

El cómic. Una interpretación más allá de las masas

SOFÍA N. AVENDAÑO

El artículo nos recrea la historiografía del comic, es decir que nos presenta una breve reflexión crítica y bibliográfica sobre lo que significan estas historias que en el tiempo presente no solo se nos ofrecen todavía en formato impreso, sino que se han ido adaptando a los distintos soportes comunicacionales que van desde el cine hasta el mundo del audiovisual en general. Hoy ya están presentes en el espacio digital. De igual manera, nos presenta una reflexión sobre el carácter estético de los comics al punto que se les considera ya no solo como productos de la cultura de masas, sino como una muy peculiar manifestación del arte y la cultura

Muchos dicen que se trata de historias para niños. Otros dicen que son historias superficiales y comerciales. Efectivamente, son todo esto. Los cómics son historias que se han ganado el corazón de los niños desde hace ya varios años y también son narraciones increíblemente comerciales que han consolidado a toda una industria. No obstante, los cómics o historietas, son un recurso narrativo que abordan relatos ricos en conflictos, arquetipos y analogías que justifican, en gran medida, la aceptación que han tenido en la sociedad.

LA CARICATURA, EL NACIMIENTO EN LA PRENSA LOCAL

Se dice que el primer cómic fue la tira de prensa estadounidense *Hogan's Alley*, donde se presentó a "The Yellow Kid", un joven niño cuyos pensamientos y palabras se manifestaban en su camisa amarilla. Aunque sencilla y precisa, el

valor de los mensajes caló en el público norteamericano y fue así como la prensa comenzó a valerse de las ilustraciones animadas para manifestar quejas, sátiras y bromas que muchas veces se referían a los acontecimientos de la vida pública.

Y es aquí cuando podemos pensar en los usos que se le ha dado al cómic como herramienta comunicacional. Claro, hay que tener presente que, aunque se parezcan, hay una diferencia entre el cómic y la caricatura, pero no podemos hablar del primero sin conocer qué es la última.

Pérez Vila (1979) define a la caricatura como:

Una forma de expresión (gráfica casi siempre) que distorsiona o acentúa el aspecto o los rasgos de una persona, no forzosamente con el fin de ridiculizarla. Sin embargo, lo más frecuente es que en la caricatura esté la intención crítica o satírica.

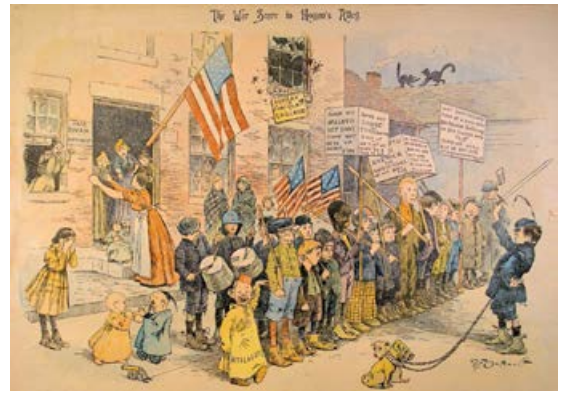
DOSSIER

La caricatura es entonces una ilustración semirrealista que evoca situaciones cotidianas. Puede estar conformada por una sola ilustración o por una secuencia, recibiendo así el nombre de tira cómica.

Bien lo dijo Pedro León Zapata al definir a la caricatura como “un arte del pensamiento” y es que, si bien muchas veces se pueden tomar como meras ilustraciones decorativas, sarcásticas y divertidas, el trasfondo que habita en cada trazo de su composición es rico en mensajes contundentes y críticos que solo pueden ser entendidos por aquellos de mente abierta y consciente.

Para la época en la que llega Popeye había una tácita diferencia entre caricaturas y cómics, solo que todavía este último era un recién nacido. Dependía de su madre la prensa escrita, y, si bien no eran historias en extremo complejas, presentaban una estructura narrativa tradicional aristotélica que las separaba un poco de la vida cotidiana

Claro está que las caricaturas no se convirtieron en estas herramientas poderosas de la comunicación desde el día uno de su concepción. Ellas nacieron como suplementos dominicales que agregaban diversión y dinamismo a la prensa, pero fue la incorporación de historias cotidianas y comunes para el lector promedio



lo que garantizó su aceptación, y derivó en que personalidades como Joseph Pulitzer iniciaran una guerra sin cuartel para quedarse con los personajes que presentaban.

Como la popularidad fue aumentando, es natural suponer que la calidad y la cantidad de las historias también lo hicieron. Aparecen entonces *Buster Brown* de Richard F. Outcault, *Alphonse and Gaston* de Frederick Burr Opper y muchas más hasta llegar a 1929, cuando Elzie Crisler Segar crea a un marinero tuerto y de habla complicada que vivía grandes aventuras en el mar: Popeye.

LA CONSOLIDACIÓN DE UN FORMATO

Para la época en la que llega Popeye había una tácita diferencia entre caricaturas y cómics, solo que todavía este último era un recién nacido. Dependía de su madre la prensa escrita, y, si bien no eran historias en extremo complejas, presentaban una estructura narrativa tradi-



SEGAR: JANUARY 17, 1929

cional aristotélica que las separaba un poco de la vida cotidiana, mostrando aventuras en tierras y universos lejanos que, seguramente, fueron las que le valieron la etiqueta de “historias para niños”.

Hay que destacar que para esta época ya tenían una estructura y composición física bastante clara. La misma que ha sobrevivido todos estos años y que está conformada por cuadros, globos y poco texto.

Liber Cuñarro y José Enrique Finol en la introducción de su artículo “Semiótica del cómic: códigos y convenciones” (2013) establecen que:

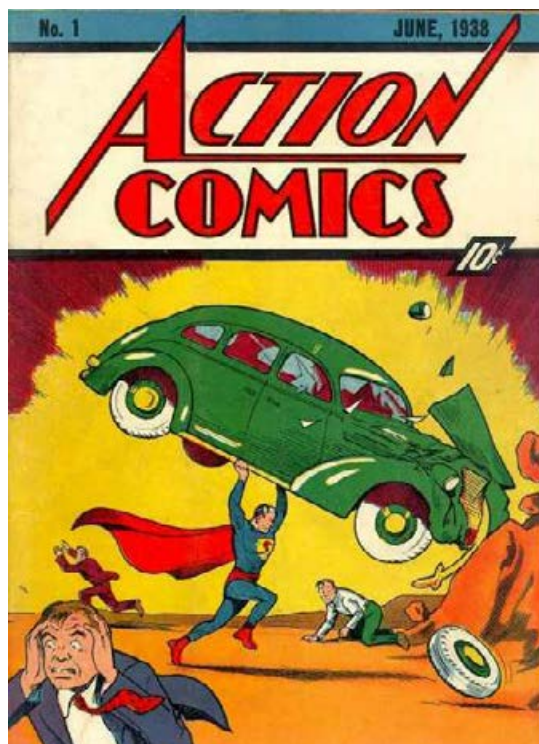
El lenguaje de los cómics está formado por códigos lingüísticos, icónicos, cromáticos y gráficos. Mientras que el código lingüístico se interpreta como en cualquier otra narración, en el código icónico del cómic ha establecido una serie de convenciones propias, que le sirven para establecer significaciones profundas a través de una simple imagen.

Poco a poco los suplementos dominicales abandonaron esta condición y migraron a sus propios espacios de publicación. Libros (o revistas) solo comparables con el arte japonés conocido como *manga*, cuyo interior narraba una historia valiéndose de la mezcla del recurso de la imagen y de la palabra que bautizaron como *cómic*.

Se dice que la primera publicación del cómic fue gracias a la empresa Procter & Gamble, en 1933, como parte de una campaña de publicidad. Pero lo cierto es que después de esto nacieron múltiples empresas y proyectos como Action Comics, que no solo dieron vida a lo que algún día sería conocido como el noveno arte, sino que también consolidarían leyendas que impactarían en el inconsciente colectivo.

EL INICIO DE LAS LEYENDAS

Jerry Siegel y Joe Shuster son los creadores del personaje más popular e icónico de la cultura pop: Superman. No hay persona en el mundo que no sepa quién es Superman. Puede que no haya visto la película, leído el cómic o siquiera tenga muy claro cómo se ve, pero la mayoría de las personas pueden asociar este nombre y el



símbolo que lo representa como una figura de poder, honor o, en la línea más superficial, un hombre que puede volar.

Con la llegada de Superman se marcaron dos precedentes que vale la pena analizar.

El primero: las causas perdidas se convierten en leyendas.

Cuando pensamos en la cultura pop, es inevitable concluir que está repleta de historias y personajes que fueron menospreciados y después infinitamente valorados. Walt Disney tuvo que ver cómo se burlaban de su ratón por considerarlo “simple y tonto”; a J. K. Rowling le rechazaron la historia de Harry Potter porque era “demasiado larga” para ser un éxito infantil; y a Siegel y a Shuster les rechazaron a Superman porque “difícilmente” a las personas les interesaría leer sobre un superhéroe proveniente de otro planeta.

En fin, la industria del entretenimiento es una ruleta rusa. Se puede ganar todo o perder todo en un segundo.

Superman narraba la historia del último sobreviviente de un planeta en decadencia, Krypton, que era enviado por sus padres a la tierra, en donde fue rescatado por un matrimonio y criado como propio. Con el pasar del tiempo, el joven niño manifestó tener poderes especiales y decidió proteger al mundo adoptando los co-

DOSSIER

lores de la nave en la que llegó junto con la letra S, aunque se ocultaba a sí mismo a través de su alter ego periodístico, Clark Kent.

Evidentemente, esta no era una historia de un suplemento dominical o de siquiera una revista de veinticuatro páginas. Es una historia larga y densa que, cual serie de televisión de las que se conocen en la actualidad, se iba entregando a los lectores paulatinamente, consolidando así tres cosas: un universo narrativo, una fanaticada de lectores y un modelo de negocio relativamente rentable.

El siglo XX fue una época turbulenta. Fue una época de guerra, pobreza y terror. Lo más natural del mundo es, gracias a lo contradictorio de la naturaleza humana, buscar medios para infundir esperanza cuando parece que no la hay y encontrar los medios para hacerlo se vuelve entonces una labor titánica, pero de resultados brillantes.

El furor alrededor de este personaje fue tal que al año siguiente se crea un nuevo personaje y, con él, al segundo precedente: la era de los superhéroes.

Es imposible pensar en la cultura pop y no pensar en Marvel o DC (Detective Comics) junto al panteón de personajes heroicos y viles que plantea. Y claro que Superman es el responsable de ello.

Después del éxito del joven Clark Kent, Action Comics decidió probar suerte con una persona un tanto diferente y puede que más oscura: Bruce Wayne, alias Batman.

A diferencia de su antecesor, Bruce Wayne no es prácticamente un dios. Todo lo contrario. Es un simple mortal que vive atormentado por el asesinato a mano armada de sus padres y, en un intento de vengarlos, decide defender a la Ciudad Gótica de la delincuencia y la desidia, vestido siempre de negro cual murciélago en fría noche de invierno.

Batman es una historia oscura. El personaje fue creado por Bill Finger y Bob Kane y apareció por primera vez en *Detective Comics* número 27, en 1939.

Después de Batman, la puerta al mundo de los superhéroes más nunca se cerró. Y fue así que personajes como Linterna Verde, La Mujer Maravilla y Flash llegaron a este mundo. Todos con orígenes tan creativos e impresionantes que, durante esta época, no solo conquistaban a los niños, sino también a los adultos.

Action Comics, cuyo verdadero nombre para aquella época era National, cambió su nombre a DC Comics y así cómo vio sus ventas crecer, también le tocó ver crecer a su principal rival comercial: Timely Comics, quienes habían comenzado sutilmente con personajes como la primera Antorcha Humana y Namor, el príncipe submarino, pero cuya insignia y consolidación llegó junto a la Segunda Guerra Mundial con el nombre de Steve Rogers, alias El Capitán América.

LOS SUPERHÉROES Y SU LUGAR EN NUESTRA HISTORIA

El siglo XX fue una época turbulenta. Fue una época de guerra, pobreza y terror. Lo más natural del mundo es, gracias a lo contradictorio de la naturaleza humana, buscar medios para infundir esperanza cuando parece que no la hay y encontrar los medios para hacerlo se vuelve entonces una labor titánica, pero de resultados brillantes.

En la película *Peter Pan, el regreso a Nunca Jamás* (2002) de Robin Budd, se dice que "... en tiempos de guerra es normal que no haya tiempo para historias de niños", pero la industria del cómic encontró su propio frente de batalla en el papel, la tinta y el color.

El Capitán América creado por Joe Simon y Jack Kirby iba a la guerra vestido con un traje rojo, blanco y azul con un escudo con las estrellas de la bandera norteamericana. Sus ideales claramente eran la defensa de la libertad y la democracia y, en efecto, lo hizo, pues en su primera aparición le da un puñetazo a Hitler.

Para el momento en el que sale este personaje, igual que la Mujer Maravilla (Diana Prince), Estados Unidos se unía oficialmente a la Segunda Guerra Mundial y se dice que ambos eran estandartes cuyo verdadero significado, más allá de la historia individual de



los personajes, era representar la grandeza de la nación norteamericana.

Steve Rogers era el prototipo del hombre físicamente perfecto, dotado de grandes valores morales y una devoción al servicio militar que invitaba a los jóvenes a unirse al ejército y, por supuesto, a ser héroes.

Diana Prince, por su parte, era una princesa amazona con un poder solo comparable al de los dioses que, si bien podía permanecer tranquila y feliz en su isla, le era imposible vivir en paz cuando los valores en los que tanto creía, como la justicia, eran quebrantados. “Salvar a otros es tan necesario y loable como lo es salvarte a ti”, es el mensaje de la Mujer Maravilla y, desde luego, para ella estaba más que justificado unirse a la guerra.

No es gratis que ambos personajes vistieran con la bandera norteamericana y que, a su vez, la estrategia de venta en aquella época apostaba a la compra de bonos de guerra. Por cada ejemplar que comprabas, colaborabas con un soldado de tu nación y, si bien el joven de 8 años no podía ir a la guerra, sentía que, de cierta manera, ayudaba a sus compatriotas. Por no mencionar que fue una campaña tácita para que los que sí podían ir, se alistaran y apoyaran al ejército.

Después de Batman, la puerta al mundo de los superhéroes más nunca se cerró. Y fue así que personajes comoLinterna Verde, La Mujer Maravilla y Flash llegaron a este mundo. Todos con orígenes tan creativos e impresionantes que, durante esta época, no solo conquistaban a los niños, sino también a los adultos.

El nacionalismo es una parte fundamental de la línea narrativa de los cómics. Incluso en el siglo XXI. Acaecimientos como el del 11 de septiembre de 2001 derivaron en publicaciones de *Spider-Man*, *Superman* y *The Avengers* llorando y apoyando a los bomberos y rescatistas en sus labores.

Los escritores, en general, se alimentan de la realidad para construir historias pues solo así pueden generar conflictos y emociones con los que los lectores pueden conectar. La realidad es, por ende, la musa principal de todos los artistas y las empresas de cómics, como DC y Marvel, que se valen de ella y la transforman en una verdadera y potente herramienta narrativa al tomar sentimientos populares, como los provocados por la guerra o los atentados te-

DOSSIER

rroristas, y transformarlos en imágenes e historias fuertes con las que remueven las fibras individuales. Es una excelente estrategia de venta, por supuesto, pero también es una manera asertiva de conectar con sus lectores y de entregar un mensaje de apoyo y, algunas veces, llamado a la acción.

UN MODELO DE ARTE COMERCIAL

Es obvio que los cómics no se concentran solo en historias de superhéroes. Es un formato igual que el cine o la narrativa, tan rico en géneros como gustos hay entre los lectores. Los superhéroes son, para algunos, un género en concreto, pero a lo largo del siglo XX también se desarrollaron diversas historias que iban desde el *western* hasta la romántica. Algunas historias juveniles y otras exclusivamente infantiles. También se desarrollaron en otras partes del mundo. Verbigracia *Condorito*, de René Ríos Boettiger, de origen chileno y publicado en 1949; o *Mafalda*, creada en Argentina por Quino en 1964. Ambos son casos de éxito latinoamericano que, con ilustraciones sencillas y mensajes concretos, se ganaron el corazón del público y todavía, ochenta años después, se valoran, disfrutan y analizan.

Mafalda es de esos casos particulares en los que cabe hacerse la pregunta ¿Cuál es el verdadero poder del cómic y de las caricaturas? ¿Cabe, de verdad, la afirmación de que son solo material dedicado al entretenimiento y a lo superficial?

Evidentemente no.

Todas las personas pueden usar las palabras para transmitir ideas, pero valerse del subtexto de unas pocas es un arte que muy pocos pueden hacer.

El formato del cómic presenta un montaje de palabras e imágenes, por lo tanto es requerido del lector ejercitar habilidades interpretativas tanto verbales como visuales. El régimen artístico (perspectiva, simetría, líneas) y el régimen literario (gramática, trama, sintaxis) se interponen mutuamente. La lectura de una novela gráfica es al mismo tiempo un acto de percepción estética y una persecución intelectual. (Eisner, 2008: 2)

El cómic es un medio donde predomina la imagen. Se podría decir que es más cercano al cine que a la literatura, pues requiere de la fina pluma del guionista que, a diferencia de la del poeta, se centra en la construcción de imágenes. Imágenes poderosas que en sí mismas puedan transmitir todas las emociones y sensaciones necesarias para comprender las situaciones. Las palabras se vuelven innecesarias, ya que una regla fundamental de los guionistas es: mostrar lo que no se dice y decir lo que no se muestra.

Claro que todo el peso no queda solo sobre la pluma del guionista. El cómic es un formato que para existir requiere de dos. Un escritor y un ilustrador. Sin esta dupla su existencia sería imposible. Al menos su existencia de calidad.

El ilustrador tiene que entender la historia y el trasfondo para así recrear la imagen precisa. Esa que solo existe en la cabeza del guionista y que es su deber recrear en la de millones de personas.

El estilo de las ilustraciones varía de acuerdo a muchos factores. Línea editorial, temática, atmósfera, tono, estética y licencia artística.

Actualmente, se considera al cómic como el noveno arte y es un justo reconocimiento al esfuerzo que amerita la elaboración de cada historia y de cada ejemplar que las conforma. Lo curioso es que, y lo mismo pasa con el cine, la literatura, la música y el teatro, las manifestaciones artísticas son, a su vez, un nicho comercial. Y como tal, responden a la necesidad imperiosa de producir y satisfacer las necesidades y los gustos de los consumidores.

No se puede negar que, muchas veces, la necesidad de atender al mercado y sus exigencias arruinan la calidad de los productos. En especial si al mundo de las historias nos vamos. El tema de la “cantidad por la calidad”, lastimosamente impacta y deja huella. Y es natural que de esta realidad surja la conclusión y la idea de que los productos destinados a las grandes masas carezcan de calidad, porque pasan primero por el filtro de la cantidad y la “aceptación”.

No obstante, hay que ser objetivos con esto último y analizarlo verdaderamente.

Por lo menos en lo que corresponde al nicho del *storytelling* (sea cine, literatura o cómic),

las historias que se han consolidado dentro de las masas y han dejado su huella son contadas. Veamos pues historias como la adaptación cinematográfica *El Padrino* (1972) de Francis Ford Coppola, o el *bestseller* de J. K. Rowling, *Harry Potter*. Ambos son fenómenos e hitos de la cultura popular. Todos los conocen. Si les gusta o no es irrelevante. El tema –el verdadero tema– es que son reconocidos como parte indiscutible de la cultura universal y la aceptación siempre ha sido más que la negativa en todo el mundo.

Lo que ocurre con estos productos, y que inevitablemente vemos en el cómic, es que su aceptación se debe a la construcción de imágenes arquetípicas que conectan con los individuos que las consumen.

Regresemos a Superman. Un hombre que, gracias a la intervención de sus padres de infinitos poderes, es enviado a este mundo y cuyo destino será salvarlo. Es, por supuesto, una historia que fácilmente podemos reconocer en la Biblia y en Jesús de Nazaret, pero también en los mitos griegos y en otros propios de la mitología universal.

El hombre que viene a sacrificarse por los demás está lejos de ser una ficción y es que, separándolo de la visión melodramática y fatalista del mundo entero, siempre hay un padre o madre de familia que debe renunciar a sus sueños por criar a sus hijos, o un hijo que lo deja todo para que sus hermanos tengan una mejor vida.

El sacrificio forma parte de nuestra concepción de la vida. Posiblemente gracias a la influencia judeo-cristiana. Y son millones de personas las que conectan con el sentimiento e, incluso, disfrutan y anhelan estar en dicha posición.

Al ver la época en la que sale Superman –1938–, el mundo entero estaba sumergido en la Gran Depresión. Es natural que niños, adolescentes y jóvenes quisieran sentirse especiales y hacer algo para salvar a quienes amaban.

Con la Segunda Guerra Mundial el caso fue el mismo. Las mujeres querían sentirse fuertes y útiles más allá de un rol de madre y a muchas les tocó serlo. Diana Prince vino a reafirmarles que también podían pelear. Steve Rogers,



por su parte, les recordó a todos el honor que hay en el sacrificio y en servir, y fue así como cientos de jóvenes, que ya se encontraban en el frente de batalla, se inspiraron a seguir adelante otro día. La guerra claro que es más cruda de lo que se ve en una historieta, pero la fantasía de sentirse un héroe cuando se está en la juventud es potente, venga de donde venga.

Durante el siglo XX los cómics y sus personajes crearon a una generación de idealistas. Pero, claro, todo cambia. La humanidad es evolutiva, lo que significa que la actividad y producción social también lo es. Los gustos cambian y la línea editorial también.

Para cuando llegaron los años 50, la guerra estaba pasada de moda. Quizá no con ese término. Pero la agenda pública cambió y leer sobre personas con trajes con la bandera de los Estados Unidos de Norteamérica no era tan *cool*.

DOSSIER

Los superhéroes y, por efecto colateral, todos los cómics, dejaron de considerarse un gran medio de comunicación y, nuevamente, fueron relegados a historias para niños. Fue la época de la decadencia.

Lo curioso es que, y lo mismo pasa con el cine, la literatura, la música y el teatro, las manifestaciones artísticas son, a su vez, un nicho comercial. Y como tal, responden a la necesidad imperiosa de producir y satisfacer las necesidades y los gustos de los consumidores.

CRUZANDO EL UMBRAL DE LO SUPERFICIAL

Los problemas de las personas eran otros y, por ende, los de los personajes también cambiaron.

Con el tiempo nacieron nuevos personajes como los X-Men, Spider-Man, Iron Man, los Cuatro Fantásticos, Pantera Negra y los equipos Los Vengadores y La Liga de la Justicia.

Tanto DC como Marvel y las demás empresas de cómics se las idearon para crear un nuevo panteón de héroes y personajes, y también dieron nuevas dimensiones a los que ya existían. Es aquí cuando estos seres imaginarios abandonaron los estereotipos y adoptaron figuras más complejas similares a eso que Gustave Jung denominó “arquetipos” o modelos de conducta y de personalidad comunes a todos los individuos ya que forman parte del inconsciente colectivo.

Los personajes de los cómics comenzaron a enfrentarse a problemas como las drogas, el *bullying*, la autoestima, la sexualidad, cuestionamientos internos y la depresión. Y si bien esto estaba destinado solo a las páginas, también tuvo su impacto en la opinión pública.

Con la Mujer Maravilla ocurrió un caso muy particular y sonado. Se dice incluso que fue por ella que comenzó a regularse el contenido que se publicaba en las historietas...

La Mujer Maravilla o Diana Prince fue creada por William Moulton Marston, quien además de escritor fue un psicólogo involucrado

en la creación del detector de mentiras. Es bien sabido que Marston vivía junto a su esposa, una exalumna y los hijos que había tenido con ambas. La relación abierta de la familia era un escándalo para la época y, los más puritanos, aseguraron que su cómic estaba repleto de imágenes lascivas y sdomasochistas.

Diana Prince es un personaje femenino fuerte y claramente dominante, cuyo atuendo para la época era revelador, y más acompañado de un látigo y brazaletes de acero. Así que sí, es inevitable reconocer un componente sensual en el personaje. No obstante, los problemas a los que se enfrenta la Mujer Maravilla y la manera en la que los resuelve están muy lejos de ser de índole sexual.

La sexualidad es una parte que los cómics, cual ser humano, fue explorando a medida que fue creciendo. Desde imágenes inocentes de besos y corazones, hasta escenas con contenido sexual explícito. Todo es válido en la cama para algunas personas y todo es válido en las páginas para algunas historias.

Lo curioso aquí es que la carga sexual en las historias —en las buenas historias— no se ha usado como un recurso morboso, al contrario, se usa como un elemento de exploración que ayuda a conocer las nuevas dimensiones de la personalidad de los personajes.

Ver a una Mujer Maravilla o a una Viuda Negra que son heroínas cuyo rol es ser sexys y salvar al mundo es muy diferente al de ver una mujer que, aunque consciente de que perderá al amor de su vida, jala del gatillo.

El personaje de Natasha Romanoff, la Viuda Negra, es posiblemente uno de los más complejos que se ha visto en la industria. Es lo que arquetipalmente se conoce como la *Femme fatale* y conecta, automáticamente, con la energía de lo femenino oscuro. Astucia, seducción, manipulación y destrucción. Es una asesina después de todo. Pero una asesina que pasó de personaje secundario a uno de los más importantes y populares en la industria. Y es evidente que la concepción del personaje no es solo ser una cara bonita y un cuerpo atractivo.

La historia de la Viuda Negra es la de una bailarina de ballet a la que la KGB le robó toda oportunidad de vida y convirtió en un

arma letal, pero que, gracias a su intelecto y moralidad, terminó por convertirse en aliada de los héroes más poderosos del mundo, como El Capitán América.

La creación de este personaje se llevó a cabo en plena Guerra Fría y siempre estuvo involucrada con tramas de espías. Era una mujer que, cual ideología, podía seducir, manipular y destruir a cualquiera cuando era usada como arma, pero al conectar con su lado cerebral, sensato y benevolente, tenía el potencial de salvar al mundo. Nuevamente, no es de gratis que los guionistas de Marvel unieran a una espía rusa de moralidad cuestionable con sus héroes americanos. Mensajes de redención... pero también de estrategia.

Con las drogas pasó lo mismo. Ningún héroe, por el momento, las ha consumido voluntariamente, pero sí tuvo amigos y amantes que lo hicieron. Mostrando así la manera lenta y corrosiva en la que algunas sustancias destruyen a los individuos. No fue lo mismo con el alcohol. Sí hay héroes alcohólicos.

Wolverine es uno. Él es, de hecho, muchas cosas cuestionables en el sentido más puritano de la palabra. Es, de acuerdo a un documental de History Channel titulado *Comic Book Superheroes Unmasked*, la viva imagen del soldado que sobrevivió a la guerra. Aquel que de joven soñó con ser Steve Rogers, pero que inevitablemente descubrió que el personaje que siempre tuvo y tendrá la razón pertenece a DC y es el Guasón. El mundo es un chiste de mal gusto.

Wolverine llegó junto a los *X-Men* para contar una historia sobre los incomprensidos. Sobre ese individuo al que nadie quiere, pero que oculta un poder extraordinario con el que puede cambiar al mundo. No obstante, él sí entiende la oscuridad a la que se enfrenta. No por nada es de los cómics más sangrientos y crudos. Pero también de los más populares y aceptados.

Hay quienes dirán que las personas tienen una extraña predilección por la sangre y la destrucción. Puede que sea cierto, pero la cosa va más allá. Las personas tienen una gran predilección por la realidad, aunque digan lo contrario.



Existe una regla para todos los escritores que se enseña en la mayoría de los talleres y seminarios de escritura y va sobre la construcción de personajes: crea un personaje con el que se puedan identificar.

Es decir, crea un personaje que sea humano. Un personaje con el que cualquier persona tenga la oportunidad de verse reflejado. Y es que suele suceder que las personas solo ven las películas o leen los libros en los que encuentran personajes a los que bien pueden reconocer como lo que ellos son o lo que quisieran ser. Para bien o para mal. Y ojo, esto es un proceso propio del inconsciente.

Y los cómics, particularmente, tienen la tendencia a mostrar al mundo tal cual es... posiblemente gracias a su origen en la prensa escrita.

DOSSIER



Los personajes de los cómics comenzaron a enfrentarse a problemas como las drogas, el *bullying*, la autoestima, la sexualidad, cuestionamientos internos y la depresión. Y si bien esto estaba destinado solo a las páginas, también tuvo su impacto en la opinión pública.

Por eso, sí hay algo de los cómics que vale la pena rescatar y que es posiblemente más popular y querido que todos los superhéroes, Popeye, Mafalda, Condorito y el mismo Gaturro juntos: los villanos. Los grandes, complejos y oscuros villanos que se han presentado y ganado el corazón de millones.

Al principio, por allá en los años 30-40, el malo era malo y punto. Un ser oscuro y abominable que deseaba destruir al mundo y que el héroe, como ser noble que era, tenía que enfrentar y derrotar. Nadie lo discutía y a las personas les gustaba. Pero, así como los héroes comenzaron a cuestionarse cosas a sí mismos para ser más profundos, los villanos también lo hicieron.

De estos personajes hay demasiados. Algunos pasan de héroe a villano constantemente.

Pero el más interesante, complejo y filosófico de todos es el Guasón.

El Guasón o *Joker* fue creado en 1940 por Bill Finger, Bob Kane y Jerry Robinson. Desde siempre ha sido enemigo acérrimo de Batman y juró la destrucción de Ciudad Gótica ¿Malo por ser malo? Obviamente. Pero con este personaje ocurre algo interesante. Algo que trasciende y evoluciona con el pasar de los años y de la narrativa de su personaje (y aquí hablamos tanto a nivel del cómic como a nivel audiovisual).

Este es un individuo que clínicamente se puede considerar loco. Un demente sádico, pero, si se presta atención a su discurso, se encuentra cierta inteligencia y genialidad que solo un verdadero sociólogo podría tener. El Guasón no ve a la sociedad como lo que quiere que sea o lo que tiene fe que será. La mira como lo que es. Un conjunto de animales ligeramente inteligentes que ignoran su estado primitivo, pero que, cuando la situación lo demanda, ceden ante él con gracia, naturalidad y, comúnmente, sin arrepentimientos.

Está, constantemente, recordándole a Batman lo vacío que es el mundo y justifica sus acciones como un efecto colateral del sistema. Es un anarquista de la cabeza hasta los pies que recoge en su esencia la sombra de la mayoría y

es por ello que es más popular que Batman entre los lectores.

Es curioso, pero la cadena CNN a días del estreno de la película *Joker* (2019) de Todd Phillips, anunció que el ejército de Estados Unidos estaba "... bajo alerta por un posible ataque masivo" después de la película. Los expertos pensaban, al igual que la mayoría de los ciudadanos, que ver a este peculiar personaje podría despertar o estimular cierta bestia oculta en los individuos, o, en términos junguianos, podría liberar la sombra de la mayoría.

EL PODER INCONSCIENTE DE LAS HISTORIAS

Todos los individuos tienen, a nivel psíquico, un lado inconsciente y otro consciente. Con el consciente se muestran al mundo y crean sus máscaras. Es con el que se sienten cómodos. Pero con el inconsciente, pasa otra cosa. Es eso, bueno o malo, que durante años se ha querido mantener oculto por varias razones y que, sin quererlo, forma parte fundamental de la esencia misma. Es la sombra.

Jung dice que la sombra no trabajada termina por convertirse en destino y es que esos elementos que yacen en el inconsciente, punzan constantemente hacia la conciencia y obligan a las personas a actuar de una forma específica y que muchas veces "no entienden" la razón.

Así como las buenas historias y los buenos personajes permiten que las personas se identifiquen con ellos, también estimulan eso que llamamos la sombra. Los lectores amarán u odiarán una historia en función al grado de conexión inconsciente que tengan con los temas que plantea.

Los cómics han evolucionado. Pasaron de mero entretenimiento y críticas puntuales a historias largas y complejas. Les gustan a los niños y adolescentes, sí, pero también a los adultos y es que ellas han crecido junto a toda una generación.

Hubo una época en la que decir que se trabajaba haciendo cómics era una vergüenza. Porque eran periodistas, ilustradores y escritores frustrados que no habían logrado mayor cosa, pero, de acuerdo a las palabras de Stan Lee, llegó el día en el que el cómic se consolidó como

una industria en la que miles de personas ahora quieren trabajar y en la que quienes ya lo hacen pueden cobrar incluso millones de dólares.

Todo tipo de arte es un potencial modelo de negocio y, a veces, convertirlo en esto hace que se sacrifique la calidad artística, pero no siempre tiene que ser así.

Después de Batman, la puerta al mundo de los superhéroes más nunca se cerró. Y fue así que personajes comoLinterna Verde, La Mujer Maravilla y Flash llegaron a este mundo. Todos con orígenes tan creativos e impresionantes que, durante esta época, no solo conquistaban a los niños, sino también a los adultos.

La cultura de masas, esa de la que hablaron autores como Adorno, indica que los productos que en ella destacan son un mero interés capitalista. Efectivamente, generan valor, pero generar riqueza y conectar con millones de personas puede ser tan complejo como la redacción del *Quijote* o modelar *La Piedad*. Crear contenido, que trascienda de una simple historia a un símbolo universal e inmortal es un esfuerzo que unos pocos han logrado.

Y es que el esfuerzo no está en la capacidad de volar, en el cuerpo verde o las habilidades de espías. Está en la humanidad. En la simplicidad con la que los personajes desnudan el alma de los lectores y con la que los escritores e ilustradores recrean emociones y sensaciones que son tan comunes que muchas veces se tornan imperceptibles.

Siempre hay y habrá quienes juzguen el contenido de una historia. Es normal y no hay nada de malo en eso. No obstante, más allá de la técnica, de la calidad del relato y de la imagen, lo que hace que las historias calen y se hagan inmortales en los corazones de sus lectores son las emociones que les hacen sentir. Superman vive porque hay un hombre que se siente como él. Mujer Maravilla vive porque una niña la admira profundamente. El Capitán América será eterno porque nos recuerda el poder de ser va-

DOSSIER

lientes. La Viuda Negra no se olvida porque nos enseña el poder de la redención. El Guasón siempre estará presente porque nos recuerda nuestra propia naturaleza y es que, aunque llegue el día en el que los cómics desaparezcan y todas las copias sean destruidas, los personajes que crearon serán eternos porque son las leyendas de una generación y el anhelo de lo que podríamos llegar a ser. Son nuestros héroes.

SOFÍA N. AVENDAÑO

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Profesora de pregrado en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. Forma parte del equipo de la editorial **ab**ediciones de la UCAB.

Referencias:

- VILCHES, Gerardo (2014): *Breve historia del cómic*. España: Editorial Nowtilus.
- BORREGALES, Yuruari (2017): "Importancia de la caricatura como fuente de conocimiento histórico". En: *Tiempo y Espacio* vol.27, no.68. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-94962017000200007
- CUÑARRO, Liber; FINOL, José Enrique (2013): "Semiótica del cómic: códigos y convenciones". Universidad del Zulia.
- History Channel (2003): "Comic Book Superheroes Unmasked" (Video) Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Q3-9RQuQEbU>
- BBC News Mundo* (1 de octubre de 2019): "Joker: por qué genera tanta polémica la violencia que se muestra en la película sobre el villano de Batman" <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49894073>