

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**COMUNICACIÓN SOCIAL Y LITERATURA**

**TÍTULO:**

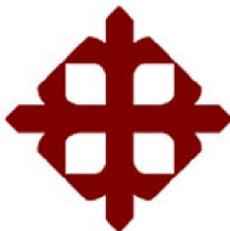
**ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS GUIONES LITERARIOS EN  
LA PRODUCCIÓN DE COMICS, *FICCIONICA* DE JOSÉ DANIEL  
SANTIBAÑEZ Y *ROCKO* DE ERICK ÁLAVA SAYER EN  
GUAYAQUIL, EN EL 2014.**

**AUTOR (A):**

**ARMIJO AROCA, CHRISTIAN JESÚS**

**TUTOR:**

**Guayaquil, Ecuador  
2014**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y LITERATURA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **ARMIJO AROCA, CHRISTIAN JESÚS** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN MENCIÓN LITERATURA**

TUTOR (A)

**RODRÍGUEZ CAGUANA, TOMÁS HUMBERTO**

REVISOR(ES)

---

(Nombres, apellidos)

---

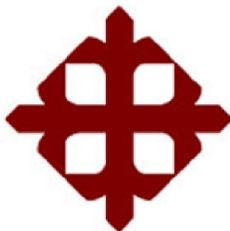
(Nombres, apellidos)

DIRECTOR DE LA CARRERA

---

**Efraín Luna Mejía**

Guayaquil, a los 14 días del mes de mayo del año 2014.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA**

**DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**COMUNICACIÓN SOCIAL Y LITERATURA**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **ARMIJO AROCA, CHRISTIAN JESÚS**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **ARMIJO AROCA, CHRISTIAN JESÚS** previa a la obtención del Título **de Licenciada en Ciencias de la Comunicación**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

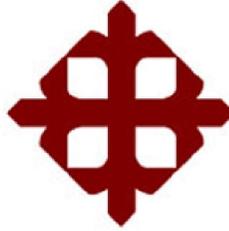
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 14 días del mes de mayo del año 2014.**

**EL AUTOR (A)**

---

**Christian Jesús Armijo Aroca.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN LITERATURA

AUTORIZACIÓN

Yo, **ARMIJO AROCA, CHRISTIAN JESÚS**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Análisis del discurso de los guiones literarios en la producción de comics, *Ficcionica* de José Daniel Santibañez y *Rocko* de Erick Álava Sayer en Guayaquil, en el 2014 cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 14 días del mes de mayo del año 2014.**

**EL (LA) AUTOR(A):**

---

**Christian Jesús Armijo Aroca**

## **AGRADECIMIENTO**

**A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por haber sido mi formadora.**

**A Tomás Rodríguez por haber colaborado conmigo en este gran paso que he dado.**

**A TransERC por haberme acogido y ayudado, ajustando los horarios, en mi etapa de estudiante.**

**Al Colegio IPAC por la flexibilidad y comprensión mientras realizaba la investigación.**

**ARMIJO AROCA, CHRISTIAN JESÚS**

## **DEDICATORIA**

**Dedicado a Dios principalmente.**

**A mis amigos, en especial a la señora Elsa Rada porque sin su ayuda esto no sería una realidad.**

**A mi familia, porque cada uno, con su amor incondicional supo ser un soporte en buenos y malos momentos.**

**A mi esposa, Katherine, de manera especial, porque la fortaleza de esta investigación es similar a la nuestro matrimonio.**

**ARMIJO AROCA, CHRISTIAN JESÚS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**  
**(Se colocan los espacios necesarios)**

---

**Tomás Humberto Rodríguez Caguana**  
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

---

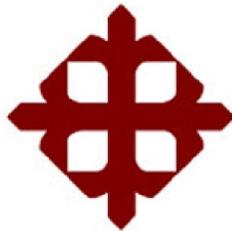
PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN LITERATURA**

**CALIFICACIÓN**

---

**TOMÁS HUMBERTO RODRÍGUEZ CAGUANA  
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

## ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO 1.....</b>	<b>7</b>
<b>1. MARCO INICIAL.....</b>	<b>7</b>
1.1. TEMA.....	7
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	7
1.3. ANTECEDENTES .....	8
1.4. CAMPO DE INVESTIGACIÓN .....	10
1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	10
1.6. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	11
1.7. OBJETIVO GENERAL.....	11
1.8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
<b>CAPITULO 2.....</b>	<b>12</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>12</b>
2.1. COMUNICACIÓN.....	12
2.2. COMUNICACIÓN LITERARIA.....	15
2.3. COMUNICACIÓN VISUAL.....	18
2.4. ANÁLISIS DE LA IMAGEN.....	23
2.5. ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO .....	27
2.6. ESTUDIOS DE RECEPCIÓN DEL CÓMIC .....	30
2.7. LENGUAJE DEL CÓMIC .....	33
2.8. PSICOLOGÍA DE LOS MEDIOS MASIVOS .....	37
2.9. PSICOLOGÍA DEL CÓMIC.....	40
2.10. NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL CÓMIC.....	44
<b>CAPITULO 3.....</b>	<b>49</b>
<b>3. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>49</b>
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	49
3.2. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS .....	49
3.2.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES .....	49

3.2.2. DEFINICIÓN REAL DE VARIABLES .....	50
3.2.3. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE.....	50
3.3. DISEÑO DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	51
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	52
3.5. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	53
3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	53
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>56</b>
<b>4. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>56</b>
Variable: Análisis Crítico del Discurso. ....	56
Dimensión: Estructuras discursivas. ....	56
Indicador: Estudio de significación textuales.....	56
Técnica: Entrevista Abierta. ....	56
Técnica: Bibliografía. ....	58
Indicador: Formas discursivas que se perciben en el	
texto. ....	61
Técnica: Escala de Likert.....	61
Técnica: Entrevista semi-estandarizada.....	63
Indicador: Aproximación a los lenguajes usados. ....	65
Técnica: escala de intensidad cambio de rol. ....	65
Técnica: Escala de Likert.....	66
Dimensión: Comunicación legible.....	67
Indicador: Comunicación visual. ....	67
Técnica: Escala de Actitud de información.....	67
Técnica: Unidad de observación.....	68
Indicador: Comunicación literaria.....	70
Técnica: Unidad de observación.....	70
Técnica: Escala de intensidad Thurston. ....	72
Técnica: Entrevista estandarizada. ....	72
Indicador: Recepción del cómic.....	74
Técnica: entrevista semi-estandarizada. ....	74
Técnica: Entrevista estandarizada. ....	75
Dimensión: Teoría social.....	76

Indicador: Relación entre lenguaje y sociedad.....	76
Técnica: Unidad de observación.....	76
Técnica: escala de Likert. ....	77
Indicador: Articulación entre cultura y lenguajes.....	77
Técnica: Entrevista Abierta. ....	77
Técnica: Test proyectivo gráfico.....	79
Indicador: Cruce entre referentes nacionales y universales. ....	80
Técnica: Unidad de observación.....	80
Técnica: Escenario Ideal.....	82
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>83</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>86</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>87</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1: Tabla percepción. ....</b>	<b>38</b>
--	-----------

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Figura 1: Extracto del poema nueve de febrero .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 2: caricatura sobre comunicación visual.....</b>	<b>19</b>
<b>Figura 3: Etiqueta icónica de corrosivo.....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 4: Caricatura de Jimi Hendrix .....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 5: Fenomenología de la imagen de marca.....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 6: Modelo tridimensional del discurso de Fairclough.. .</b>	<b>29</b>
<b>Figura 7: Scott Pilgrim luchando .....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 8: X-Men Origenes #1. ....</b>	<b>47</b>

## RESUMEN (ABSTRACT)

Este trabajo tiene como objetivo evaluar las estructuras discursivas del cómic ya que es preciso para estudiar el alcance y efectividad comunicológicas a partir de las categorías del discurso que emplean. Cabe recalcar que, el estado de estas unidades de observación parte de la necesidad de reconocer que los cómics ecuatorianos también desean comunicar una cadena de referentes, pero que es la estructura la que debe probar qué tan efectivo es el alcance.

Ésta tesis se orienta a fundamentar el análisis crítico del discurso con la ayuda del análisis estructural del texto, ya que a partir de ésta fusión deviene un diálogo donde se encierra la totalidad de estas obras en donde se puede observar no solo el cruce de referentes sino en la forma de su producción – estilo de viñetas, diálogos, universalidad de significantes, etc.

Además, cabe indicar que la científicidad del mismo valida que las estructuras discursivas que tanto en Ficciónica de José Daniel Santibáñez existe una efectividad gráfica pero decae en el abundante recurso dialogal como en Rocko de Erick Álava Sayer hay una efectividad en ambas categorías.

**Palabras Claves:** Comunicación. Comunicación Visual. Literatura. Análisis de la imagen. Análisis Crítico del Discurso. Psicología.

# INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo responde a la necesidad de realizar estudios sobre las estructuras discursivas de los cómics, ya que hasta el momento pocos se han enfocado en este arte híbrido. Los pocos estudios realizados sobre este tema se enfocan más en la evolución del discurso político de la viñetas; historias auto conclusivas de un solo cuadro. Pero no se ha analizado la estructuración de los textos.

La relevancia de entender estas estructuras es que una vez descubiertos los andamiajes comunicativos se podrá entender los mensajes que se transmiten y con esto las tendencias de los jóvenes. Esto se ha demostrado a través de los años, pues mientras que en la Norteamérica de los años cincuenta se acusaba a Batman de pervertir a la juventud, en la Argentina de la dictadura se desapareció al guionista de El Eternauta por considerar que su mensaje de su obra era subversivo y anti estatal.

Se estudia las características comunicológicas fundamentales en la construcción del discurso visual y narrativo en los cómics, analizando comunicológicamente el discurso de los guiones literarios de los objetos de estudio. Esto para fundamentar las principales teorías que permiten el análisis estructural del discurso gráfico y narrativo de los guiones de los cómics

Posteriormente, se identifica las bases metodológicas más eficientes y adecuadas para realizar un análisis estructural del discurso gráfico y narrativo de los guiones de los cómics. Para finalmente evaluar el estado actual de las estructuras discursivas, visuales y narrativas, de los guiones de comics con el fin de encontrar las líneas discursivas más eficientes, las herramientas

comunicológicas que más y que menos convienen a lo hora de armar un discurso específico en el soporte de cómic.

En el apartado del marco teórico se utiliza teorías comunicológicas afines al discurso visual, textual, al lenguaje híbrido del cómic, así como a las percepciones de este último. Pero se eligió a la teoría del Análisis Crítico del discurso como eje central del análisis.

Dentro de las teorías comunicológicas se debe mencionar que la función primordial de la comunicación en la transmisión de ideas rompiendo esquemas y paradigmas. Esta transmisión de saberes se asiente en las personas gracias a la transmutabilidad del signo y su capacidad de adaptarse a las nuevas formas. Es precisamente esta característica de transmutar signos, códigos y procesos lo que plantean diversos estudios multidisciplinarios en torno a la comunicación

La comunicación literaria se encarga de analizar los discursos verbalizados, y transcritos en letras. Esto es el inicio ya que cualquier texto verbalizado se transcribirá en cualquier otro soporte y viceversa. Este es el caso pues los cómics antes de ser dibujados regularmente son guiones textuales en donde se indican tanto diálogos como la forma en que se deben dibujar las imágenes.

Y es que el lenguaje gráfico es parte fundamental de los cómics pues, mediante la observación de signos, se logra decodificar mensajes plasmados en forma gráfica. La comunicación literaria, desde un punto de vista moderno, necesita de la comunicación visual para completarse. La primera es un conjunto de signos gráficos (letras) que emiten un mensaje mediante una estructuración específica pero también se debe analizar desde un punto de vista netamente visual.

El análisis visual se realiza separando la imagen, creando un espectro de formas, como un prisma separando cada uno de los elementos comunicativos en la o las imágenes para observar cual es el tópico comunicativo recurrente y cuales los tema secundarios.

En la recepción del cómic se observa como existe un valor simbólico imbricado que sobrepasa tiempo y espacio. Esto resinifica su forma mas no su fondo. Esto se da gracias a una cadena de signos híbridos; una fusión de dibujo y texto. Esto es lo que se conoce como lenguajes del cómic; emparentado don el cine o la fotografía. Pero que sin duda alguna trata de dar moviente o esos cuadras detenidos en el tiempo.

El Análisis Crítico del Discurso se enfoca en el análisis semiológico de los discursos que enmarcan la sociedad; realizarlo a los referentes y del significado a través de los lenguajes que engloba el cómic. Por un lado se observa los procesos de comunicación y como afecta la sociedad. Como estos discursos ayuda a mantener ese poder y como los discursos de la otredad o subversivos socavan ese poder. Finalmente buscan encontrar herramientas o métodos más eficientes a la hora de transmitir los discursos.

Para este trabajo se usa una metodología Interaccionista ya que se analizó cómo los elementos del discurso influyen en los cómics seleccionados. Además es de tipo descriptiva ya que analiza la estructura de los guiones literarios de cómic con el fin de demostrar que el correcto andamiaje de estos da mayor efectividad a la transmisión de un mensaje.

La hipótesis de este trabajo es la siguiente: la correcta estructuración de un guion literario antes de la creación de un cómic dará como resultado que este producto tenga mayor efectividad a la hora de comunicar un determinado discurso y tendrá mayor aceptación entre un público específico.

Se usa como única variable el Análisis Crítico del Discurso y su orientación está dada por la disección de la composición del guion literario para definir sus efectos comunicológicos de su producción en las obras seleccionadas.

El diseño de la investigación es no experimental transaccional descriptivo, ya que este método permitió la observación en un determinado tiempo, en un grupo focal específico de las dimensiones; estructura discursiva, comunicación legible y aceptable y teoría social; que cruzan la variable Análisis Crítico del discurso.

Este grupo focal específico está dado por una muestra no probabilística por cuotas, escogió debido a que el objeto de investigación será cotejado desde diferentes aristas; desde situaciones comunicológicas, configuraciones semióticas y representaciones sociales de sus discursos; y cada uno de estas categorías aportaron características de análisis únicas para el estudio.

En cuanto a los resultados; se pueden indicar que tanto *Ficciónica* de José Daniel Santibáñez, como *Rocko* de Erick Álava Sayer; cumplen con la premisa de haber tenido un guion literario previo estructuración de la obra en el lenguaje de cómic. Una vez indicado esto se procederá al análisis de sus estructuras comunicológicas para ver si al previa estructuración dio resultado.

En cuanto a sus estructuras discursivas estos cómics difieren tanto es estilos como en discursos; pero cada uno responde a una necesidad narrativa específica.

En el caso de *Rocko* se observa como el texto es un claro complemento de la imagen ya que se percibe una imagen con todo su mensaje y esta es completada por el texto. En este texto se ve un equilibrio que responde a una necesidad narrativa. Si la viñeta no tuviera diálogos no se concluirían las

situaciones humorísticas ya que en ellas reside la gracia por contradecir, agregar o simplemente narrar la historia jocosa.

El estilos se reconoce como humorístico; su trazos recuerdan a la irreverente revista norteamericana MAD o a la entrañable Condorito. Lo que se observa es que tanto en sus diálogos como en sus dibujos notamos referentes nacionales e internacionales conectados y en armonía

En cuanto a estos referentes, existe un claro equilibrio entre referentes nacionales y universales; entre palabras castizas y anglicismos. Esto ya que en el ambiente que se mueve el personaje; la escena rockera; la cual crean neologismos o adopta del inglés palabras. El cruce de estos crea una iconografía universal que el lector podrá sentir local pero al mismo tiempo lejana; dando oportunidad a una crítica sin apasionamientos o nacionalismos.

En cuanto a *Ficciónica* de José Daniel Santibáñez se observa como el texto y la imagen en algunos casos se complementa bien pero en otros se llega a sobrecargar de texto. Existen viñetas que son pura imagen, con una gran calidad artística pero existen otras en que el dialogo es el preponderante y es en estas en donde existe desfases. Los diálogos son grandes, sin mucho sentido estético y dan datos inútiles desde el punto de vista narrativo.

En cuanto a los referentes visuales se mezclan referentes estadounidenses y guayaquileños. Universales y locales, lo cual da un buen contraste y ayuda a ubicar espacialmente a los personajes. Pero en cuanto a lo textual es su estructura se nota un acartonamiento y se reconoce que no existe una novedad. Es estilo es claramente del cómic norteamericano, en especial de la novela negra, así tenemos a Frank Miller con Sin City como un claro referente.

Si bien los referentes llegan a cruzarse, el peso excesivo en la textual y la estructura sin sorpresa hace que el cómic no sea tan efectivo a la hora de

entregar sus mensajes. El texto critica a ciertos estratos sociales y la conducta de ciertas personas, pero el sobrepeso textual crea un ruido que no permite que el texto se comunique de manera efectiva.

En conclusión el trabajo demuestra que la correcta estructuración discursiva de los guiones literarios antes de la creación del cómic ayudara a su efectividad comunicativa, esto siempre y cuando se usen las herramientas correctas previo análisis de otras estructuras que han tenido éxito entre el público.

## **CAPITULO 1.**

### **1. MARCO INICIAL.**

#### **1.1. TEMA**

Análisis del discurso de los guiones literarios en la producción de comics, *Ficciónica* de José Daniel Santibañez y Rocko de Erick Álava Sayer en Guayaqui, en el 2014.

#### **1.2. JUSTIFICACIÓN**

Es de suma importancia el análisis estructural de los discursos en los guiones literarios ya que como manifestaciones visuales e ideológicas han sido poco consideradas como objetos de estudio en Ecuador. La cultura del cómic llega gracias a la globalización y la expansión de cualquiera de sus genéricos, pero poco se ha hecho en el país por los escasos estudios de las estructuras narrativas de los guiones literarios de estos.

Es relevante ya que mediante este estudio se podrá observar una tendencia en los discursos narrativos que prefieren los jóvenes ecuatorianos: ¿Cuál tipo de estructura discursiva funciona y, engancha al lector y cuál no?

Este tema es novedoso ya que existen pocos estudios sobre las estructura narrativas desde una perspectiva visual, además permite hacer un análisis de la percepción de las personas y cuál es la manera más eficiente en que estas aprehenden historias a través del arte visual.

### 1.3. ANTECEDENTES

El cómic es considerado el noveno arte, sin duda alguna se puede decir que éste producto es la mixtura de dos técnicas, por un lado se tiene a la plasticidad, representada por el dibujo y la pintura y por otro lado está la palabra, a través del diálogo gráfico y la estructuración de una historia.

Según Pablo De Santis en su libro *La historieta en la edad de la razón* explica que el cómic es una mixtura, [...] “Miramos una historieta como si fuera la primera vez. Vemos que está hecha de dibujos y de palabras. A primera vista podemos diferenciarlos con facilidad, pero a medida que entramos en la página perdemos la certeza de dónde empieza y termina cada uno de los territorios”. (De Santis, 1998, 11).

Este texto y su paratextos presentan una hibridación que poco a poco, y mediante el cúmulo de experiencias de lectura del receptor va perdiendo las fronteras que delimitan a estas dos experiencias narrativas. De esta forma, se fusiona el texto creando una narrativa que se visualiza.

A nivel mundial el cómic ha sido despojado de ese tabú que decía que sólo los niños podían leerlo. Después de la publicación en 1954 del libro *La Seducción del Inocente* del psiquiatra Fredric Werthamse, se creó en Estados Unidos un órgano sensor llamado Comics Code Authority y para inicios de la década del sesenta un movimiento de historietas underground con temática más adulta. Pablo de Santis en su ensayo, *La Historieta en la Edad de la Razón* (Paidós, 1998) muestra que en los años sesenta las historias dejaron de ser vistas sólo como un instrumento del mass-media y tomaron lugar como objeto de estudio. La semiótica se enfocó en los mecanismos, el lenguaje y la ideología; su objetivo se enfocó a dos tipos de historias: aquellas que exhibían una búsqueda

de su propio lenguaje visual o aquellas que, simulando inocencia, contrabandeaban ideologías.

En esa misma década en Argentina se gestaba un movimiento de cómic que mediante una historia bien estructurada y con bastantes alegorías pretendía criticar la dictadura de la época. Esto causó que el movimiento tenga un fuerte sentido político y underground; las historietas pasaron a tomar parte de la lucha ideológica [...] “Desde este punto de vista, el caso de Héctor Oesterheld es excepcional, y acaso irreplicable: porque Oesterheld es un guionista de historietas que quiere ser escritor; y escribe sus argumentos pensando en el sistema literario argentino, aunque lo haga dentro de las coordenadas y las restricciones del mercado mediático”. (Berone, 2000, 4).

*El Eternauta* es el claro ejemplo de este despertar de la historieta argentina. Como el guionista una historia pensando en que sería contada en formato visual. Tan magistral es la narrativa que entró al canon de la literatura de su país de origen

En Ecuador no existe una real tradición de cómic como estructura narrativa de corte ficcional o acaso mimético, sino una fuerte presencia de caricaturas con tintes políticos y panfletarios, en donde la tira de diarios que mostraba de cuatro a ocho viñetas presenta una realidad afectada por los últimos acontecimientos políticos y sociales [...] “En 1924, Miguel Ángel Gómez, caricaturista del diario El Universo, presenta en el espacio gráfico las Aventuras de Saeta y Rafles (considerada la primera serie gráfica del país); en este mismo diario constan también: Lo que se ve, Atún y Don Valentín, Semana Cómica y Pepito Chumacera, que divirtieron a los ecuatorianos y también los hicieron reflexionar sobre asuntos políticos y de interés social”. (Flores, 2010, 23).

En Guayaquil se puede observar que la tradición del Cómic comienza a despegar a mediados de los años 80 con J.D Santibañez en las revistas Ecuador Ninja (1984) y Ficcionica (1986) además de publicar entre 1985 y 1985 una serie llamada *Guayaquil de mis temores* en Diario Expreso. Su trabajo gráfico como de estructuración de la historia contada en viñetas lo hacen ser uno de los más grandes exponentes del cómic en Ecuador [...] “Ha publicado un centenar de cómics en el país y en el extranjero, la mayoría de sus trabajos están realizados en blanco y negro fuertemente contrastados por la iluminación y el uso de las sombras, sus últimos trabajos han tenido tratamiento de una trama mecanizada y un trabajo de fino entintado, sus dibujos son realistas y su temática se mezcla entre la vida urbana y la ficción”. (Flores, 2010, 27).

#### **1.4. CAMPO DE INVESTIGACIÓN**

Comunicación. Comunicación Visual. Literatura. Análisis de la imagen. Análisis Crítico del Discurso. Psicología.

#### **1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

- a) ¿Cuáles son las principales teorías que permiten el análisis estructural del discurso gráfico y narrativo de los guiones de los cómics?
  
- b) ¿Cuáles son las bases metodológicas más eficientes y adecuadas para realizar un análisis estructural del discurso gráfico y narrativo de los guiones de los cómics?
  
- c) ¿Cuál es el estado actual de las estructuras discursivas, visuales y narrativas, de los guiones de comics *Ficcionica* y *Rocko*, en Guayaquil en el año 2014.

## **1.6. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cuáles son las características comunicológicas fundamentales en la construcción del discurso visual y narrativo en los guiones literarios de los cómics *Ficcionica*, de José Daniel Santibañez y *Rocko* de Erick Alava Sayer percibidos en Guayaqui, en el 2014?

## **1.7. OBJETIVO GENERAL**

Analizar comunicológicamente el discurso de los guiones literarios en la producción de comics, *Ficcionica*, de José Daniel Santibañez y *Rocko* de Erick Alava Sayer en Guayaqui, en el 2014.

## **1.8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Fundamentar las principales teorías que permiten el análisis estructural del discurso gráfico y narrativo de los guiones de los cómics.
- b) Identificar las bases metodológicas más eficientes y adecuadas para realizar un análisis estructural del discurso gráfico y narrativo de los guiones de los cómics
- d) Diagnosticar las estructuras discursivas, visuales y narrativas, en los guiones literarios de los comics *Ficcionica* y *Rocko*, en Guayaquil en el año 2014.
- e) Evaluar el estado actual de las estructuras discursivas, visuales y narrativas, de los guiones de comics *Ficcionica* y *Rocko*, en Guayaquil en el año 2014.

## CAPITULO 2

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. COMUNICACIÓN

La comunicación es el sistema de codificación por el cual pasa todo el saber y el actuar de los seres. Para los seres humanos es una de las ciencias fundamentales, ya que por ellas transitan todos los saberes y su cultura que se agrupan en un gran inconsciente colectivo que al conocerse se ha denominado globalización. Una de las características fundamentales de la comunicación es su transmutabilidad para adoptar nuevas forma de transmisión.

Es precisamente esta característica de transmutar signos, códigos y procesos lo que plantean diversos estudios multidisciplinares en torno a la comunicación, mas no se debe olvidar que todo este esfuerzo comunicativo sirve para poder crear nuevos conocimientos.

Jesús Martín-Barbero en el prefacio de la quinta edición de su libro *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía* explica [...] “Del lado de la *comunicación*, lo que hoy necesitamos pensar es un proceso en el que lo que está en juego no es la desublimación del arte simulado, en la figura de *la industria cultural*, su reconciliación con la vida, como pensaban los de Frankfurt, sino la emergencia de una *razón comunicacional* cuyos dispositivos- la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida- agencia el devenir *mercado de la sociedad*”. (Martín-Barbero, 2003, 13).

La comunicación debe abrirse camino y romper esquemas establecidos pues existe una motivación primordial en cada uno de los eventos comunicativos; y es la *razón comunicacional*. En ella reposa todo el significante que se desea o no comunicar y que se definió al inicio como inconsciente colectivo. Esta

motivación causa que sus dispositivos sean maleables y mutables para adaptarse a las nuevas *situaciones comunicacionales*.

Se puede decir que el ente comunicador siempre está en búsqueda que se dé el acto comunicacional y cuando un código es prohibido busca un nuevo rumbo, pero cuando es restringido y no cerrado completa la hibridación de los códigos permite un acto comunicacional que no es del todo efectivo. Sin embargo la constante lectura de estos mensajes arraigara los neologismos del nuevo código y permitirá al receptor leer con mayor facilidad el nuevo mensaje.

Leonardo Martínez en su charla *La comunicación como núcleo conceptual de la teoría sociológica en los enfoques de Jürgen Habermas y Niklas Luhmann*; explica lo siguiente. [...] Es evidente que la comunicación -a secas- excede la comunicación lingüística y que el lenguaje no constituye el único medio a través del cual puede comunicarse información. Cualquier conducta (sea hablar, escribir, o cualquier otra) comunica de hecho siempre que ego entienda que esa conducta comunica algo". (Martínez, 2012, 4).

Cuando todo aquello que el yo puede entender como comunicación es comunicación, se dice que el mensaje a intención comunicativa ha sido efectiva. Así los mensajes subliminales no informan sobre su intención comunicativa y queda en el *inconsciente colectivo*. Es solo cuando el subconsciente se activa que estos mensajes; en cualquier formato que hayan sido enviados, son finalmente recibidos y bien inmediatamente desaparecen; o se marcan en el receptor para permanecer en el consciente; como la parte de los sueños que siempre se recuerdan.

La actitud comunicativa, sea efectiva o no, deja un mensaje implantado en el receptor que puede o no captarlo y hacer surgir dicho intercambio de datos. Pero cómo reconocer cuando se está dando este intercambio; sea consiente o no; es una tarea casi imposible ya que tanto el lenguaje verbal como todos los demás no verbales comunican. Esto quiere decir que la información es un

sistema que funciona independientemente de la relaciones de emisor y receptor que solo ingresan en este sistema para compartir información.

Yves Winkin en su libro *La nueva Comunicación* comenta [...] “La comunicación es, pues, un proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento: la palabra, el gesto, la mirada, la mímica, el espacio interindividual, etc. no se trata de establecer una oposición entre la comunicación verbal y la «comunicación no verbal»: *la comunicación es un todo integrado*”. (Winkin, 2008, 22-23)

Para Yves Winkin la comunicación es un sistema en donde los lenguajes se interconectan y se hacen co-dependientes. Los comportamientos sociales también son culturales; y la cultura también es otro código de otros lenguajes por el cual es transmitida información. Esto se resume en que la cultura y sus múltiples manifestaciones finalmente también son comunicación y son tan necesarias para dar un mensaje, sea este completamente eficiente o no, como lo sería el lenguaje verbal; tanto oral como escrito.

La comunicación es una disciplina con un sistema de lenguajes co-dependientes e indivisibles en donde lo más importante es el hecho de una acción comunicativa que puede o no ser identificada por el receptor. Pero que siempre va a estar flotando en el *inconsciente colectivo* que no es otra cosa que la red comunicativa que se entreteje entre todas las actividades comunicativas y afectas o todos los receptores, activos o pasivos volviendo a la comunicación un ente maleable y con códigos transmutables.

## 2.2. COMUNICACIÓN LITERARIA

La comunicación literaria es, desde un punto de vista epistemológico, una rama de la comunicación científica. Este mensaje puede ser recibido por una sola persona o por una comunidad completa y éste no cambiará ya que está estructurado con una idea central tomada directamente de lo definido como inconsciente colectivo. Pero ciertas ideas secundarias cambiarán debido a los campos de referencias que cada lector tiene.

La comunicación literaria es la encargada de analizar los discursos verbalizados, tanto en forma de *grafemas* como de *fonemas*. Pero se debe decir que la verbalización y la escritura son los primeros pasos para después poner en muchos otros formatos. Es así pues que el proceso puede ser invertido y ubicar cualquier texto semiológico y convertirlo en un texto verbalizado.

Ricardo Senabre en su artículo *La comunicación literaria* da su definición de comunicación literaria. [...] "Parece más prudente partir de una idea elemental: la literatura es un fenómeno de comunicación. Una obra es un mensaje verbal que, como cualquier tipo de mensaje, parte de un emisor –que en literatura se conoce con el nombre específico de "autor"– y se dirige a un destinatario –lector u oyente– que lo recibe y lo descifra. Poco importa que el destinatario sea un solo individuo –mi interlocutor en un diálogo, por ejemplo, – o miles de personas, como sucede con los oyentes de un programa radiofónico o los lectores de un diario de gran tirada; la diferencia no altera la naturaleza del mensaje como tal". (Senabre, 1994, 148)

En el párrafo anterior Senabre da su idea de comunicación literaria y la define como un fenómeno comunicacional donde un mensaje verbal sale de un emisor (Autor) y se dirige a un destinatario (Lector); este puede ser una sola persona o una comunidad. Lo destacable en esta comunicación literaria es que el mensaje no pierde claridad ni validez y que cada uno de los receptores lo entiende, privadamente, de una manera clara y precisa.

La verbalización de un texto denota que es literario pero esta cualidad no garantiza que un texto cumpla con la función lingüística de la poética, más, ¿será necesaria que los textos cumplan con esta función para entrar dentro de la comunicación literaria? Esta interrogante debe ser replanteada, ya que un texto debe de ser analizado no sólo como un terreno estéril y sin función, sino también en la acción comunicativa que este ejerce en un receptor.

Teun A. Van Dijk en su libro *La pragmática de la comunicación literaria* da un estudio de las teorías de la comunicación literaria. [...] “Las opiniones que mantienen que la teoría literaria debería centrarse exclusivamente en el «texto literario» son injustificadas e ideológicas: no sólo son importantes las estructuras del texto literario, sino también sus funciones, así como las condiciones de producción, elaboración, recepción, etc., tal como son investigadas en estudios psicológicos, sociológicos, antropológicos e históricos. En una teoría de este tipo tiene su lugar adecuado una consideración pragmática de la literatura. Se parte del supuesto de que en la comunicación literaria no sólo tenemos un texto, sino de que la producción (y la interpretación) de dicho texto son acciones sociales.” (Van Dijk, 1987, 176)

Al estudiar un texto desde la teoría de comunicación literaria propuesta por el holandés, se debe hacer un análisis mucho más fuerte que un simple análisis de las estructuras léxicas, sintácticas, semánticas y pragmáticas. El estudio debe abarcar una revisión completa a los contextos comunicativos; cultura, publicidad, referentes, etc. Esto para analizar el texto y su contexto social, pues no solo se debe apuntar una estéril producción textual de emisor sino también la reacción del receptor al leer este mensaje y cómo este interactúa con su campo de referencias.

John S Brushwood en su ensayo *Sobre el referente y la transformación narrativa* habla sobre el contraste entre las teorías de Genette y Iser. Las mismas cuentan con dos elementos similares en el análisis del acto estético del lector estos son la transformación y selección. [...] “En el caso de Genette, el *récif* es la transformación de la *histoire*, sin ninguna referencia evidente a lo que Iser llama la realidad extratextual. Por otro lado. Iser se refiere a la transformación de esta realidad. El dinamismo del repertorio resulta del acto estético del lector. La comunicación se completa mediante la transformación

porque los componentes del repertorio mantienen su carácter original y adquieren nuevos aspectos a la vez. Así es que el lector se comunica con el texto por una combinación de lo conocido y lo nuevo -condición esencial para cualquier comunicación eficaz". (Brushwood, 1981, 41).

Brushwood evidencia en la cita anterior que su visión del análisis literario debe hacerse no sólo al texto como unidad estéril sin acción, la estructura por sí sola no comunica nada, o no lo hace de manera poco eficaz puesto al analizar el texto solo se toma en cuenta al emisor (autor implicado) y al canal (texto). El estudio debe hacerse a la interacción entre el texto y el lector puesto que es aquí donde ocurre la acción comunicativa; la aprehensión de nuevos datos y su cotejo con los que el receptor ya cuenta, esta es pues la más eficiente comunicación literaria; la retroalimentación entre el canal y el receptor denotando la aprehensión de los códigos (valores sociológicos, culturales, de vida, etc. Representados en el texto).

La comunicación literaria es una comunicación tanto intimista como de masas, ya que el mensaje puede llegar tanto a un solo receptor como a millones. El mensaje principal será entendido por un público receptor, ya que se estructura con referentes que ellos pueden entender. También será motivo de análisis en esta teoría comunicativa la interacción del mensaje, esto es los contextos comunicativos entre texto y el campo de referencias del receptor. Finalmente este estudio debe hacer énfasis en el producto del acto post-lectura del receptor, basado en el cotejo de la información aprehendida en la lectura con la información que el lector tiene como referencia.

## 2.3. COMUNICACIÓN VISUAL

La comunicación visual es un proceso por el cual, mediante la observación de signos, se logra decodificar mensajes plasmados en forma gráfica. Dichos mensajes, para su correcta lectura, deben tener un código compartido tanto por emisor como por el receptor, y en el que la intencionalidad también presenta un papel muy importante.

La comunicación literaria, desde un punto de vista moderno, necesita de la comunicación visual para completarse. La primera es un conjunto de signos gráficos (letras) que emiten un mensaje mediante una estructuración específica. Necesita ser observada y entendida mediante el código no solo literario sino también visual; esto tiene que ver con el tipo de fuente, la estructuración gráfica del texto, etc.

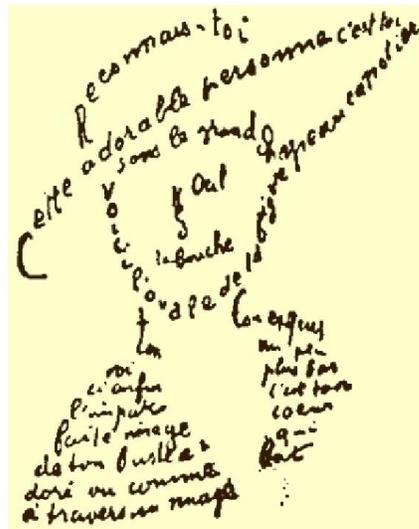


Figura 1: Extracto del poema nueve de febrero (Apollinaire, 1915).

En la imagen anterior se puede observar un caligrama del escritor Guillaume Apollinaire. En este texto experimental se puede observar como la letra forma una figura que tiene directa relación con el poema escrito. Letra e imagen se

funden en un solo mensaje. El análisis único de la imagen y el texto como dos objetos separador causara que se pierda información.

José María Casasús en su libro *Teoría de la imagen* da una definición del proceso comunicativo de las imágenes [...] “Este proceso se establece cuando existe un sujeto agente, un mensaje, un medio de transmitirlo y un sujeto receptor. En el caso de la teoría de la imagen, el mensaje que intervenga tendrá que ser visual, y los restantes elementos del proceso deberán adecuarse a la naturaleza del fenómeno icónico”. (Casasús, 1979, 37).

Casasús explica que la comunicación visual necesita: emisor, receptor, canal y código. Emisor puede ser una persona que pueda articular un discurso gráfico, entiéndase que no es cuestión de saber dibujar, sino de Interpretar los lenguajes visuales y sus figuras retóricas de una manera profunda. El receptor debe tener un conocimiento básico de este, pero lo más importante es que debe poder ver el mensaje. El canal será la visión y el código, cualquiera de los lenguajes visuales existentes; desde señales de tránsito, pasando por lenguajes de sordomudos, hasta los cómics.

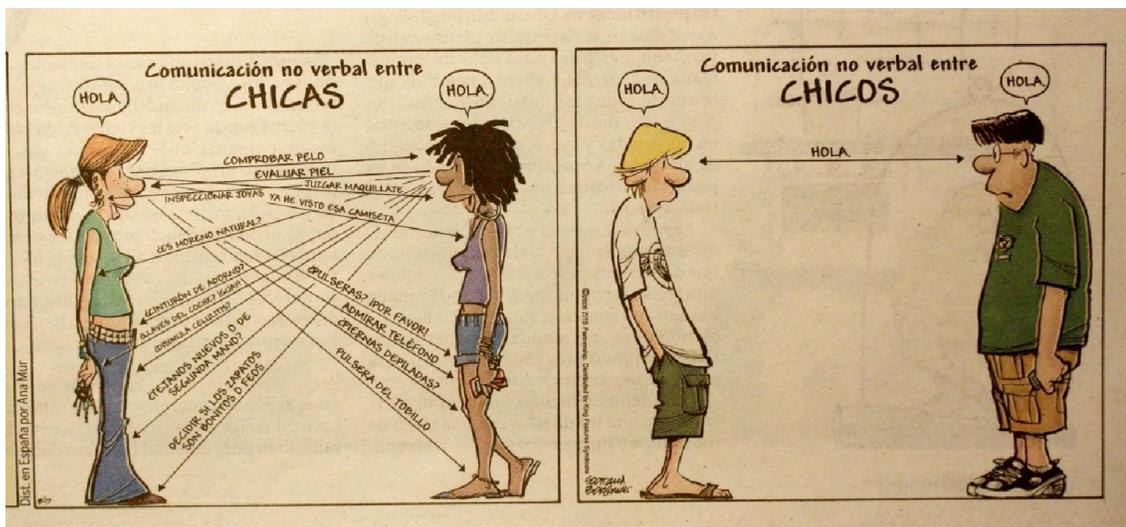


Figura 2: El emisor es el ente observado y el receptor el que observa. El mensaje es lo que se piensa del otro. (Jerry Scott and Jim Borgman, 2008).

En la figura número dos se puede observar una caricatura sobre la comunicación visual entre los géneros; mientras los hombres solo hacen contacto visual ya que su única comunicación es el saludo; las mujeres tratan de observar defectos y virtudes de la otra a fin de evaluarlas. En la segunda viñeta hay una comunicación visual más amplia, ya que reúnen más datos.

Dondis A. Donis en su libro *La sintaxis de la imagen* esboza los procesos que conlleva la comunicación visual [...] “El ver y el diseñar y/o la confección son interdependientes tanto para el significado en sentido general como para el mensaje en el caso de que se intente responder a una comunicación específica. Entre el significado general, estado de ánimo o ambiente de la información visual y un mensaje específico definido se interpone todavía otra campo de significación visual, la funcionalidad en aquellos objetos que son diseñados, realizados y manufacturados para servir a un propósito”. (Donis, 1998, 34).

Donis lleva el problema un escalón más alto, si bien existe una comunicación específica denotada en el mensaje general, una ambientación informativa y un mensaje específico, también cohabita otro factor a tomar en cuenta en una comunicación visual, este es la funcionalidad de dichos objetos, que son diseñados específicamente para servir a un propósito.



Figura 3: Etiqueta icónica de corrosivo.

El ejemplo anterior muestra una etiqueta de advertencia de los productos corrosivos. Esta señal tiene una función específica, una codificación universal y

sea en Ecuador, Inglaterra o Japón, todos entenderán el mensaje que quiere transmitir. Esto se debe a que este tipo de señales tienen una función convencionalmente establecida, existen otras que solo pueden ser captadas por una cultura, un país o un grupo social en específico

Umberto Eco en su ensayo titulado *Semiología de los mensajes visuales*, da su definición de comunicación visual [...] “La comunicación visual consiste, semióticamente hablando, en una representación icónica esquemática de algunas propiedades de otra representación icónica esquemática, y no en representaciones analógicas de una realidad que es innatamente semejante a dicha representación”. (Eco, 1982, 33).

Eco habla desde el punto de vista semiológico y define a la comunicación visual como la extracción y posterior esquematización icónica de las propiedades gráficas predominantes de una representación gráfica icónica. En ninguno de los casos se hará este proceso con el objeto referente. A decir de esto se observa que lo que propone el autor es ver a la comunicación visual como el tercer eslabón en una cadena de significaciones.



Figura 4: Caricatura de Jimi Hendrix. (Pino, 2009)

En la caricatura sobre Hendrix se puede observar una nueva dimensión del artista, algo que va más allá de Johnny Allen Hendrix; es la imagen icónica del Rockero Jimi Hendrix. Pero esta imagen a su vez es altera por la visión del caricaturista y exagerando los rasgos del músico crea una caricatura, no de la persona sino de la estrella de rock.

La comunicación visual y la literaria se complementan y son muy necesarias entre sí, ya que la primera es necesaria para poder entender los iconos y signos en la segunda. Y se necesita de la segunda en la primera para poder estructurar ordenadamente los textos visuales; casi al nivel de verbalizarlos, para ordenar de la manera más clara posible los mensajes visuales, usando para ello hasta figuras retóricas.

En la comunicación visual los lenguajes visuales deben, en mayor o menor medida, ser compartidos tanto por emisor como por receptor; pero el emisor debe saber ordenarlos para que el receptor los lea correctamente. La funcionalidad del objeto también es de suma importancia a la hora de esta comunicación. Recordar también que esta comunicación no se basa en la transmisión de información de primera mano, ya que el referente real jamás es tratado, solo un primer referente icónico y por supuesto el referente icónico del primero.

## 2.4. ANÁLISIS DE LA IMAGEN

El análisis de la imagen es el proceso por el cual se descompone las imágenes para estudiar el mensaje que en ellas se transmite. Esta observación se realiza separando cada uno de sus componentes para analizar cuál de estos tiene un significado más libre de sentido comunicativo y cual una carga mayor de mensaje significativa. Ahora bien lo esencial es escoger una teoría de análisis que se ajuste a la cantidad y objetivo de las obras que se analiza.

Pero antes de entrar en la teorización del método para el análisis de la imagen se debe definir qué es la imagen y cómo la mirada hacia el otro afecta o informa al ente que observa. Como la mirada del receptor funciona una vez que se posa sobre el objeto que desea ver.

Jean Paul Sartre en su libro *El ser y la nada* nos da una definición sobre la mirada [...] “La mirada no es ni una cualidad entre otras del objeto que hace la función de ojo, ni la forma total de ese objeto, ni una relación «mundana» que se establecería entre ese objeto y yo. Muy por el contrario, lejos de percibir la mirada en los objetos que la ponen de manifiesto, mi aprehensión de una mirada vuelta sobre mí aparece sobre fondo de destrucción de los ojos que «me miran»: si aprehendo la mirada, dejo de percibir los ojos; éstos están ahí, siguen en el campo de mi percepción, como puras presentaciones, pero no hago uso de ellas: están neutralizados, fuera de juego, no son ya objeto de una tesis; quedan en el estado de «fuera de circuito» en que se encuentra el mundo para una conciencia que efectúa la reducción fenomenológica prescrita por Husserl”. (Sartre, 2004, 165)

Según Sartre, su visión filosófica sobre la mirada radica en el proceso de comunicación que esta ejerce sobre un objeto determinado. En el caso que se cita, es sobre otra mirada que queda anulada en su función de recabar información, es más la visión del filósofo es la que obtiene la supremacía de la información. Entonces al observar, se obtiene trozos de información dispersos, pero cuando se fija la mirada en un objeto definido se recaba más información,

llegando a suprimir la función del objeto observado y se puede extraer la información que el receptor desea, es decir la interrogación de la imagen.

José María Casasús en su obra *Teoría de la Imagen* explica [...] “La estética informacional o teoría de la recepción se propone estudiar toda obra de arte en su vertiente de mensaje transmitido por un individuo creador –el artista- a otro concreto de la sociedad –el receptor-, que obtiene de este mensaje una apreciación o un estado interno convencionalmente llamado *placer estético*”. (Casasús, 1979, 107).

En la teoría propuesta por Casasús la obra de arte conlleva un mensaje implícito y este es creado por el artista, dirigido al público. Pero el mensaje, para ser recibido de una manera efectiva y ser aprehendido debe causar en el receptor un estado interior de bienestar y gozo; esto es a lo que Casasús llama *placer estético*.

Roland Barthes en su ensayo *La retórica de la imagen* habla acerca del análisis de un cartel publicitario [...] “Ahora bien, aun cuando la imagen sea hasta cierto punto límite de sentido (y sobre todo por ello), ella nos permite volver a una verdadera ontología de la significación. ¿De qué modo la imagen adquiere sentido?, ¿dónde termina el sentido? y si termina, ¿qué hay más allá? Tal lo que quisiéramos plantear aquí, sometiendo la imagen a un análisis espectral de los mensajes que pueda contener”. (Barthes, 1986, 30).

Barthes en la cita anterior propone el caso de una imagen con un significado limitado, la cual puede descomponerse. Es pues precisamente lo que se debe hacer según el semiólogo, mediante la identificación del texto y sus mensajes hacer una descomposición y un posterior análisis de cada uno de ellos para así encontrar el tema recurrente en cada uno de ellos.

Rafael Gómez Alonso en la introducción de su libro *Análisis de la imagen. Estética audiovisual* da un punto de referencia sobre el análisis de la imagen [...] “El análisis de la imagen puede ser entendido desde diversas formas de organización. Se puede atender a un conjunto global de obras, sean o no de una misma categoría o escuela atribuida, y en este caso se hablaría de un macro-análisis, se puede atender a una sola obra, o se puede atender a sólo una parte de la obra y en este caso se podría hablar de micro-análisis. Pero

también se puede hacer un análisis comparativo entre dos o más obras o un análisis de la relación de una obra con su autor para conocer si está dentro de las coordenadas o características que él mismo haya fijado u otros hayan comentado a través de otros estudios” (Gómez Alonso, 2001, 12).

Lo más importante en la cita de Gómez Alonso es el fuerte hincapié que se hace sobre la elección de la técnica más efectiva para realizar el análisis de las imágenes. Debemos tener en cuenta el número de obras, si estas serán analizadas individual o colectivamente, si son del mismo autor o de autores diferentes y si es un análisis comparativo o no. Todos estos factores deben ser debidamente estudiados antes de que se realice el análisis de las imágenes.

Antes de comenzar con el análisis se debe determinar el método más asertivo si tenemos en consideración número de imágenes, autores y tipo de análisis. Esto de influir en cómo se enfoca el referente, la imagen que se crea a partir del referente y el imaginario del receptor.

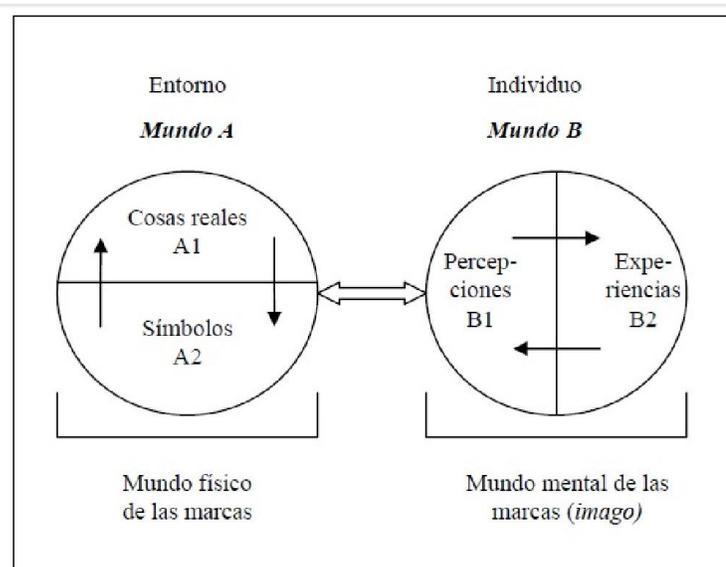


Figura 5: Fenomenología de la imagen de marca. (Costa, 2004, 3).

Como se observa en el esquema se hace un análisis vertical y un análisis horizontal. En el análisis vertical analizamos el entorno; como se afectan los

referentes reales con los referentes simbólicos y su retroalimentación; y a las personas, sus experiencias y percepciones. El segundo paso es analizar cómo estas dos retroalimentaciones se afectan mutuamente.

Cuando se procede con el análisis se debe observar si existe un *placer estético* de estas imágenes lo cual hace que los receptores observen el texto visual. Finalmente se realiza un análisis espectral de los mensajes, separando cada uno de los elementos comunicativos en la o las imágenes para observar cual es el tópico comunicativo recurrente y cuales los tema secundarios.

## 2.5. ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO

Esta Disciplina de estudio aparece, con todo rigor en los años sesenta del siglo pasado y ha tomado fuerza debido a estudios de lingüistas como Teun Van Dijk, Norman Fairclough, Carmen Rosa Caldas-Coulthard, entre otros. Su objetivo es el análisis semiológico de los discursos que se enmarcan en la sociedad.

Esta variedad de discursos deben ser analizados desde la estructura, para no caer en las redundancias semióticas; realizar un análisis de los referentes y del significado a través del lenguaje. Otra cara de este análisis es la detección del estamento social desde donde se realiza un discurso; si es desde el poder y su estructura discursiva o si por el contrario el texto analizado viene desde la otredad a veces carente de estructuras discursivas formales. Pero se debe entender que este tipo de análisis es multidisciplinario y se necesita tanto de estudios lingüísticos, sociales, antropológicos, etnológicos, etc.

Eni Orlandi en su artículo *Análisis de discurso: principios y procedimientos* dice [...] “El análisis de discurso no es el encierro en la selva semiótica sino que es la recuperación de la materialidad del lenguaje, para que éste en su expresión tanto poética como retórica sea una forma axiomática de ese pensamiento diferente, el crítico, el disímil que aún puede lograr ser el de siempre”. (Orlandi, 2002, 6).

En la cita de Orlandi se refiere a que, no solo se debe hacer un análisis semiológico, ya que estos tiende a dispersarse en los significados, sino reintegrar a la lengua, a la poética y también a las teorías de la comunicación para así realizar una lectura completa del discurso; desde su significado, pasando por su intención poética, discursiva y su interacción como objeto que comunica.

Teun Van Dijk en su *Análisis crítico del discurso* dice [...] “Ahora bien, el objetivo central del Análisis Crítico del Discurso es saber cómo el discurso

contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia social determinando quiénes tienen acceso a estructuras discursivas y de comunicación, aceptables y legitimadas por la sociedad”. (Van Dijk, 1999, 26).

El lingüista Van Dijk se enfoca en el estudio del discurso desde su función social y comunicativa. El propone el análisis del discurso como herramienta para reconocer quien tiene el poder social y por ende el poder comunicativo; y como este discurso ayuda a mantener el orden de poderes. Este tipo de análisis también nos puede ayudar a analizar los discursos desde la otredad, y al equilibrio de poderes por la vía comunicativa.

Antonio Stecher en su artículo *El análisis crítico del discurso como herramienta de investigación psicosocial del mundo del trabajo* dice [...] “El ACD<sup>1</sup> se caracteriza por una importante vocación transdisciplinaria, pues entiende que abordar las complejas relaciones entre lenguaje y sociedad requiere el aporte de diversos saberes y teorías. Uno podría entender el ACD como el esfuerzo de articular en una perspectiva de investigación multidisciplinar los recursos teórico-analíticos de la lingüística, junto a los diversos desarrollos de la teoría social que a lo largo del siglo XX han buscado problematizar críticamente las diversas articulaciones entre la cultura, el lenguaje y la dominación”. (Stecher, 2010, 98).

En esta cita de Antonio Stecher se resumen las dos anteriores citas, y es que el análisis crítico del discurso o ACD es un análisis transdisciplinario ya que busca las relaciones entre lenguaje y sociedad y como uno retro-alimenta al otro. La finalidad de este análisis es buscar los estamentos de poder que manejan la información; o la comunicación marginal que con una estructura novedosa, se abre paso y gana poder comunicativo.

---

1 Estas siglas significan Análisis Crítico del Discurso.

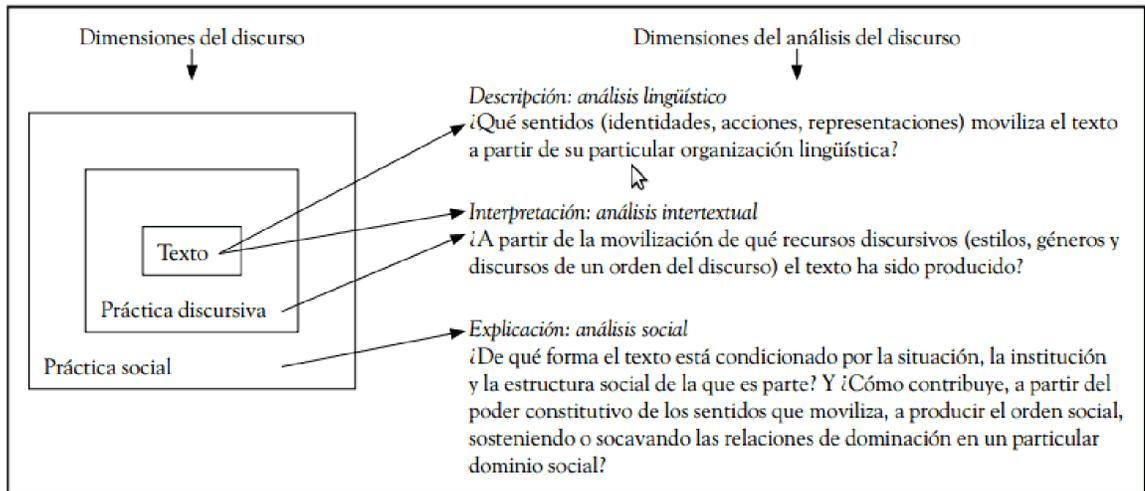


Figura 6: Modelo tridimensional del discurso de Fairclough. (Stecher, 2010, 103).

Como se observa en el gráfico, el modelo de análisis propuesto es un eje axial por donde transitan dos disciplinas. Las fronteras son difusas, como se ve en la gráfica se usa el análisis lingüístico, el análisis intertextual y el análisis social; cada uno de ellos usando como variables los discursos que se limitan, desde el interior al exterior.

Este tipo de análisis, si se usa una sola disciplina de estudio, sería pobre e incompleto debido a que el enfoque es comunicativo y social. Por un lado se observa los procesos de comunicación y por el otro como estos afectan a la sociedad. Es así que el ACD busca encontrar quien tiene la hegemonía de poder y comunicativa; como esta comunicación ayuda a mantener ese poder y como los discursos de la otredad o subversivos socavan ese poder comunicando un mensaje contrario a las hegemonías. También se busca encontrar herramientas o métodos más eficientes a la hora de transmitir los discursos.

## 2.6. ESTUDIOS DE RECEPCIÓN DEL CÓMIC

Dentro de los estudios de recepción del cómic se puede observar cómo este texto transmite su significación en el espacio y en el tiempo, y en él mismo existe un valor simbólico imbricado. Este mensaje pasa a través de la cultura, resignificándose en su forma, mas no en su fondo. Los cómics son un sistema de signos y, al igual que pasa con las letras, la unión de varios de éstos construye un mensaje que puede ser estudiado, tanto en su emisión como en su recepción.

Gago y Von Spercher en la conclusión de su texto *Campo de la historieta argentina: competencias por posicionamientos, canonización y recepción* dice [...] “Partiendo de la hipótesis de que la reconfiguración del campo de la historieta, las circunstancias sociopolíticas del país y la intervención estatal en el campo son factores contextuales que pueden mediatizar y afectar la producción de sentido en el consumo de la obra de Oesterheld, por parte de distintas generaciones de lectores, no sólo de aquellos que consumieron, consumen y potencialmente consumirán su obra después de iniciada la canonización del autor, sino también de quienes lo hicieron antes de la reapertura democrática de 1983 –quienes podrían haber releído o podrán releer la obra después del inicio de este proceso-”. (Von Spercher & Gago, 2012, 347).

La historieta es un vehículo el cual transporta información, en la cita anterior se observa como en la hipótesis del texto se plantea que la significación del texto cómic no transcurre al pasar el tiempo y menguar el discurso de poder dominante. En la obra que hace referencia la cita el mensaje era claramente contra hegemónico y esto no solo es percibido por los lectores contemporáneos que hacen una lectura post hegemónica. La lectura de esta historieta, en la época en que era un discurso anti poder, también estaba caracterizada por un significante altamente político. Es por este motivo que sea como tiraje clandestino o abierto este cómic suscitará gran interés entre el público lector argentino, esto según lo dicho en la cita.

María Magdalena Capón y Juan Oliver Marroig en su *Calvin y Hobbes*, un ejemplo de intertextualidad en el cómic da una relación entre la hipertextualidad y la recepción del cómic [...] “Estas relaciones entre cultura (alta cultura y cultura pop o de masas) y sociedad se verán reflejadas en diferentes aspectos tratados en la tira: la televisión, la música, el cómic, la pintura y el arte en general... Se podría hablar, a nuestro parecer, de toda una teoría de la recepción en *Calvin y Hobbes*. Muchas veces el autor incidirá en cómo interpretamos todas estas manifestaciones del arte y de la cultura: y así tenemos las discusiones familiares en casa de Calvin por los contenidos televisivos y la hipocresía de los anuncios publicitarios, la interpretación pop que hace Calvin de la música clásica escuchándola a 78 r.p.m., los debates con Hobbes sobre ‘arte en mayúsculas’ o ‘arte en minúsculas’”. (Capón Juan & Oliver Marroig, 2002, 3).

En el párrafo anterior se hace toda una descripción de la teoría de recepción de la tira cómica *Calvin y Hobbes*, porque se afirma que cada historieta tiene una teoría propia. Esta tiene el equivalente de huella dactilar y es como se percibe el siguiente proceso; el cómic percibe la cultura, la transforma desde la visión del director que a su vez es traducida a la visión del personajes y esta visión es plasmada en lenguaje de cómics; finalmente se hace un estudio de como el público recepta el mensaje que ha pasado por ese proceso. Es pocas palabras es un análisis de cómo el público lee los iconos re-significados y los adopta a su inconsciente colectivo.

Eco en su reconocido *Apocalípticos e Integrados* dice [...] “Es un punto ya no polémico. Se sabe que el gusto highbrow no es necesariamente el de las clases dominantes; se asiste a curiosas convergencias por las cuales la reina de Inglaterra gusta de la pintura de Annigoni, que por un lado merecería la anuencia de Kruschev, y por otro merecería las preferencias de un obrero impresionado por las osadías del último abstracto (26). Profesores universitarios se complacen en la lectura de comics (aunque con diferentes posturas respectivas, como se verá), mientras por medio de colecciones populares miembros de las clases antes subalternas acceden a los valores ‘superiores’ de la cultura”. (Eco, 1984, 64).

En la cita de Eco se puede observar el juego entre la cultura de elites y la cultura popular el primer ejemplo atañe a las artes plásticas y como el placer

estético está tanto en las elites como en lo popular. En el caso de los cómics, intelectuales y vulgo disfrutaban de una historieta por lo que dice y por lo que muestra; pero mientras los estudiosos buscan un significante popular en el lenguaje de las historietas; los lectores comunes podrán aprehender algo de cultura de elite, siempre y cuando esta aparezca en las viñetas; tal como sucede en la segunda cita de este apartado con Calvin y Hobbes.

Pablo De Santis en su libro *La historieta en la edad de la razón* explica la concepción de la historieta como un eslabón signico, apoyándose en los texto de Eco [...] “Dos son las líneas fundamentales que recorren los textos de Eco sobre cómics: la consideración de la historieta como sistema de signos (lo que convierte al género en objeto privilegiado de la recién nacida semiología) y el estudio del comic como vehículo de ideas”. (De Santis, 1998,34).

De Santis cita a Eco para definir al cómic como un sistema de signos y que este sistema sirve de vehículo para transportar ideas y mensajes. Ahora que, se tiene esta definición se puede afirmar que los cómics son creados para impartir un determinado mensaje comunicativo, por ende para el análisis de cómic se necesitará de la comunicación literaria y la comunicación visual que son de suma importancia en este género híbrido entre las letras y las imágenes.

Las teorías de recepción se deben armar estimando los mensajes que se van a estudiar ya que cada historieta es un mensaje diferente con objetivos comunicacionales específicos y referentes culturales propios. Es así que cada teoría de la recepción debe estructurarse estudiando referentes cruzados de las dos culturas, las de elites y la de masas; su posición en el poder del discursos, si es hegemónico o subversivo; y sus elementos comunicativos fundamentales, usando para esto la comunicación literaria, la comunicación visual y el análisis de las imágenes.

## 2.7. LENGUAJE DEL CÓMIC

La cadena de signos que se agrupan con el fin de transmitir un mensaje necesita ser clara para poder estructurarse, y enviar el mensaje correctamente codificado, este proceso es conocido como lenguaje. Desde lenguaje escrito, lenguajes de señas, hasta lenguaje de computadoras, todos ellos manejan estructuras discursivas complejas que vuelven a estos textos transmisores de mensajes. El cómic es, pues, otro medio para transmitir mensajes; este maneja su propio lenguaje que es una clara hibridación entre la ilustración y el texto.

Daniele Barbieri en su libro *Los lenguajes del cómic* dice de las viñetas del cómic [...] “La imagen del cómic es, pues, una imagen de *acción*, mientras la imagen ilustrativa, aunque pueden ser de acción, no tienen ninguna necesidad de serlo; es más, en general las ilustraciones son más descriptivas que narrativas, tienden a expresar no tanto la dinámica de la acción representada cuanto las connotaciones emotivas, ambientándola a su manera, haciendo uso de ciertos estilos de configuración más que otros, rodeándola de detalles no esenciales pero caracterizadores. La ilustración *comenta* el relato haciéndonos ver aquello que el relato verbal no está escrito, integrándolo, enriqueciéndolo. La viñeta del cómic es el relato”. (Barbieri, 1993, 22).

En la cita anterior Barbieri propone ver a la viñeta de la historieta como una mixtura entre imagen de acción e ilustrativa. Esto debido a que en una viñeta de acción se muestra movimientos y acciones de los personajes, lo mismo que en un *story board*, pero si a esta se le añade un componente ilustrativo; se trabajará sobre las emociones, la ambientación; usando herramientas de propias de la literatura como son las figuras retóricas. En conclusión no solo se observará las acciones, estos dibujos se enriquecerán en caracterización haciendo que la imagen relate lo que el texto verbal no desea escribir; sea por falta de espacio o para el mayor impacto que cause la escena graficada más que narrada; es la viñeta finalmente quien narra la historia.

Vanina A. Papalini en su libro *ANIME Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social* dice del manga [...] “Los *Manga* se escriben de derecha a izquierda de, de arriba abajo. El dibujo es en general más y pobre en detalles que sus versiones occidentales y los textos, generalmente escasos y menos literarios que los occidentales, suelen integrarse visualmente a los dibujos, de tal manera que resulta difícil separarlos. Por otro lado las onomatopeyas y las imágenes auditivas prestan sonoridad a minucias tales como la gota de leche que cae al café”. (Papalini, 206, 36).

En la cita de Papalini se demuestra que el *manga*, la equivalencia oriental del cómic, maneja similitudes y diferencias en cuanto a ciertas normativas del lenguajes, pero sus similitudes son mayores. Esto equivale a decir que el *manga* y el cómic son de un mismo lenguaje pero cada uno maneje una sintaxis y diferente debido en gran medida a rasgos culturales, idiomáticos, etc. Ya que mientras el cómic se lee de izquierda a derecha, el *manga* se lee de forma invertida. Además en el cómic los dibujos son más detallados que en el *manga*, pero las onomatopeyas están más integradas al dibujo en los tabeos orientales, tanto así que forman parte de la ambientación.

En la *Figura 7* se observa una hibridación entre el *manga* y la historieta occidental, y es que un canadiense de ascendencia oriental, Brian Lee O'Malley, propone un cómic que tiene las reglas de lectura de una historieta occidental, pero con el dibujo, la poca definición y las onomatopeyas incrustadas en la gráfica de corte claramente *manga*. Esta hibridación es parte de un proceso de acoplamiento que no toma más de unas pocas páginas digerir, al igual que si se movilizara de un país a otro del mismo habla; al principio solo tendría que empaparse de los referentes, pero el idioma básico es el mismo, la gramática también solo la terminología es lo más superficial y prescindible.



Figura 7: Scott Pilgrim luchando (Lee O'Malley, 2009, 132)

Will Eisner en su libro *El cómic y el arte secuencial* equipara la colocación de las viñetas en una página con la oración en un párrafo [...] “La descripción de la acción de esta viñeta puede ser representada como una oración. Los predicados del tiroteo y la lucha pertenecen a clausulas separadas. El sujeto del ‘tiroteo’ es el bandido y Gerhardt es el objeto directo. Los numerosos calificativos comprenden el adverbio ‘bang, bang’ y los adjetivos de lenguajes visual, tales como la postura, el gesto y las muecas”. (Eisner, 1994, 12).

Como se observó en la página anterior un guionista de historietas, como Eisner quien escribe también sobre ellos, da una clara definición sobre el lenguaje del cómic. Es una revaloración de los signos, ya que no hay nada más cercano a lo tangible en los discursos narrativos que la verbalización, que mejor que esta estructura discursiva para equiparar este nuevo lenguaje y es que el tebeo como ya se ha citado antes es por sobre todo un discurso narrativo.

Para finalizar se infiere que anime y manga, las dos caras culturales de un mismo arte comparte un lenguaje base, una gramática casi inalterada, pero que varía debido a esquemas culturales. La hibridad es posible y se ha visto en múltiples obras, tomando prestado unos de otros, Volviendo a los cómics americanos más parecidos a los mangas, mientras que los japoneses usas personajes de estética europea. Este lenguaje es una forma narrativa efectiva ya que se puede sobreponer en la estructura del discurso verbal.

## 2.8. PSICOLOGÍA DE LOS MEDIOS MASIVOS

Los medios masivos de comunicación son un fenómeno que aparece en el siglo XX, con el invento de la radio, la televisión y más recientemente la internet. Esto presenta una interrogante ¿Cómo afecta a la psique del público la multiplicación exponencial de los canales que retrasmiten la información? Esta información no solo llega sino que bombardea al receptor. Es así como se migra de la audiencia a un concepto inorgánico y mecanizado llamado *masa*.

Carlos Monsiváis en su libro *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina* da su criterio sobre la psicología del *mass media* [...] “La televisión acelera el culto por la sociedad de consumo, que de espejismo adquisitivo se transforma en un mito primigenio. Es inútil resistir a su influjo. Las migraciones se vuelven sedentarias”. (Monsiváis, 2002, 164)

Interpretando las palabras de Monsiváis se puede acceder al siguiente concepto. La televisión, ese medio masivo, acelero la visión de consumismo, ligado a la comodidad del estar en un solo lugar y conocer todo el mundo. Sin embargo esta adquisición es parte de un producto ya esquemático carente de todo criterio de selección. Esta carencia moldea la psiquis embotado del espectador, transformando la ideología del producto televisivo en un dogma.

Continuando con el análisis de la psique de la *masa*, cabe agregar que cuando se expone al medio televisivo, las audiencias pasan no solo a *sedentarizar* su presencia física sino que también detiene la capacidad de criterio, volviendo un receptor pasivo de tendencias presentadas en dichos espacios.

Frederic Munné en su libro *Grupos, masas y sociedades* habla sobre la masa y su psique [...] “fenómeno sociológico cuya unidad viene dada por el hecho de que una pluralidad de personas se encuentran en interacción tal, que pueden reaccionar o reaccionan de una forma más o menos homogénea y simultánea, ante un estímulo común o según un interés compartido, sin llegar a organizarse”. (Munné, 1987, 184).

Munné en la cita anterior da un perfil de la *masa*. Esta es vista como un fenómeno sociológico en donde un grupo de personas expuestas a un mensajes por un determinado sector mediático homogenizan los criterios, actuando bajo un estímulo común, que regularmente no reacciona a favor a en contra de lo aprehendido sino que lo suma a sus modelos de comportamiento. De esta forma la *masa* se convierte en un núcleo instintivo que se deja guiar por la información esquematizada, ya que no necesita más información.

En la siguiente tabla se observa la percepción del público ante la información de la influenza AH1N1 dada por el gobierno mexicano en el año 2009.

**Cuadro 3**  
ELIJA UNA RESPUESTA

Propuesta	Sexo					
	Mujer		Hombre		Total	
	núm.	%	núm.	%	núm.	%
El gobierno informó de manera correcta sobre la influenza	21	10.5	25	12.5	46	23
La influenza fue más grave que lo que informó el gobierno	18	9	17	8.5	35	17.5
La influenza fue menos grave que lo que informó el gobierno	38	19	33	16.5	71	35.5
La influenza no existe y fue un invento del gobierno	23	11.5	25	12.5	48	24
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

Elaboración propia con base en la encuesta realizada sobre la influenza en 2009.

Tabla 1: Tabla percepción (Fernández, 2012, 209).

En la tabla anterior se observa como la percepción del publico esta homogeneizada, esto gracias a la *escandalización* de la noticia. Esto se puede notar en los patrones de respuesta, ya que el treinta y cinco punto cinco por ciento (35.5%) del público encuestado cree que la influenza fue menos grave de lo que las noticias informaron. El segundo rubro en porcentaje, con un veinticuatro por ciento (24%) dice que tal virus no existió y todo es un invento

del gobierno. Esto muestra que la propagación de la noticia se da en gran medida dividida a las posiciones que cada medio de emisión muestren y no por un proceso de discernimiento del receptor.

Pablo Nocera en su ensayo *Masa, público y comunicación* habla sobre la psicología en los *mass media* [...] “El *periódico* es la expresión material paradigmática de ese vínculo cuya dinámica es la de un ‘contagio visible’. La ‘sugestión a distancia’ de los individuos que forman parte de los públicos, es la resultante de un proceso social, en el que los intercambios de intensidad mayor –copresencia física– han quedado como parte de un pasado en la evolución mental de las sociedades. Para Tarde, aquello que Le Bon y Sighele denominaban multitud, es una realidad que ha perdido protagonismo en los tiempos que corren. El público es el formato característico de las sociedades donde los nexos se construyen como forma de solidaridad, sino más bien como comunicaciones impersonales de frecuencia y regularidad suficientes”. (Nocera, 2008, 152).

Para Nocera el *mass media*, representado en este caso por el periódico, funciona como un virus cuya propagación es el *contagio visible* y el síntoma es *la sugestión a distancia*; de un grupo de personas que tiende a formar una mente colmena. Ya no hay interacción física; los nexos no se dan por empatía, gustos o sentimentalidad; lo más importante es la regularidad y veracidad de la información dada. La sociedad se ha vuelto un *ping*.

La llegada de los medios de masas cambió por completo las estructuras de pensamientos de los receptores de noticias, los vuelve una especie de mente colmena que reaccionan a un estímulo en común. La *masa* es un receptor pasivo que se deja instruir por los medios comunicativos y volver la información un espectáculo ayuda a anestesiar el cuestionamiento de los espectadores. Los medios masivos han vuelto al público una máquina de transmitir información sin la capacidad de procesarla; una ente que comunica un orden.

## 2.9. PSICOLOGÍA DEL CÓMIC

El cómic es un arte y como tal está movido por una pulsación vital; algo que tanto Platón como Aristóteles analizaron en la Grecia Clásica y lo reconocieron como la mimesis, esa intención de trasladar el plano real como un relato ajeno a la verdad que se presencia. Pero regresando a la época actual, se observa que estos textos culturales están movidos por la necesidad de comunicar imaginarios, representaciones desenfocadas de una materialidad vivida por cada uno, o por lo menos deseada. Estas híper-realidades responden a discursos ideológicos que no siempre son compartidos por las hegemonías comunicativas.

Dentro de estos, se puede observar caracteres creados a partir de modelos marginales que, poco a poco toman un el *inconsciente colectivo*. También se ve a personajes que en un determinado lapso temporal representaron los valores tradicionales y lo exótico, pero el desgaste sociocultural hizo que algunos fenecieran en el intento de encapsular y defender su época como en el caso de Dick Tracy; y más bien otros tuvieron que adaptarse a las nuevas tendencias sociales, como ejemplo se observa la transformación del Capitán América de figura bélica de la Segunda Guerra Mundial a conciencia nacional americana, que en algunas ocasiones no concuerda con las políticas del Gobierno.

Roman Gubern en su libro *La máscara de la ficción* explica. [...] “La capacidad mitopoética del hombre, que tiene su sede dominante en el hemisferio derecho de su cerebro (hemisferio emocional), ha de modular su productividad imaginaria en función de los retos de sus cambiantes circunstancias ambientales y sus diversos contextos culturales y de ahí deriva su labilidad y su funcionalidad en relación con las características de cada época y cada sociedad. Al fin y al cabo las ficciones son proyecciones delirantes que nacen de la convergencia del imaginario de cada autor con la receptividad selectiva de la sociedad en que vive y sus personajes no son más que fantasmas que propone a su entorno, de manera que, si poseen una funcionalidad gratificadora

en relación con las expectativas latentes en su tejido social, prosperan y se consolidan. En caso contrario mueren”. (Gubern, 2002, 10).

La propuesta de Gubern es una explicación fisiológica de la capacidad de desarrollo de los relatos. Agrega también el carácter de la función *mitopoética* que define a la ficción como proyecciones psíquicamente alteradas de una realidad vivida por el autor, estas están apoyadas por referentes socioculturales que pueden en menor o mayor escala ser interpretadas de una manera efectiva por el receptor de estas viñetas. Los personajes que están en el interior de estos constructos son marionetas bañadas con una dosis de significancia que sirve para cumplir un propósito en el tejido de este entramado argumental, caso contrario caduca.

En su artículo; *Psiquiatría y censura en el cómic estadounidense. Fredric Wertham y la seducción del inocente*; Francisco Pérez dice lo siguiente. [...] “En Estados Unidos los cómics eran un medio de expresión interclase, intergeneracional e incluso interracial desde que comenzaron a publicarse en los periódicos hacia 1895. Pronto se hizo muy raro el diario que no publicaba un suplemento con historietas que leía toda la familia. La consecuencia es que el cómic se convirtió en un vehículo de ideologías (...) Esta tendencia motivó que el cómic contase con muchos detractores entre las clases dominantes que los contemplaban como un elemento desestabilizador, perturbador e incluso antipatriótico, puesto sin recato alguno al alcance de los más jóvenes, así como de los sectores más desfavorecidos de la sociedad”. (Pérez, 2009, 302-303).

Pérez analiza el controversial libro *La seducción del inocente* del psiquiatra Fredric Wertham y saca las siguientes conclusiones: las historietas eran una herramienta de integración de clases, generacional e incluso interracial, así era desde sus inicios y en la década del cincuenta se acentuó más. Los cómics se convirtieron en un modo de transmitir ideologías a través de la metaforización de lo circundante y esto trajo muchos detractores de lado de los discursos hegemónicos, los cuales tachaban a estas ideas de desestabilizadoras o antipatrióticas porque mostraban las falencias del sistema a los más jóvenes y

desfavorecidos, dándoles así otras opciones no apegadas al canon de la época.

Francisco Pérez en su artículo *Moulton Marston: polígrafos, cómics y psicología de la normalidad* habla sobre las motivaciones que llevaron a crear a la Mujer Maravilla. [...] “El primer informe psicopedagógico de Marston, una vez revisadas las publicaciones de All-American, era conciso y contundente en las cuestiones finales que realizaba para invitar a la reflexión del editor: ¿Por qué prácticamente todos los héroes del cómic son varones? ¿Por qué no se estimula en las chicas las mismas motivaciones que en los chicos? A decir verdad Gaines, que nunca había pensado que un personaje femenino pudiera convertirse en un negocio sustancial, se mostró intrigado por estas cuestiones que tampoco se había planteado y pidió a su nuevo asesor que desarrollara el concepto. El resultado fue Wonder Woman, la heroína *feminista* por antonomasia”. (Pérez, 2010, 161).

Pérez, en la cita anterior demuestra que la creación de la Mujer Maravilla se dio por motivos netamente psicopedagógicos, pues no veía a este como un negocio sino como una forma de incentivar al rol de la mujer durante la Segunda Guerra Mundial. Pero este no es único caso y ya que con la resurrección del Capitán América se configura toda una nueva psiquis del personaje y con ello una nueva forma interacción entre los códigos y valores morales, psicológicos y pragmáticos envueltos en la ficción y su recepción.

Y es que tanto, *Wonder Woman* como *Captain America* son creaciones bélicas, figuras diseñadas para exacerbar el patriotismo en tiempos de guerra. La una no cambió mucho con los años y ya sea contra alemanes, comunistas, terroristas o supervillanos, representará los valores de la Vieja América y es por eso que sus personajes fluctúa entre la poca popularidad y la nostalgia de un pasado añorado. Él no pudo con los comunistas y se reinventó como un soldado que se despoja de sus inicios bélicos y se convierte en una especie de conciencia americana, no en aquel que escucha al gobierno, sino el héroe que escucha al pueblo y sigue lo que cree, más no lo que se le ordena; en pocas palabras el verdadero espíritu americano.

La psicología del cómic es la intencionalidad enmarcada en cada una de las acciones que atraviesan la narración, pues cada uno de los personajes, cada uno de los hilos argumentales son un pretexto para enviar un mensaje. Pero estos no deben ser del todo claros, ya que, no se quiere comunicar una realidad, o por decirlo de otra manera no la realidad cotidiana, sino que, mediante la mimesis propuesta por Aristóteles transformar estas aprehensiones del autor en una visión caótica y complejizada, una objetividad solo prevista en la psiquis del emisor y que puede ser decodificada por cierta cantidad de receptores.

## 2.10. NUEVAS TENDENCIAS EN EL ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL CÓMIC

Antes de desarrollar un análisis estructural del cómic se debe definir el tipo de lenguaje usado para estructurar el texto: este es un híbrido entre texto y gráfico. Una vez definido el sistema signico, que es la génesis de esta disciplina, se sabe que se puede llegar a diseccionar como a cualquier otro texto verbal, claro está, transmutando el lenguaje mixto en lenguaje verbal. El análisis estructural es la herramienta que examina la efectividad de los discursos y como este muestra un mensaje ideológico, que se recepta de manera más o menos efectiva si la esquematización de la ficción maneja códigos efectivos para el público al que está dirigido.

Cuñarro y Finol en su artículo *Semiótica del cómic: códigos y convenciones* dice del lenguaje del cómic. [...] “Los códigos gráficos son convenciones formalizadas aceptadas tácitamente por la comunidad que las utiliza y así, al universalizarlo, se posibilita una lectura común de los mismos. En este sentido, el cómic retoma técnicas y formas de otras artes como la fotografía, el cine y la pintura, para transformarlas de acuerdo con sus necesidades, otorgándoles diversas dimensiones semióticas”. (Cuñarro y Finol, 2013, 268)

En la cita anterior Cuñarro y Finol definen que, el sistema usado en los cómics está conformado por un código mixto que usan no solo la verbalización, sino también otras varias técnicas del lenguaje visual y audiovisual. Estas convenciones para ser efectivas deben ir dirigidas un público que acepte los significantes y el pacto ficcional implícito para que el mensaje sea eficiente. Aun así la polisemia propia de los segundos niveles lingüísticos causará variaciones en la dimensiones de significación; a lo que el análisis estructural responderá tomando el referente más fuerte y de mayor aceptación dentro de la percepción en el proceso comunicativo y de recepción.

Siguiendo con el texto de la cita anterior, este dice sobre la narrativa del cómic. [...] “Existen diversas formas de narrar en un cómic: a través del narrador, es decir en estilo indirecto (en primera o tercera persona) que generalmente se presenta en los cuadros denominados didascálicos, y generalmente cumple la función de anclaje o conmutación; en estilo directo, a través de las voces y diálogos de los actantes expresados con globos de texto, mediante sonidos o a través del silencio; también es posible incluir una melodía dentro del universo acústico que se ofrece al lector”. (Cuñarro y Finol, 2013, 284-285)

La forma de narrar las historietas es igual a la narrativa textual: usando tiempos, narradores y hasta voces diversas. También se observa la narrativa directa: usando diálogos, que en este lenguaje se grafican como globos de diálogo, que hace uso de un narrador en *off* que viene graficado como cartuchos en las viñetas, etc. La estructura del texto está dada por un correcto uso del lenguaje híbrido y su efectividad se medirá por el correcto uso de los tiempos, las voces narrativas y el trazo gráfico; si es manga, tebeo, cómic o *cartoon*.

En el estudio *Narrativa y videojuegos* se dice de la narrativa. [...] “Tomando los aportes de Bruner que entiende la narrativa como un proceso que da forma a las cosas del mundo real, que muchas veces llegan a imponerse por sobre esa realidad. La narrativa construye el universo imaginario de realidades que parece superponerse a la realidad misma. Sitúa al lenguaje como el principal instrumento en la tarea de domeñar las expectativas desvanecidas y los proyectos que han fracasado por los errores humanos a través de una dialéctica que historiza relaciones en el tiempo pasado y presente entre lo que se esperaba y lo que sucedió en el orden de lo imprevisto”. (Gianni; Schiavello y Paz, 2008, 3)

Abordar la narrativa y su función en el *inconsciente colectivo* es un proceso necesario ya que de eso se podrá medir la recepción y la percepción infundada por la ficcionalidad. Las narraciones, en ciertas ocasiones, toman el lugar de la realidad o por último las reacomodan de tal modo que envíe un mensaje camuflado como una historia ficticia que emite ciertos valores o antivalores. Esta narrativa es un mensaje, un anhelo, un reclamo, etc que se encuentra en una segunda capa del discurso. La efectividad del discurso se mide por como

esta dialéctica historizada afecta al público cambiando las percepción sobre la sociedad y aceptando el mensaje implícito en el discurso.

Pavĺına Feríkov en su tesis *Mafalda, relaciones entre imagen y palabra. Análisis del discurso del cómic* dice [...] “Analizando el texto, observamos los enunciados e igualmente la organización del texto en párrafos que también contribuye a crear el mensaje, tiene un papel informativo. El caso del cómic no es tan diferente. Toda la organización de las viñetas, tipo de letra o su color, cambia la percepción y así tiene parte en la formación del mensaje. Además, la dificultad para cualquier análisis es la cuestión de la subjetividad que está muy presente en cada enunciación asimismo la relación sociológica tiene una influencia muy importante y está considerada como un lenguaje”. (Feríkov, 2010, 19).

El análisis de los cómics, como propone la cita anterior, no es diferente al análisis de textos literarios, de textos visuales, etc., pues solo se necesita definir las variaciones en el lenguaje, las funciones de cada uno de los signos lingüísticos y la forma en que estos signos se agrupan para crear discursos. La mayor dificultad para este análisis es la polisemia de los símbolos comunicativos; este punto se descifra examinando la relación sociológica entre *emisor-mensaje-receptor*, y cómo el canal acentúa (o no) la intensidad y efectividad de la recepción.

En la *figura 8* se aprecia un claro ejemplo de la hibridación entre lo visual y lo verbal, ya que cada una de la viñetas cuenta con dialogo y onomatopeyas que ayudan a la creación de una narrativa fluida, las líneas cinéticas, y la forma de las viñetas crean una ilusión de continuidad de movimiento; pero esto es un fenómeno que el lector sufre al querer completar el movimiento que se pierde en cada viñeta y que Scoot McCloud denomina *clausura*. Pero tanto los imágenes, las onomatopeyas, la forma de la viñetas; toda esa información que luego sera convertida en imágenes primero debe se estructura en un guion literario para que el mensaje tenga un mayor impacto comunicológico, caso contrario las viñetas no tendran la continuidad debida y por ende la narración pierde calidad.



Figura 8: X-Men Origenes #1. (Marvel, 2011, 62)

El lenguaje del cómic es una mixtura entre texto verbal y visual, tan engarzado que no se encuentran las fronteras entre estas categorías. Este texto maneja un código propio, y una vez que se regulan las convenciones sociales en las que se moverá este nuevo sistema de signos se analizará la estructura de este, tomando como modelo el análisis de la estructura narrativa de un texto escrito, pero transmutando dichos elementos a la realidad discursiva; voces narrativas vistas desde globos de textos o didascalias para señalar el narrador directo e indirecto respectivamente; si la narración es cronológica o hay saltos temporales, etc.

Finalmente este análisis dará como eficiente la estructura discursiva si el mensaje creado en la segunda capa del texto ha promulgado una reflexión en torno a la narración y los elementos del mensaje; un cambio de valores, el crecimiento del sentimiento nacionalista o el reconocimiento de una hegemonía comunicativa y el reconocimiento y exaltación de un discurso desde la otredad.

## **CAPITULO 3**

### **3. MARCO METODOLÓGICO.**

Para esta investigación se tomó como paradigma metodológico el Enfoque Interaccionista ya que se analizó cómo los elementos del discurso influyen en los cómics seleccionados.

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Esta investigación es de tipo descriptiva ya que analiza la estructura de los guiones literarios de cómic con el fin de demostrar que el correcto andamiaje de estos da mayor efectividad a la transmisión de un mensaje.

#### **3.2. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**

La correcta estructuración de un guion literario antes de la creación de un cómic, tomando en cuenta los contextos comunicológicos de lo universal y lo nacional, y el equilibrio entre el lenguajes visual, textual y del cómic, dará como resultado que este producto tenga mayor efectividad a la hora de comunicar un determinado discurso.

##### **3.2.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES**

En esta sección, según las normas de investigación, se ubicarán las conceptualizaciones de reconocidos autores y su percepción de las variables que redirigirán el siguiente trabajo de investigación.

Para Teun Van Dijk la función Análisis crítico del discurso es conceptualizada de la siguiente manera [...] “No se trata sólo de un análisis descriptivo y analítico, es también un análisis social y político. Esto significa

que como investigadores tenemos una tarea importante con la sociedad: dilucidar, comprender sus problemas, y el A.C.D. (Análisis Crítico del Discurso) se ocupa más de problemas que de teorías particulares.” (Van Dijk, 1999, 23).

### 3.2.2. DEFINICIÓN REAL DE VARIABLES

En este apartado se definirá de una forma real la variable de *Análisis Crítico del Discurso*.

El *Análisis Crítico del Discurso* es una disciplina que estudia las estructuras discursivas y su orientación está dada por la disección de la composición del guion literario para definir sus efectos comunicológicos de su producción en los cómics *Ficcionalica* y *Cómic Book* de José Daniel Santibañez y *Rocko* de Erick Álava Sayer.

### 3.2.3. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM
Análisis Crítico del Discurso.	Estructuras discursivas	Estudio de significación textuales	Desde lo visual
			Desde lo literaria
			Desde el cómic
		Formas discursivas que se perciben en el texto	Retórica visual
			Retórica literaria
			Retórica del cómic
		Aproximación a los lenguajes usados	Predominio del lenguaje visual
			Predominio del lenguaje textual
			Predominio del lenguaje híbrido

			del cómic	
Comunicación legible y aceptable	Comunicación visual		Íconos nacionales	
			Iconos universales	
			Iconos irreconocibles	
	Comunicación literaria		Referentes dialecticos nacionales	
			Referentes dialecticos universales	
			Referentes dialecticos desconocidos	
	Recepción del cómic		Dibujos estilo manga	
			Dibujos estilos comic	
			Dibujo tipo caricatura.	
	Teoría social	Relación entre lenguaje y sociedad		Ecuadorianismos
				Anglicismos
		Articulación entre cultura y lenguajes		Metalinguaje
Cruce entre referentes nacionales y universales			Referentes nacionales	
			Referentes universales	
			Referentes desconocidos	

### 3.3. DISEÑO DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la obtención y análisis de la información obtenida en esta investigación se desarrolló bajo un diseño no experimental transaccional descriptivo, ya que este método permitió la observación en un determinado tiempo, en un grupo focal

específico de las dimensiones; estructura discursiva, comunicación legible y aceptable y teoría social; que cruzan la variable Análisis Crítico del discurso en los comics Ficcional, y Cómico Book de José Daniel Santibañez y Rocko de Erick Alava Sayer.

Mediante este diseño se pudo observar en los textos citados; la calidad de la estructura discursiva, su caridad y la carga de teoría social que poseen, con el fin de analizar las características comunicológicas fundamentales en su discurso visual y narrativo.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

Esta investigación tiene una selección de muestras no probabilísticas por cuotas, ya que se dividió los grupos para responder a ciertos criterios del investigador.

Se define como una investigación no probabilística a lo siguiente [...] “éste método no es un tipo de muestreo riguroso y científico, dado que no todos los elementos de la población pueden formar parte de la muestra, se trata de seleccionar a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando que la muestra sea representativa. Es decir, los elementos de la muestra son seleccionados por procedimientos al azar o con probabilidades conocidas de selección” (Sampieri. Collado, Lucio; 2008; 56)

El muestreo no probabilístico por cuotas se escogió debido a que el objeto de investigación será cotejado desde diferentes aristas; desde situaciones comunicológicas, configuraciones semióticas y representaciones sociales de sus discursos; y cada uno de estas categorías aportaron características de análisis únicas para el estudio.

### **3.5. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Esta investigación tuvo un enfoque interaccionista puesto que se puso de manifiesto el cómo los elementos discursivos de los guiones literarios de los comics afectan el producto literario final.

### **3.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

En el presente trabajo de investigación de una vez desglosadas las variables en sus respectivas dimensiones, indicadores e ítems, el siguiente paso fue la selección de las técnicas de investigación para el procesamiento de los datos obtenidos del público muestral.

Las técnicas seleccionadas fueron las siguientes:

- **Investigación Bibliográfica:**

Esta investigación mantuvo su sustento teórico a través de textos científicos, filosóficos, analíticos y sociales, con un alto contenido conceptual que permitieron obtener mayores recursos sobre este estudio.

- **Investigación Documental (Cómics):**

Porque son la unidad de observación: *Ficciónica y Cómica Book* de José Daniel Santibañez y *Rocko* de Erick Álava Sayer.

- **Entrevista Abierta**

Se realizó una entrevista abierta para obtener amplios conocimientos de los expertos en el tema tratado y de la opinión crítica de los autores del texto.

- **Escala de actitud de información**

Se usó esta técnica con el fin de medir la efectividad en ciertas variables como las de la comunicación visual.

- **Escala de Liker**

En esta técnica se pudo medir mediante indicadores la efectividad de una variable.

- **Entrevista semi-estandarizada**

Se realizó una entrevista semi-estandarizada para obtener amplios de forma cuantitativa y cualitativa conocimientos más concretos el tema tratado de parte de expertos y de los autores del texto.

- **Cambio de rol.**

Mediante esta técnica se solicitó a los expertos que ocupen el rol de autores para poder con otras técnicas contrastar información y criterios.

- **Test proyectivo gráfica.**

Se usó para crear gráficos de escenarios ideales de los objetos de estudio para obtener criterios cualitativos y cuantitativos.

- **Unidad de observación.**

Se solicita a los expertos que observen los textos y hagan un conteo de los signos expresados en la variable para tabular su aparición y efectividad comunicativa.

- **Escala de intensidad Thurstone.**

En esta técnica se pudo mediante la opinión directa de los expertos la efectividad de una variable de una manera cualitativa.

- **Entrevista estandarizada**

Se realizó una entrevista estandarizada para obtener de forma cuantitativa y cualitativa conocimientos definidos por el entrevistador; sobre el tema tratado; de parte de expertos y de los autores del texto.

- **Escenario Ideal.**

Con esta técnica se pudo medir como los autores y los expertos conciben un escenario ideal. Obteniendo resultados cuantitativos y cualitativos.

## CAPÍTULO 4

### 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Desde este apartado se observa el tabulado que arrojó el trabajo de campo. Teniendo como principal soporte la operacionalización de la variable (Dimensión, Indicador y Desarrollo de la técnica) y su correcto estudio usando las bases teóricas y metodológicas dadas en capítulos anteriores.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**

**Dimensión: Estructuras discursivas.**

**Indicador: Estudio de significación textuales.**

**Técnica: Entrevista Abierta.**

En este apartado del análisis se observó cómo los autores de las obras escogidas explican las motivaciones que los llevaron a usar discursos determinados. Daniele Barbierie su libro *los lenguajes de cómic* habla sobre el texto en las historietas y dice que ellas (las palabras) contenidas o no; discursos u onomatopeyas; son importantes por el aspecto gráfico final y el ritmo de narración que se le da a la hoja.

Como lo expresa el párrafo anterior el texto forma parte importante a la hora de analizar una página de cómic así lo deja claro José Daniel Santibáñez, autor de la obra *Ficciónica* “Aunque uno puede diseñar una página de acuerdo a lo que sucede en la historia, siempre se debe tomar en cuenta que el cómic es una fusión de imagen y texto, y que el cómic debe ser “leído” en ambos niveles. De otra manera, no hay ritmo en la narración”.

Y es que esta significación textual difiere no solo en lo que dice sino también en cómo se grafica las letras, los globos de diálogos, las onomatopeyas, etc. como ejemplo tenemos la siguiente viñeta:



El autor de la obra *Ficciónica* define el uso del lenguaje textual de la siguiente manera: [...] “La función del texto, en esta página, es complementar lo que está sucediendo visualmente. En los últimos dos paneles, el ladrón habla en voz alta (algo que no hacemos en la vida real), un recurso algo insulso, que ya no se utiliza, para dar información al lector de la reacción del personaje”.

Es así como se puede concluir que para el autor; el texto tiene una gran importancia, no solo en lo cuerpo textual, sino también en la estructuración visual de cada una de las viñetas, ya que al fundirse con la imagen forma parte de análisis visual.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**

**Dimensión: Estructuras discursivas.**

**Indicador: Estudio de significación textuales.**

**Técnica: Bibliografía.**

[...] “Este proceso se establece cuando existe un sujeto agente, un mensaje, un medio de transmitirlo y un sujeto receptor. En el caso de la teoría de la imagen, el mensaje que intervenga tendrá que ser visual, y los restantes elementos del proceso deberán adecuarse a la naturaleza del fenómeno icónico”. (Casasús, 1979, 37).

Las significaciones textuales en las obras fueron analizadas tomando tres puntos de vista: el netamente literario, que se orienta el significante; desde lo visual se analizó todo tipo de información dada por la propia imagen; finalmente desde el lenguaje propio del cómic, se buscó saber si el texto y los gráficos se ajusta a la narrativa visual propia del cómic.

En cuanto al análisis netamente literario se pudo observar que los discursos desde su significado pueden o no redundar en la información, ya que la imagen también comunica. En el caso de *Rocko* según palabra de su autor; no tendría sentido sin el texto, pues es en los globos donde se resuelven las situaciones.

*Ficcional* busca una estabilidad, ya que en algunas ocasiones vemos paneles sin una palabra mientras que en otras lo textual es preponderante, todo esto con el fin de abonar en la narrativa.



Desde lo visual se pudo observar que en las obras analizadas las imágenes ciertamente están cargadas de información. En la obra de Santibáñez se identificó paneles que solo contenían imágenes, pertinentes en la narrativa de la historia. En la de Álava en cambio se notó que la información gráfica siempre necesitaba del texto para tener un sentido completo.



El lenguaje híbrido del cómic busca saber si tanto gráficos, textos, como herramientas propias del este género están en perfecta armonía. En el caso de *Ficciónica* se puede decir que tal vez una organización más novedosa de las viñetas y un discurso textual más acorde al lugar donde se sitúa la acción eran

necesarios. En *Rocko* se observa que las viñetas, imagen y diálogos tienen una perfecta correspondencia.

En conclusión tanto imagen, texto y la forma de las viñetas, se pudieron medir por separado. Pero es cuando se las toma como un todo, un solo lenguaje mediado por las imágenes, ya sea la fuente de los textos, referentes visuales en el fondo o la estructuración de los globos. Toda esta mezcla de elementos aparecen interrelacionadas en una historieta, ya sea por la capacidad de comunicarse y retroalimentarse entre ellas, como la capacidad de que unidas todos comuniquen un poderoso mensaje.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**

**Dimensión: Estructuras discursivas.**

**Indicador: Formas discursivas que se perciben en el texto.**

**Técnica: Escala de Likert.**



Para la constatación del indicador formas discursivas que se perciben en el texto se hizo uso de la imagen inferior y mediante las teorías que se observó en el capítulo dos se realizó un análisis con los parámetros de la escala; dando como resultado lo siguiente.

En cuanto a la imagen se observó que los textos son competentes con las acciones narradas, pero existe un exceso de diálogo. Esta falencia es recurrente en esta obra, no así en *Rocko* que no muestra tanto exceso de diálogos.

En cuanto a la retórica visual en esta hoja se encontró que tiene su discurso es efectivo, predominante y altamente comunicativo. Esto se puede decir de toda la obra del autor y comparte esta característica con la otra obra analizada.

En cuanto al lenguaje propio del cómic la hoja presento una fuerte connotación comunicativa tanto visual como textual pero una fusión a ratos inestable entre ellos. Esto ocurre en ciertos pasajes de esta obra. Por otro lado La obra de Álava presenta una correcta interrelación discursiva entre imagen y texto que da una situación narrativa completa.

Dentro de los textos se puede observar formas discursivas en mayor o menor medida, algunas en su correcta mezcla, otras en las que el exceso o la falta de una de los lenguajes debilitan la efectividad comunicativa.

En general se observa el lenguaje textual que da los diálogos, el visual que presenta los escenarios, la narración de acciones y soporta la trama y el lenguaje de historietas que es el principal pues se sirve tanto de texto como imagen y los moldea con recursos propios que deben catalizar la efectividad comunicativa de los dos lenguajes anteriores.

Variable: Análisis Crítico del Discurso.

Dimensión: Estructuras discursivas.

Indicador: Formas discursivas que se perciben en el texto.

Técnica: Entrevista semi-estandarizada.



Existe una gran cantidad de lenguajes usados y percibidos por el ser humano. En la génesis de las obras analizadas, los autores estructuran diversos lenguajes para ser receptados por los lectores. La efectividad comunicológica se da siempre y cuando estos lenguajes estructurados son correctamente recibidos y decodificados por los lectores.

[...] “El texto es de suma importancia, ya que un cómic debe ser leído, no solamente visto. Y tanto el texto como la imagen tienen igual peso. Si el arte es malo, no provoca leer el cómic. Si el texto es malo, el arte tampoco lo salvará”.  
José Daniel Santibáñez

Lo que el autor expresa en la cita anterior demuestra que los lenguajes usados; visuales y textuales; sufren una codependencia. Si las intenciones comunicativas no son planificadas de una forma tal que se mantenga un equilibrio entre texto e imagen; el documento no comunicara el discurso de forma efectiva.

En la figura al inicio del texto se observa como la planificación de un año del cómic *Ficcionica*, al que pertenece la imagen, dan como resultado una página equilibrada. En el cual el texto ocupa menos espacio que la imagen pero su carga significativa es igual. Esto se aprecia por las onomatopeyas que dan sonido y sentido a la imagen, También se observa un pequeño diálogo que complementa la última viñeta.

Se observa como las formas de la letras comunican, pues a sonidos grandes, letras grandes. Finalmente la forma de la letra es acorde con el estilo de dibujo, esto funde texto e imagen en un solo discurso textual y una Forma discursiva nueva y fuerte.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Estructuras discursivas.**  
**Indicador: Aproximación a los lenguajes usados.**  
**Técnica: escala de intensidad cambio de rol.**

Algo muy importante a la hora del análisis es el imaginario del público, sobre lo que el autor pensó a la hora de estructurar su obra. Aquí se tomó la opinión de Alfredo García, Presidente del Cómic Club de Guayaquil y Mauricio Gil, director y docente de la escuela del cómic. Estos como Lectores expertos y difusores de historietas.

[...] “La esencia misma del comic es la combinación de gráficos y texto en las viñetas; es lo que le da su particularidad, a más de la secuencialidad”. Alfredo García.

Mientras Alfredo García siente que los lectores del medio se enfocan más en lo visual; Mauricio Gil como docente cree que es una mezcla entre lo visual y lo textual. Pero ambos están de acuerdo que, como autor, se debe dar igual importancia a lo visual y a lo textual. También se observa que lo que más se debe trabajar, para innovar o clarificar el mensaje, es la estructuración y división de viñetas.

Para concluir, texto e imagen, unidos; forman un binomio a la hora de la preparación del guion literario, esto según el imaginario de los lectores. La estructuración de las viñetas, su división correcta, oportuna o novedosa ayuda a la narrativa del texto.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Estructuras discursivas.**  
**Indicador: Aproximación a los lenguajes usados.**  
**Técnica: Escala de Likert.**

En el análisis de los lenguajes usados, se pidió la opinión de Mauricio Gil como docente y catedrático de la escuela del cómic. Se analizó por separado la obra *Ficciónica* y *Rocko*.

En cuanto al lenguaje visual, el catedrático indicó que en la obra de José Daniel Santibáñez tiene una gran importancia sin ser lo más importante. En cambio en la obra de Erick Álava la importancia baja un poco pero sigue teniendo preponderancia.

En cuanto al lenguaje textual los resultados se invierten y la primera obra el texto es importante en menor medida, mientras que en la segunda el texto es lo que sobresale por la imagen.

Finalmente Mauricio Gil dice que el complemento entre texto e imagen crea un nuevo lenguaje híbrido asignado al cómic.

Para concluir vemos como en la obra *Ficciónica* la imagen, tal vez por su realismo y calidad artística es un poco más importante que el texto. Mientras que en *Rocko* lo importante es el texto, ya que al ser caricaturas de situación lo que se dice es un poco más importante que lo que se muestra. Pero estas dos obras se enmarcan en un lenguaje híbrido y flexible que las rige.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Comunicación legible.**  
**Indicador: Comunicación visual.**  
**Técnica: Escala de Actitud de información.**

Para esta técnica se analizó las obras tomando en cuenta la siguiente cita [...] “Queda claro que el encuadre sustrae a una imagen: todo aquello que queda fuera de sus bordes. Pero es preciso tener presente que al eliminar ciertos objetos, o unas figuras, al dejarlo fuera se elimina asimismo *la correspondencia* que tiene con ello los objetos”. (Barbieri, 1993, 135).

Tanto en la obra de Santibañez como la de Álava se analizara los planos, siendo uno poco efectivos y diez muy efectivos. También se analizara si existe información redundante; es decir si imagen y texto comunican un misma información.

En la obra de José Daniel Santibáñez se encontró una gran efectividad en los planos visuales, obteniendo una calificación de diez. Esto se podría deber a la formación profesional del autor, ya que es diseñar gráfico. También se presume que tiene un gran peso su basta lectura de cómics.

En el caso de Erick Álava Sayer; su obro presente una efectividad de ocho que tiene una alta efectividad pero no completa. Esto se debe al estilo que imprime el autor, ya que al ser historietas de situación, el diálogo es el catalizador que da un perfecto cierra a la narración humorística.

En cuanto a la redundancia en la información visual, *Ficciónica* se calificaría sobre un siete. Esto debido a que si bien no presente redundancia entre la información que da la imagen y la que da el texto; la sobrecarga de texto en algunas viñetas sobrecarga de información al lector y afecta el proceso comunicativo.

Por otro lado *Rocko* es calificado con un 9 ya que sus imágenes presentan casi nula redundancia. Esto en gran medida se debe a que el dialogo es corto, en algunos casos contradictoria con lo que representa la imagen, esto con el fin de causar humor.

Se concluye que la comunicación visual en las obras es muy efectiva, en el caso de *Ficcionica* tiene imágenes pertinentes pero la sobrecarga de texto hace un efecto de falsa redundancia informativa. En el caso de *Rocko* sus planos no son tan elaborados; algo propio del estilo humorístico; pero sus redundancia de información es casi nula.

Desde el punto de vista comunicativo el perfecto encuadre de la imagen y la complementariedad entre imagen y texto hace efectivo el discurso visual.

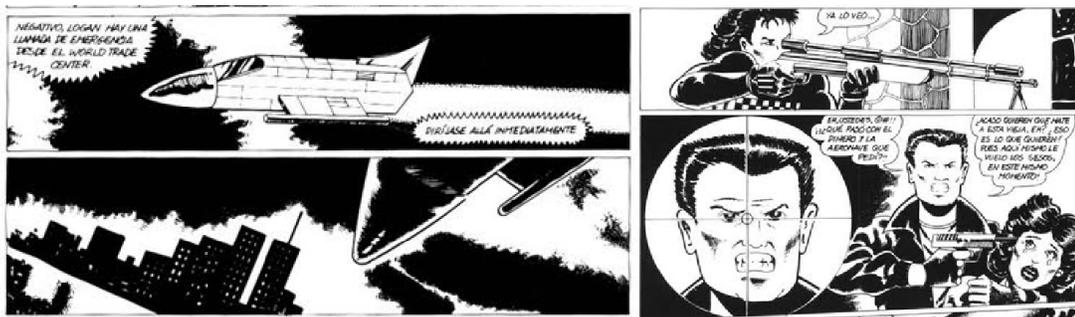
**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Comunicación legible.**  
**Indicador: Comunicación visual.**  
**Técnica: Unidad de observación.**

En la obras analizadas existen gran cantidad de referentes visuales, y de acuerdo a lo que se desee narrar estos aparecerán, o se creara desde la nada para cumplir con la función de comunicar una idea.

En el caso de *Ficcionica* podemos encontrar muchos referentes nacionales, ya que la mayor parte de estas historias ocurren en Guayaquil. Así pues tenemos lugares como; El Palacio Municipal de Guayaquil o la torre morisca. Pero también otros elementos, como el modelo de buses de la época. En la obra *Rocko* no existe un referente visual nacional explicito, este se lo infiere a través de los diálogos.



En Cuanto a los referentes universales, para la primera obra se puede observar que están en la mayoría de las viñetas. Desde autos, pasando por apartamentos; pero se puede ubicar tanto lugares; como New York, esto gracias a una vista de las Torres Gemelas. También podemos ver estos referentes en situaciones como los puntos de mira o el vehículo aéreo que usa uno de los protagonistas.



En La obra de Álava se encuentra muchos referentes universales, estos si no se puede catalogar como, ecuatorianos, estadounidenses, etc. pues se lo puede encontrar en cualquier parte del mundo, este es el caso de los personajes, su configuración o los lugares donde se desarrollan las historias.



Se puede decir que en ninguna de las dos obras se encuentran referentes desconocidos ni signos o figuras inventadas que abonen en el relato.

En conclusión podemos observar que las diferentes viñetas están conformadas por varios referentes, en el caso de La obra de Santibáñez una mezcla entre nacionales y universales. *Rocko* maneja más los referentes universales ubicando a los personajes en cualquier escena rockera de cualquier ciudad del occidente. Y esto si se estructura de forma correcta ayuda a crear una comunicación efectiva a la hora de narrar.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**

**Dimensión: Comunicación legible.**

**Indicador: Comunicación literaria.**

**Técnica: Unidad de observación.**

[...] "Vuelve a tu infierno' es una expresión propia de cultura cristiana". Cecilia Ansaldo

Dentro de las obras estudiadas se puede observar tres tipos de referentes de lenguajes; nacionales, universales y por último neologismos.

En cuanto a los referentes nacionales la entrevista pudo observar palabras coloquiales. Para los referentes se pudo observar expresiones como las de la cita, que se puede usar en cualquier parte del mundo y que no es exclusiva del idioma español; también el nombre Rowna no es propio del Latinoamérica.



Finalmente dentro de los neologismos; en la obra *Rocko* Podemos encontrar una jerga referente a la cultura rock, mientras en *Ficciónica* las onomatopeyas como Paw o Blam no son propias de la lengua española.

En conclusión se detecta cómo el perfecto orden en los referentes ayuda a comunicar espacios, como en la viñeta anterior donde se muestran onomatopeyas del lenguaje inglés ya que el personaje se encuentra en Manhattan. O palabras inventadas o propias de una jerga especial, para identificar al personaje.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Comunicación legible.**  
**Indicador: Comunicación literaria.**  
**Técnica: Escala de intensidad Thurston.**

[...] “En cuento a ‘referencias dialécticos locales’, mencionar ‘no lo pienses gusarapo’ es una frase que quiere parecer insultante y que se usó en nuestro medio”. Cecilia Ansaldo

Los referentes locales son pocos en obra *Ficciónica* ya que esta es de corte estadounidense, así sus referentes son norteamericanos y su lenguaje es neutro. Por otro lado *Rocko* usa más dialecto local, mezclado con referentes propios del rock; existiendo una broma que mezcla lo local y lo universal.

Se divisó la existencia de pocos neologismos, todos estos tenían que ver con el uso de palabras inglesas adaptadas al español; referentes con la cultura Rock. No se encontró palabras o lenguajes los cuales no tengan una aparente referencia.

Se concluye que la percepción que tiene el lector de las obras sobre el lenguaje usado ayudara a demostrar la pertinencia y correcto uso de este; aunque en la obra de Santibáñez sea neutro y no ayuda a la identificación con un lugar determinado. Todo esto afectara a la correcta comunicación del mensaje.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Comunicación legible.**  
**Indicador: Comunicación literaria.**  
**Técnica: Entrevista estandarizada.**

[...] “Rocko es netamente ecuatoriana, no guayaquileño, ni quiteño, ni cuencano; Rocko un chico que habla como ecuatoriano. Sin definir una regionalidad; pero si su nacionalidad”. Erick Álava Sayer.

Dentro de los referentes lingüísticos se puede observar hablan en claro

español. La obra de Santibáñez por su clara influencia norteamericana tiene un lenguaje más neutro y solo usa jergas ecuatorianas si es necesario para la caracterización de un personaje en específico. La mayoría de las expresiones en la obra se planificaron para ser universales.

En la obra de Álava existe una mixtura entre lenguaje coloquial y universal. Esto debido a que el personaje se planeó para hablar como ecuatoriano; pero al ser aficionado al rock usa muchos términos universales, en su mayoría sajones. También algunos neologismos.

En cuanto a su aporte a la narración, en *Ficciónica* se la comunicación literaria si bien apoya a la narrativa, a ratos abusa de los grandes cartuchos y largas narraciones textuales. Esto causa un ruido en la comunicación y la vuelve menos efectiva.

*Rocko* por otro lado tiene un equilibrio textual y en cada globo u onomatopeya, lo textual se correlaciona con lo visual causando una perfecta sincronía comunicativa.

Para finalizar, el registro discursivo, ya sea que tenga ecuatorianismos o anglicismos ayudara a la correcta recepción del mensaje. Pero esta condición se cumplirá solo si se estructura un discurso textual que no repita lo que la imagen comunica. Ni sea usado como medio de narración, mediante didascalías que narran acontecimientos en enormes bloques textuales.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Comunicación legible.**  
**Indicador: Recepción del cómic.**  
**Técnica: entrevista semi-estandarizada.**

[...] “El trabajo de JD Santibáñez tiene mucho que ver con el comic americano, siendo una de sus inspiraciones el trabajo de Neal Adams. Erick Álava con Rocko maneja una mezcla de comic americano con caricatura”. Alfredo García; presidente del cómic club de Guayaquil. Alfredo García.

Cada uno de los objetos de estudio tiene diferencias en sus estilos, y esto fue percibido por los entrevistados. Los dos coinciden que el estilo de *Ficcionica* es el de una novela gráfica norteamericana. Mientras que *Rocko* usa el estilo de caricatura humorística, más cercano a las viñetas de los diarios. En ambos casos los expertos concuerdan que las temáticas están acordes con los estilos de representación escogidos y que sus lecturas previas influyeron en su estilo e historia.



Se puede concluir que el imaginario de los lectores diferencia las obras, pues

cuentan con estilos diferentes; escogido acorde a la historia que se quería contar en cada una. Esta historia y estilo, se cree, son influenciadas por las lecturas anteriores de los autores.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**

**Dimensión: Comunicación legible.**

**Indicador: Recepción del cómic.**

**Técnica: Entrevista estandarizada.**

[...] “Yo crecí leyendo cómics estadounidenses y argentinos. No había manga disponible cuando yo era pequeño, solo unos cuantos anime en televisión. Así que mi manera de dibujar se ha visto más influenciada por mis ilustradores preferidos: Neal Adams, John Byrne, Jack Kirby, y muchos más. He admirado a algunos ilustradores europeos, pero siempre los encontré algo ruidosos (aunque hoy prefiero a Boucq, John Cassaday)”. José Daniel Santibáñez.

El autor de *Ficcionica* se influencio por autores que son leyendas del comic americano. Este estilo se ve reflejado en el trabajo en blanco y negro; característico también de la obra Noir; similares a ejemplares de X-Men o Superman trabajos por Byrne o trabajos tanto en tonos grises como a todo color del Silver Surfer dibujados por Kirby.

Erick Álava cometa que en conversaciones con lectores estos le han manifestado que su estilo es muy similar al de Disney. El por otra parte Dice que sus influencias más importantes a lo hora de delinear el estilo del dibujo es la revista Norteamérica MAD. Y es que tanto en estilo de dibujo como en temática las dos coinciden. De mas esta decir que el autor también hizo un simil entre su obra y Condorito, pues las dos son de tipo situacional y comparten estructuras visuales similares.

Se concluye que las obras responden a estilos diferentes; *Ficcionica* responde a un estilo de novela gráfica; historia Noir, dibujada en blanco y negro; similar a

obras como Sin City de Frank Miller. *Rocko* tiene un dibujo caricaturesco, tomando el estilo de revistas como MAD, pues su finalidad es la de la parodia y el humor. Ambos estilos ayudan a reforzar un mensaje y su planificación fue importante para el producto final y su correcta lectura.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**

**Dimensión: Teoría social.**

**Indicador: Relación entre lenguaje y sociedad.**

**Técnica: Unidad de observación.**



Como se hace evidente en las figuras anteriores y como Cecilia Ansaldo, experta en literatura observo. En las dos obras existen ecuatorianismos marcados por expresiones coloquiales tales como “tiempo para la pachanga” o malas palabras propias del Ecuador. Mientras que los anglicismos se observan en las onomatopeyas y nombres en una obra y en las referencias al lenguaje y la cultura rock en la otra

Estos elementos léxicos culturales ayudan a ubicarnos en espacio específico y dar características propias a los personajes de las obras. Todo esto con una intencionalidad narrativa, y destinado a una discurso comunicológico eficiente.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Teoría social.**  
**Indicador: Relación entre lenguaje y sociedad.**  
**Técnica: escala de Likert.**

Con relación a la dicotomía ecuatorianismos – anglicismos, analizada en este apartado; Cecilia Ansaldo, experta en lenguaje y literatura expuso lo siguiente:

En las obras analizadas los ecuatorianismos Están utilizados en el contexto adecuado y abonan a la trama. Si bien son pocos, en el caso de la obra de Santibáñez estos se usan para ubicarnos, en la de Álava son modismos en las malas palabras.

De la misma manera sucede con los términos Anglosajones en el caso de *Ficciónica*, pero era preferible un cómic innovador que no siga tan fielmente el patrón anglosajón como lo hace este. En el caso de roco se usa mucho palabras de origen inglés castellanizadas y que son parte de la jerga rockera.

Si bien *Rocko* Están equilibrados y no se nota la procedencia ecuatoriana; *Ficciónica* no están equilibrados y parece escrita en un país de habla inglesa.

En conclusión las obras fueron estructuradas de una forma tal que se nota claramente la procedencia de la influencias, más que nada en la estructura lexical. En el caso de la obra de Santibáñez esto tiende a ser un defecto ya que no tiene nada de innovador y se siente como una mera traducción de un producto de otro país.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**  
**Dimensión: Teoría social.**  
**Indicador: Articulación entre cultura y lenguajes.**  
**Técnica: Entrevista Abierta.**

[...] “Depende de la historia que se quiera contar. Cualquier historia, de cualquier género, se puede contar a través de un cómic. A mí me interesan las

historias Noir. Pueden tener fantasía o ciencia ficción, pero lo que manda es el Noir". José Daniel Santibáñez.

Este indicador pretende demostrar una fuerte articulación entre los imaginarios culturales y el lenguaje. Estos se dan mediante las herramientas narrativas como la metatextualidad, paradoja entre imagen y texto entre otras. Cada tipo de historia usa un lenguaje acorde a la que culturalmente se desea mostrar.

En la obra *Ficciónica* se puede encontrar recurrentes cruces culturales, tanto en la dialéctica, como en las imágenes. En el diálogo se puede observar ecuatorianismos, anglicismos y un español neutro. En cuanto al lenguaje visual, se observa una metatextualidad, ya que en texto cultura de Guayaquil esta criticado por el texto *Ficciónica*.

En *Rocko*, se puede observar una paradoja entre imagen y texto; esto para causar humor. También se observa como la cultura rock se representa en el lenguaje visual y textual; creando un espejo de feria de esta cultura. En este se observa un microcosmos que hace una burla, crítica y homenaje a este estamento cultural.

Dentro de la estructuración de un cómic los cruces entre los lenguajes y la cultura están dados por factores importantes como; el género que se narra, los grupos culturales a los que se representan. Dentro de estas representaciones se usan varias herramientas discursivas; todas planeadas para mejorar la efectividad del mensaje.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**

**Dimensión: Teoría social.**

**Indicador: Articulación entre cultura y lenguajes.**

**Técnica: Test proyectivo gráfico.**

En este test se solicitó al autor que haga una imagen que represente una herramienta de discurso. Esta representación gráfica fue hecha por Erick Álava Sayer.

En la imagen se ve al propio autor representado con el estilo y la temática de *Rocko*. Esta imagen saldrá en la próxima entrega de la revista y se muestra al autor, el cual tiene una banda y aparece en la escena Rockera del Ecuador. En la próxima entrega aparecerá el personaje principal y hará una broma sobre su autor, no como creador de cómic, sino como integrante de la cultura rock.



Existen muchas herramientas discursivas que ayudan en la articulación entre el lenguaje y la sociedad. Solo la planificación precisa hace que los discursos culturales puedan ser llevados a lenguajes que se comunican con facilidad al público.

Variable: Análisis Crítico del Discurso.

Dimensión: Teoría social.

Indicador: Cruce entre referentes nacionales y universales.

Técnica: Unidad de observación.



Median la observación de las páginas de las obras escogidas se analizó los referentes nacionales y universales. Lo importante en este análisis es el cruce

en estos con el fin de analizar la universalidad de los referentes vistos desde una mirada más nacional; o la universalidad que un referente nacional puede tener.

En cuanto a los referentes nacionales y universales, *Ficcionalica* tiene un carácter universal marcado por arquetipos como: la mujer con dialecto masculino; los malos con un discurso diabólico, etc. todo esto usando un lenguaje nacional. La creación de arquetipos con lenguajes nacionales demuestre un excelente cruce de referentes nacionales y universales.

En la segunda obra se observó el uso de las categorías concernientes al rock pesado: conciertos, costumbres, vestimenta, apariencia y hay una burla implícita que usa referentes universales, pero ajustados a la realidad y a todos los modismos que podemos encontrar.

Se observa como en la segunda viñeta se usa el referente de Kurt Cobain, vocalista de la agrupación norteamericana Nirvana como pie para el inicio de una broma, esto es un referente claramente universal pues en casi todos los lugares del mundo conocen ese nombre. En la conclusión de la página notamos que la broma se da al decir que los visita el curco Ben; usando un modismo ecuatoriano para señalar la joroba de su amigo norteamericano.

En conclusión los referentes universales se pueden fundir, para crear una resonancia comunicativa que acerca el referentes universal a los lectores y universaliza referentes propios de la cultura autóctona, en este caso de la ecuatoriana.

**Variable: Análisis Crítico del Discurso.**

**Dimensión: Teoría social.**

**Indicador: Cruce entre referentes nacionales y universales.**

**Técnica: Escenario Ideal.**

En este indicador se observó cómo es la construcción de los cruces entre referente universales y referentes locales dentro del imaginario de los lectores. En esta técnica en específico se le solicito a Mauricio Gil, director de la escuela del cómic que realizara un guion que demostrara un cruce entre referentes nacionales y universales.

En el guion literario, Gil estructuro arquetipos propios de cualquier cultura de occidente, esto es acercado a la cultura popular gracias a los diálogos cargados de coba guayaquileña. Por el otro lado internacionaliza un referente local al colocar un diseño de un policía ecuatoriano, con su uniforme distintivo pero en posturas y expresiones propias de policías de película estadounidense.

Vemos como el imaginario está preparado tanta para producir como para receptar el cruce de estos referentes. Pero esto ayudara a la comunicación del mensaje solo si este cruce clarifica la narración de la obra, o a la recepción de un mensaje secundario si es que existe.

Lo anterior expuesto demuestra que la planificación, es decir la escritura de un guion de comic es necesaria. Así se mostrara que gráficos y que los diálogos aparecerán en la obra; y si esto recursos aportan a la estructuras comunicológicas permitiendo emitir un claro mensaje.

## CONCLUSIONES

1. El estudio comunicológico del discurso de los guiones literarios en la producción de comics, Ficciónica de José Daniel Santibañez y Rocko de Erick Alava Sayer en Guayaquil, es relevante ya que hasta la presente fecha no existe un estudio sobre las estructuras discursivas de estos textos ni la comprobación de su efectividad comunicológica.
2. Para poder sustentar este análisis se usó las teorías comunicológicas del análisis crítico del discurso de Teun Van Dijk, Umberto Eco y Roland Barthes, Teorías de la imagen de José María Casassus, Dondis Donis, etc. y Teorías sobre el lenguaje de cómics de Pablo de Santis y Daniel Barbieri ya que a partir de estos apartados teóricos se pudo hallar una correspondencia y efectividad comunicológica de los guiones a partir del estudio de los discursos visuales y la inserción de los referentes locales y universales. Además de un equilibrio definido por la propia obra entre el lenguaje visual, textual e híbrido del cómic.
3. El enfoque interaccionista es una de los más efectivos para analizar la correcta estructuración de un guion literario antes de la creación de un cómic, dando así como resultado que este producto tenga mayor efectividad al momento de comunicar un discurso. A su vez, este estudio tiene un modelo no experimental transaccional descriptivo, se observó la calidad de la estructura discursiva, su claridad y la carga de teoría social que poseen.

4. La aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas son las más efectivas para el abordaje de este estudio. En el caso de las primeras, se precisó las escalas de intensidad (Lickert y de actitud de información) para poder medir la recepción discursiva en los expertos relacionados. Por el lado de las técnicas cualitativas, las entrevistas abiertas y semi-estandarizadas fueron de alta importancia para obtener la intención comunicativa, abordando a los creadores de las unidades de observación.
  
5. Las categorías comunicológicas en la obra Ficcional de José Daniel Santibañez no cumplen con los requisitos del equilibrio entre lo local y lo universal puesto que el referente extranjero exacerban el sentido de desubicación espacial puesto que el estilo del creador tiene una alta influencia del cómic estadounidense. También el equilibrio entre texto, imagen y lenguaje de cómic se ve opacado debido a la excesiva colocación de didascalias que redundan la información visual y llenan de datos irrelevantes para la narración.
  
6. En el caso de Rocko de Erick Álava Sayer las categorías comunicológicas de lo local y universal están intrínsecamente relacionadas puesto que al ser esta obra dirigida a un público específico, el cual maneja tanto los referentes incluidos en la categoría de lo local y lo universal, y son las situaciones las que ayudan a que se aterrice específicamente en lo local. En cuanto al equilibrio entre los lenguajes, al ser una obra de corte cómico existe una correspondencia entre las acciones representadas visualmente y los diálogos que llenan de significación ayudando al cierre de un círculo humorístico y situacional.

7. La hipótesis fue comprobada.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar más trabajos investigativos sobre las estructuras discursivas de los cómics y de la efectividad comunicológica de ellos.
2. Se recomienda el uso de las teorías comunicológicas del análisis crítico del discurso de Teun Van Dijk, Umberto Eco y Roland Barthes, Teorías de la imagen de José María Casassus, Dondis Donis, etc. y Teorías sobre el lenguaje de cómics de Pablo de Santis y Daniel Barbieri ya que a partir de estos apartados teóricos se pudo hallar una correspondencia y efectividad comunicológica de los guiones a partir del estudio de los discursos visuales y la inserción de los referentes locales y universales. Además de un equilibrio definido por la propia obra entre el lenguaje visual, textual e híbrido del cómic.
3. Se recomienda el uso del enfoque interaccionista, pues es uno de los más efectivos a la hora de analizar la correcta estructuración de un guion literario. Usando para esto un modelo no experimental transaccional descriptivo. Esto para todas las futuras investigaciones que analicen las estructuras comunicativas del cómic o de artes afines.
4. Se recomienda el análisis de otras estructuras que han tenido éxito entre el público para encontrar las herramientas comunicológicas con mayor tasa de efectividad entre los lectores y usarlas en las creación de los guiones propios.
5. Se recomienda la publicación de esta investigación en todas las revistas indexadas.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Barbieri, Daniele. (1993). *Los lenguajes del cómic*. Barcelona: Editorial Paidós.
2. Barthes, Roland. (1986). *Retórica de la imagen. Lo Obvio y lo Obtuso*. Barcelona: Editorial Paidós.
3. Berone, Lucas. (2010). *Campo literario y campo de la historieta en Argentina. Notas para un análisis en fase*. In Primer Congreso Internacional de Historietas "Viñetas Serias. Recuperado el 29/08/2013 en el URL:<http://viñetas-sueltas.com.ar/congreso/pdf/Historieta.ArteyEst%C3%A9tica/berone.pdf>
4. Brushwood, John S. (1981). *Sobre el referente y la transformación narrativa*. Veracruz. Centro de Investigaciones Lingüístico-Literarias
5. Capón Juan, Magdalena María & Oliver Marroig, José A. (2002). "Calvin y Hobbes, un ejemplo de intertextualidad en el cómic". Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos. Recuperado el 25 de agosto de 2013 en: <http://www.um.es/tonosdigital/znum4/estudios/cyhinter.htm>
6. Casasús, José María (1979) "Teoría de la imagen" Barcelona: Salvat Editores S.A.
7. Cuñarro, Liber, & Finol, José Enrique (2013). *Semiótica del cómic: códigos y convenciones*. Signa, Revista de la Asociación Española de Semiótica, (22), 267-290.
8. De Santis, Pablo (1998) *La historieta en la edad de la razón*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAIFC.
9. Donis, Dondis. (2000). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
10. Eco, Umberto (1984) *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Editorial Lumen.
11. Eco, Umberto. (1982). *Semiología de los mensajes visuales. Análisis de las imágenes* (pp. 23-80). Buenos Aires: Ediciones Buenos Aires.
12. Eisner, Will (1994). *El cómic y el arte secuencial*. Barcelona: Editorial Norma.

13. Feríková, Pavlína. (2010). *Mafalda, relaciones entre imagen y palabra. Análisis del discurso del cómic*. Brno: Universidad Masaryk, Facultad de Filosofía.
14. Flores Vega, Carolina. (2010). *El comic en el Ecuador y una propuesta de cómic*. (S/E)
15. Gianni, Karina; Schiavello, Gabriela; Paz, Silvana (2008). *Narrativa y videojuegos*. Buenos Aires: Facultad de psicología (UBA).
16. Gómez Alonso, Rafael (2001). *Análisis de la imagen. Estética audiovisual*. Madrid. Ediciones del Laberinto.
17. Gubern, Román (2002). *Máscaras de la ficción*. Barcelona: Anagrama.
18. Martín-Barbero, Jesús. (2003). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Editorial Gustavo Gili S.A.
19. Martínez, Leonardo. (2012). *La comunicación como núcleo conceptual de la teoría sociológica en los enfoques de Jürgen Habermas y Niklas Luhmann*. Recuperado el 29/08/2013 en el URL: [https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CDMQFjAA&url=http%3A%2F%2Fjornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar%2Ffactas%2FMartinez-Leonardo.pdf%2Fat\\_download%2Ffile&ei=y\\_8fUvGALYq8sATwjYDIBQ&usq=AFQjCNFseRNc53CenO8RrOUfoLiTgx9H9w&sig2=i0mGYia3s\\_qq2AecKm6p4A&bvm=bv.51495398,d.cWc](https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CDMQFjAA&url=http%3A%2F%2Fjornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar%2Ffactas%2FMartinez-Leonardo.pdf%2Fat_download%2Ffile&ei=y_8fUvGALYq8sATwjYDIBQ&usq=AFQjCNFseRNc53CenO8RrOUfoLiTgx9H9w&sig2=i0mGYia3s_qq2AecKm6p4A&bvm=bv.51495398,d.cWc)
20. Monsiváis, Carlos (2002). *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*. Barcelona: Editorial ANAGRAMA.
21. Munné, Frederic (1987) *Grupos, masas y sociedades, Introducción sistemática a la sociología general y especial*. Barcelona: Promociones y Publicaciones de la Universidad de Barcelona.
22. Nocera, Pablo (2008). *Masa, público y comunicación. La recepción de Gabriel Tarde en la primera sociología de Robert Park*. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, vol. 19, no 3, p. 145-159.
23. Orlandi, Eni. (2002). *Análisis de discurso: principios e procedimientos*. Brasil: Bazuca.
24. Papanili, Vanina A. (2006). *ANIME Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*. Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

25. Pérez, Francisco (2009). *Psiquiatría y censura en el cómic estadounidense. Fredric Wertham y la seducción del inocente*. Revista de historia de la psicología, 30(2), 301-310.
26. Pérez, Francisco (2010). *William Moulton Marston: polígrafos, cómics y psicología de la normalidad*. Madrid: Revista de historia de la psicología, 31(2), 151-166.
27. Sartre, Jean Paul (2004) *El ser y la nada*. Buenos Aires: Editorial Losada.
28. Senabre, Ricardo (1994). *Curso de teoría de la literatura*. Madrid: Taurus. Compilado por David Villanueva.
29. Stecher, Antonio. (2010). *El análisis crítico del discurso como herramienta de investigación psicosocial del mundo del trabajo. Discusiones desde América Latina*. Bogotá: Universitas Psychologica.
30. Van Dijk, Teun A. (1987). *La pragmática de la comunicación literaria*. Madrid: Arcos.
31. Van Dijk, Teun A. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Barcelona: Anthropos.
32. Von Sprecher, Roberto, & Gago, Sebastián. (2012). “*Campo de la historieta argentina: competencias por posicionamientos, canonización y recepción*”. Córdoba: Editorial Antítesis.
33. Winkin, Yves. (2008). *La nueva comunicación (Vol. 1)*. Barcelona: Editorial Kairós.