

ACTAS DE LAS PRIMERAS JORNADAS SOBRE

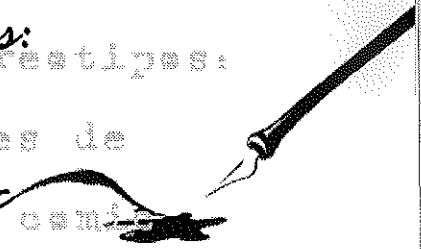
Cómic,
Comic, Comunicación y Cultura

Comunicación
Comic, Comunicación y Cultura

y Cultura
Comic, Comunicación y Cultura

EL CÓMIC EN EL NUEVO MILENIO

Simbolos y estereotipos: la moral a través de la imagen en el cómic



JESÚS JIMÉNEZ VAREA

Introducción

El cómic aparece como tal en el siglo XIX junto a otros medios que comparten con él la característica principal de hacer uso conjunto de la imagen y del texto. La componente icónica permitió que su público incluyese a aquéllos cuyo dominio de la lengua del país en que se hallaban era deficiente. Conscientes del potencial de estos nuevos medios en ese sentido, los responsables de su producción entendieron que el uso de una tipología de personajes reconocible a simple vista facilitarfa su aceptación por el público en general.

Así, se trasladaron estereotipos existentes a las historietas pero también se crearon algunos directamente. La acuñación de estos nuevos estereotipos no se realizó siempre de manera intencionada sino que, en muchos casos, aparecían de modo aparentemente espontáneo, y eran habitualmente resultado de una evolución en la que habían interactuado diversos factores no necesariamente controlados por creadores ni editores.

La utilización repetida de una estética, unos personajes e incluso un tipo de relato ha dado lugar a una imagen estereotipada del cómic en su conjunto, y a la que se deben expresiones como la famosa "estética de cómic" aplicada al cine.

Para las consideraciones del presente trabajo me he centrado en las publicaciones llamadas *comic books* editadas en Estados Unidos entre 1937 y 1950, y específicamente en el subgénero fantástico marcado por la figura del super-héroe. Las razones de esta acotación son las siguientes:

- Limitar un campo de estudio abordable aún de manera somera sin caer en el error de generalizar.

- Durante este periodo, la explotación del formato *comic book* pasó rápidamente de ser una aventura minoritaria dependiente de la producción historietística para prensa a ser una industria altamente competitiva.
- El super-héroe es un personaje característico de este medio, cuyo nacimiento transformó al titubeante *comic book* en un soporte comercial válido de historietas.

No podré, empero, dejar de hacer referencias a otros momentos y géneros relacionados con éste o que juzgue oportunos para ilustrar mejor alguna idea.

Los estereotipos en el cómic

Para que una imagen sea asociada al significado estándar que la convierte en un estereotipo han de reunirse las condiciones que propicien el establecimiento, en la mente del espectador, de un nexo lógico, al menos aparentemente, entre la imagen y la idea correspondiente. Una vez forjado ese vínculo, la imagen y la idea se fundirán, efectivamente, en un estereotipo.

La imaginera estereotipada de los personajes de historieta se alcanza por tres vías no excluyentes sino habitualmente aditivas que son también aplicables a otros medios con ligeras variaciones:

- Patrones comunes e innatos de conducta que favorecen el éxito de cierta tipología de personajes y estructuras narrativas hasta convertirlas en estereotipadas por reiteración.
- Herencia e influencia cultural y social a través de las cuales se trasladan estereotipos ya existentes a las historietas.
- Imposiciones editoriales, tecnológicas, legales y comerciales. Algunos ejemplos son: la adhesión a géneros para ganar el favor rápido del público mediante fórmulas de probado éxito popular; el empleo de ciertos colores y uniformes para hacer reconocibles a los personajes a pesar de la escasa calidad de las imágenes por la deficiente impresión y/o pobre dibujo; depuración del diseño de los uniformes y emblemas a modo de logotipos con vistas en el merchandising... Como ejemplo de las imposiciones legales puede citarse la amenaza de represalias por parte de la editorial de Superman, National, cuyos propietarios eran también dueños de la distribuidora con la que trabajaban muchas otras editoriales, lo que hacía que, al menos al principio,

se evitasen las capas en los uniformes de los superhéroes y, sobre todo, el origen extraterrestre de los mismos. Por otra parte, primero los editores de sindicatos de prensa y después también los de las editoriales de *comic books* tenían buena parte de la responsabilidad en lo estereotipado de los personajes de las historietas. En los sindicatos se clasificaban las series por géneros y los personajes en unos cuantos tipos básicos, y controlaban la proporción adecuada de géneros en el surtido ofertado a los periódicos. La innovación se produce a menudo por la vía menos controlada de la insospechada popularidad de personajes secundarios que escapan a los estereotipos existentes, por ejemplo: Captain Easy en *Wash Tubbs*, Popeye en *Thimble Theatre* o Nancy en *Fritzzy Ritz*.

Elementos a considerar

- Trazo: toda línea es portadora de un potencial expresivo. Las formas angulosas denotan severidad y rechazo, mientras que las redondeadas son cálidas y agradables. El círculo es la primera figura que el niño intenta dibujar aunque no existe acuerdo en la razón del atractivo ejercido por esta forma.
- Estilo: los primeros dibujantes de material original para *comic books* seguían las pautas estilísticas de unos pocos prestigiosos historietistas de aventuras para la prensa. Este seguimiento conducía en bastantes ocasiones a la copia de figuras completas. Los autores más imitados eran Alex Raymond, Hal Foster y Milton Caniff, y, en menor medida, Roy Crane. La admiración que los jóvenes autores les profesaban hacía inevitable que, junto al estilo, se apropiasen de situaciones y personajes.
- Colores: El *comic book* clásico empleaba el sistema de 4 tintas: negro más tres colores primarios (cyan, magenta y amarillo) combinados al 100%, 50% y 20%. Los colores planos de los *comic books* cumplen tres funciones: delimitación de la forma de los objetos, reclamo comercial, y, la que ahora más nos interesa, función icónica, pues se convierten en parte del símbolo de un personaje del modo en que los colores corporativos son parte fundamental de una imagen de marca. Superman es azul, rojo y amarillo, una elección acertada pues son éstos los colores a los que atienden preferentemente los niños.
- Ropa: Siendo los *comic books* un medio a color, sus creadores se inspiraron en los llamativos atuendos de los artistas de circo a la

hora de vestir a los superhéroes. Aparte de su pretendido atractivo, el disfraz del superhéroe cumplía una importante misión que ya se ha mencionado: facilitar su identificación entre los otros personajes. Este aspecto no carecía de importancia dada la escasa calidad de impresión y de dibujo de buena parte de los primeros *comic books* originales. Esta necesidad se había planteado ya desde el advenimiento de las series de prensa de aventuras con una representación naturalista. El nuevo género conllevaba un estilo narrativo con mayor variedad de planos y ángulos de visión. Los dibujantes de prensa lo resolvieron caracterizando eficientemente a sus personajes mediante el dibujo (por ejemplo, los rostros de Flash Gordon o Prince Valiant son inconfundibles) o recurriendo también a dotarlos de un aspecto extravagante como Mandrake o Phantom (El Hombre Enmascarado). El último, creado por Lee Falk en 1936, fue un claro precedente de los superhéroes de los *comic books*, con el antifaz negro, las mallas púrpura y el emblema de la calavera más su identidad secreta.

- Armas: el cuchillo, por ejemplo, es un arma de villano, a menos que se trate de un héroe de la jungla, en cuyo caso, se cruza con el anterior mito de Tarzán. Se observa, además, que el héroe suele asir el cuchillo con la hoja hacia arriba y el malvado hacia abajo.
- Hábitos: por ejemplo, fumar en pipa es síntoma de intelectualidad o autoridad; el cigarrillo solía ser neutro (antes de su relación con problemas de salud por temor al mal ejemplo) y síntoma de modernidad; el cigarrillo con boquilla es de vampiresas y malvados refinados; el cigarro puro corresponde a personajes rudos aunque no necesariamente malvados. El sempiterno mondadientes en la boca es característico de un tipo de los barrios bajos, un gangster de poca monta o un soplón. *Una ramita en lugar de un mondadientes es habitual en un granjero o un montañero.*
- Pelo: peinado y color; calvicie. La calvicie completa es típica de villanos pero es, en general, cómoda para los dibujantes, como lo es la ropa ceñida.
- Bigote y barba. La perilla solía ser de villano. También los bigotes finos y largos.
- Compleción: un héroe es alto y atlético. Cualquier desviación de ese canon descalifica generalmente al personaje de la categoría de héroe principal y le relega al papel de ayudante o villano.

- Edad: igualmente el héroe debe ser joven o de mediana edad si es varón y exclusivamente joven si es hembra (o, al menos, aparentan esa edad). Un análisis realizado por F.E. Barcus de las páginas dominicales publicadas por cuatro periódicos estadounidenses entre 1943 y 1958 mostraba que las series con personajes exclusivamente adultos sumaban el 40% mientras que tan sólo un 3% tenía sólo personajes de edad infantil. El 72% de los protagonistas masculinos era de mediana edad, mientras que la mayoría de las féminas eran muy jóvenes o bastante mayores. Otro estudio de Barcus sobre tiras de prensa de 1900 a 1959 en 3 diarios de Boston (778 series) revelaba que el 75-80% de los personajes eran adultos y sólo el 5% adolescentes (Couperie, 1971: 155). Sin embargo el protagonismo por parte de un personaje de edad infantil era muy frecuente en las historietas aun cuando la mayoría de los otros personajes fuesen adultos. *The Katzenjammer Kids* o *Buster Brown* son ejemplos de la corriente de protagonismo infantil en la literatura iniciada por el *Emilio* de Rousseau y reforzada después por Dickens o Mark Twain entre otros.
- Defectos físicos: sobre todo, las deformidades son atributos efectivos para un villano. Excepciones ilustres eran la cojera de Freddy Freeman, alias Captain Marvel Jr. o la ceguera de Dr. Midnite. En los años 60, el handicap físico de alguna clase se convertiría, sin embargo, en un elemento importante en los nuevos héroes de la editorial Marvel.
- Raza y nacionalidad: según el estudio de F.E. Barcus de Sundays de 1943 a 1958, el 80% de los personajes eran americanos (entendiendo por tales blancos anglosajones) y aparecía un solo negro; el 17% de los héroes pertenecía a una minoría étnica frente a un 36% de villanos de tales minorías; el 40% de los americanos tiene profesión conocida y sólo el 27% de las minorías la tiene. Con esos antecedentes no es de extrañar que la práctica mayoría de los superhéroes la constituyesen norteamericanos de raza blanca. Para los personajes de otras etnias quedan papeles secundarios como aliados o enemigos del héroe y, en el primer caso, a menudo como ingrediente cómico.
- Estado civil: en los cómics clásicos el hombre soltero es alto y apuesto, tiene ambiciones. El casado es pequeño, gordo y calvo, sólo desea descansar. La mujer casada es más grande que el marido, gorda y/o fea, es más ambiciosa y autoritaria que de soltera. El matrimonio es motivo de *gags*. No exige un profundo análisis entender que el héroe aventurero requiere una libertad que el matrimonio sólo puede mermar.

- Gestualización: las expresiones faciales y las posturas de héroes y villanos también se convencionalizan. Si un héroe puede volar normalmente lo hace como si se estuviese zambullendo, saltando o planeando, no se limita a levitar. Ésta es una herencia de Superman, que en sus primeras aventuras se limitaba a dar enormes saltos. Asimismo se estandarizan posturas y expresiones para héroes y villanos.

Aplicación de estos elementos a los personajes. Personalidad y moralidad a través de la imagen

La representación de los tipos morales en la historieta es deudora de los medios narrativos y/o visuales que le anteceden o son contemporáneos. Como en esos otros medios, la base de esta representación es el viejo adagio griego: "Lo bello es bueno". Esta identificación de las bondades éticas y estéticas ha sido tradicionalmente fundamental a la hora de conformar los personajes de una narración en un medio eminentemente icónico como el que nos ocupa.

Aparte de esa asociación inconsciente entre contenido y continente, otros criterios han guiado la constitución formal de los personajes típicos de las historietas. Uno de tales criterios ha sido el conjunto de prejuicios raciales y de modas que estrecha la mente del ciudadano occidental -y concretamente norteamericano- medio. Por otra parte se encuentra la adhesión a convenciones de géneros ya establecidos y que, en su génesis, se vieron motivados por el falso silogismo bondad-beldad y por los prejuicios sociales. En este sentido la belleza femenina no es garantía de buenas intenciones en el imaginario popular.

Los superhéroes bien podrían ser la quintaesencia de los estereotipos y simbolismos a los que nos referimos en este estudio. Se podría postular que el grueso de los comic books de superhéroes, en lo que se llamó su edad dorada (de 1938 a 1946), basaba su éxito en repetir una y otra vez las mismas historias buscando siempre un grado mayor de emoción. Discutible como es tal afirmación, es cierto que la estructura de la gran mayoría de las historietas era la misma y que ésta era semejante en muchos puntos al ciclo arquetípico del héroe (Henderson, 1964: 109):

- 1) Nacimiento milagroso pero humilde.
- 2) Primeras muestras de fuerza sobrehumana.
- 3) Rápido encumbramiento a la prominencia o el poder.
- 4) Luchas triunfantes contra las fuerzas del mal.
- 5) Debilidad ante el pecado de orgullo.
- 6) Caída por traición o sacrificio heroico que desemboca en su muerte.

El modelo típico de la historia de presentación de un superhéroe responde a los 3 o 4 primeros puntos del modelo anterior. Tras adquirir sus poderes, el superhéroe normalmente vence sin dificultad a su primer oponente y da pruebas de ser extraordinario.

En posteriores aventuras, el superhéroe parte de su posición de poder. Su oponente le derrota o al menos escapa de él en su primer encuentro (esto puede asimilarse al pecado de orgullo). Arrepentido de su exceso de confianza, el héroe se prepara para un nuevo encuentro y por fin vence.

Aquí no se produce el declive inexorable que conduce a la muerte del héroe sino que éste renace de sus derrotas iniciales. Se podría decir que la obligada continuidad del personaje hace que en la misma historieta se enlace directamente con el profetizado retorno del héroe muerto, un elemento imprescindible, éste del segundo advenimiento, en los ciclos mitológicos.

El origen de estos personajes bien podría remontarse a los seres de poderes sobrenaturales de diversas mitologías, pero un precedente más directo y reciente está en el elenco de héroes de la ficción popular estadounidense conocida como *pulps*. Entre ellos se hallaban The Shadow, Doc Savage o The Spider, poseedores de identidades secretas, nombres de batalla y poderes especiales, así como guaridas secretas y extravagantes villanos. La influencia de estas publicaciones alcanzaba a los comic books por tres vías: muchos guionistas de comic books eran también escritores de *pulps* de aventuras; muchas editoriales de comic books habían empezado publicando *pulps*; y algunos de los jóvenes autores de comic books eran lectores de *pulps*.

En cuanto a los villanos, el intrigante oriental ha sido muy explotado en los cómics occidentales de aventuras y es un buen ejemplo de cómo se crea y perpetúa un estereotipo. En él confluyen:

- El miedo a lo desconocido, la xenofobia y el racismo implícitos en unos cánones estéticos que discriminaban el concepto oriental de belleza (los rasgos orientales encajarían dentro de la caricatura humorística o la deformidad amenazadora).
- El temor en el inconsciente colectivo al "peligro amarillo": éste se remonta probablemente a las incursiones de los hunos capitaneados por Atila y, más tarde, las hazañas militares de Gengis Khan.
- El mito del *mad doctor*, científico malvado y/o loco, instalado en la cultura popular con el doctor Frankenstein de Mary W. Shelley, heredero del muy anterior mito de Prometeo, que sufre las consecuencias de su arrogancia ante lo prohibido por los dioses. El científico que

perjudica a la sociedad ya no por inconsciencia sino intencionadamente como medio o fin de sus elevados planes de conquista mundial supuso un giro hacia la maldad popularizado entre otros por algunos villanos de Verne o el enemigo jurado de Sherlock Holmes, el profesor Moriarty.

- El renacimiento del "peligro amarillo" a causa de la competencia laboral por los inmigrantes asiáticos y de la rebelión de los Boxer.

Todos estos elementos se encarnaron en el literario Dr. Fu Manchu, explotado hasta la saciedad en las historietas y otros medios populares. Recientemente una asociación de actores asiáticos de EE.UU. aún lamentaba la perpetuación de éste entre otros estereotipos sobre los personajes asiáticos. No obstante, el empleo de los villanos a lo Fu Manchu en los cómics bien pudo deberse más a las convenciones del género de aventuras que a activos prejuicios raciales.

Conclusión

Resulta paradójico inscribir en unas jornadas tituladas "El Cómic en el nuevo milenio" una reflexión sobre cómics con un mínimo de medio siglo de antigüedad. Creo, sin embargo, que un análisis similar y más profundo puede realizarse sobre cualquier ramal de la producción historietística mundial.

Por otra parte, puede que este trabajo encaje en el título de las presentes jornadas porque bien podría ser que todo lo que reste en muchos países del cómic como medio de masas sea hacer arqueología de aquellos tiempos en que aún era tal y explotar sus iconos en formas de entretenimiento que gozan hoy día de atención mayoritaria.

Referencias Bibliográficas

- BENTON, Mike (1989): *The Comic Book in America*, Dallas, Taylor Publ. Co.
- COUPERIE, Pierre y Maurice Horn (1971): *A History of the Comic Strip*, Nueva York, Crown Publishers.
- DANIELS, Les (1991): *Marvel. Five Fabulous Decades of the World's Greatest Comics*, Nueva York, Harry N. Abrams, Inc.
- DANIELS, Les (1995): *DC Comics. Sixty Years of the World's Favorite Comic Book Heroes*, Londres, Virgin Books.
- DEBIENNE, Marie-Claire (1979): *El dibujo en el niño*, Barcelona, Planeta.
- ELIADE, Mircea (1951): *El mito del eterno retorno*, Madrid, Alianza Editorial.
- HENDERSON, Joseph L. (1964): "Los mitos antiguos y el hombre moderno", en JUNG, Carl G. (ed.), *El hombre y sus símbolos*, 1997, Barcelona, Caralt, pp. 103-156.
- MALINOWSKI, Bronislaw (1985): *Magia, ciencia y religión*, Barcelona, Planeta-Agostini.