



**MAIG
2021**

ANÀLISI GRÀFIC DELS ISOTIPS DELS SUPERHEROIS

**TENDÈNCIES EN EL DISSENY
D'ISOTIPS PER A SUPERHEROIS**

AUTORA: ELISABET TOBOSO SALA
TUTOR: XAVIER ESPINACH ORUS
GRAU: PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES
FACULTAT DE LLETRES
UNIVERSITAT DE GIRONA

RESUM

Des dels orígens dels superherois, la seva identitat visual ha anat canviant per adaptar-se a les noves tendències del moment i als nous formats on aquests començaven a aparèixer fora dels còmics.

Actualment podem trobar un gran nombre de superherois que compten amb una identitat visual molt clara reflectida en els vestits que duen, però no utilitzen isotips en ells, tal com es feia en dècades anteriors. Per tant, podríem dir que ja no calen els isotips per configurar un superheroï?

La finalitat d'aquest treball és analitzar quines són les tendències actuals en el disseny d'isotips per a superherois, en els casos on actualment segueixin utilitzant-se. Per conèixer quines són aquestes, per una banda es du a terme un estudi de casos, on s'analitza la identitat visual de quatre superherois i es creen dues propostes d'isotips, i per altra banda, es realitza una enquesta de participació voluntària a una mostra aleatòria.

PARAULES CLAU

Isotip, superheroï, color, disseny, tendències.

ABSTRACT

Since the origins of superheroes, their visual identity has been changing in order to adapt to the new trends of the moment and formats they began to appear in apart from comics.

Nowadays, superheroes have a visual identity clearly reflected in their costumes. However, unlike in previous decades, not all of them wear designs which incorporate isotypes. Therefore, could we claim that isotypes are no longer essential to superheroes' identity?

The purpose of this project is to analyse the current trends in the design of isotypes for those superheroes who are still wearing them in their suits. This is why both a case study and a survey are conducted in order to find out more about these trends. On the one hand, in the study, the visual identity of four superheroes is analysed and two isotype proposals are designed. On the other hand, the survey is carried out voluntarily by a random sample.

KEY WORDS

Isotype, superhero, colour, design, trends.

AGRAÏMENTS

Voldria agrair, en primer lloc, al meu tutor Xavier Espinach per tota l'ajuda que m'ha proporcionat, la implicació que ha tingut en el projecte des del minut zero, la guia que m'ha marcat per no perdre de vista l'objectiu, i sobretot la llibertat que m'ha donat per poder acabar fent el treball que desitjava.

Agrair a la meua família, amics i amigues per fer-me costat i donar-me la seva opinió sincera quan m'he vist perduda i he necessitat consell. També agrair a les dues-centes cinquanta-sis persones que han participat en l'enquesta de forma totalment altruista i a aquelles que, a més a més, han difós l'enquesta per ajudar-me de tot bon cor.

Especial agraïment a aquelles persones que han dedicat un moment per escriure'm missatges felicitant-me per les propostes d'isotips, que reconeixin el teu treball és un altre nivell de felicitat.

Sense vosaltres no hauria estat possible aquest treball.

Moltes gràcies a totes, de tot cor.

ÍNDIX

RESUM	1
PARAULES CLAU	1
ABSTRACT	1
KEY WORDS	1
AGRAÏMENTS	2
1. INTRODUCCIÓ	5
2. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA / HIPÒTESIS	5
3. MARC TEÒRIC I CONCEPTUAL	6
3.1. Conceptes relacionats	6
3.1.1. Semiòtica i símbols	6
3.1.2. Logotip, Isotip, Imagotip i Isologotip	6
3.1.3. Identitat visual	6
3.1.4. Superheroï	7
3.2. Antecedents històrics del còmic i els superheroï	7
3.2.1. Història del còmic	7
3.2.2. Evolució del gènere dels superheroï	7
3.3. The Boys	9
3.4. Estat de la qüestió	10
3.5. Psicologia del color	11
4. METODOLOGIA	11
5. RESULTATS	12
5.1. Còmic vs sèrie	12
5.2. Anàlisi identitat visual The Boys	12
5.2.1. Homelander	12
5.2.2. Queen Maeve	13
5.3. Anàlisi identitat visual de la competència	14
5.3.1. Captain America	14
5.3.2. Wonder Woman	15
5.4. Procés creatiu	16
5.4.1. Isotip Homelander	16
5.4.2. Isotip Queen Maeve	16
5.5. Valoracions externes: Enquesta	17
7. CONCLUSIONS	21
8. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA	22

ÍNDIX DE FIGURES

Figura 1. Queen Maeve i Homelander	12
Font: https://wipy.tv/nuevo-adelanto-de-the-boys-2/	
Figura 2. Proposta Isotip Homelander	16
Font: Elaboració pròpia	
Figura 3. Proposta Isotip Queen Maeve	16
Font: Elaboració pròpia	

ÍNDIX DE GRÀFICS

Gràfic 1. Enquesta: Resposta pregunta 6	17
Font: Elaboració pròpia	
Gràfic 2. Enquesta: Resposta pregunta 7	18
Font: Elaboració pròpia	
Gràfic 3. Enquesta: Resposta pregunta 8	18
Font: Elaboració pròpia	
Gràfic 4. Enquesta: Resposta pregunta 10	19
Font: Elaboració pròpia	
Gràfic 5. Enquesta: Resposta pregunta 12	19
Font: Elaboració pròpia	

1. INTRODUCCIÓ

L'objecte d'estudi d'aquest treball final de grau és l'anàlisi de les tendències en el disseny d'isotips per a superherois i superheroïnes.

Per tal de poder complir aquest objectiu es recopilarà tota aquella informació rellevant que ajudarà a l'estudi posterior. Durant la recerca es realitzarà un estudi qualitatiu a partir de l'estudi de casos, i una enquesta quantitativa sobre els isotips i les identitats visuals dels superherois.

L'anàlisi dels resultats es durà a terme a través de la informació obtinguda per poder identificar les tendències en el disseny d'isotips per a superherois.

Finalment a les conclusions es recopilarà totes aquelles dades a destacar de la investigació.

2. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA / HIPÒTESIS

Des dels orígens dels superherois, la seva identitat visual ha anat canviant per adaptar-se a les noves tendències del moment i als nous formats on aquests començaven a aparèixer fora dels còmics.

Actualment podem trobar un gran nombre de superherois que compten amb una identitat visual molt clara reflectida en els vestits que duen, però no utilitzen isotips en ells, tal com es feia en dècades anteriors.

L'objectiu és analitzar quines són les tendències actuals en el disseny d'isotips per a superherois, en els casos on actualment segueixin utilitzant-se. Podem dir que ja no calen els isotips per configurar un superheroï?

La hipòtesi que es planteja és la següent: Actualment l'isotip dels superherois no afegeix significat al personatge, el vestit per si sol ja reflecteix clarament la identitat visual. Els superherois es diferencien entre ells sense necessitat d'isotips.

Finalment, l'objectiu secundari d'aquesta investigació és elaborar dues propostes d'isotips per a dos superherois de *The Boys*, *Homelander* i *Queen Maeve*, a partir de les seves identitats visuals.

3. MARC TEÒRIC I CONCEPTUAL

3.1. Conceptes relacionats

3.1.1. Semiòtica i símbols

Semiòtica és un terme utilitzat en el camp de la psicologia i la sociologia creat per Ferdinand de Saussure l'any 1916. Aquesta s'ha definit com la ciència que estudia la vida dels símbols en la societat, és a dir, l'estudi dels símbols (Kurpniece, 2015).

Segons la Real Academia Española (2021), la definició de símbol és la següent: "Elemento u objeto material que, por convención o asociación, se considera representativo de una entidad, de una idea, de una cierta condición, etc." [Element o objecte material que, per convicció o associació, es considera representatiu d'una entitat, d'una idea, d'una certa condició, etc.]

3.1.2. Logotip, Isotip, Imagotip i Isologotip

És fonamental saber diferenciar aquests quatre conceptes quan es treballa en el disseny de les identitats visuals. Alcaraz (2017) fa la diferenciació d'aquests de la següent manera:

Logotip: És la paraula més utilitzada per definir la representació gràfica d'una marca, però en realitat el logotip és aquell que només utilitza la tipografia com a representació gràfica de la marca (vegeu annex A – Figura 1).

Isotip: Part simbòlica o icònica de la representació gràfica d'una marca. Aquest representa la marca sense necessitat d'un nom o alguna tipografia, amb la icona és suficient (vegeu annex A – Figura 2).

Imagotip: La fusió del logotip amb l'isotip, és la representació gràfica d'una marca a través de la unió entre paraules i icones. Encara que les paraules i les icones formen una sola unitat, aquestes no estan fusionades i es poden diferenciar fàcilment (vegeu annex A – Figura 3).

Isologotip: Al contrari que amb l'imagotip, en l'isologotip les dues parts que el componen (tipografia i icones) són indivisibles i inseparables. Una part sense l'altra manca de significat i, per tant, no funciona (vegeu annex A – Figura 4).

3.1.3. Identitat visual

La identitat visual és el conjunt de signes gràfics (colors, formes, paraules) que simbolitzen una entitat. Representa la imatge i els valors d'una entitat i serveix per diferenciar-se de la competència. Aquesta identitat visual es caracteritza per ser identificable, memorable, immutable i única (Kaltner, 2013).

3.1.4. Superheroi

Segons la Real Academia Española (2021), la definició de superheroi és la següent: “Personaje de ficción que tiene poderes extraordinarios.” [Personatge de ficció que té poders extraordinaris.]

Originàriament la paraula *superheroi* s'utilitzava per descriure la icònica figura pública d'home reconegut pels seus èxits l'any 1917 (Buriro, Charan i Ali, 2018), però no va ser fins a l'any 1938 amb la publicació del primer còmic de *Superman* quan es va començar a utilitzar el terme com actualment el coneixem.

3.2. Antecedents històrics del còmic i els superherois

3.2.1. Història del còmic

Des de fa milers d'anys, l'ésser humà ha utilitzat el dibuix per explicar històries, aventures i llegendes. Aquest podria ser l'origen del còmic si no fos per l'absència d'una de les característiques més destacables d'aquest format: la sàtira social i política. Per tant, haurem d'avançar uns anys més en la història de la humanitat per poder conèixer el que és considerat l'autèntic origen del còmic.

Com molt bé expliquen a CurioSfera Historia (2021), Thomas Rowlandson és considerat l'inventor del còmic amb *The Tour of Doctor Syntax* (Els viatges del doctor Syntax) publicat l'any 1809, probablement, el primer còmic o aventura seriada de la història. No obstant això, el primer còmic modern publicat va ser *The Yellow Kid* (El nen groc) l'any 1896 en el diari *The World* de Nova York.

El motiu pel qual *The Yellow Kid* és considerat el primer còmic, en lloc de *The Tour of Doctor Syntax*, és a causa de la popularització del terme *còmic* de forma col·loquial durant l'última dècada del segle XIX. Aleshores, molts diaris nord-americans publicaven historietes de mitja pàgina o una sencera. Però no és fins a l'any 1910 que apareix la primera revista formada únicament per tires còmiques: *The Funnies*. Posteriorment, aquesta donarà lloc l'any 1933 al primer llibre de còmic de la història anomenat *Funnies on Parade* (CurioSfera Historia, 2021).

3.2.2. Evolució del gènere dels superherois

El concepte de superheroi com avui dia el coneixem no apareix per primer cop fins a l'any 1938 amb *Superman* (Buriro, Charan i Ali, 2018). No obstant això, per entendre l'aparició d'aquest concepte, hem de conèixer els seus antecessors i posteriorment l'evolució d'aquest fins avui dia.

Com bé expliquen Hernández i Fonrodona (2020), el primer antecessor dels superherois és *Popeye el Mariner* l'any 1929 on la seva primera aparició és a la tira còmica *Thimble Theatre*. Posteriorment trobem a *The Phantom* l'any 1936, un heroi sense superpoders que lluita contra el crim amb valentia i desafiant a la mort (de la mateixa manera que fa Batman, posteriorment).

Edat d'Or (1938 - 1950)

Època idíl·lica amb una clara distinció estilística entre el bé i el mal. Els superherois són personatges amb superpoders, bons i addictes a fer el bé, que sempre acaben derrotant als dolents que només tenen com a motivació els diners i l'admiració del món per cometre les més cruels atrocitats. Aquesta lluita entre el bé i el mal, com bé expliquen Hernández i Fonrodona (2020), és la raó per la qual els còmics d'aquesta època es converteixen en un tot un èxit, complint amb els somnis de tothom de tenir poders, guanyar sempre als enemics i anar a la recerca d'aventures.

A més a més, cal destacar que l'idealisme d'aquesta època era degut a la utilització dels superherois per inculcar i promoure l'orgull nacional i el patriotisme durant la Segona Guerra Mundial (Ríos, 2019).

Superman comença l'Edat d'Or i marca la pauta pels pròxims superherois, ja que és el primer a tenir el seu propi còmic dedicat exclusivament a ell i a les seves aventures. Durant aquesta època també apareixen alguns dels superherois més emblemàtics de la història del còmic, com per exemple: la primera superheroïna femenina *Wonder Woman*, i *Batman* (Vonne, 2020).

Edat de Plata (1950 - 1970)

Les històries sobre alienígenes i poders sobrenaturals són elements notables en les il·lustracions abstractes i acolorides d'aquesta època, ja que durant aquesta època s'envien els primers satèl·lits artificials a l'espai i comencen els primers viatges espacials tripulats a la lluna.

Aquests esdeveniments històrics inspiren als editors per crear noves històries explorant nous gèneres, com el terror que es converteix en el més exitós de l'època. La influència d'aquestes històries de terror van ser de tal magnitud que va arribar a la pantalla gran captant l'atenció i servint d'inspiració a grans cineastes de l'època (Hernández i Fonrodona, 2020). L'estil visual d'aquests relats buscaven temes més foscos i surrealistes, en alguns casos fins i tot inquietants.

Edat de Bronze (1970 - 1984)

Els enemics es tornen més difícils de guanyar i neixen altres més poderosos i maquiavèl·lics que els seus antecessors. A més a més, Hernández i Fonrodona (2020) expliquen com amb la mort d'alguns personatges importants pels superherois, arriba als còmics un nivell de realisme emocional fins llavors mai vist en les seves narracions.

Els relats als còmics cada vegada es van centrant més en històries realistes, de la mateixa manera que ho fan les seves il·lustracions i estètica, tractant temes com el racisme, l'ús de drogues i la pobresa (Vonne, 2020).

Edat Fosca (1984 - 1998)

Durant aquesta època es mostra la realitat de les vides dels superherois on no tot és tan idíl·lic com sembla. La línia entre l'heroi i el malvat és difusa, citant a Hernández i Fonrodona (2020): "El bien empezaba a tener matices de oscuridad, y el mal un poco de luz". [El bé començava a tenir matisos de fosc i el mal una mica de llum.]

Es desconstrueix el mite dels superherois fins al punt on aquests arriben a cometre accions qüestionables tenint en compte els ideals que ells mateixos defensen. Amb *The Killing Joke* el protagonista *Joker*, un assassí en sèrie terriblement psicòtic, marca un camí pels futurs malvats i replanteja els ja existents (Hernández i Fonrodona, 2020). Aquests malvats són més partidaris de la tortura psicològica que a la mort en si del superheroi.

Edat Moderna (1998 - Actualitat)

Els còmics s'expandeixen fins al punt on ja no tenen una forma particular definida ni límits creatius, com també els seus personatges. La línia entre el cinema i el còmic cada vegada és més estreta i inclòs algunes pel·lícules i sèries són adaptades als còmics (Vonne, 2020). L'avançada tecnologia en el cinema, la televisió i els videojocs crea un conjunt imparabile d'adaptacions, provocant un augment de l'oferta i una gran varietat de còmics i gèneres.

Cada vegada més els lectors donen oportunitats a còmics independents, no només als gegants *DC* i *Marvel*, i tenen la ment oberta per la indústria independent dels superherois (Hernández i Fonrodona, 2020). *The Boys* és un bon exemple de còmic independent que s'ha acabat adaptant a la pantalla gran, competint amb els gegants *DC* i *Marvel* gràcies a *Amazon Prime Video*.

3.3. *The Boys*

The Boys és una sèrie de còmic escrita per Garth Ennis, dibuixada per Darick Robertson i publicada per primer cop l'any 2006. És considerada una de les sèries més destacades de principis d'aquest segle pels seus revolucionaris personatges, els quals desafien constantment els valors establerts per la indústria dels superherois.

Com Abrach (2013) explica, la sèrie de còmics *The Boys* presenta un grup d'operacions especials de la CIA (Agència Central d'Intel·ligència) dels Estats Units d'Amèrica que s'encarrega d'investigar i demostrar els crims que cometten uns superherois amb una moral molt llunyana respecte als estàndards d'heroicitat socialment acceptats. Aquest equip de la CIA, anomenat de la mateixa manera que el còmic (*The Boys*) està disposat a tot per mantenir a ratlla a aquests superherois. La història s'inicia quan un nou membre se suma a l'equip policial després que la seva parella sigui assassinada per un superheroi com a dany col·lateral durant una persecució.

The Boys és una sàtira al gènere superheròic la qual ofereix escenes de violència extrema, sexe pervers i consum excessiu de drogues. Durant la sèrie de còmic, a més a més de la sàtira, es desenvolupa una interessant trama política que critica i analitza no només aquest gènere, sinó també la indústria productora, el país que majoritàriament el desenvolupa (EUA) i el món on vivim actualment.

3.4. Estat de la qüestió

Avui dia, imaginar una empresa sense logotip és, pràcticament, impensable. El logotip és una de les característiques més importants de la societat moderna i dels últims dos-cents anys, quan es va començar a utilitzar signes, icones i símbols per identificar-se i diferenciar-se de la competència.

Com bé explica Romano (2018), durant l'època victoriana, els logotips seguien el mateix criteri que el corrent artístic del moment, amb formes i tipografies molt recarregades. Per exemple, el primer logotip de Pepsi-Cola creat l'any 1898 pel farmacèutic Caleb Bradham (vegeu annex B – Figura 1).

A partir de la dècada de 1930 les empreses van començar a percebre el poder dels logotips i de la importància que aquests fossin llegibles i immediatament recognoscibles (Romano, 2018). Així doncs la simplificació dels logotips va començar, no només en les formes, sinó també amb les tipografies (vegeu annex B – Figura 2).

El resultat d'aquesta tendència a la hipersimplificació ha donat peu a la simplificació del concepte de logotip en si. La majoria de les empreses confien en símbols senzills que siguin fàcilment recognoscibles a les xarxes socials i als dispositius més petits com els *smartphones*. Aquest minimalisme proporciona elements de disseny que donen la il·lusió òptica de tridimensionalitat i combinen elements senzills, lletres i colors plans (Romano, 2018).

Aquesta mateixa tendència la podem observar en els isotips dels superherois. Durant l'època victoriana els superherois encara no existien i per tant no podem trobar isotips recarregats, però si podem observar el procés de simplificació fins avui dia dels primers isotips de finals dels anys 30 i principis dels anys 40. (vegeu annex B – Figures 3 i 4).

Aquesta simplificació ha arribat a l'extrem de l'extinció dels isotips en els vestits dels superherois en les produccions cinematogràfiques. Actualment la majoria de superherois de *Marvel* i *DC* no porten l'isotip als seus vestits i, així i tot, aquest no és un impediment perquè l'espectador pugui identificar fàcilment de quin superheroi es tracta. La identitat visual dels superherois és tan forta que els isotips passen a tenir una funcionalitat més comercial com és el màrqueting i el marxandatge, i no tant d'identificació o diferenciació com era l'objectiu originàriament. Exemple de superherois sense isotip: *Thor*, *Falcon*, *Ant-Man*, *Catwoman* (vegeu annex C – Figures 1, 2, 3 i 4).

3.5. Psicologia del color

La psicologia del color és un camp d'estudi dirigit a analitzar l'efecte del color en la percepció i la conducta humana. Aquesta ciència forma part del corrent principal de la psicologia contemporània,

encara que moltes tècniques adscrites a aquest camp estiguin categoritzades dins de l'àmbit de la medicina alternativa (illusion Studio, 2021).

El precursor de la psicologia del color va ser Johann Wolfgang von Goethe amb el seu llibre *Teoria del Color* l'any 1810. Com bé exposa illusion Studio (2021), a diferència de Newton, la teoria del color de Goethe no només depèn de la llum que incideix en els objectes, sinó també de la matèria i la percepció d'aquests.

Per tant, el problema principal va passar a ser la mateixa base física del concepte de color: la percepció subjectivitat de les diferents freqüències d'ona de la llum, dins de l'espectre visible, incidint sobre la matèria.

Avui dia l'estudi més famós basat en la teoria dels colors de Goethe, i ja convertit en un clàssic de la matèria, és *Psicologia del color*, d'Eva Heller de l'any 2004. Experta en teoria del color, la sociòloga i psicòloga Heller escriu diversos llibres sobre el color i les seves implicacions culturals.

Psicologia del color explica la relació dels colors amb els sentiments i demostra com ambdós es combinen a través d'experiències universals profundament arrelades en el llenguatge i el pensament.

4. METODOLOGIA

L'objectiu d'aquesta investigació és analitzar quines són les tendències en el disseny d'isotips per a superherois. Per conèixer quines són aquestes, la metodologia es divideix en dues parts:

Per una banda trobem l'estudi de casos, on s'analitza la identitat visual de quatre superherois de *Marvel*, *DC* i *The Boys*. Les fonts usades seran secundàries i basades en l'estudi dels còmics i de la literatura relacionada. A través d'aquesta anàlisi, s'identifiquen quins són els colors, símbols i característiques de cada vestit, i si aquests es veuen representats a l'isotip que duen.

Per l'altra banda, es realitza una investigació a través d'un qüestionari *Google Forms* difós per *WhatsApp* i *Instagram*. L'estructura d'aquest està organitzada en dos blocs: a) preguntes relacionades amb isotips i vestits de superherois de *Marvel* i *DC*, b) preguntes relacionades amb les propostes d'isotips. Les fonts seran primàries i s'esperen entre 50 i 300 respostes. El tractament de les dades serà estadístic i basat en models quantitius.

Les dades extretes d'aquesta enquesta es processen quantitativament i se n'extreuen resultats qualitius, si s'obtenen menys de 100 respostes, a causa de la naturalesa no representativa de la mostra. Superar 100 respostes permetria una anàlisi quantitativa de les dades (Shafer, 1998). La mostra és aleatòria dintre la població estudiada i de participació voluntària.

Per concloure, es contrasta i compara la informació extreta de l'estudi de casos i de les enquestes per obtenir uns resultats sobre les tendències en el disseny d'isotips per a superherois.

5. RESULTATS

5.1. Còmic vs sèrie

Com s'ha explicat prèviament, *The Boys* és un còmic d'Ennis i Robertson (2006) adaptat a sèrie per *Amazon Prime Video* l'any 2019. Aquesta adaptació de Trachtenberg i Kripke (2019), ha implicat canvis estètics radicals en alguns personatges com és el cas de *Queen Maeve* (Maeve), *The Deep* (Profundo) i *Jack from Jupiter* (Translucido) (vegeu annex D – Figures 1, 2, i 3).

En aquesta investigació s'analitza la identitat visual tant de *Homelander* com de *Queen Maeve*. Com podem comprovar a l'annex D - Figura 1, *Queen Maeve* té identitats visuals diferents en el còmic i a la sèrie, i per tant, s'haurà d'escollir una d'elles per poder realitzar la investigació.

El motiu pel qual s'analitzarà la identitat visual de la sèrie i no la del còmic és que la sèrie és el producte més recent del còmic *The Boys* i, per tant, ens és més útil per poder analitzar les tendències estètiques actuals en els superherois.



Figura 1. *Queen Maeve* i *Homelander*

5.2. Anàlisi identitat visual *The Boys*

5.2.1. Homelander

Homelander és el líder del grup de superherois *The Seven* (vegeu annex E – Figura 1). És el superheroi més poderós en la narrativa de *The Boys* i els seus superpoders més destacables són: invulnerabilitat, força i velocitat sobrehumana, rajos làser (vegeu annex E – Figura 2), visió de rajos X (poder veure a través d'objectes, excepte del Zinc) i volar. (Fandom, 2021).

Com s'explica al portal web Fandom (2021) aquest superheroi és principalment una paròdia de *Superman* que posseeix exactament els mateixos poders, habilitats i imatge pública. A la vegada,

però també és en part una paròdia de *Captain America*, de qui rep el seu nom¹, capa patriòtica i aparença.

Com es pot apreciar a l'annex D – Figura 4, la identitat visual de *Homelander* s'ha mantingut en l'adaptació del còmic a la sèrie, tant els colors corporatius com els elements simbòlics que duu al vestit segueixen sent els mateixos en les dues produccions de *The Boys*.

Pel que fa a la simbologia d'aquest superheroi (vegeu annex E – Figura 3) trobem dos elements clau en el seu vestit, concretament els símbols més emblemàtics de la seva pàtria: una àguila² i la bandera dels Estats Units d'Amèrica. Per tant, amb aquests elements en el seu vestit *Homelander* transmet tots els valors de la seva pàtria: poder, seguretat i patriotisme.

Respecte als colors corporatius de *Homelander* podem apreciar clarament el blau, el vermell, l'or (daurat) i fins i tot el blanc si tenim en consideració la bandera. Tal com explica Eva Heller (2004) en el seu llibre *Psicologia del color* el blau és el color preferit pràcticament del 45% de la població, no és d'estranyar que sigui el color principal del superheroi més famós i poderós de l'univers *The Boys*. A més a més el blau és el color de la confiança, la seguretat, la simpatia, l'harmonia i la fidelitat. També és el color que representa la divinitat, la grandiloqüència i l'infinit (Heller, 2004).

En canvi el vermell significa tot el contrari del blau: passió, moviment, força, valor, energia, desig i agressivitat (Heller, 2004). Encara que coexisteixin aquests dos colors en el vestit, podem veure una gran predominança del color blau sobre el vermell, ja que principalment les característiques que volen transmetre d'aquest superheroi són les d'un líder estratègia i serè.

Sobre el color or (daurat) transmet luxe, felicitat, orgull i bellesa. (Heller, 2004). En el cas de *Homelander* podem interpretar la principal intencionalitat d'aquest color havent comentat anteriorment tots els altres elements: orgull, tant patriòtic com propi.

5.2.2. Queen Maeve

Queen Maeve, més coneguda a la sèrie com a *Maeve*, és la superheroïna més poderosa, després de *Homelander*, en la narrativa de *The Boys*. Els seus superpoders més destacables són qualitats sobrehumanes com: força, durabilitat, velocitat, agilitat, estamina, reflexos i punteria. (Fandom, 2021). A més a més també domina les arts marcials, habilitat que la fa gairebé invencible en combats cos a cos.

Com també s'explica a Fandom (2021) *Queen Maeve* és una paròdia directa de *Wonder Woman*. Posseeixen molt poques diferències en la seva aparença i habilitats, però la més significativa és la procedència d'aquestes, ja que *Queen Maeve* no és creada per déus grecs.

¹ *Homelander* significa literalment "Una persona de la seva terra natal", en el seu cas els Estats Units d'Amèrica. (Fandom, 2021)

² L'àguila calva és l'emblema oficial de la nació, representant el poder i l'autoritat d'aquesta. Apareix en la majoria dels escuts oficials, els passaports i en les monedes i bitllets. (Foreign Study League, 2020).

Com ja s'ha explicat anteriorment, la superheroïna *Queen Maeve* apareix a la sèrie amb una identitat visual totalment diferent de la del còmic (vegeu annex D – Figura 1). No només els colors del seu vestit canvien, sinó també el color del seu cabell.

Pel que fa a la simbologia es pot apreciar a l'annex E – Figura 4, dos elements principals: l'estrella i l'àguila. En aquest cas, però l'àguila que duu com a diadema no té exactament el mateix significat que la que duu *Homelander al seu vestit*. Com explica González (2012) l'àguila és un animal que representa: poder, força, autoritat; atributs tradicionalment relacionats amb guerrers, com és *Queen Maeve*. Respecte a l'estrella és un símbol reconegut gairebé internacionalment relacionat amb el cos militar (Reclutamiento, 2021), ja que aquest divideix jeràrquicament en escala de comandament els seus membres a través de les insígnies en forma d'estrella de 5 puntes (vegeu annex E – Figura 5).

Passant directament als colors corporatius de *Queen Maeve*, trobem dos colors: el vermell i el plata. Tal com explica Heller (2004) el color vermell és un color molt contradictori i amb moltes interpretacions diferents segons el context, però en el cas de *Queen Maeve* es pot identificar clarament quins són els principals atributs que li ofereix aquest color a la superheroïna: força, valor, energia i dinamisme. Com s'explica a *Psicologia del color* de Heller (2004) el segon color més representatiu del dinamisme és el plata, sent també el color més triat per transmetre velocitat. A més a més el color plata també representat la funcionalitat i el tecnicisme, motiu pel qual és un dels colors principals de l'uniforme d'aquesta superheroïna guerrera. El color platejat recorda als metalls i a la resistència d'aquests, convertint el vestit de *Queen Maeve* més aviat en una armadura de combat.

5.3. Anàlisi identitat visual de la competència

5.3.1. Captain America

Com ja s'ha mencionat anteriorment *Homelander* és una paròdia de *Superman* i *Captain America*. Amb el primer comparteix els mateixos poders i habilitats, i amb el segon comparteix una aparença i nom similars.

Per aquest motiu la identitat visual que analitzarem serà la de *Captain America*, ja que és la competència més directa que té *Homelander* pel que fa a l'estètica. A més a més, l'anàlisi de l'isotip d'aquest ens ajudarà posteriorment per la creació del de *Homelander*.

Captain America i *Homelander* utilitzen pràcticament els mateixos colors corporatius, amb l'única diferència que el primer utilitza el color blanc en lloc del color or (vegeu annex F – Figura 1). L'anàlisi dels colors blau i vermell ja s'ha fet anteriorment, i en aquest cas es mantenen tant les intencions com el perquè de l'elecció dels colors: el patriotisme. En el cas de *Captain America* utilitza el blanc per acabar de completar tots els colors de la bandera dels Estats Units d'Amèrica, així i tot el blanc en el seu vestit li confereix atributs com el bé, la veritat, la puresa, la innocència i la neutralitat (Heller, 2004).

Passant directament a l'isotip (vegeu annex F – Figura 2), podem veure com els tres colors corporatius formen tota la totalitat d'aquest i també el símbol de l'estrella militar (el mateix que duu

Queen Maeve i que s'ha explicat prèviament). L'isotip de *Captain America*, però no el porta en el seu vestit sinó en l'escut, la seva arma. L'isotip de *Captain America* està creat a partir de la bandera del seu país, de la mateixa manera que el seu vestit, on podem veure clarament la bandera en el seu abdomen.

La identitat visual de *Captain America* sens dubte aconsegueix l'objectiu de ser fàcilment identificable, distintiva i molt potent; tots els requisits que es necessiten per aconseguir un isotip eficaç.

5.3.2. Wonder Woman

Com ja s'ha comentat, *Queen Maeve* és una paròdia directa de *Wonder Woman*, una guerrera amb els poders d'una divinitat (Superheroínas Marvel y DC, 2021). Modificada pels creadors de la sèrie *The Boys*, *Queen Maeve* és un reflex de la superheroïna més famosa del gènere dels superherois (vegeu annex F – Figura 3).

Per aquests motius, analitzar la identitat visual i l'isotip de *Wonder Woman* ens servirà per poder elaborar posteriorment una proposta d'isotip per a *Queen Maeve*.

Casualment, els colors corporatius d'aquesta superheroïna són exactament els mateixos que duu *Homelander*, representant exactament les mateixes qualitats: poder, força, seguretat i orgull; les qualitats d'un/a líder.

No és casualitat doncs que la superheroïna més poderosa de l'univers *DC* i el superheroi més poderós de l'univers *The Boys* comparteixin exactament els mateixos colors, i no només això, sinó també el mateix símbol: l'àguila. En aquest cas, però el símbol de l'àguila té la mateixa intenció que l'àguila que duu *Queen Maeve*, i no la patriòtica que duu *Homelander*. Un altre símbol present en la seva diadema és l'estrella, però en aquest cas no és l'estrella militar de cinc puntes, sinó una estrella amb vuit. Segons McClue (2016) l'estrella és l'emblema de la saviesa, el coneixement i també de les divinitats, sobretot femenines. En el cas de *Wonder Woman* l'estrella significa la divinitat de la seva naturalesa.

Respecte a l'isotip de *Wonder Woman* podem veure com a anat evolucionant amb el pas dels anys fins avui dia amb la seva versió més moderna en acabats metàl·lics (vegeu annex F – Figura 4). El seu isotip consisteix en la unió de les seves dues inicials (WW) formant alhora una àguila

Aquest isotip tan majestuós dota a la identitat visual de *Wonder Woman* d'una coherència i harmonia estètica digna de la superheroïna més famosa. El vestit d'aquesta inclou no una, sinó dues vegades la seva insígnia, marcant encara més la seva identificació immediata en comparació amb els altres companys de gènere.

5.4. Procés creatiu

5.4.1. Isotip *Homelander*

Per l'elaboració de l'isotip del líder de *The Seven* s'han escollit els seus colors corporatius: blau, vermell i or (daurat); i el símbol de l'àguila (vegeu annex G – Figura 1). La bandera dels Estats Units d'Amèrica no s'ha utilitzat per a la creació de l'isotip, ja que *Homelander* la porta com a capa en el seu vestit i seria redundant. L'àguila en canvi era un element essencial i necessari per a tot allò que representa *Homelander* com a superheroï: lideratge i protecció. Respecta al motiu pel qual s'ha triat el blau per a la part superior de l'isotip i el vermell a la part inferior és per la relació directa del color blau amb el cel i per la profunditat que aporta aquesta tonalitat de blau a l'isotip.

Una proposta d'aplicació de l'isotip al vestit de *Homelander* seria la que es pot veure a l'annex G – Figura 2.



Figura 2. Proposta Isotip *Homelander*

5.4.2. Isotip *Queen Maeve*

Per l'elaboració de l'isotip de la guerrera de *The Seven* s'han escollit els seus colors corporatius: vermell i plata; i els símbols de l'estrella i l'àguila (vegeu annex G – Figura 3). Les dues principals inspiracions per aquest isotip han estat l'exèrcit militar i *Wonder Woman*. Així doncs les ales de l'isotip de *Queen Maeve* estan inspirades en l'antic isotip de *Wonder Woman* de l'any 1982 (vegeu annex F – Figura 4) i l'estrella és la que s'utilitza en el cos militar per representar el rang dins de la jerarquia militar (vegeu annex E – Figura 5).

Una proposta d'aplicació de l'isotip al vestit de *Queen Maeve* seria la que es pot veure a l'annex G – Figura 4.

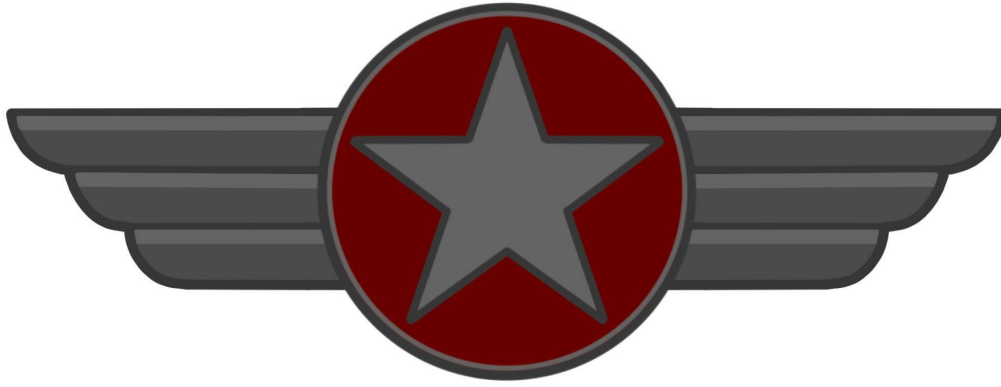


Figura 3. Proposta Isotip *Queen Maeve*

5.5. Valoracions externes: Enquesta

Per a poder donar resposta a la hipòtesi que es planteja en aquesta investigació es necessita conèixer l'opinió sobre quina funcionalitat tenen actualment els isotips dels superherois i superheroïnes. Per aquest motiu, l'enquesta s'ha dut a terme a una mostra de 256 voluntaris de totes les edats en el territori de Catalunya. L'enquesta està composta per dotze preguntes de les quals les quatre últimes estan enfocades en el segon objectiu de la investigació, l'elaboració de propostes d'isotips per als superherois de *Homelander* i *Queen Maeve* (vegeu l'annex H).

Un cop obtinguts i compatibilitat els resultats de l'enquesta (vegeu l'annex I) podem extreure les conclusions següents:

Primer de tot pel que fa a les dades sociodemogràfiques es pot apreciar com el 54,7% dels enquestats han estat joves de 16 a 25 anys (vegeu annex I – Figura 1). Aquesta dada s'entén coneixent la difusió que hi ha hagut de l'enquesta a través de la xarxa social *Instagram* i el *target* que té aquesta xarxa. Respecte al gènere destacar que un 64,8% de les enquestades han estat dones, és a dir més de la meitat dels enquestats, i dintre d'una paràmetres de paritat (vegeu annex I – Figura 1).

En segon lloc trobem que el 79,7% dels enquestats ha sigut capaç de reconèixer a Superman sense el seu famós isotip en el seu vestit, un 74,2% ha reconegut a *Captain Marvel* sense el seu isotip al vestit, i gairebé tots els enquestats han sabut reconèixer a Spiderman sense el seu isotip (a excepció de 2 enquestats). (vegeu annex I – Figures 2 i 3).

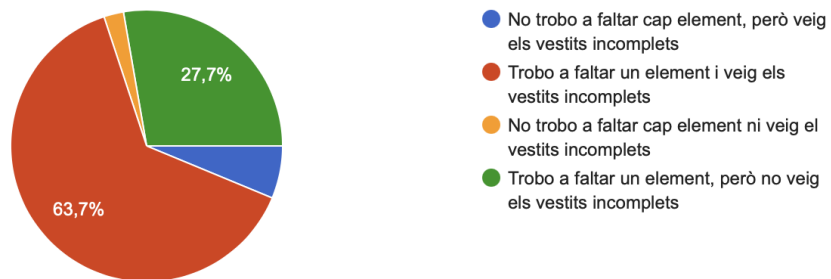
Aquests resultats reforcen la creença que els isotips no són necessaris per a poder reconèixer a un superheroï, el vestit és suficient per tenir una identitat visual clara i identificable sense necessitat d'un símbol.

A continuació trobem que un 63,7% dels enquestats troben a faltar algun element en els vestits anteriors i els veuen incomplets, i un 27,7% troben a faltar també un element en els vestits, però en canvi no els veuen incomplets (vegeu annex I – Figura 3). Aquestes xifres deixarien clara la importància de l'isotip si no fos per les respostes de la següent pregunta. El 50,4% dels enquestats creu que els superherois no necessiten un isotip per poder ser identificats i el 49,6% creu que sí

(vegeu annex I – Figura 4). Aquesta resposta tan ambigua deixa clar quin ha estat el motiu d'aquesta investigació.

Trobes a faltar algun element en els anteriors vestits? Els veus incomplets?

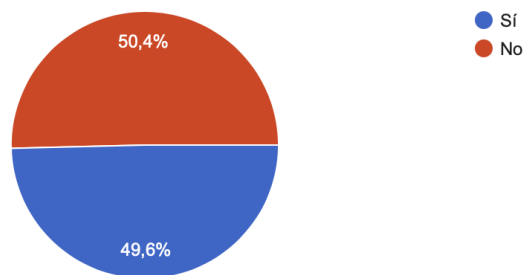
256 respostes



Gràfic 1. Enquesta: Resposta pregunta 6

Creus que els superherois necessiten un isotip per poder ser identificats?

256 respostes

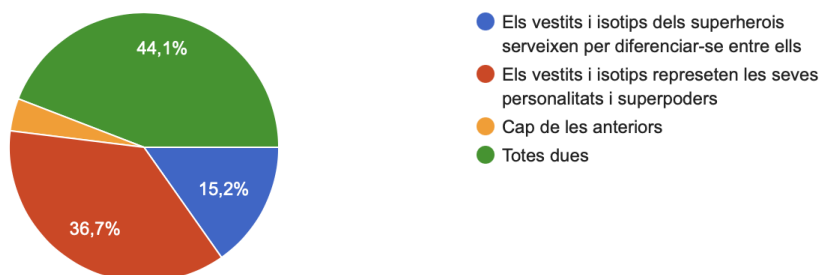


Gràfic 2. Enquesta: Resposta pregunta 7

Posteriorment arribem a l'última pregunta abans de passar a les preguntes relacionades amb les propostes d'isotips. El 44,1% dels enquestats opina que els vestits i isotips dels superherois i superheroïnes serveixen per diferenciar-se entre ells, i representar les seves personalitats i superpoders. Per altra banda, trobem que un 36,7% dels enquestats creu que només serveixen per a representar les seves personalitats i superpoders (vegeu annex I – Figura 4). Tot i això el resultat és molt positiu, ja que la resposta més escollida ha estat la més acurada respecte a les intencions que hi ha darrere de l'elaboració dels isotips per a superherois.

Creus que els vestits i els isotips dels superherois només serveixen per diferenciar-se entre ells, o també representen les seves personalitats i superpoders?

256 respostes

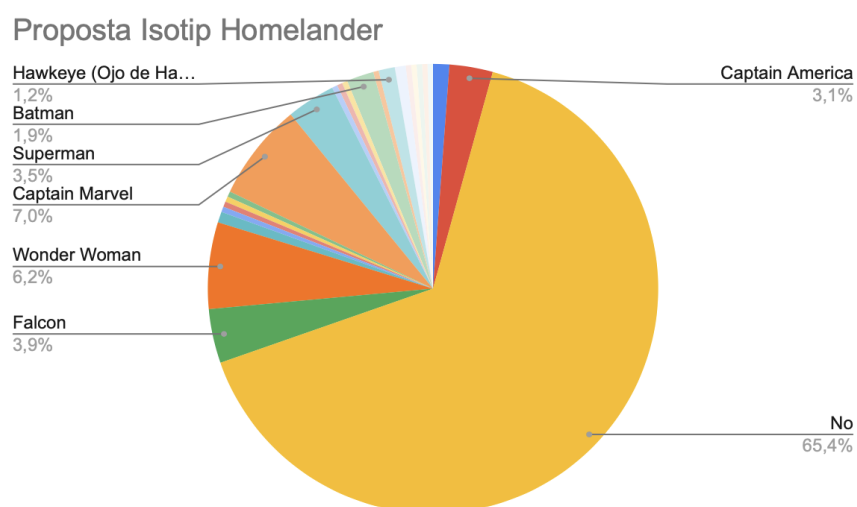


Gràfic 3. Enquesta: Resposta pregunta 8

Finalment trobem els resultats de les últimes quatre respostes relacionades amb les dues propostes d'isotips. La primera pregunta planteja quines són les qualitats/superpoders que transmet la proposta d'isotip feta per *Homelander*.

La primera qualitat més votada ha estat volar amb 218 vots, la segona ha estat la velocitat amb 149 vots i la tercera ha estat la força amb 123 vots (vegeu annex I – Figura 5). Els resultats han estat els esperats, la principal qualitat que es volia destacar era la capacitat de poder volar, ja que és l'únic dels *The Seven* que pot.

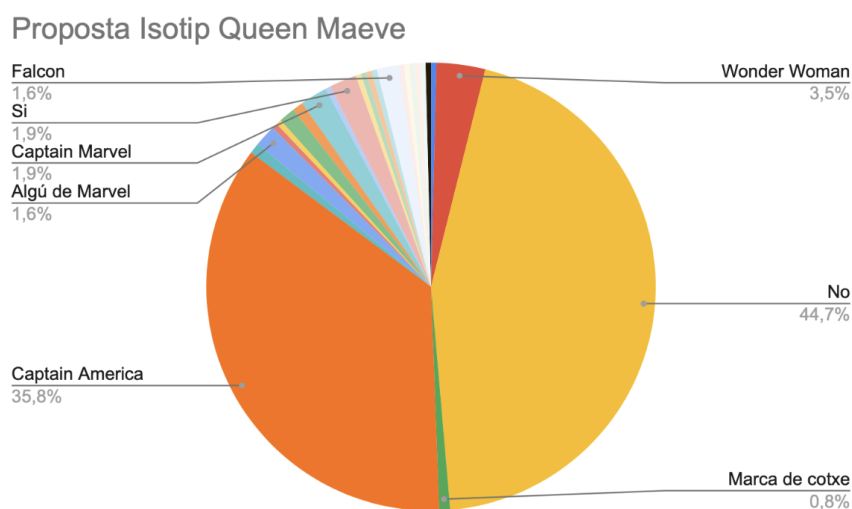
Sobre la pregunta a si l'isotip recordava als enquestats al d'algun altre superheroï/na la resposta més comuna ha estat que **no** amb un 65,4%, seguit de *Captain Marvel* amb un 7% i *Wonder Woman* amb un 6,2% (vegeu annex I – Figura 6). Evidentment el fet que la majoria dels enquestats hagin respost que no els hi recorda a cap altre superheroï/na és molt positiu, ja que significa que l'isotip no es confondria amb cap altre i que per tant seria clar i diferenciador.



Gràfic 4. Enquesta: Resposta pregunta 10

Pel que fa a les dues preguntes relacionades amb la proposta d'isotip per a *Queen Maeve* trobem que la qualitat més escollida ha estat la força amb 188 vots, seguidament de la velocitat amb 104 vots i posteriorment volar amb 63 vots (vegeu annex I – Figura 7). Aquest resultat és molt positiu, la qualitat que més es volia destacar era la força, ja que és la superheroïna amb més força de *The Seven*.

Per finalitzar per a la pregunta de si el segon isotip els hi recordava al d'algun altre superheroi/na les respostes han estat que no amb un 44,7%, a *Captain America* amb un 35,8% i a *Wonder Woman* amb un 3,5% (vegeu annex I – Figura 8). El motiu pel qual *Captain America* ha estat el més relacionat amb aquest isotip és segurament degut a l'estrella del seu isotip que porta a l'escut. De totes maneres tan *Captain America* com *Wonder Woman* són dos superherois caracteritzats per la seva força, un d'ells per ser exmilitar i l'altra per ser una guerrera amb poders divins.



Gràfic 5. Enquesta: Resposta pregunta 12

7. CONCLUSIONS

L'objectiu principal d'aquesta investigació era donar resposta a la hipòtesi que es plantejava sobre la funcionalitat dels isotips en els vestits dels superherois. Observant els resultats de l'enquesta (vegeu l'annex I), sobretot de la pregunta número 7 (vegeu annex I – Figura 4), podem afirmar que actualment aquesta hipòtesi no es pot demostrar. Gairebé la meitat dels enquestats opina que els superherois necessiten un isotip per poder ser identificats, mentre l'altra meitat opina que no.

La hipòtesi plantejada podria ser afirmada si només observéssim els resultats obtinguts de les preguntes número 3, 4 i 5, on en totes tres més del 74% dels enquestats han sabut reconèixer tots els superherois tot i que els hi mancava l'isotip al seu vestit (vegeu annex I – Figures 2 i 3). En canvi, tenim en contraposició les respostes de la pregunta 6 on més del 63% de la mostra veuen els vestits incomplets (vegeu annex I – Figura 3).

Aquests resultats reafirmen la incapacitat de poder afirmar tal hipòtesi, ja sigui per la precocitat de la tendència o simplement per la disparitat d'opinions dels professionals a l'hora de dissenyar les identitats visuals dels superherois i superheroïnes.

Respecte a les propostes d'isotips, podem afirmar a través dels resultats l'èxit d'aquests, ja que transmeten els valors desitjats i no es confonen amb els isotips d'altres superherois i superheroïnes (vegeu annex I – Figures 5, 6, 7 i 8).

En conclusió, s'haurà d'esperar un temps més per poder determinar si actualment ens trobem en mig d'una nova tendència on els isotips deixen de tenir rellevància o simplement són decisions estètiques d'alguns dissenyadors.

8. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

- Abreach, M. (9 d'Abril de 2013). *Mundo Independiente - The Boys: una guía introductoria*. Obtingut de Zona Negativa: <https://www.zonanegativa.com/mundo-independiente-the-boys-una-guia-introductoria/>
- Alcaraz, M. (13 de Febrer de 2017). *Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo... ¿Qué son y cómo se diferencian?* Obtingut de Baética: https://baetica.com/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/?cli_action=1618871994.156
- Buriro, G. A., Charan, A. A., i Ali, M. (2018). The Viewer Perception of the Connotative Portrat of Superhero Characters in Postmodern Screen Fiction. *International Research Journal of Arts and Humanities (IRJAH)*, 47(47), 189-198.
- Shafer, G. (1998). *The Annals of Probability*, 26(1), 416-424. Obtingut de JSTOR: <http://www.jstor.org/stable/2652909>
- Ennis, G., i Robertson, D. (2006). *The Boys*. Wildstorm; Dynamite Entertainment.
- CurioSfera Historia. (26 de Febrer de 2021). *Historia del cómic - Origen y evolución*. Obtingut de CurioSfera Historia: <https://curiosfera-historia.com/historia-del-comic/>
- Fandom. (27 d'Abril de 2021). *Homelander | The Boys Wiki*. Obtingut de Fandom: <https://the-boys.fandom.com/wiki/Homelander>
- Foreign Study League. (29 de Gener de 2020). *¿Por qué el águila calva es el símbolo de Estados Unidos?* Obtingut de Foreign Study League: <https://blog.fsl.es/2020/01/29/por-que-el-aguila-calva-es-el-simbolo-de-estados-unidos/>
- González, F. (2012). *Águila*. Obtingut de Diccionario de Símbolos y Temas Misteriosos: <https://www.diccionariodesimbolos.com/aguila.htm>
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Hernández, C., i Fonrodona, A. (28 de Març de 2020). *SUPERHEROES: una HISTORIA en evoución*. Obtingut de Zykax Group: <https://zykax.com/superheroes-una-historia-en-evolucion/>
- illusion Studio. (Abril de 2021). *¿Qué es la psicología del color?* Obtingut de Psicología del color: <https://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>
- Kaltner, S. (23 d'Agost de 2013). *¿Qué es una identidad visual?* Obtingut de Cátedra Cosgaya: <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2013/que-es-una-identidad-visual/>
- Kurpniece, G. (2015). *Semiotic construction of superhero 's Thor costume and colour use*. Obtingut de Semantic Scholar: <https://www.semanticscholar.org/paper/Semiotic-construction-of-superhero-'-s-Thor-costume-Kurpniece/276e3a88163f6c1c541fe89adc68e591b90c993e#related-papers>
- McClue, J. (1 d'Abril de 2016). *El símbolo de la estrella según su número de puntas y los "cambios estelares" del Papa Francisco I*. Obtingut de Símbolos, Mitos y Arquetipos: <http://abajocomoarriba.blogspot.com/2016/04/el-simbolo-de-la-estrella-segun-su.html>
- Real Academia Española. (19 d'Abril de 2021). *Símbolo*. Obtingut de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/s%C3%ADmbolo>

Real Academia Española. (19 d'Abril de 2021). *Superhéroe*. Obtingut de Diccionario de la lengua española:
<https://dle.rae.es/superhéroe>

Reclutamiento. (1 de Maig de 2021). *Rangos Militares*. Obtingut de Reclutamiento:
<https://www.reclutamiento.es/fuerzas-armadas/rangos-militares.php>

Ríos, O. (3 de Juliol de 2019). *La Edad de Oro del cómic – Las edades del comic (II)*. Obtenido de comicverso:
<https://www.comicverso.com/las-edades-del-comic-ii/>

Romano, C. (9 de Maig de 2018). *La evolución de los logotipos*. Obtingut de Pixartprinting:
<https://www.pixartprinting.es/blog/evolucion-logotipos/>

Superheroínas Marvel y DC. (1 de Maig de 2021). *Wonder Woman*. Obtingut de Superheroínas Marvel y DC:
https://superheroínas.review/wonder-woman/#Películas_y_series_de_TV_en_las_que_aparece_Wonder_Woman

Trachtenberg, D., i Kripke, E. (Direcció). (2019). *The Boys* [Sèrie].

Vonne, L. (25 de Novembre de 2020). *El noveno arte: un repaso por las edades del cómic*. Obtingut de Hipertextual: <https://hipertextual.com/2020/11/noveno-arte-repaso-edades-comic>