puede hacer lo propio. Así, de entre los muchos periodistas de superhéroes que existen, solo unos pocos son los privilegiados capaces de llegar a lo más alto. Esto genera una gran diferencia entre los reporteros expertos –como los anteriormente mencionados– y los inexpertos –que, como Sally

⁴⁰ OLIVAS ARANA, Diego. Cuando el superhéroe era un reportero. Clases de periodismo [en línea]. 7 de marzo de 2016. [Fecha de consulta: 3 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2015/12/15/cuando-el-superheroe-era-un-reportero/>

Floyd, por más que intentan hacer bien su trabajo se encuentran con un gran número de dificultades por el camino–.

En cuanto a los géneros utilizados por estos periodistas, pese a que los textos no suelen reflejarse en las páginas de los cómics, se puede discernir que prima el reportaje por encima del resto. Los periodistas de investigación que trabajan sobre esta temática se centran en hacer amplios análisis de la situación para responder a las grandes cuestiones que existen al respecto. Normalmente, son temas de portada y de gran relevancia, por lo que además son estos artículos los que dan prestigio a los medios pertinentes. También es habitual ver la escena del superhéroe siendo entrevistado por el periodista, por lo que se trata de un género que también se explora mucho dentro de la especialización. Al fin y al cabo, saber qué hay dentro de la mente del justiciero es de gran importancia, pues el periodista puede encontrar sorpresas tanto gratas como ingratis que podrían cambiar la opinión pública sobre el personaje en cuestión. Por último, cabe señalar que las noticias que ocurren alrededor de estos personajes son las más importantes, ya que suelen comprometer el bienestar de la ciudad y sus habitantes. En cuanto al resto de géneros, la crítica es prescindible y no parece que ni la crónica ni la opinión –más allá de algunos artículos puntuales y debates televisivos– tengan un papel relevante, aunque al tratarse de un tema que aúna tantos otros cualquier fórmula puede ser válida.

4. Análisis

La muestra del análisis está conformada por las siguientes colecciones de cómics:

- *Ultimate Spider-Man #3-6*, de Brian Michael Bendis y Mark Bagley (2000).
- *Superman: Legado #1-12*, de Mark Waid y Leinil Francis Yu (2003-2004).
- *The Pulse #1-5*, de Brian Michael Bendis y Mark Bagley (2004).
- *Civil War: Front Line #1-11*, de Paul Jenkins, Ramon F. Bachs y Lee Weeks (2006-2007),
- *World War Hulk: Front Line #1-6*, de Paul Jenkins y Ramon Bachs (2007).
- *El Origen de Superman #1-6*, de Geoff Johns y Gary Frank (2009-2010).
- *Superman Vol. 3 #13-16*, de Scott Lebdell y Kenneth Rocafort (2012).

Estas series de las editoriales Marvel y DC Comics tienen en común que tratan temas relacionados con el periodismo y que están ambientadas en las redacciones de los medios de comunicación más importantes del cómic en los últimos años, el Daily Planet, el Daily Bugle y el diario online Front Line. Para poder determinar las coincidencias y diferencias entre las diferentes colecciones, nos basaremos en tres grandes ámbitos de la representación:

1- Personajes

Como muestra representativa de los distintos perfiles de los periodistas en el cómic de superhéroes estadounidense, realizaremos un estudio de la construcción de los siguientes personajes:

- Clark Kent (DC Comics)
- Lois Lane (DC Comics)
- Perry White (DC Comics)
- Jimmy Olsen (DC Comics)
- Peter Parker (Marvel)
- Ben Urich (Marvel)
- J. Jonah Jameson (Marvel)
- Sally Floyd (Marvel)

2- Representación del periodismo

A continuación analizaremos la representación del periodismo a través de diferentes vertientes:

- Manipulación informativa y guerra de intereses
- Prestigio de la profesión
- Actualización de la profesión y paso al entorno digital
- Sistema de organización de las redacciones

3- Estilo y composición

Finalmente, examinaremos el estilo de ilustración mostrado en cada colección y la importancia de los lugares dibujados a través de la composición de las viñetas, el realismo en el dibujo, los espacios representados y el protagonismo de las situaciones.

4.1 Personajes

4.1.1 DC Comics

Clark Kent

Colección	Perfil	Función	Personalidad	Relación con su alter ego
Superman: Legado	Reportero Inexperto	Corresponsal de Guerra y Redactor del Daily Planet	Como corresponsal, Clark Kent se muestra como una persona de carácter fuerte y decidido. Más tarde, cuando entra al Daily Planet se escuda en una falsa timidez, aunque en ocasiones vuelve a mostrar su carácter.	Superman permite hacer a Clark todo lo que no es capaz de hacer con su personalidad como periodista. La dificultad de llevar una doble vida le hace plantearse la dimisión.
El Origen de Superman	Reportero Inexperto	Redactor del Daily Planet	Personalidad tradicional de Clark Kent. Aparece como una persona introvertida que busca pasar desapercibido en todo momento.	Superman aparece como todo lo contrario a Clark Kent, con una personalidad inversa a la del reportero. Prácticamente no aparece la dificultad de llevar una doble vida.
Superman Vol. 3	Reportero Inexperto	Redactor del Daily Planet y de un blog propio	Clark Kent aparece como un joven rebelde y revolucionario, enamorado del	No se muestra ninguna diferencia entre la personalidad de Clark Kent y la de

	periodismo y sin miedo a enfrentarse a lo que considera injusto.	Superman. Las dificultades de llevar una doble vida aparecen al no permitir a Clark asistir a su puesto de trabajo.
--	--	---

El primero de los personajes de nuestro análisis es Clark Kent. El álder ego de Superman se ve representado, según la clasificación que hicimos en el punto 3.3, por el perfil de reportero inexperto. Pero, aunque en todas las colecciones analizadas cumple con este perfil, sus orígenes cambian en cada una de ellas. En *Superman: Legado* es un joven periodista freelance que trabaja en diferentes cabeceras de Ghana antes de mudarse a Metrópolis y ser fichado por el Daily Planet. En *El Origen de Superman* se recoge la visión más clásica del héroe, haciéndole pasar directamente de la granja en la que vive con sus padres adoptivos en Smallville a la gran ciudad donde pasa a trabajar para el Daily Planet. Finalmente, en *Superman Vol. 3* es un joven periodista recién graduado que después de trabajar por cuenta propia es fichado por el Daily Planet, donde ejerce las tareas básicas de un becario de redacción hasta que decide reivindicarse.

La personalidad de Kent es lo que más varía entre las distintas colecciones. En *El Origen de Superman* mantiene la actitud más tradicional de los cómics de sus orígenes y, sobre todo, de las películas dirigidas por Richard Donner. Aparece como el hombre tímido y torpe que se esconde tras el traje, las gafas y la gomina de Clark Kent, para así ocultar su verdadera identidad. Se hace pasar por una persona introvertida pero correcta, que realiza su trabajo sin llamar la atención. La presencia común del personaje se hace notar en su visita a Lex Luthor durante el capítulo 4, cuando el magnate no recuerda quién era pese a haber sido entrevistado con él anteriormente. Además, la personalidad tímida de Kent se evidencia aún más al ser comparada con la del resto de personajes de la redacción, mucho más dinámicos y carismáticos que él.

En *Superman: Legado* ya aparece con una personalidad relativamente fuerte. En este volumen también se escuda en Clark Kent para mantener a salvo su identidad secreta; pero, en escenas como la entrevista de trabajo que realiza para el Daily Planet, Kent demuestra tener carácter y consigue que Perry White le tenga en consideración, algo que se subraya cuando este último dice la frase “Ja, el ratón sabe rugir”. En esta ocasión no le vale con ser un simple empleado que cumple con su función para

hacerse con el trabajo en la redacción, por lo que en varias ocasiones tiene que hacerse notar pese a que ello pueda comportar un peligro para su identidad secreta.

Finalmente, en *Superman Vol. 3* el estereotipo tradicional de Clark Kent se invierte por completo. Ahora ya no es una representación de todo lo contrario a Superman, sino que se trata de un joven rebelde y revolucionario, que odia la mezcla de entretenimiento con periodismo y no duda en enfrentarse a sus jefes y compañeros. Su personalidad subversiva le lleva a dimitir de la cabecera en el número 13, después de una gran discusión con el director de la corporación a la que pertenece el Daily Planet (Morgan Edge) en la que vocifera lo siguiente: “Me enseñaron a creer que uno podía usar palabras para cambiar el curso de los ríos. Que incluso los secretos más oscuros caerían bajo la fuerte luz del sol. Pero los hechos han sido reemplazados por las opiniones. La información ha sido reemplazada por el entretenimiento. Los periodistas nos hemos transformado en taquígrafos. No puedo ser el único que está cansado al ver lo que pasan en las noticias hoy en día”.

Pese a la diferencia de la actitud mostrada en cada una de las colecciones, un elemento recurrente en todas ellas son los problemas que causa su doble identidad. En *El Origen de Superman*, deja una entrevista a medias con Lex Luthor para salvar una catástrofe bajo la capa del Hombre de Acero. La desaparición del escenario del conflicto aparece en varios momentos de la colección, bajo la excusa de que Clark es un hombre que, además de torpe e introvertido, se pierde con facilidad. Pero en las otras dos colecciones el problema se agrava. En *Superman Vol. 3*, Superman entrena sus poderes durante varios días, durante los cuales no acude a la redacción y le origina los problemas que acaban haciendo que dimita. En *Superman: Legado*, por otra parte, la imposibilidad de llevar una doble vida tan activa –en muchas ocasiones no puede acudir a trabajar y en muchas otras se marcha sin haber completado sus tareas– provoca que llegue a escribir una carta de dimisión después de una gran discusión con Perry White, aunque finalmente decide quedarse.

Lois Lane

Colección	Perfil	Función	Personalidad
Superman: Legado	Reportera Experta	Redactora del Daily Planet	Aparece representada como una mujer libre y crítica, dotada de un gran carisma y protectora de los débiles.
El Origen de Superman	Reportera Experta	Redactora del Daily Planet	Se muestra como una mujer valiente aunque desordenada. Aparece como una especie de protectora de los débiles y suele meterse donde no le llaman.
Superman Vol. 3	Reportera Experta / Editora	Productora de la sección audiovisual de Galaxy Broadcasting	Su personalidad es más cauta y discreta en esta ocasión. Al pertenecer al equipo directivo de Galaxy Broadcasting, entra en menos polémicas y busca constantemente la aprobación de sus allegados.

Otro personaje que aparece en los tres volúmenes analizados es Lois Lane. La tradicional pareja de Clark Kent encaja, en todos los casos, en el perfil de reportera experta. Aun así, su función varía según la colección. En *Superman: Legado* y *El Origen de Superman* es la reportera estrella del Daily Planet y mano derecha de Perry White. Pero en *Superman Vol. 3* es productora de la sección audiovisual de Galaxy Broadcasting, la compañía dentro de la que se encuentra, en este cómic, el diario principal de la ciudad de Metrópolis.

En *Superman: Legado* y *El Origen de Superman* la personalidad de Lois es similar. Se trata de una mujer muy crítica, con un gran carisma y una valentía excepcional que la lleva a entrometerse en lugares muy peligrosos con la voluntad de ser quien lance la exclusiva. También se muestra como una defensora de los débiles. En *Superman: Legado* increpa al director editorial del Daily Planet, Quentin Galloway, para defender a Jimmy Olsen. En la conversación afirma lo siguiente: “Atrás. Nos pagas a cambio de trabajo, no de dignidad. Y los abusones no me gustan. No vas a empujar a buenas personas solo porque seas más importante. Mientras yo esté aquí, no. [...] Eres un líder. Espero más de ti”.

No obstante, en *Superman Vol. 3* se ve claramente un cambio de actitud. En esta ocasión es una mujer responsable pero más cauta. Pertenece al equipo directivo de Galaxy Broadcasting, por lo que cuando Clark enfrenta a Morgan Edge antes de dimitir, Lois decide no entrometerse y dejar que la discusión continúe entre ellos dos.

Perry White

Colección	Perfil	Función	Personalidad
Superman: Legado	Editor	Editor del Daily Planet	Se trata del líder ideológico de la redacción. Se muestra duro con sus empleados pero es un duro defensor de todos ellos. Dice las cosas claras pero alaba las buenas actuaciones de sus redactores y los anima constantemente.
El Origen de Superman	Editor	Editor del Daily Planet	Perry White muestra la cara menos amable de su profesión al tratar a sus empleados como objetos a su servicio y adoptar una actitud presuntuosa.
Superman Vol. 3	Editor	Editor del Daily Planet	Vuelve a aparecer el lado más paternalista de Perry White. En esta ocasión su avanzada edad hace que se vea superado constantemente por las rutinas de producción de una redacción digital.

Perry White, por su parte, presenta el perfil de editor en las tres colecciones. Como responsable de la redacción del Daily Planet, es el encargado de gestionar los contenidos publicados y de que todo esté al día, tanto en la versión en papel (en *El Origen de Superman* y *Superman: Legado*) como, también, en la versión digital (en *Superman Vol. 3*).

El Origen de Superman es la colección en la que White cumple con el papel más duro de editor, debido principalmente a que en esta aparece como la persona más poderosa de la redacción, mientras en *Superman: Legado* y *Superman Vol. 3* también aparecen los respectivos directores de la empresa, que están por encima de él. De este modo, se presenta como una persona dura con sus empleados, que adopta una actitud presuntuosa e incluso llega a tratar a algunos como si de objetos a su servicio se tratase. Es el caso de Jimmy Olsen, que en este cómic cumple la función de becario y White lo utiliza para que le traiga cafés.

En *Superman: Legado*, sin embargo, aparece más como un líder ideológico y una especie de padre para sus empleados, aunque también es duro con ellos y no duda en plantear las cosas a la cara. En la entrevista de trabajo a Clark, le dice “Mis reporteros son los mejores porque nunca tienen miedo de escribir la verdad. E hijo, tú tienes el miedo escrito por todo el cuerpo. No me sirves”. Se muestra más como una especie de padre que intenta exprimir al máximo el poder de sus retoños. Esta actitud se refuerza

en *Superman Vol. 3*, donde White mantiene su aire paternalista con los empleados, pero se ve superado por la situación. El editor tiene que dirigir la edición tanto en papel como en digital, pero es un periodista veterano que no se lleva demasiado bien con el ritmo de actualización constante que se lleva a cabo en la redacción, así que le cuesta asumir la complejidad que esto supone.

Jimmy Olsen

Colección	Perfil	Función	Personalidad
Superman: Legado	Fotoperiodista	Fotógrafo del Daily Planet	Se muestra como un joven tímido e inseguro que tiene una relación muy cordial con sus compañeros pero que es abroncado constantemente por sus superiores.
El Origen de Superman	Fotoperiodista	Becario del Daily Planet	Aparece como la persona menos importante en la oficina. Es un recadista que de vez en cuando consigue realizar fotos para el diario. Se muestra inseguro y discreto y necesita el apoyo de sus compañeros para enfrentarse a los superiores que abusan de su cordialidad.
Superman Vol. 3	Fotoperiodista	Fotógrafo freelance y colaborador del Daily Planet	En esta colección, Jimmy Olsen es un joven fotógrafo que trabaja por cuenta propia. Aparece como una persona de confianza para los suyos, con gran carisma y que incluso llega a aprovecharse de los demás.

Finalmente, Jimmy Olsen cobra gran importancia, pese a su papel secundario tanto en las historias como en la redacción. Aunque ha sido tanto redactor como fotógrafo, en los últimos años –y en estas colecciones en concreto– encarna el perfil de fotoperiodista. En *Superman: Legado* y *El Origen de Superman* trabaja para el Daily Planet a jornada completa. Y en *Superman Vol. 3* es un fotógrafo freelance que colabora con el Daily Planet de manera esporádica, asemejándose así más al perfil de Peter Parker en el Daily Bugle.

En *Superman: Legado* y *El Origen de Superman*, Olsen aparece como una persona muy tímida e insegura, que tiene muy buena relación con sus compañeros, sobre todo con Lois Lane y Clark Kent. Es una persona de total confianza, respetuosa y que muestra pasión por su trabajo. Además, aguanta sin rechistar las reprimendas por parte de sus superiores y compañeros y tiene que ser protegido por estos cuando

intentan abusar de él, como hace Lois en *Superman: Legado* mientras es abroncado, e incluso maltratado, por Quentin Galloway.

Pero en *Superman Vol. 3* su personalidad es distinta. En este caso es el compañero de piso de Clark Kent y se presenta como un joven descuidado y valiente, una imagen completamente diferente a la que ha mostrado tradicionalmente. De hecho, en el número 14 de la colección está duchándose con una chica cuando Clark Kent los descubre improvisadamente. El cambio es significativo en el personaje, ya que pocas veces había salido del rol de fotógrafo complementario de quienes se aprovechan el resto.

4.1.2 Marvel

Peter Parker

Colección	Perfil	Función	Personalidad
Ultimate Spider-Man	Fotoperiodista	Fotógrafo freelance (colaborador del Daily Bugle) y programador web del diario	Peter Parker se muestra como un joven tímido pero curioso y bromista. Es alguien muy preocupado por los suyos, y por eso hace lo que haga falta por ayudar económicamente en casa. Se muestra como alguien confiable y el resto de la redacción le suele tratar con una actitud paternalista.
Civil War: Front Line	-	-	En esta colección vemos a un Peter Parker adulto, que hace años dejó de ejercer como fotoperiodista pero que, al revelar su identidad en público, vuelve a vêrselas con la prensa. Rechaza la oferta del Daily Bugle y se enfrenta a sus antiguos compañeros con una actitud seria y disciplinada.

Probablemente, el más famoso de los trabajadores del Daily Bugle sea Peter Parker. El alter ego de Spiderman ha sido tradicionalmente el fotógrafo del diario dirigido por J. Jonah Jameson. No obstante, en los últimos años dejó el personaje dejó su trabajo en el periódico para dedicarse a su vocación real: ser profesor. Aun así, en la colección

alternativa *Ultimate Spider-Man*, Parker vuelve a ser un adolescente que envía fotografías de Spiderman al diario para ganarse la vida. Esto ocurre en el quinto volumen de la colección. Sin embargo, el cambio significativo que sufre frente a la historia original es que es fichado por el propio Jameson para hacer de programador de la página web del diario, por lo que aunque encaja en el perfil de fotoperiodista realmente su función en la redacción es otra.

En esta serie, dirigida a un público adolescente, Peter Parker es un joven simpático pero introvertido, que busca ganar dinero para ayudar a su tía May. Intenta hacer el bien bajo la identidad de Spiderman, pero tiene una difícil relación con Jameson, quien busca criminalizar a los superhéroes a toda costa. De este modo, se enfrenta a que utilicen sus fotografías para fines que van en contra de su ideario. Este hecho aparece también en la colección regular *Civil War: Front Line*, donde Parker ha dejado el diario hace muchos años y acaba de revelar su identidad secreta como Spiderman. En este momento, Jameson le criminaliza por no haberlo dicho en exclusiva para su diario, momento en el que el superhéroe aprovecha para dejar clara su animadversión hacia la línea editorial del periódico.

Ben Urich

Colección	Perfil	Función	Personalidad
Ultimate Spider-Man	Reportero Experto	Redactor del Daily Bugle	Aparece representado como un joven reportero que se ha convertido en la estrella del Daily Bugle. Es alguien respetado y con gran voluntad de opinión que sigue la línea editorial pero tiene gran libertad creativa y la aprovecha con historias que humanizan a los superhéroes.
The Pulse	Reportero Experto	Redactor del Daily Bugle	Se muestra como un gran escritor pero que lleva muchos años trabajando en el Bugle y le cuesta reinventarse. Es un empleado ejemplar, siempre aceptando las órdenes de arriba y con una capacidad mínima de crítica.
Civil War: Front Line	Reportero Experto	Redactor del Daily Bugle / Redactor de Front Line	En esta colección, la personalidad de Ben Urich cambia completamente. Aunque comienza siendo un “peón” del Bugle, a medida que investiga por su cuenta se da cuenta de que realmente ese no es su lugar y se enfrenta a su editor, dimitiendo de la redacción con una actitud adulta y fundando su propio portal

World War Hulk: Front Line	Editor	Redactor y Editor de Front Line	digital. Ben Urich se ha convertido en un editor de éxito en Front Line y muestra cómo debería ser, para él, un jefe. Adopta una actitud paternalista con el resto de empleados y da ejemplo realizando él mismo los reportajes más complejos.
-----------------------------------	--------	---------------------------------	---

Sin embargo, el personaje del Daily Bugle que más se ha explotado durante los últimos años ha sido Ben Urich, redactor que encaja dentro de la categoría de reportero experto. En *The Pulse*, el periodista se retrata como un gran escritor pero que durante los años ha ido yendo a menos y le cuesta reinventarse. De este modo, aunque es un personaje muy crítico, acepta sin demasiada queja las reprimendas de Jameson, sabiendo que se juega el puesto de trabajo en cada momento y que tiene una familia que mantener. Pero, a medida que avanza su historia el personaje avanza. En *Civil War: Front Line* vuelve a aparecer como un periodista más del diario; un personaje que se posiciona a favor de la parte conservadora de la guerra civil entre superhéroes, al igual que lo hace su línea editorial. Pero, cuando descubre el verdadero motivo de la guerra y quiere publicarlo, se da cuenta de que no podría hacerlo si sigue en el Daily Bugle, por lo que dimite de su puesto de trabajo para conformar el blog Front Line junto a la periodista Sally Floyd.

En *World War Hulk: Front Line*, el diario online que fundaron en la anterior colección ya se ha convertido en una cabecera de prestigio, que incluso llega a publicar en papel. En este caso, el rol del personaje evoluciona y pasa a ser editor, momento en el que adopta una actitud más firme de lo que acostumbra sin dejar de tener la personalidad que le había llevado a convertirse en un gran reportero.

Finalmente, en la línea alternativa *Ultimate Spiderman*, Ben Urich es un joven reportero que se ha convertido en la estrella del Daily Bugle. En este diario es alguien mucho más respetado de lo que aparece en la historia original, por lo que es tiene más independencia para trabajar a su manera pese a que Jameson continúa estableciendo sus propias ideas a la hora de tratar temas relacionados con los superhéroes.

Sally Floyd

Colección	Perfil	Función	Personalidad
Civil War: Front Line	Reportera Inexperta	Redactora de The Alternative / Redactora de Front Line	Sally Floyd se presenta como una periodista novata, rebelde y de carácter progresista. Es una joven muy atrevida, cuyas ideas quiere plasmar constantemente y cree que quien no piensa como ella está equivocado. De este modo, va cayendo en sus propias trabas hasta que encuentra su camino junto a Ben Urich.
World War Hulk: Front Line	Reportera Inexperta	Redactora de Front Line	Aunque sigue siendo la misma persona reivindicativa, Floyd ha aprendido la lección y se muestra como una chica más humilde y paciente. Sin embargo, presenta problemas de depresión y alcoholismo, que están relacionados con su trabajo.

La reportera inexperta es, en el caso de Marvel, Sally Floyd. En *Civil War: Front Line*, el personaje se presenta como una periodista novata del diario progresista *The Alternative*, con un futuro prometedor por delante. En esta colección, Floyd se dedica a entrevistar a los superhéroes que forman parte del bando del Capitán América durante la guerra. Es decir, los que están en contra del Acta de Registro Superhumano. Durante el inicio de la serie, la reportera va cubriendo la guerra desde su idealismo reivindicativo. Pero su subjetividad al respecto hace que tropiece en más de una ocasión, lo que sumado a sus problemas personales le hacen caer en el alcoholismo. Sin embargo, junto a su amigo Ben Urich vuelve a concretar su rumbo y decide emprender un camino junto a él en el diario digital *Front Line*.

En *World War Hulk: Front Line*, la reportera se ha convertido en la mano derecha de Ben Urich, a quien ve como un mentor y un gran amigo. Sigue siendo la misma persona reivindicativa que antes y ahora, además, tiene vía libre para realizar su trabajo con independencia editorial. No obstante, se encuentra con varios conflictos que le hacen volver a sus problemas de alcoholismo y a llegar a plantearse su profesión. En esta serie, Floyd necesita constantemente ayuda externa para salir adelante.

J. Jonah Jameson

Colección	Perfil	Función	Personalidad
Ultimate Spider-Man	Editor	Editor del Daily Bugle	Jameson se muestra como un jefe sin ética periodística, que vive a merced del mercado. Trata como objetos a sus empleados y toma decisiones muy apresuradas.
The Pulse	Editor	Editor del Daily Bugle	La personalidad de Jameson se repite. Es un hombre muy nervioso al que le encanta dar órdenes y mantener todo controlado. Se enfada con sus empleados constantemente y habla mal de ellos a sus espaldas.
Civil War: Front Line	Editor	Editor del Daily Bugle	De nuevo, Jameson vuelve a representar lo peor del periodismo. La persona que está maniatada por los intereses comerciales y que solo puede publicar lo que le interesa a su línea editorial. Impone sus órdenes y no duda en despedir a quien le hace algún desplante.
World War Hulk: Front Line	Editor	Editor del Daily Bugle	En esta colección aparece la parte más humana de Jameson, ya que invierte una gran suma de dinero en la cabecera Front Line, donde su antiguo empleado Ben Urich pasa por una mala racha. Aun así, Jameson explica que lo hizo únicamente por una estrategia empresarial.

Finalmente, J. Jonah Jameson, el personaje más polémico de los periodistas de Marvel, aparece como el editor del Daily Bugle en las colecciones mencionadas en este apartado. Además, su caracterización es prácticamente la misma en todas ellas. En su ideología prima la ley del mercado. No tiene ética periodística sino que busca vender más que nadie; convertir su periódico en el más vendido de Nueva York pasando por encima de quien haga falta y utilizando el sensacionalismo en su favor. Su ideología conservadora le pone como un enemigo de los héroes enmascarados y trata a sus empleados de manera dura y aleccionadora. Aunque en ocasiones se vislumbre algún atisbo de compasión por ellos, en la gran mayoría solo busca su propio bien sin mostrar empatía.

En *World War Hulk: Front Line* se ve el lado más humano de Jameson, ya que invierte una gran suma de dinero de forma anónima en la cabecera Front Line donde su antiguo empleado Ben Urich pasaba por una mala racha. Al final del volumen alega haberlo hecho por interés propio, ya que cuando un diario con una ideología extrema vende más, su contrario también lo hace. Sin embargo, se da a entender que no lo hizo únicamente por un interés personal.

4.2 Representación del periodismo

4.2.1 Manipulación informativa y guerra de intereses

Colección	¿Aparece manipulación informativa?	¿En qué grado?	¿Existe conflicto de intereses entre periodista y diario?	¿En qué grado?
Superman: Legado	Sí	Alto	Sí	Alto
El Origen de Superman	No	-	No	-
Superman Vol. 3	No	-	Sí	Alto
Ultimate Spider-Man	Sí	Bajo	Sí	Alto
The Pulse	Sí	Alto	Sí	Medio
Civil War: Front Line	Sí	Medio	Sí	Alto
World War Hulk: Front Line	Sí	Medio	Sí	Medio

La manipulación informativa es un tema recurrente entre las colecciones analizadas. La serie de DC Comics en la que este debate aparece claramente representado es *Superman: Legado*. Cuando Clark Kent entra en el diario, se da cuenta de que no se está tratando a Superman como debería, planteándose constantemente si se trata de una amenaza. Esto lleva a titulares del tipo “¿Demoledor?”, con grandes fotografías que nada tienen que ver con el estilo tradicional que el Daily Planet ha mostrado a lo largo de su historia. En *El Origen de Superman*, sin embargo, se vuelve a la visión tradicional del diario y se rechaza todo tipo de manipulación informativa. En *Superman Vol. 3*, aunque no existe manipulación como tal, hay una gran representación de la guerra de intereses periodísticos. En este caso, el Daily Planet forma parte de la corporación de medios de comunicación Galaxy Broadcasting. De este modo, al actuar en la red y no solo ser un medio tradicional independiente, los intereses varían. Se

busca más el entretenimiento que el propio periodismo y esto provoca que Clark Kent dimita del diario bajo un discurso alentador sobre la ética periodística. En *Superman: Legado* también cobra importancia la guerra de intereses, ya que no pueden hablar mal de Lex Luthor en sus páginas al ser uno de los inversores del diario.

El caso de DC Comics es mínimo si lo comparamos con Marvel. En la editorial fundada por Martin Goodman, la manipulación informativa es mucho más flagrante al estar representada por el personaje de J. Jonah Jameson. En *The Pulse* aparecen varias portadas del diario enmarcadas con titulares como “Spiderman ¿asesino?” que buscan dejar mal al colectivo de los superhéroes y manipulan la información recibida de manera que juegue en favor de la línea editorial del medio.

En *Civil War: Front Line*, la manipulación aparece cuando en el Daily Bugle no dejan publicar la verdad sobre el origen de la guerra civil que azota la ciudad de Nueva York por no encajar con la línea editorial. Por ello, Ben Urich debe dimitir para poder contar la verdad sobre los hechos ocurridos. También, tanto en esta colección como en la que la sigue –*World War Hulk: Front Line*– se observan dos líneas diferenciadas de pensamiento, la establecida por el diario Front Line y The Alternative, de carácter más progresista, y la del Daily Bugle, totalmente conservadora. Con estos ejemplos pueden verse grandes diferencias de interpretación de una misma noticia, lo que hace que compitan entre ellos pero a la vez se complementen, tal y como destaca Jameson al final de *World War Hulk: Front Line*.

Por último, la guerra de intereses en Marvel se ve claramente representada en *Ultimate Spider-Man*. Peter Parker pregunta por qué el Daily Bugle no publica nada sobre Kingpin, un mafioso que tiene atemorizada a la ciudad de Nueva York. La respuesta de Robbie Robertson, editor del diario, es que cuando fueron a publicarlo el propio Kingpin compró el diario. Y que, por lo tanto, tiene total impunidad.

4.2.2 Prestigio de la profesión

Colección	¿Se da una buena imagen del periodismo?	¿Se da una buena imagen del medio en concreto?	¿Se da una buena imagen del máximo responsable del medio?	¿Se da una buena imagen de los trabajadores del medio?
Superman: Legado	Sí	No	No	Sí
El Origen de Superman	Sí	Sí	No	Sí
Superman Vol. 3	No	No	No	No
Ultimate Spider-Man	No	No	No	No
The Pulse	No	No	No	Sí
Civil War: Front Line	Sí	Sí (Front Line) No (Daily Bugle)	No	Sí
World War Hulk: Front Line	Sí	Sí (Front Line) No (Daily Bugle)	Sí (Front Line) No (Daily Bugle)	Sí

Los dos diarios principales de ambas editoriales representan a la perfección la diversificación de la profesión. Por una parte, el Daily Planet ha plasmado históricamente el prestigio del periodismo, elevándolo a la categoría de cuarto poder. Y, por otra, el Daily Bugle ha representado el sensacionalismo y el daño que puede hacer la manipulación informativa. Sin embargo, en los últimos años la línea entre lo éticamente correcto en el periodismo se ha estrechado, lo que ha tenido consecuencias evidentes, sobre todo en el Planet.

A lo largo de los tres cómics representativos de DC, la distinción se esclarece. En *El Origen de Superman* se busca dar la visión tradicional del medio de comunicación, de manera que aparece representado como lo ha hecho históricamente. En *Superman: Legado*, sin embargo, lo que parece un espacio tan ideal se relativiza. En esta serie, aunque el Daily Planet es una gran cabecera de éxito que cuenta con profesionales de alto nivel, pronto se deja ver que no es el lugar idílico que cualquiera imaginaría, con impunidad para Lex Luthor y grandes presiones sufridas por los trabajadores. Finalmente, en *Superman Vol. 3* el diario ha sucumbido a los intereses comerciales y le ha costado adaptarse al entorno digital, lo que provoca que pierda todo el prestigio tradicional y, aunque cuenta con grandes profesionales, se vea eclipsado por las noticias “de agencia” y el entretenimiento.

El Daily Bugle, por su parte, continúa con la visión sensacionalista que ha tenido durante toda su historia, aunque esta se amplifica aún más con la aparición del diario

Front Line, que demuestra una forma de hacer periodismo –y sobre todo periodismo de guerra– muy distinta y para la que el Bugle demuestra no estar preparado.

En todos los casos, el máximo responsable de los medios de comunicación aparece representado como un jefe sin ética que trata a los trabajadores como objetos. Ocurre tanto con Quetin Galloway en *Superman: Legado* como con Morgan Edge en *Superman Vol. 3* y J. Jonah Jameson en todas las colecciones en las que aparece. Solo se da una visión distinta en *World War Hulk: Front Line*, donde Ben Urich aparece como un editor magnánimo. Aun así, el resto de trabajadores de los medios no se impregnán de la imagen de sus jefes. Solo en *Superman Vol. 3* y en *Ultimate Spider-Man* se da una visión peyorativa de estos. En el primer caso porque no apoyan a Clark Kent cuando se enfrenta a Morgan Edge. Y, en el segundo caso, porque aceptan sin rechistar las órdenes de Jameson y no publican nada de Kingpin por ser inversor del Daily Bugle.

4.2.3 Actualización de la profesión y paso al entorno digital

Colección	¿Existe una versión digital del medio en concreto?	Si es así, ¿internet es visto como una traba?	¿Se referencia la crisis del periodismo?
Superman: Legado	Sí	No	Sí
El Origen de Superman	No	-	No
Superman Vol. 3	Sí	Sí	Sí
Ultimate Spider-Man	Sí	No	No
The Pulse	No	-	Sí
Civil War: Front Line	Sí (Front Line) No (Daily Bugle)	No	Sí
World War Hulk: Front Line	Sí (Front Line) No (Daily Bugle)	No	Sí

El periodismo del siglo XXI no tiene nada que ver con el que se practicaba cuando las grandes cabeceras de Marvel y DC Comics despuntaron. Desde las editoriales lo saben, y por ello han llevado a cabo una actualización notoria de la representación de las redacciones en sus últimos títulos y en la manera de trabajar de los profesionales. De los siete cómics analizados, solo en *El Origen de Superman* se trabaja de la misma forma que una redacción de mediados del Siglo XX. Pero esto se debe a la colección

es una recreación de los orígenes del superhéroe y que, por lo tanto, no busca la verosimilitud del periodismo tal y como se entiende en la actualidad.

En el resto de series se ha tenido en cuenta el entorno digital. El Daily Planet de *Superman: Legado* publica sus contenidos antes en formato digital que en formato escrito, si bien parece ser que lo mismo aparece tanto en uno como en otro. Es decir, no hay una versión distinta para cada caso. La información que se da es la misma. Pero en *Superman Vol. 3*, al tratarse de una sección de una corporación de medios de comunicación, la presencia de la red es mucho mayor. Se realizan dos ediciones distintas, una en papel y otra en digital. Además, funciona como una redacción integrada y multimedia que colabora con las secciones audiovisuales de la corporación.

En cuanto al Daily Bugle, en *The Pulse* y las colecciones pertenecientes a *Front Line* aparece como un diario tradicional en papel. En ningún momento se deja ver que tenga una versión digital, aunque sí aparecen otros medios competidores que actúan en internet. Eso sí, la crisis del periodismo está muy presente. “La gente ya no lee”, se llega a pronunciar en *The Pulse*. “El papel está perdiendo contra los portales de noticias y no estamos para ganar un Pulitzer”, dice también Robbie Robertson a Ben Urich en *Civil War: Front Line*. La relación entre la crisis del periodismo y el paso al digital también aparece a través de los blogs, que son competidores inesperados. Clark Kent crea un blog propio en cuanto se marcha del Daily Planet y Ben Urich hace lo propio con Front Line cuando dimite del Bugle. Los diarios digitales, sin embargo, también tienen problemas: “Somos uno más de los 8.000 portales que hay en internet”, apunta Ben Urich en *World War Hulk: Front Line*. Por lo tanto, la actualización de la profesión a través de internet se encara a través de dos frentes. Por una parte como una oportunidad para periodistas independientes. Y, por otra parte, como una manera de precarizar la profesión y de acabar con las grandes cabeceras tradicionales.

4.2.4 Sistema de organización de las redacciones

Colección	¿Funciona como una redacción tradicional?	¿Es una redacción integrada entre sus diferentes secciones (versión digital/audiovisual...)?	¿Los trabajadores realizan tareas multimedia?
Superman: Legado	Sí	Sí	Sí
El Origen de Superman	Sí	-	No
Superman Vol. 3	No	No	Sí
Ultimate Spider-Man	Sí	Sí	No
The Pulse	Sí	-	No
Civil War: Front Line	Sí	-	Sí
World War Hulk: Front Line	Sí	Sí	Sí

Pese a la actualización evidente que han visto la mayoría de colecciones, las redacciones suelen seguir representándose como eran antaño. En *El Origen de Superman*, *Superman: Legado*, *Ultimate Spider-Man*, *The Pulse*, *Civil War: Front Line* y *World War Hulk: Front Line* las categorías de los periodistas son las tradicionales del siglo XX. Hay un director, un editor, un equipo de redacción que se clasifica en diferentes secciones y un fotógrafo, que en la mayoría de ocasiones es un simple colaborador o, como en *Front Line*, no aparece ya que son los propios reporteros los que hacen las fotografías.

Solo en *Superman Vol. 3* existe una organización distinta del espacio de trabajo. El hecho de que el Daily Planet pertenezca a una corporación mediática compuesta por otros medios audiovisuales es una gran revolución en el género. En este caso, el director Morgan Edge lidera todo el compendio mediático que es Galaxy Broadcasting. Dentro de este, Perry White se encarga de la línea editorial del Daily Planet y entra en una junta directiva formada por personas de todos los medios, donde también se encuentra Lois Lane al ser productora televisiva.

Un cambio evidenciado en la mayoría de colecciones son las tareas realizadas por los periodistas. Aunque las redacciones continúen trabajando de la misma forma, en la mayoría de series los periodistas ya no son meros redactores sino que también fotografían, graban en vídeo o deben realizar cualquier otra tarea relacionada. Esto

también perjudica a los fotoperiodistas, cuyos perfiles se mantienen en los personajes más emblemáticos pero no incluyen a nuevos trabajadores.

4.3 Estilo y composición

Colección	¿Composición minimalista o compleja?	¿Se emplea un estilo realista?	¿Prima más la acción o las situaciones convencionales?	Protagonismo de la redacción	¿Diálogos sencillos o elaborados?
Superman: Legado	Minimalista	No	Situaciones convencionales	Alto	Elaborados
El Origen de Superman	Minimalista	Sí	Situaciones convencionales	Alto	Sencillos
Superman Vol. 3	Compleja	Sí	Acción	Medio	Elaborados
Ultimate Spider-Man	Minimalista	No	Acción	Bajo	Sencillos
The Pulse	Minimalista	Sí	Situaciones convencionales	Medio	Elaborados
Civil War: Front Line	Compleja	Sí	Situaciones convencionales	Alto	Elaborados
World War Hulk: Front Line	Minimalista	Sí	Situaciones convencionales	Medio	Elaborados

El estilo de dibujo de cada una de las colecciones cobra una gran importancia a la hora de contar la historia, sobre todo por el tipo de público al que busca dirigirse cada cómic y la verosimilitud que quiere tomar con la realidad. Además, el protagonismo de los escenarios y las situaciones es muy relevante para el desarrollo narrativo.

En *Superman: Legado* se observa un estilo de dibujo poco realista, con un trazo sencillo y composiciones minimalistas. La estructura de las viñetas es bastante cuadriculada, sin demasiadas combinaciones elaboradas, por lo que la narración es fácil de seguir en todo momento. Se recurre a varias páginas verticales completas aunque pocas dobles. Los diálogos, por su parte, suelen ser largos y distendidos. En cuanto a los espacios representados, vemos que se da más importancia a la parte de Clark Kent que a la de Superman, por lo que existen numerosas escenas ambientadas en la redacción, el hogar de Clark, los suburbios y la ciudad. Se dejan en un segundo plano las escenas de acción, que aparecen sobre todo al final del tomo. Los diálogos, por su parte, son largos y complejos.

En *El Origen de Superman* se recurre a un estilo muy realista y detallista. Incluso se utilizan algunas referencias claras para confeccionar los personajes, como el Superman claramente tomado de Christopher Reeve. Las viñetas son muy grandes y se recurre mucho a las páginas verticales y dobles, con diálogos sencillos. También se tiene muy en cuenta la vida de Clark Kent por encima de la de su alter ego, con muchos planos de la redacción tanto por dentro como por fuera. Se recurre a imágenes icónicas, sobre todo en las escenas dinámicas.

En *Superman Vol. 3* aparece un estilo realista pero poco definido, dando más importancia a los escenarios que a los detalles de los propios protagonistas del cómic. La composición y estructura de las viñetas es muy libre, contando las mismas situaciones desde perspectivas muy distintas, lo que provoca que en ocasiones la narrativa sea compleja de seguir. Los diálogos son muy elaborados. En cuanto a los espacios representados, priman las escenas de acción de Superman. Las convencionales de Clark Kent quedan en un segundo plano, aunque se sigue una misma estructura en cada número: primero se comienza con algo que le ocurre a Clark Kent y finalmente aparece con la apariencia de Superman para enfrentar alguna amenaza.

En *Ultimate Spider-Man* se utiliza un estilo poco realista, más similar a la caricatura. La composición de las viñetas es bastante cuadriculada y los diálogos son muy simples, haciendo sencilla la lectura para cualquier tipo de público. Priman las escenas de acción sobre las cotidianas, aunque estas se utilizan para pausar el ritmo narrativo. Los escenarios están muy detallados y se busca la imagen icónica incluso en las escenas convencionales.

En *The Pulse* se utiliza un dibujo realista y detallista de los personajes, pero los escenarios son minimalistas. La estructura está muy bien articulada y subraya el protagonismo de los personajes con planos y detalles de gestos y acciones. La redacción es muy importante en este cómic, por lo que aparece continuamente en los capítulos. También la ciudad, donde se lleva a cabo la acción, aunque los diálogos distendidos son mucho más importantes que las escenas dinámicas.

En *Civil War: Front Line* se muestra un gran realismo en el dibujo, sobre todo en los escenarios que presentan suburbios y los desastres ocasionados por la guerra. En cuanto a la estructura, es bastante libre y original, aunque priman las grandes viñetas que ayudan a seguir la estructura narrativa. Los escenarios más representados son los de la guerra llevada a cabo y se centran más en los ciudadanos afectados que en los

propios héroes que la disputan. La redacción aparece periódicamente como elemento conector entre situaciones.

En *World War Hulk: Front Line* el estilo de dibujo es bastante realista, pero los personajes están poco detallados. La composición es bastante minimalista y los espacios representados con mayor asiduidad vuelven a ser los que representan la guerra, por encima de la redacción y de la propia acción entre superhéroes. Se muestra la peor parte de la guerra, la de las víctimas, y el periodismo aparece como protagonista, por lo que los diálogos son muy elaborados.

5. Conclusiones

El trabajo de fin de grado nos permite afirmar que el periodismo cumple con una función esencial en el cómic de superhéroes estadounidense, confirmándose así la hipótesis planteada en la introducción.

Varios motivos lo justifican. En primer lugar, existe una larga historia de la representación del periodismo en este tipo de cómics. Desde el origen del primer superhéroe, el periodismo ha sido un elemento recurrente en las narraciones ficticias de Marvel y DC Comics. Ha servido como elemento de poder y contrapoder según el medio de comunicación del que se tratase y se han creado decenas de personajes periodistas que incluso pueden clasificarse en estereotipos definidos. Tanto es así que se ha llegado a establecer una especialización propia del periodismo de superhéroes dentro de la profesión en la ficción. Además, la doble identidad de personajes como Superman o Spiderman también justifica la importancia que cobra el periodismo en el cómic de superhéroes. No se trata de una excepción, sino que es algo a lo que se ha recurrido históricamente.

Se puede afirmar también que la imagen del periodismo en el cómic de superhéroes estadounidense ha ido cambiando a medida que lo ha hecho la situación del periodismo en la vida real. En el análisis realizado observamos que las colecciones del Siglo XXI se han actualizado a las necesidades y problemas que vive hoy en día la profesión, si bien han mantenido algunos recursos adoptados a lo largo de la historia de los personajes ficticios representados. En los últimos años se han elaborado múltiples series cuyos objetivos han sido retratar la profesión periodística en un mundo plagado por superhéroes y enfrentándose a los problemas que hoy en día tiene el oficio.

El trabajo llevado a cabo no puede esclarecer, sin embargo, si el siglo XXI es el momento más importante de la historia para el periodismo en el cómic de superhéroes estadounidense. Pese a que es evidente que hay un gran número de colecciones que en la actualidad se dedican a reflejar el periodismo en este contexto, son muchas otras las que han aparecido a lo largo del siglo XX. De este modo, se requeriría un análisis más complejo que el realizado en un curso escolar para responder a esta hipótesis subordinada.

Lo que sí puede afirmarse es que este tipo de historias están en constante cambio. Aunque se mantienen algunas bases definidas como el control de los medios de comunicación por parte de los grandes magnates, se recurre cada vez más al

empoderamiento del periodista. La inclusión de los blogs como recurso alternativo y la reivindicación de la ética periodística provocan que personajes como Ben Urich o Clark Kent, que tradicionalmente han sido prácticamente esclavos ideológicos de sus editores, cambien a un pensamiento más crítico en voluntad de ejercer una buena praxis periodística.

De este modo, aunque se hayan establecido una serie de perfiles en los que los personajes periodistas aparecen representados, estos pueden cambiar de personalidad según la historia, como hemos visto con Clark Kent o Ben Urich. La evolución de los personajes se evidencia en las colecciones contemporáneas, que intentan romper con lo establecido para dar un nuevo punto de vista de la profesión, algo que está estrechamente ligado al momento por el que pasa en la vida real. Con el avance de la tecnología y la crisis del periodismo, las colecciones se amparan en dos perspectivas distintas. Por un lado, están las que buscan empoderar la profesión a través de los periodistas independientes, haciéndoles gozar de éxito y buscando dar un motivo por el que se debe seguir ejerciendo la profesión. Y, por otro lado, las que tratan de denunciar la mala práctica seguida por los medios de comunicación.

A menudo, dentro de una propia historia aparecen los dos puntos de vista mencionados, identificados por personajes tipo como, por ejemplo, el editor y el reportero. Siendo así, se confirma que no se busca criminalizar ni empoderar la profesión, sino dar una imagen amplia y diversa sobre la misma. Con ello, la simplificación de los roles se disipa y se crea un ambiente mucho más complejo, en el que se busca la humanización de los personajes.

Para finalizar, es importante destacar que los casi 80 años de del cómic de superhéroes estadounidense requerirían una investigación mucho más larga para esclarecer el tratamiento que se da en ellos sobre la profesión periodística. Sirva pues este trabajo de base para posibles ampliaciones del estudio del caso.

6. Bibliografía

SALTZMAN, Joe (2000). *The image of the journalist in popular culture (IJPC)*.

Recuperado de:

<http://www.ijpc.org/uploads/files/The%20Image%20of%20the%20Journalist%20in%20Popular%20Culture%202010%20Version.pdf>

S. KERR, David (2000). *Caricature and french political culture 1830–1848*. Nueva

York: Oxford University Press. Recuperado de:

https://books.google.es/books?id=YXNO_Jc1eb0C&pg=PA3&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

LUTHER MOTT, Frank (1966). *A History of AMERICAN MAGAZINES 1865–1885*.

Londres: Harvard University Press. Recuperado de:

<https://books.google.es/books?id=zt1V->

<ISXFsoC&pg=PA552&lpg=PA552&dq=judge+magazine+history&source=bl&ots=4LtcMzpwS7&sig=CY1hSdzprjKUY2JOrPpUTtKnRR0&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj0wfuKyYTKAhWBOBQKHQNTAd8Q6AEIRjAK#v=onepage&q=judge%20magazine%20history&f=false>

I. ÁLVAREZ, Alfredo, NÚÑEZ, Rafael, DEL TESO, Enrique. *Leer en español*. Oviedo: Ediciones Nobel, S.A. Recuperado de:

<https://books.google.es/books?id=iimmQGiLfkkC&lpg=PA217&hl=es&pg=PA217#v=onepage&q&f=false>

FERNÁNDEZ SIMÓN, Miriam (2015). *El cómic periodístico: Rescate y adaptación de géneros narrativos gráficos en el periodismo actual* (Trabajo Final de Máster). Universidad de Málaga, España.

WILLIAMS, Kristian (2005). *The Case for Comics Journalism*. Columbia Journalism Review. Recuperado de:

http://www.ux1.eiu.edu/~rspetersen/HGNOL/HGNOL/Readings_files/Comics%20Journalism.pdf

VIDAL, Jaume, SANTAMARÍA, Carles (1989). *Catàleg de l'exposició Els periodistes en el còmic*. Barcelona: Ficomic.

ALTARRIBA, Antonio (2001). *La España del tebeo*. Madrid: Espasa Calpe.

BENTON, Mike (1989). *The Comic Book Story in America: An Illustrated History*. Dallas (Texas): Taylor Publishing Company.

TRABADO, José Manuel (2012). *Antes de la novela gráfica: clásicos del cómic en la prensa norteamericana*. Madrid: Cátedra.

MORRISON, Grant (2012). *Supegods: Héroes y mitos del cómic*. Madrid: Turner.

K. MANNING, Matthew (2014). *DC Comics, Crónica Visual Definitiva*. Londres: DK.

ROBLES ÁVILA, Sara (2011). *Les damos un repaso a los superhéroes*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

MARÍN, Rafael (2009). *W de Watchmen*. Palma de Mallorca: Dolmen.

ENCINAS CANTALAPIEDRA, Arturo (2013). *La ciudad en el cine de superhéroes*.

Universidad Francisco de Vitoria, España. Recuperado de:

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/angulo/volumen/Volumen05-2/articulos04.htm>

MATOS, Diego (2013). *La doble identidad: imagen e iconografía bajo la máscara del héroe*. Cuadernos de Cómics. Recuperado de: <http://docplayer.es/9717231-La-doble-identidad-imagen-e-iconografia-bajo-la-mascara-del-hero.html>

MORALES LUNA, Félix (2013). “*Un gran poder conlleva una gran responsabilidad*”.

Los superhéroes y el Derecho. Recuperado de:

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/13827>

KNIGHT, Bill (2008). *Comic Book Journalists Beyond Clark Kent*. Illinois: Western Illinois University. Recuperado de:

<http://www.ijpc.org/journal/index.php/ijpcjournal/article/viewFile/12/14>

WAYNE O'DANIEL, Robby (2012). *Reporting Matt Murdock's Double Life: The Image of the Journalist in Marvel Comics' Daredevil* (Tesis). University of Tennessee, Estados Unidos. Recuperado de: http://trace.tennessee.edu/utk_gradthes/1190/

BAINBRIDGE, Jason (2012). *Spider-man, the Question and the Meta-Zone: Exception, Objectivism and the Comics of Steve Ditko* (Tesis). University of Wollongong, Australia. Recuperado de:

<http://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/lwtexcu16&div=12&id=&page=>

PÉREZ FRANCO, Neftalí (2010). *Superman y Spiderman: dos “súper-periodistas”*.

Universidad de Málaga, España. Recuperado de:

http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/001Neftali.pdf

DIPAOLI, Marc (2011). *War, Politics and Superheroes: Ethics and Propaganda in Comics and Film*. Carolina del Norte: Mcfarland & Co Inc. Recuperado de:
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=K8uZGWxFtC0C&oi=fnd&pg=PP1&dq=journalist+comic+hero&ots=pmTe3LIR44&sig=xRSSSWN94eCVJdloguKsr51UjnA#v=onepage&q=journalist%20comic%20hero&f=false>

MICHAEL BENDIS, Brian y BAGLEY, Mark (2000). *Ultimate Spider-Man #3-6*. Nueva York: Marvel Comics.

WAID, Mark y FRANCIS YU, Leinil (2015). *Superman: Legado*. Barcelona: ECC Cómics.

MICHAEL BENDIS, Brian y BAGLEY, Mark (2010). *Marvel Deluxe. The Pulse Vol. 1: Desde el cielo*. Girona: Panini Cómics.

JENKINS, Paul, F. BACHS, Ramon y WEEKS, Lee (2011). *Marvel Deluxe. Civil War: Front Line*. Girona: Panini Cómics.

JENKINS, Paul y BACHS, Ramon (2012). *Marvel Deluxe. World War Hulk: Front Line*. Girona: Panini Cómics.

JOHNS, Geoff y FRANK, Gary (2013). *Superman: El Origen de Superman*. Barcelona: ECC Cómics.

LEBDELL, Scott y ROCAFORT, Kenneth (2015). *Superman (Nuevo Universo DC) (Reedición Trimestral)*. Barcelona: ECC Cómics.