

ESTEREOTIPOS Y REPRESENTACIONES DE LA MUJER LATINA EN EL CÓMIC ESTADOUNIDENSE

STEREOTYPES AND REPRESENTATIONS OF LATIN WOMEN IN THE AMERICAN COMIC

Plascencia Flores Evelyn Esmeralda¹
García Pereyra Rutilio²
Ariza Ampudia Silvia Verónica³
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
México

Resumen

Este artículo tiene como objetivo mostrar estereotipos que se han asignado a latinos, principalmente mujeres que viven en Estados Unidos. Mediante un análisis a través de la retórica de la imagen (propuesto por Roland Barthes) se detectaron estereotipos y roles de ama de casa, sumisa y obediente que tradicionalmente se han asignado a la mujer a partir de posturas masculinas que sobresalen en la publicación de dibujos animados aún y cuando se ha considerado la igualdad de género en Estados Unidos, además se detectó que la proyección o representación femenina es altamente sexualizada en que destaca la figura del cuerpo y el rostro de la mujer latina en alusión a la mujer ideal que han diseñado revistas para caballeros en la Unión Americana.

Palabras clave: Cómic, representación, roles, estereotipos, sexualidad, retórica.

ABSTRACT

This article aims to show stereotypes that have been assigned to Latinos, mainly women living in the United States. With an analysis through the rhetoric of the image (proposed by Roland Barthes) stereotypes and roles of housewife, submissive and obedient that traditionally have been assigned to women from male positions that stand out in the publication of drawings were detected even though gender equality has been considered in the United States, it was also detected that the female projection or representation is highly sexualized in that it highlights the figure of the body and face of the Latin woman in reference to the ideal woman they have designed by men's magazines in USA.

Keywords: Comic, representation, roles, stereotypes, sexuality, rhetoric.

¹Egresada de la carrera de Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez e Ilustradora Independiente, con interés particular en el tema de la representación de minorías en diversos medios de comunicación masiva; especialmente el cómic.

²ORCID 0000-0003-0687-6495 Doctor en Humanidades por el Colegio de Michoacán A.C Profesor-investigador en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Miembro del Sistema Nacional de Investigadores con el nivel ILíder del cuerpo académico Estudios y Enseñanza del Diseño

³ORCID 0000-0003-1385-0189 Doctorado en Diseño y Comunicación (UPV), Maestría en Artes Visuales (UNAM). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (nivel I) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (México). Docente investigadora y Coordinadora de Investigación y Posgrado del Instituto de Arquitectura Diseño y Arte (UACJ).

Finalizado: México, Enero-2020 / **Revisado:** Marzo-2020 / **Aceptado:** Mayo-2020

Introducción

La importancia del estudio de los estereotipos y representaciones de la mujer en dibujos animados contribuye a una mejor interpretación de sus significados y de su impacto social. La imagen de la mujer es representada igual que un producto publicitario altamente sexualizado, lo que genera falsas expectativas por los consumidores que en muchas ocasiones esperan que esas imágenes y mensajes irreales sean replicados en la vida real, tanto en cómo deben verse las mujeres y lo que deben aspirar a ser.

Se han representado roles tradicionales relacionados con el hogar y con una proyección de mujer sumisa y obediente, que suelen mostrar una realidad de mujeres dedicadas a su familia y a las tareas hogareñas, sin embargo, también existían un grupo de mujeres que trabajaban y buscaban estar presentes en el ámbito público. La representación femenina ha trascendido a tal grado que la exacerbación de imágenes ha mostrado cuerpos semidesnudos altamente erotizados que reafirman la hipótesis de que la mujer es un producto publicitario altamente sexualizada.

Existe una sexualización excesiva de las mujeres en medios masivos publicitarios, la mujer suele ser representada de manera sexista ya que se busca resaltar la belleza física que evoca a un canon de belleza alejado de la realidad y perpetuar ideas sobre la imagen de mujeres frívolas. En función de tales argumentos surge la siguiente pregunta: ¿Qué tan importante es dejar de usar los estereotipos previamente establecidos al momento de representar a la mujer en el cómic?

Para responder a la pregunta anterior y que guía este trabajo, se propone un análisis al cómic *America Vol. 1: The Life and Times of America Chávez* con el propósito de mostrar la exacerbación sexual a que es sometida la mujer latina, así como, su representación como un producto publicitario donde los artilugios visuales de anclaje son el cuerpo femenino

erotizado. El personaje del comic es una mujer alejada de estereotipos y roles tradicionales vinculados al hogar como ama de casa para dar pie a representaciones de cuerpos exaltados por atributos físicos como las mujeres que son proyectadas en revistas norteamericanas para caballeros como *PlayBoy*.

El cómic elegido como caso de estudio proyecta la vida cotidiana del personaje de *America Chávez* también conocida como *Miss America*, la cual fue creada en el año 2011 por *Marvel Comics* que pertenece a la comunidad *LGBT+*. Discusiones en torno a representaciones femeninas de grupos minoritarios en Estados Unidos en la representación y creación de historias con personajes pertenecientes a minorías sigue siendo tema de debate para investigadores sociales interesados en los cómics. Es oportuno matizar que el análisis de estas representaciones aborda diferentes realidades como sugiere Rodríguez Rondón (2006) al precisar que "... el estudio de las representaciones nos brinda un acercamiento semiótico al mundo, lo que lo hace útil para abordar los significados, la construcción de sentido y de tramas de significación propias de un grupo social, así como los efectos que éstas tienen en la cotidianidad de las personas." (p. 44)

El estereotipo de la mujer en los medios

A través del tiempo la representación de la mujer en los medios masivos de alto contenido de publicidad ha sido estudiada por diferentes campos profesionales, y existen áreas específicas en estos campos que dan una amplia importancia a cómo la mujer es percibida ante los ojos del mundo. La evolución del rol de la mujer en la sociedad es un tema importante en el campo de estudio de la representación femenina. A través de la historia el rol de las mujeres ha sido determinado bajo ciertos criterios según la época y los contextos sociales, como por ejemplo, el derecho al voto que la mujer logró a mediados del siglo XX, la igualdad laboral, la equidad de género, etc.

Guil (1998) señala que los arquetipos y estereotipos se encuentran presentes en nuestras sociedades determinando y condicionando ciertas conductas y maneras de llevar la vida, siendo esto un asunto que lleva a reflexionar sobre cómo son establecidas dichas conductas para los hombres y para las mujeres. Guil (1998) que cita a Carl Gustav Jung para definir qué son los arquetipos dice que “él llama imágenes arquetípicas a aquellos contenidos del inconsciente del hombre moderno, que se asemejan a los productos de la mente del hombre antiguo” (p.96). Se comprende a los arquetipos como aquellas ideas primarias o modelos originales que sirven como una base para la creación de futuras reproducciones, así pues, se entiende cómo las primeras ideas definían a otras nuevas, y las más relevantes que se encontraron son las que definían lo que era ser hombre y mujer, incluyendo valores, comportamientos y mostrando actitudes positivas como negativas para ambos, pero cabe mencionar que son mayormente negativas las que eran asignadas para las mujeres, así bien, Guil (1998) señala que “lo masculino era lo apolíneo, luminoso y dominador de las fuerzas del cosmos. Lo femenino, lo dionisiaco, irracional e instintivo” (p. 97) postura establecida en cuanto a cómo las mujeres eran percibidas en las antiguas culturas patriarcales y la evolución que dio como resultado a los estereotipos actuales de género.

En este artículo además se toma como referencia la comparativa entre las antiguas culturas matriarcales y sus aportaciones a las diferentes sociedades por los cambios que trajo consigo la transición hacia culturas patriarcales. Se habla de cómo inicialmente la mujer tenía una posición relevante y menos sumisa en cuanto a sus roles en las culturas antiguas y cómo dicha transición la relegó a un segundo plano creando percepciones erróneas que la delimitaban en la participación de ciertas actividades y la delegaban a otras tareas las cuales eran principalmente del ambiente privado mientras que las asignadas al hombre eran más del ambiente público,

es así como todas estas bases darían como resultado la creación a teorías que servirían para justificar ciertas ideas que impedían la igualdad entre individuos.

Guil (1998) hace una reflexión sobre la importancia de reconocer estereotipos y sus antecedentes como meras construcciones sociales que no representan una verdad absoluta sobre cómo deben ser percibidas las personas en nuestra sociedad, así como la importancia de la implementación de nuevos modelos a seguir que sean de beneficio para las mujeres.

Es reconocido que los estereotipos de género son parte elemental del problema de la desigualdad entre hombres y mujeres, lo cual resulta preocupante si se piensa que estas ideas tienen repercusiones en todos los entornos de la vida cotidiana y aunque existe reconocimiento en cuanto a igualdad aún persisten problemas al abordar la representación de género, ya que se replican ideas en cuanto a cómo se comportan hombres y mujeres:

Respecto al contenido de los estereotipos de género parece que la dicotomía de rasgos de personalidad que se asocian tradicionalmente a hombres y mujeres se sigue manteniendo actualmente. A pesar de los cambios sociales que acercan a la mujer a todas las actividades sociales, estas creencias no se han modificado con la amplitud deseable. (González 1999, p.83)

1.2 La representación de la mujer en los medios masivos

Los medios masivos son una parte importante del proceso de socialización. Si bien no son el único elemento en la socialización, también lo son la familia y la escuela son esenciales en el proceso de interrelación social. Fandos y Martínez (1995) afirman que “las formas de presencia de la publicidad nos son tan familiares que no invitan precisamente a caer en cuenta de lo que hay detrás de ellas, ni a reparar en la profundidad de los problemas que plantean.” (p. 15).

De los Ríos y Martínez (1997) comentan que los medios masivos generan división en el consumo de productos el ámbito político y doméstico y se puede notar la intención de que el primero va dirigido a los hombres mientras que el segundo a mujeres. Según esta división en los contenidos publicitarios se observa cómo son dirigidos los productos de consumo de acuerdo al género. La relevancia de los medios de comunicación en la sociedad es la imposición de ideas, que según de los Ríos y Martínez (1997):

La publicidad juega un papel decisivo como instrumento de comunicación social, siendo capaz de conformar modelos colectivos de valores y comportamientos, ofreciendo al público, no sólo productos, sino también modelos de actitudes, formas de vida e imágenes paradigmáticas que orientan y, en muchos casos, definen las necesidades y los deseos de las personas. (p.98)

Los autores de los Ríos y Martínez (1997) enfatizan en los inconvenientes de la poca representación femenina en los medios masivos. La escasa representación produce contenidos que no coinciden con la imagen real de la mujer y en consecuencia originan estereotipos y roles de la mujer tanto en el ámbito privado como en el público. Exponen dos objetivos estratégicos, el primero señala que la participación de las mujeres en la realización de contenido sea más activa. El segundo busca fomentar una imagen equilibrada y libre de estereotipos en los medios de comunicación masiva.

La invasión de la publicidad afecta la vida cotidiana de las personas, es importante la búsqueda de métodos para una correcta representación y ejecución de la publicidad, como mencionan García (2009) y Martínez (2009) :

De las representaciones femeninas, presentes en los contenidos mediáticos, las mujeres destacan como prácticas negativas los siguientes aspectos: la invisibilización y ridiculización de la mujer, la permanencia del rol de la mujer en los informativos como víctima,

la coexistencia de estereotipos que relacionan a las mujeres con patrones estéticos, el reforzamiento de roles tradicionales que minimizan el universo femenino a un ámbito privado-doméstico, la cosmovisión masculina como modelo a seguir por las mujeres, la representación de la mujer como persona-objeto en los medios y la especialización temática de las revistas en función de los géneros". (p. 153)

Esto demuestra cómo los medios de comunicación a través de la publicidad han optado por transmitir una imagen estereotipada de la mujer que repercute en su percepción en el ámbito social.



Imagen 1: Antigua publicidad de la marca de aspiradoras Hoover. Recuperado de www.telegraph.co.uk

El texto de los Ríos y Martínez (1997) investigan cómo es la recepción por parte de la audiencia femenina hacia la representación de los géneros en la publicidad en un periodo de tiempo entre los años 2005 y 2007 y cómo técnica de investigación se enfocaron en grupos de discusión: 28 mujeres distribuidas en cuatro partes, algunas de estas mujeres residían en diferentes municipios de Barcelona y otras formaban parte de familias cuyo lugar de nacimiento era Cataluña o algún país de Latinoamérica.

El utilizar esta herramienta cualitativa les permitió conocer las opiniones de estas mujeres sobre las representaciones de género que proponía la publicidad en esa época y detectaron los siguientes puntos: el primero los estereotipos convencionales y no convencionales en la representación de las mujeres en la publicidad, el segundo la relación y ambigüedad entre la representación y la realidad social y el tercero el discurso socio-personal sobre la imagen de la mujer en el ámbito privado.

1.3 La relevancia del rol de la mujer en el cómic

Entre los diversos medios masivos que más se han estudiado en el tema de la representación y que ha ganado bastante popularidad en los últimos años es el cómic. Medio impreso que surge a finales del siglo XIX pero notorio hasta la posguerra. El cómic es un medio masivo digital o impreso con estructura de viñetas o imágenes acompañadas de texto que narran una historia. Por sus formatos y diferentes estilos artísticos utilizados cuenta con una amplia aceptación por un amplio público que va dirigido desde niños hasta adultos.

El comic posee amplia variedad de géneros que se podrían comparar con la literatura contemporánea. Entre los géneros más populares: aventuras, bélico, ciencia ficción, comedia, fantasía y drama por mencionar algunos. Pueden verse trabajos que van dirigidos a un público en particular según su historia, personaje o elementos significativos en la trama. Los cómics de súper héroes, historias que engloban y con ciertas características en común cuentan con un amplio público de admiradores que crece con el tiempo. Este género exhibe situaciones de alta relevancia política y social como lo sugiere Hernández Cano (2009). Narraciones sobre el poder y superhéroes en el cómic mainstream estadounidense de Stormwatch a Black Summer (1996-2008) subrayan que:

Los cómics de superhéroes, en su capacidad para articular un discurso y generar significado, poseen un grado de complejidad potencial equivalente al de cualquier otro producto cultural, que va mucho más allá de la simple construcción de una mitología. Las relaciones entre poder, violencia y orden social han estado siempre presentes en el inconsciente de sus lectores y en la reflexión de muchos autores, sometidas con frecuencia a sutiles valoraciones políticas. (p. 105)

La primera aparición de una mujer como protagonista en un cómic de superhéroes fue en 1941 la *Mujer Maravilla* creación del psicólogo William Moulton Marston. Marfil (2014) afirma que “Marston la crea como personaje «feminista» pero diseña al personaje sexualizado y dirigido a hombres. Quiere describir la historia sobre el emerger de una nueva mujer en el siglo XX en América” (p.139). La creación de este personaje es el inicio de una nueva oportunidad para las mujeres de ser representadas en un medio masivo que durante su época dorada logró generar popularidad considerable.

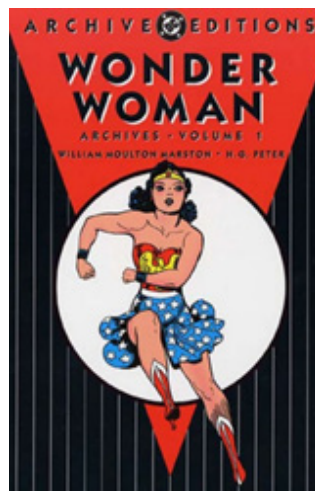


Imagen 2: Portada de la colección Archive Editions del cómic de Wonder Woman. Recuperado de: www.history.com

Con el paso de los años este género aumentó su popularidad y añadió nuevos personajes con historias que iban desde lo

fantástico hasta situaciones relacionadas con hechos históricos o sucesos políticos relevantes. Este género en los cómics ha generado enormes aportaciones en la cultura popular lo que hace que se evidencie la importancia de este tipo de trabajos para diversos estudios sociológicos.

A la par de este género fueron apareciendo otros trabajos con personajes relevantes y realizados principalmente por mujeres, captando la atención del público en general ya que muchos de estos trabajos se abordaron de manera autobiográfica, como es el caso de *Persépolis* de Marjane Satrapi, cómic que refleja la vida de Satrapi y sus vivencias desde su niñez en Teherán durante la revolución islámica hasta su difícil entrada a la vida adulta en Europa. Este cómic refleja una visión diferente a la que se acostumbraba en trabajos del cómic ya que describe temas relacionados con la política de un país con problemas y a otros sucesos culturales que no eran comunes observar en occidente, un ejemplo lo menciona Díez (2005) al sostener que “sus viñetas en blanco y negro, nos muestran la polémica que se suscitó en su país sobre la obligación impuesta a las adolescentes de llevar el velo islámico La persecución política durante la llamada “revolución cultural” y la vuelta a la escuela segregada por sexos” (p.452).

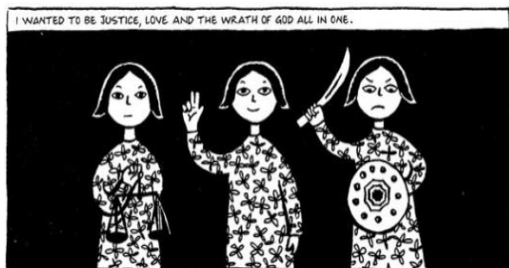


Imagen 3: Extracto del cómic *Persépolis* de Marjane Satrapi. Recuperado de: goodreads.com

La historia de estos trabajos y de sus creadoras aportan material importante que se puede considerar como un legado a través de los años, como lo concluye Díez (2005); Las mujeres autoras de cómics han creado, a partir de los sesenta, y de manera consciente,

un nuevo género donde se reconocen y se expresan con voz propia” (p.453). El reconocimiento a este tipo de trabajos otorga importancia a las autoras que han aportado excelente calidad cuando dan a conocer sus vivencias y diferentes perspectivas en sucesos determinados de vida cotidiana.

Rodríguez (2007) realiza un estudio basado en el desarrollo de los personajes femeninos de los cómics estadounidenses y con esto explora cuál era la representación dada para las mujeres en este periodo de la historia. Resulta interesante conocer los factores que hay alrededor de determinado grupo de personas y cómo dichos factores determinan su desarrollo con su entorno y el impacto que traerá a sus vidas en un futuro. Para explicar esta situación se considera como ejemplo el periodo de la Primera Guerra Mundial y la Segunda Guerra Mundial, periodos de importancia para la historia y para las personas que estuvieron involucradas directa e indirectamente.

Como consecuencia de que los hombres dejaran sus hogares por el cumplimiento de sus deberes militares, las mujeres se encargaron de relevarlos en sus trabajos y en otras actividades de tipo social lo cual trajo cambios en sus actividades, alejándolas de sus roles tradicionales para acercarlas a un ámbito público. Es entendible que los cómics como parte de los medios masivos tenían ciertas características que definían a los personajes y las tramas, lo que producía personajes estereotipados y características físicas bien marcadas. Es así como las primeras (y escasas) apariciones de las mujeres en estas pequeñas series solían mostrarlas principalmente en el ámbito del hogar, aunque era más habitual ver a protagonistas masculinos solteros y jóvenes como personajes principales en estas publicaciones y su pareja femenina era representada como una mujer dominante, lo motiva a reflexionar sobre la representación de este tipo de personajes. El personaje masculino era soltero, joven y ambicioso mientras que cuando era casado o en compromiso, es la

mujer quien asume este rol pero de manera reduccionista mientras que representa al hombre en una faceta en la que no tiene ambiciones y es dominado.

El estudio de las diferencias entre los personajes masculinos con los femeninos en las historias narradas en el comic adquieren relevancia con el paso del tiempo. Como era de esperarse, la mujer no tenía protagonismo más allá de ser mostrada como una acompañante, interés amoroso o villana, es así como se explican los roles asignados según aspecto físico o personalidad, ya que si el personaje mostraba ideales de poder no cabía en otro rol que no fuera en el de antagonista. No sería hasta terminar las guerras y el regreso de las mujeres a su rol tradicional que saldrían publicaciones en las que adquirirían un rol más protagónico en cómics de romance, considerados como “historias para mujeres” que a diferencia de los múltiples géneros de cómics que existían para un público masculino.

Rodríguez (2007) subraya que: “El peligro de la cultura de masas queda patente ante la posibilidad de bombardear a sus consumidores con unos roles correctos y aceptables, que varían según las circunstancias y las necesidades de los grupos dirigentes de la sociedad” (p.133). De igual manera se reconoce en mayor medida que esta evolución formaría nuevas historias que incluirían a personajes femeninos con nuevas características según su tiempo. Fernández (2016) señala que el creciente interés por los logros en la lucha por la igualdad de género ha proporcionado un mayor impacto en los diversos campos de investigación y uno de los más estudiados es aquel que tiene que ver con medios masivos.

También se mencionan temas que han analizado el cómic en cuestión de sexismo, así como la importancia de una correcta representación femenina en este medio:

La historieta es un medio cada vez más valorado socialmente, y ya consolidado como vehículo cultural y artístico,

siendo, como se ha visto, uno de los principales focos de interés de análisis y crítica del sexismo de los últimos años, pues a través de su difusión cultural, constituye un medio con una gran capacidad de influencia, y fuente de ideas para otras industrias culturales como la del cine o la televisión. (Fernández, 2016, p. 29)

Un punto importante es que su trabajo está enfocado al análisis del cómic japonés dirigido a un público femenino joven, este género también es conocido como *manga shoujo*. Es necesario mencionar que se establece una amplia variedad de géneros y subgéneros en el cómic japonés ya que la forma en que están diseñados para distintos públicos su historia es amplia y detallada en comparación con los géneros del cómic occidental. Pero la creciente popularidad del cómic japonés o *manga* en el público occidental abundó considerablemente en el interés por el estudio de la representación, así como el análisis de su discurso y las diferencias con el cómic occidental. La popularidad del cómic japonés en la actualidad deriva de la propia importancia que tiene en su país de origen ya que al ser uno de los medios artísticos más populares puede entenderse el creciente interés por explorar que hay más allá de las historias que se presentan en este medio, como lo menciona Maza Pérez (2013):

En Japón la industria del Manga, como allá se les conoce, genera ganancias millonarias y de igual manera sus autores son muy admirados y considerados grandes maestros del dibujo por el estilo muy particular que utilizan en aquellas regiones. Japón trae una cultura muy arraigada sobre la apreciación de esta actividad, es muy valorada y considerada no solo como un negocio, pasatiempo o una forma de expresión, sino como parte de la idiosincrasia del japonés que lo identifica como tal. (p. 14)

Fernández (2016) realiza un análisis de algunas obras reconocidas de este medio tomando como eje principal el estudio en la figura femenina, así como el impacto que tiene hacia las y los lectores, considera el

tipo de personajes que aparecen en estas publicaciones, principalmente las conocidas como “chicas mágicas” y otros arquetipos de heroínas que son bastantes populares en este tipo de publicaciones. También profundiza sobre las características del *manga shoujo*, y cómo este género en particular busca reconocer y popularizar la figura femenina pues quienes participan en su diseño son mujeres como creadoras y dibujantes. En su análisis propone herramientas que permitan la creación de personajes que no perpetúen actitudes sexistas y donde puedan aprovecharse como modelos a seguir.



Imagen 4: Extracto del cómic manga *Pretty Soldier Sailor Moon* de Naoko Takeuchi. Recuperado de: Volumen 8 del manga *Pretty Soldier Sailor Moon* (1992) Aportación propia

Primeras apariciones del personaje de América Chávez

En este apartado se busca establecer un contexto sobre cómo surge el personaje de América Chávez alias Miss América, así como los detalles en la creación de este cómic de la superheroína como personaje principal. La primera aparición es el cómic titulado *Vengeance #1* en septiembre del año 2011, el personaje creado por el escritor de cómics *Joe Casey* y diseñado por el ilustrador de cómics *Nick Dragotta*.

El personaje de Miss América de América Chávez es el alias de otro personaje en los cómic de los años cuarenta publicados por la editorial *Timely Comics* que posteriormente sería conocida como *Marvel Comics*. El alias corresponde al de *Miss América de Madeline Joyce*, personaje que apareció por primera vez en noviembre de 1943 en la serie de cómics *Marvel Mystery Comics #49*. La primera Miss

América fue creada por el escritor de cómics *Otto Binder* y el dibujante *Al Gabriele*, su existencia fue breve.

La identidad de Miss América se dio a conocer en 2011 por *Casey y Dragotta* mediante un giro completo a la apariencia y personalidad de la *Miss América* original, ya que se buscaba tener un personaje nuevo y diferente a *Madeline Joyce*, se ponderó que el personaje tuviera más importancia y en lugar de ser solo una *socialité* adolescente con deseos de combatir el crimen, un rol protagónico para convertirse en un personaje nuevo con mayor trascendencia e importancia en las tramas de los cómics, para que pudiera liderar a otros personajes en los grupos de las nuevas generaciones de superhéroes y de esta manera tener más que decir a través de sus historias en individual.

El cómic individual del personaje de *América Chávez* es publicado por primera vez en marzo de 2017 y es escrito por *Gabby Rivera* y dibujado por el ilustrador de cómics *Joe Quinones*. El cómic en individual tiene el nombre “*América*” y es la continuación de la historia del personaje de *América Chávez* tras los acontecimientos vistos en las series de cómics *Vengeance* (2011), *Young Avengers* (2013), *A-Force* (2015), *Ultimates* (2015) y por último en *Civil War II* (2016).

El cómic de América está dividido en doce números recopilados en dos tomos edición *Ultimate*, siendo el primero de ellos *América Vol. 1: The Life and Times of América Chávez* y *América Vol. 2: Fast and Fuertona*.



Imagen 5: Apariencia de América Chávez en su serie de cómic en individual *América* (2017) Recuperado de comicstore.marvel.com

Los doce números cuentan la historia de *America Chávez* y algunos sucesos importantes para ella en un par de historias divididas en dos arcos principales abordados cada uno en un tomo de la edición *Ultimate*, es decir, los primeros seis números abordan un arco y los últimos seis números abordan el otro arco de la historia.

El personaje de America Chávez representa su raza, si bien es considerado como positivo ver héroes de ascendencia latina relevantes, no se puede negar el hecho de que representar a los latinos deriva estereotipos perjudiciales para la percepción de esos personajes encasillados con un determinado aspecto físico y rol social.

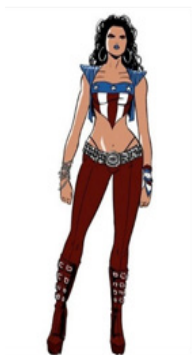


Imagen 6: America Chávez en su primera aparición en los cómics de la serie Vengeance (2011) Recuperado de comicvine.gamespot.com



Imagen 7: Apariencia de America Chávez en su serie de cómic en individual America (2017) Recuperado de comicstore.

Dichos estereotipos también son comunes en el cine y la televisión. La

representación de mujeres jóvenes latinas en los medios suele repetir un patrón que muestra ciertas características que van repitiéndose en varios personajes con un determinado físico y vestimenta. En la mayoría de los casos suele resaltarse atributos físicos con la única finalidad de ser anclaje para el público, principalmente constituido por hombres heterosexuales.



Imagen 8: Ejemplos de personajes femeninos de ascendencia latina.

De izquierda a derecha: Sofia Vergara (Gloria Delgado-Prichett en *Modern Family*), Michelle Rodríguez (Letty en la franquicia *The Fast and the Furious*) y Eva Longoria (Gabrielle Solis en *Desperate Housewives*). Recuperado de: Imágenes de internet, edición propia

El estereotipo presente en las representaciones abarca otros aspectos que van más allá de las representaciones físicas ya que parte importante del rol de estos personajes es la forma en que se expresan y suelen comunicarse con los otros personajes en la historia. Es común que al mostrar a personajes latinos interactuando estos hablen de manera exagerada esto con el fin de mostrar que son personajes extrovertidos y a los que les gusta llamar la atención, estas características también entran dentro de los estereotipos usados para representar a las mujeres latinas.

Teoría y herramientas de análisis utilizadas

Para la realización de este análisis se eligió un cómic de superhéroes con una protagonista femenina joven, pocos números publicados y no más de cinco años de antigüedad. Estas condiciones se pensaron con la finalidad de reconocer aspectos, referencias o estilos asociados con situaciones de la vida cotidiana y que tuvieran repercusión directa con sucesos relevantes y actuales en la cultura popular de los cómics.

El cómic *America Vol. 1: The Life and Times of America Chávez* posee las características de su historia y su personaje principal son adecuados para la realización de este estudio, sumado el hecho de que la protagonista es latina, factor que ayuda a direccionar el análisis hacia los estereotipos con los que suele ser representado este sector de la población.

La teoría utilizada es la *retórica de la imagen* de Roland Barthes. En este trabajo en específico Barthes realiza una exploración de conceptos relevantes del análisis de las imágenes publicitarias a partir de tres mensajes:

Mensaje Lingüístico: Este mensaje está presente en estas imágenes directamente como textos ya sea como un título o una frase, es necesario comprender el idioma en que este título o frase es escrito para entender con facilidad el mensaje que se busca transmitir, es decir compartir el mismo código. Este tipo de mensaje tiene dos funciones, la primera de ellas se conoce como función de *anclaje* en donde dichos textos sirven a la persona que ve la publicidad como una guía sobre qué es lo que observa, puede ser usada en publicidades en donde se busca tener una carga informativa y donde el texto predomina ante las imágenes. La otra función es la de *relevo* donde el texto es complementario a la imagen.

Mensaje Denotado: Este mensaje tiene una asociación directa con la imagen, no es necesario ahondar profundamente en lo visto a primera instancia, se toma de manera literal qué elementos hay dentro de la composición de la imagen.

Mensaje Connotado: Dentro de este mensaje se explora de una forma figurativa y simbólica, y se analizan aspectos culturales y contextos específicos para comprender el significado que es atribuido a la imagen. En este tipo de mensaje se habla de componentes que no están a plena vista y se habla más de la intención y de quien creó la imagen y del mensaje que puede interpretarse más

ampliamente, así como de las figuras retóricas que pueden aparecer en esa imagen.

Análisis de los 3 mensajes

Ejemplo de la aplicación del análisis de los 3 mensajes en una viñeta del comic elegido.

Imagen #1



Imagen 9: Extracto del comic *America #1* (2017) *America Chávez* golpeando a Hitler. Recuperado de: splinternews.com

Mensaje Lingüístico: Puede observarse un globo de texto, este mensaje sirve como una función de relevo que contribuye a la viñeta pero que no predomina dentro de la composición de la misma.

Mensaje Denotado: En la imagen se muestra a *América Chávez* golpeando a Hitler mientras *Capitan América* está en tercer plano.

Mensaje Connotado: La viñeta es una clara referencia a la portada del primer cómic de *Capitan América* publicado en 1940. Este comic se diseñó como propaganda para mantener el apoyo de la población estadounidense durante la guerra. La imagen vista en la viñeta del cómic de *América Chávez* es el relevo del personaje de *Capitan América* en los comic con un nuevo personaje con una apariencia e ideas nuevas sobre lo que significa ser el rostro de América y del patriotismo estadounidense.

Resultados

Se eligieron algunos estereotipos con los que suelen ser representadas las mujeres en los medios y mediante el análisis se

observó cuáles estaban presentes en el cómic elegido.

Aspectos positivos en el cómic:

Puede verse en general una representación adecuada que muestra a un personaje independiente y con amplios matices, cuenta con una historia de origen y no cae en los estereotipos de género usados para representar a las mujeres en los medios masivos (sexualización excesiva y sumisión).

Aspectos negativos en el cómic:

El personaje sobreexplota su ascendencia latina lo que provoca que en lugar de mostrar diversidad de una manera adecuada deriva en un estereotipo de raza. Además que se exagera la sensibilidad del personaje con sus relaciones más cercanas.

ESTEREOTIPOS VISTOS EN EL CÓMIC: AMERICA VOL. 1: THE LIFE AND TIMES OF AMERICA CHÁVEZ

| | |
|---------------|---|
| DELICADA | X |
| DEPENDIENTE | X |
| SENSIBLE | ✓ |
| OBJETO SEXUAL | X |
| SUMISA | X |
| DE RAZA | ✓ |
| CLASE SOCIAL | X |

Gráfico 1: Tabla que muestra los estereotipos presentes en el cómic analizado Aportación propia

Aspectos del cómic tomados en cuenta para el Análisis

Para el análisis se privilegiaron más mensajes visuales que la narrativa. Si bien se pueden analizar algunas viñetas y se identifica su contexto, el análisis se centra en aspectos visuales reconocibles en la historia. Aclarando este punto se procede a hablar de las cuestiones elegidas para la realización del análisis.

Los aspectos que se toman en cuenta para el análisis semiótico son:

Antecedentes del cómic y primeras apariciones del personaje *America Chávez*. Primeramente se dará un contexto de la creación del material a analizar así como del personaje principal. Se busca que se tenga un trasfondo de cómo fue la primera aparición del personaje a su estado actual, así como, las intenciones con las que se busca sea considerada esta historia en particular.

Aspecto del personaje principal: Se analizó como es representada *America Chávez* y cuáles son los estereotipos presentes en este personaje.

Viñetas y portadas más relevantes y representativas: Se eligieron algunas portadas y viñetas para el análisis donde se discuten los elementos de la imagen así como del mensaje que transmiten conociendo su significado y significado, reflexionando sobre las intenciones de la autora y el dibujante para utilizar dichos elementos y su efecto en el espectador.

El análisis a este cómic pretende arrojar resultados que permitan entender que tipo de representación es diseñada en el personaje principal de esta historia así como de los diferentes estereotipos que aparecen en la misma, además un método que ayude a reconocer cuales son las fallas y aciertos al momento de crear nuevas representaciones en este medio, específicamente hacia personajes femeninos.

Resultados

Entre los escritos y artículos analizados surgen temas de relevancia como el estereotipo, así como los diferentes roles que representan a las mujeres en los medios masivos y la evolución de sus apariciones en dichos medios. Los medios masivos enfatizan en el rol de las mujeres para representarlas como ciudadanas de menor importancia lo que perpetúa estereotipos y roles de género donde solo pueden aspirar ser amas de casa.

Es por estos factores que se busca entender cuán importante resulta la forma en que son representadas las personas en medios masivos de amplia magnitud, y así analizar el contraste respecto con los hombres en las interrelaciones sociales.

Es así como se plantea la siguiente interrogante; ¿Qué tan importante es dejar de usar los estereotipos previamente establecidos al momento de representar a la mujer en el cómic? Considerar esto como base se pretende abordar las representaciones femeninas y los estereotipos de género y de la importancia de la visibilidad en que se representan a las mujeres en este medio. Hablar y abordar tanto el tema base como los temas anexos ayuda a resaltar la importancia que tiene el estudio de la mujer en los medios masivos y como estos llegan a ser una parte esencial de la representación de las personas en su vida cotidiana y la relevancia que tienen las imágenes como indicativos como parte del discurso.

No obstante de que en el siglo XXI ha marcado una nueva tendencia hacia los derechos y la posición de la mujer en el entorno social, todavía existen resistencias culturales que desde la masculinidad se edifican como muros que acentúan los roles tradicionales que se ha convencionalizado en el sexo femenino. A pesar de las recurrentes manifestaciones en estados-nación, véase el caso de Chile y de México, en que las mujeres exigen terminar con la discriminación, el acoso sexual y en particular los feminicidios, el proceso de legislación que otorgue seguridad y proteja a la mujer, va lento, pero ya iniciaron la promulgación de nuevos reglamentos jurídicos que buscan mayor protección de la dignidad femenina.

Sin embargo, mientras que socialmente se sigan aceptando diversas publicaciones de carácter femenino con el diseño de imágenes que reducen a la mujer a roles que tienen que ver con el hogar y una dependencia exacerbada hacia el hombre, difícilmente los cambios que exigen las mujeres serán lentos. La publicidad

sigue ofertando a la mujer como un objeto del deseo. La espectacularidad de la indumentaria, escenarios iluminados y semi oscuros matizan la idea de que la mujer es un objeto sexual que busca incitar al sexo masculino. La representación femenina conserva aún la imagen de la mujer con medidas perfectas que impusieron revistas norteamericanas (PlayBoy) un concepto de belleza basado en figuras atléticas, rostros pequeños con labios delgados, amplias caderas y senos, y una cintura diminuta, además del slogan “Los caballeros las prefieren rubias”.

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (1964). *Elementos de Semiología*. Paris: Communications.
- Conway, J., Bourque, S., & Scott, J. (2013). *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México: Miguel Angel Porrúa.
- De los Rios & Martínez . (1997). La mujer en los medios de comunicación. *Comunicar 9*, 97-104.
- Díez, M.A. (2005). *Ciencia, tecnología y género en Iberoamérica*. México: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Fandos, M., & Martínez, M. (1995). La publicidad: Un nuevo escenario para la comunicación. *Comunicar 5*, 15-20.
- Fernández, B. (2016). *Análisis comparado de la representación femenina en la historieta y la construcción de arquetipos no sexistas*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Ferrer Franquesa, A., & Gómez Fontanills, D. (2013). *Imagen y comunicación visual*. Barcelona: UOC.
- García; Martínez. (2019). El consumo femenino de la imagen en la publicidad. *Tripodos*, 149-160.
- Guil, A. (1998). El papel de los arquetipos en los actuales estereotipos sobre la mujer. *Comunicar 11*, 95-100.
- Hernández Cano, E. (2009). *Nuevo Orden Mundial. Narraciones sobre el poder*

y superhéroes en el cómic mainstream
(1996-2008). 104-121.

- Karam, T. (2011). Introducción a la semiótica de la imagen. *Portal de la Comunicación InCom-UAB · Lecciones del portal*.
- Marfil, M. C. (2014). Luces y sombras de la amazona de cómic Wonder Woman, La Mujer Maravilla. *Espacio-Tiempo y Forma*, 135-148.
- Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: Un referente teórico para la investigación educativa. *GEOENSEÑANZA*, p. 243-248.
- Maza Pérez, A. (2013). Un acercamiento al cómic: origen, desarrollo y potencialidades. *Perspectivas Docentes*, 12-16.
- Parra Valencia, J. D. (2013). La imagen y la esfera semiótica. *Iconofacto Vol. 10 N° 14*, 76-89.
- Pérez Martínez, H. (1995). *En pos del signo: introducción a la semiótica*. Zamora, Michoacán: Ediciones de la Noche.
- Rodríguez, J. J. (2007). La mujer en los cómics estadounidenses (1900-1950). *Trocadero 19*, 123-134.
- Santander Molina, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio: Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales*, 207-224.
- Viveros, M., Rivera, C., & Rodríguez, M. (2006). *De mujeres, hombres y otras ficciones: género y sexualidad en América Latina*. Bogotá, Colombia: Colección CES.