

La animación, una perspectiva psicosocial *

*Dra. Felicidad Loscertales Abril ***

Ra animación es una de las más conocidas y atractivas manifestaciones de los medios de comunicación social. En términos muy generales también se la puede denominar con el apelativo “dibujos animados” y tiene una estrecha relación -casi podría afirmarse que está hermanada- con uno de los más clásicos géneros actuales, el cómic. Sus antecedentes más remotos están enraizados, igual que los del cómic, en estructuras comunicativas tan antiguas como los ideogramas de los jeroglíficos (una forma de lenguaje), los tímpanos de las catedrales o, ya más cerca, los carteles de los romances de ciego.

Desde una perspectiva psicosocial, en la animación se trata siempre de la escenificación dinámica de un hecho real o imaginario, de una historieta cómica, de una situación social, de un gag, o incluso de un concepto unitario, ya sea real o abstracto. Ahora bien, todos estos datos se encuentran igualmente en el cómic que tiene en sus componentes, dicho de forma muy sencilla, un argumento y una acción delimitados claramente por medio del dibujo. Por lo tanto, hay que discriminar más, con respecto al cómic, las claves identificatorias de las producciones de animación.

* Intervención tenida en el Observatorio Audiovisual de Andalucía de 1995-96.

** Profesora Titular en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

Estas claves están en que existan “realmente” acción y dinamismo. De forma observable. Es decir, movimientos físicos y mecánicos, cambios ambientales, actividad en los personajes, variabilidad en las situaciones... en una palabra, estructuras sensoriales y conceptuales que sugieran la idea devida; que esa es la etimología de la palabra **animación** y esa es la línea básica de motivación y de atractivo de este sugerente género. De tal manera que el hecho de que una producción sea denominada cómic o animación (dibujos animados) va a estar en función de que el movimiento sea real (*animación*) o insinuado a través de la destreza mágica del dibujante y la colaboración creativa de la imaginación del lector (*cómic*).

Dotar de voces, sonidos y movimientos auténticos como ilusiones de realidad es el gran salto del cómic a la animación. El análisis psicosocial de la credibilidad y, por ende, de los efectos que produce el “movie”, el dibujo animado, demuestra que son exponencialmente más importantes en cantidad y en profundidad que el simple cuadernillo de historietas. Y esto es igual para niños que para adultos aunque, hasta el momento, las producciones de animación se hayan desarrollado mucho más para el público infantil.

La animación se fundamenta técnicamente en la misma mecánica que el cine (la persistencia de las imágenes en la retina) pero a base de imágenes dibujadas. En efecto, con el movimiento, con los efectos especiales y, en una palabra, con la representación -aunque caricaturesca- de la vida real, la animación participa de las características del otro gran género que, hoy es expresivo y representativo de la dinámica social, el cine.

Cuando la animación se relaciona con el cine, no sólo hay que referirse a una semejanza técnica o a los efectos visuales, cognitivos y actitudinales que produce, sino también a la interacción entre ambos géneros. En múltiples ocasiones los personajes dibujados interactúan con actores reales en una nueva pirueta de la inagotable fantasía humana sumada a las posibilidades que ofrece la tecnología. Últimamente ha aparecido una nueva posibilidad, las imágenes de animación en tres dimensiones, un alarde técnico que, en anuncios, cortometrajes, videos musicales e, incluso películas completas (Parque Jurásico), dan vida a toda una realidad creada por ordenador, el ciber mundo, por decirlo con un barbarismo que pronto tendrá que ser aceptado como de uso corriente y habitual.

Uno de los primeros hitos en este camino fué el tierno y divertido baile de Gene Kelly con el Rey Conejito en “Levando Anclas” y desde entonces hasta las

aventuras de Roger Rabbit y los anuncios de Claudia Shiffer con el ratón Mickey, se ha recorrido una ancha senda en la que los directores de actores como personajes reales colaboraban con los creadores de personajes dibujados como actores.

Precisamente, en la presencia de los dibujantes está la gran diferencia de la animación y su apertura a una originalidad muy específica. Ellos no sólo son artistas y creativos técnicos sino unos sensibles creadores tanto de los argumentos y personajes como de modelos y arquetipos sociales lo que les define como verdaderos artífices de la animación como un género nuevo y diferenciado.

El dibujante es quien diseña, personaliza y da vida a cada una de sus elaboraciones con un sello propio e inconfundible. Desde Walt Disney hasta Hanna Barberá, los japoneses o Bill Plimpton hay una interminable lista de autores que ya están alcanzando los honores de la Historia. Por eso cuando se estudie este género, la personalidad del dibujante será una referencia obligada.

Por otra parte, nos interesa también considerar la otra columna que fundamenta la animación que son los cómics. El cómic le ha dado a la animación una inagotable fuente de temas, personajes y dibujantes. De tal suerte que hoy ya no se podría trazar una clara línea de separación entre ambas manifestaciones, el cómic y los dibujos animados en lo que atañe a estos tres conceptos: temas, personajes y dibujantes. O quizás lo que convendría sería discriminar más finamente definiendo una nueva variante, el cómic animado.

Como un dato más, sin el que no podría entenderse el fenómeno de la animación, hay que reseñar la gran cantidad de personajes y creaciones literarias que también se llevaron a los dibujos animados y dieron vida a otros tantos personajes y argumentos que, en esta versión, han sido más conocidos y más famosos, si cabe, que en su versión de origen. Como una pequeña muestra puede citarse a Walt Disney, que es famoso porque creó a Mickey Mouse, pero que lo es también porque recreó a Blancanieves o a los tres cerditos y el lobo, a la Cenicienta, a la Bella Durmiente... Lo mismo puede decirse de la difusión de la figura de la Heidi japonesa que ha dado a conocer la obra suiza de Juana Sipyry, y del Marco de E. de Amicis, ya inseparable del Marco de los dibujos japoneses con su mono Amedio.

Hagamos por último una mención de honor al Tarzan de Harold Foster (creador también del Príncipe Valiente) que ayudó a difundir el personaje creado por E.R. Bourroughs en la literatura y recreado por Johnny Weismuller en el cine. Igualmente, en esta línea, hay que mencionar a los animales humanizados, y aquí

aparece el modelo de las fábulas, tan antiguas que se pierden en la noche de los tiempos. Son disfraces de pasiones, virtudes y tipos humanos que han sido magistralmente recreados por la gran mayoría de los dibujantes del género y que han nutrido y siguen nutriendo los temas del cómic y de la animación.

Uno de los aspectos que más interesa destacar en una aproximación psicosocial a la animación es el hecho de que aparezcan personajes míticos, figuras-tema de alcances universales identificados en una figura humana concreta para una más sencilla lectura. Por ejemplo, la personificación de la justicia en una amplia serie de héroes que van desde el Príncipe Valiente a los protagonistas de Hazañas Bélicas o Superman y los detectives del cómic negro. En este sentido quizás se puedan asociar la animación y el cómic a las funciones que ha venido desempeñando la leyenda épica y las manifestaciones mitológicas.

Y es que las posibilidades de crear personajes arquetípicos a través de figuras reales y muy concretas (humanas, de animales y hasta de objetos inanimados) serán inagotables mientras la sociedad humana siga activa y cambiante ofreciendo con ello nuevas formas sociales y nuevas actitudes personales.

A partir de estas bases lo que nos interesa sobre todo destacar en estas breves líneas es la motivación que produce la animación como género dentro de los medios de comunicación de masas, el efecto que se sigue de su presencia ante el público, su papel social y el espacio que las producciones de animación ocupan en el panorama informativo y comunicativo del momento actual. Porque, a nuestro entender, la animación es, en sus más recientes manifestaciones, un fenómeno verdaderamente característico de la cultura contemporánea, de las actitudes personales y de las concepciones vitales que informan nuestra sociedad finisecular. Se trata de la mayor oferta a la fantasía la imaginación y la creatividad. "Sereis como dioses" ya que podreis dar la vida a lo que vais a crear y vivireis en la real irrealidad de esas creaciones. A partir de que todo es irreal y todo se acepta, todo nos va a ser permitido. A través de esta capacidad fluyen todas las posibilidades de poder sobre el público pero también de servicio al público que, en un género de tan amplia difusión, puede tener la fantasía, una de las facultades más exclusivamente humanas.

Las bases psicosociales de las producciones de animación pueden ser las mismas que las del cómic, es decir la posibilidad de magnificar lo que la Psicología Social, dentro del proceso de socialización, denomina como transmisión y consolidación de modelos y de arquetipos. En cierto modo ya se ha mencionado este

fundamento al hablar de las leyendas y los personajes míticos y su versión en estos géneros. Pero, sin embargo, todavía hay que ir más allá. La animación está en condiciones de poder ofertar dos tipos muy distintos de “imágenes sociales”. Uno, de la misma forma que mitos y leyendas, proyectado a los ideales, al mundo de la norma más correcta y del canon de la perfección. Y el otro, quizás como una contradicción, o mejor una compensación hacia el equilibrio, planteando la presencia de la realidad más vulgar y cotidiana y aceptándola tal cual es para que no se despeguen los pies del suelo.

En efecto, las producciones de animación presentan de una parte modelos de identificación en el sentido de arquetipos perfectos que propicien la adecuada línea de autoestima positiva en relación con la superación, los ideales, la potencianción de un adecuado nivel de aspiraciones hacia el *yo ideal* -personal y privado- o hacia los impulsos de afiliación grupal a través de los procesos de categorización y competición. Podrían servir de ejemplo desde el Guerrero del Antifaz hasta Superman o incluso Barbarella. Desde otra perspectiva más filosófica también puede citarse a Mafalda, la “conciencia inquieta”.

De otra parte y de forma complementaria como ya se dijo, la animación y los comics ofrecen también la posibilidad del conformismo con un autoconcepto realista y de a pie que permita a cada hijo de vecino seguir adelante, soportándose a sí mismo y a la mostrenca monotonía de la vida cotidiana. Los modelos sociales ofrecidos aquí son los “héroes” pequeños y anónimos que nos cruzamos a cada momento por la calle y que personifican al hombre medio de la sociedad actual. Pueden ser ramplones como Carpanta, vulgares como los padres de Zipi y Zape y el vecino de Daniel el travieso, o inseguros como Felipe el amigo de Mafalda. Incluso deberían ser citados dentro de esta perspectiva Asterix y Obelix que ejemplifican tan magistralmente al ciudadano francés medio del momento actual.

La presentación de todos estos (y otros muchos) arquetipos vienen a satisfacer las necesidades de búsqueda de la propia identidad que quizás caracteriza mejor que nada al hombre actual perdido en el laberinto urbano del mundo postmoderno. En este género que estamos estudiando, hay siempre una presentación (deformada y caricaturizada) de imágenes y personajes que son la representación de conceptos propios del conocimiento social compartido. Se trata de ideas, muy consolidadas pero poco concienciadas, que versan acerca de tipos humanos, de valores sociales, de usos y costumbres establecidos... Y, precisamente, esta característica de una deformación, muy intencionada en el autor (tanto da que sea en sentido positivo como en sentido negativo), sirve de bocina amplificadora que

contribuye a llamar la atención del público receptor y a lograr, después, una fuerte fijación en la memoria y el consiguiente troquelado social.

Este troquelado será más enérgico dependiendo no sólo de las características del mensaje de animación sino también de una serie de aspectos en el receptor que, para simplificar, pueden agruparse en tres campos:

1. Cuanto menos consistente sea la estructura personal, ya que así disminuye la posibilidad de afrontar la recepción del mensaje desde actitudes coherentes y definidas;
2. Cuanto más escasa sea la formación cultural porque ello va a significar la ausencia de capacidades críticas y discriminatorias; y, finalmente,
3. Cuanto más coincidan los contenidos ofertados (y su lectura ideológica) con los intereses y necesidades del grupo de pertenencia del sujeto en cuestión. Este caso se refiere a la presencia del "otro" como influyente y a la presión del grupo como determinante de la creación o cambio de actitudes.

Y de la misma forma, sin manifestarlo, pero también sin ocultarlo, la animación, como su hermano el cómic y el chiste gráfico y la caricatura en prensa, (otros dos interesantes géneros de los que ahora no vamos a hablar) está siendo uno de los mejores y más eficaces vehículos de ideologías éticas, políticas y sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- BARROS, B. G.: *La caricatura contemporánea*. América, Madrid, 1916.
- BLANCHARD, A.: *La bande dessinée: histoires en image*. Marabout, Verviers, 1969.
- COMA, J.: *Diccionario de los comics*. Plaza Janés, Barcelona, 1991.
- COUPERIE et. als.: *Bande dessinée et figuration narrative*. Socerlid, Paris, 1969.
- GASCA, L. y GUBERN, R.: *El discurso del "comic"*. Cátedra, Madrid, 1988.
- GASCA, L.: *Los "comics" en España*. Lumen, Barcelona, 1969.
- GUBERN, R.: *El lenguaje de los cómics*. Península, Barcelona, 1972.
- GUBERN, R.: "Matriarcados y heroes de papel" en *El País*, Artes, Madrid, 27 de abril de 1985.
- LABESSE, D.: *Les Cahiers d'Hergé*. Ed. Glènat, París, 1978.

- LARA, A.: *El maravilloso mundo de los tebeos*. Edicusa, Madrid, 1968.
- LARA, A.: "Dificultades para el estudio estético del TBO" en *Cuadernos para el diálogo*, n° extra de verano de 1967.
- LARA, A.: "Historieta" en BENITO, A. (dir.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Ed. Paulinas, Madrid, 1991.
- MARTÍN, A.: *Historia de los tebeos en España*. Gustavo Gili, Barcelona, 1971.
- MASOTTA, O.: *La historieta en el mundo moderno*. Paidós, Buenos Aires, 1982.
- PETER, B.: *Tintín y el mundo de Hergé*. Ed. Juventud, Barcelona, 1990.
- RAMÍREZ, J.A.: *El comic femenino en España*. Edicusa, Madrid, 1975.
- ROBINSON, J.: *The Comics. An illustrated History of Art of the Comics*. Putnam's Sons, New York, 1974.
- TIMOTEO, J.: *Historia y modelos de la Comunicación*, C. de Lectores, Madrid, 1988.