



La doble identidad: imagen e iconografía bajo la máscara del héroe

DIEGO MATOS

Diego Matos Agudo es periodista especializado en cultura (cine, cómic y series de televisión), escritor e investigador. Está diplomado en estudios avanzados en comunicación y actualmente está realizando su tesis doctoral sobre el cómic como género periodístico. Nació en Salamanca, ciudad en la que reside, en 1985. Es coautor de tres libros: *The Walking Dead. Caminando entre los muertos* (2011, Dolmen Editorial), *El Antifaz del Guerrero* (2012, Dolmen Editorial) y *Superman, el primer superhéroe* (2013, Dolmen Editorial); ha colaborado con varios capítulos en *Avengers: Poder en la Tierra* (2012, Dolmen Editorial), *Avengers: Poder Absoluto* (2013, Dolmen Editorial) y en *Historia, memoria y sociedad en el género negro. Literatura, cine, televisión y cómic* (2013, Andavira Editora), además, es autor completo del monográfico *Invencible. Entre lo ordinario y lo extraordinario* (2013, Ninth Ediciones). Escribe habitualmente en las revistas especializadas en cómic: *Dolmen*, *Zona Cómic* e *Inkside*. Ha participado en congresos y charlas con el cómic como telón de fondo: Fue ponente en el I Congreso Internacional de Cómic y Novela Gráfica, en el II Congreso Internacional Grandes Narradores del Siglo XXI. Alan Moore y sus alrededores, en el VIII Congreso de Novela y Cine Negro, en el I Congreso de Cómic la Universidad de Sevilla, en el IX Congreso de Novela y Cine Negro y ha participado en el seminario Pensar el cómic, de la Universidad de Salamanca. Además ha prologado casi toda la línea de cómics “Panini Noir” en España.

1. Introducción: Sobre la cultura, heredada y compartida

Dentro del mundo del cómic muchos son los personajes que han trascendido y han salido fuera del propio medio convirtiéndose en iconos o símbolos culturales. Varios héroes han dado el salto y ya forman parte activa del tejido cultural, tanto histórico como globalizado. La identidad cultural es el conjunto de valores, símbolos, creencias y costumbres de una cultura. Por tanto, identidad e iconografía son conceptos muy

relacionados. Al igual que los personajes están íntimamente relacionados con la cultura, como parte de ella, ocultos bajo el símbolo de la máscara, algo que compartían también los héroes *pulp*.

Cultura puede definirse como el conjunto de formas, modelos o patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. La RAE matiza un poco más y en su segunda acepción explica que cultura es el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grados de desarrollo artístico, científico, industrial, en un época, grupo social, etc.”

Hay muchísimas buenas definiciones del concepto de cultura, un concepto básico para las disciplinas de estudio encargadas de lo social, en concreto para dos de ellas: antropología y sociología, íntimamente relacionadas con lo cultural; aunque también es un concepto muy unido a la historia.

La antropología cultural estipula que es preciso que los fenómenos sociales fueran explicados tanto desde el punto de vista social como desde el cultural, ya que los comportamientos sociales son los que reflejan los valores y las normas de la sociedad a la que se pertenecen.

En 1982, en la llamada *Declaración de México* de la UNESCO se afirmó que “la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo”. En el mismo texto continuaron aseverando que es ella la que hace de los seres humanos específicamente racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de la cultura se pueden discernir los valores y se efectúan opciones.

A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.

La cultura es heredada, proviene de los cuidadores en la infancia, y al llegar a la vida adulta ya se ha aprendido todo lo necesario para poder entender lo que rodea la sociedad y convivir con los demás. Ahí reside la importancia de los estímulos visuales de la infancia y adolescencia, aquellos personajes ficticios que acompañaron a los

lectores o a los espectadores entonces, lo harán siempre. Por el contrario, en la vida adulta, solo los mejores personajes, los más impactantes, los más icónicos, harán mella y podrán sumarse al bagaje cultural.

La cultura suele dividirse en tres partes: cultura material; cultura no material o ideacional, y cultura real e ideal. La cultura real es una cultura heredada y guarda patrones de tradición que se suelen modificar por las innovaciones tecnológicas y el cambio en los sistemas de valores. La cultura ideal, en cambio, es aquella que se desea poseer; es una cultura que se basa en los anhelos. La cultura no material o ideacional incluye los principios de convivencia acordados (valores, normas morales, costumbres...). Esta cultura se refiere a los valores, fines e ideología que forman los pilares de la sociedad. En el último estadio, aparece la cultura material: la que para algunos antropólogos es un producto de la cultura y no cultura en sí misma; otros, identifican a esta cultura material con los productos cognitivos (las ideas). Los personajes de cómic, para llegar a la categoría de icono cultural, deberían pasar por cada uno de los diferentes tipos cultura.

Además de los iconos es importante conocer qué son los signos. Los especialistas afirman que signo es cualquier sonido, objeto o acontecimiento, que hace referencia o evoca sentimientos o pensamientos acerca de algo distinto. Esto es lo que se conoce como referente, y puede ser también un objeto, un acontecimiento, un comportamiento, o una idea.

Existen tres tipos de signos: los índices, que tienen una conexión natural con el referente; los iconos, que se asemejan al referente, y los símbolos, que son signos concretos, elegidos de forma arbitraria por el hombre para vehicular ideas abstractas. La simbolización es la esencia última del pensamiento humano. Los símbolos, entonces, son una fuente de información externa (extrapersonal) que el ser humano utiliza para organizar sus experiencias y sus relaciones sociales.

La función de los símbolos culturales es transportar ideas o significados. Mediante su uso, las creencias e ideas se hacen tangibles y se pueden expresar de forma concreta, consiguiendo que tengan una cierta resistencia y resulten más fáciles de comunicar y de recordar por todos los que comparten una misma cultura. También se usan los símbolos para almacenar y transmitir valores (tanto sociales como culturales) de generación en generación.

Los símbolos y los iconos culturales facilitan la pertenencia al grupo social, al tener una iconografía cultural común se forma parte de un todo (un todo que cada vez es más global). Los personajes de cómic forman parte de ese todo.

2. Personajes como iconos culturales

“Todo gran poder conlleva una gran responsabilidad”. Esta máxima de Spider-Man puede extrapolarse a otros tantos personajes que pueblan las páginas y viñetas del noveno arte.

El hombre, a través de las distintas épocas, de los distintos tiempos, ha necesitado en su interpretación y comprensión del mundo crear mitos. Mitos ejemplificantes que buscaban mostrar las responsabilidades asociadas a los grandes poderes. Milagros Arizmendi en su libro *El Cómic*, publicado dentro de la colección *Biblioteca Cultural RTVE* arguye:

Aparecen en nuestros días una extraordinaria gama de manifestaciones míticas que se unen a la persistencia inconsciente de elementos o motivos míticos que subyacen en nuestro comportamiento y que se reflejan en la repetición de ciertos temas o en la apelación a imágenes arquetípicas. Evidentemente estas expresiones (debido a que el mito es una ‘realidad viviente’ que responde a ‘profundas aspiraciones’) se amoldan a las ‘realidades’ y ‘aspiraciones’ de nuestro tiempo y, por lo tanto se adaptan a una profunda transformación cultural, sin perder, claro está, una cierta irracionalidad que, por otro lado define el mito.

Para la autora, “la cultura contemporánea sostenida (y a menudo creada) por una poderosa red industrial forja una peculiarísima mitología basada, fundamentalmente, en la capacidad difusora (y consumidora) de los actuales medios de comunicación”. De esa forma se configuran los “nuevos mitos”. El cómic es un medio de masas capaz de dar

forma, de crear, una nueva mitología, un panteón en el que todos los grandes personajes tienen cabida, y en el que todas sus aventuras podrían considerarse relatos míticos.

Podrían dividirse los héroes, siguiendo esta pauta, en dos grupos, según sus palabras:

El primero integrado por aquellos que, debido a una causa externa, están dotados de superpoderes, por completo inalcanzables para el ser humano; mientras que, el segundo grupo lo componen aquellos protagonistas que extraordinariamente capacitados, han desarrollado al máximo las actitudes humanas.

Los personajes, desde su concepción, también se corresponden con ciertos tipos morales. Jesús Jiménez Varea plantea una idea muy interesante al respecto en su artículo “Símbolos y estereotipos: La moral a través de la imagen en el cómic”, que forma parte de las actas de las jornadas *Cómic, Comunicación y Cultura. El cómic en el nuevo milenio*:

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.

Un icono cultural puede ser un símbolo, logotipo, foto, nombre, edificio, persona o cualquier tipo de imagen que se reconozca fácilmente y que represente, por lo general, un objeto o un concepto de gran importancia para un grupo.

Donis A. Dondis habla en su obra *La sintaxis de la imagen* del concepto de “alfabeticidad visual” que está muy relacionado con la creación de este tipo de iconos basados en la imagen:

La alfabetidad significa que todos los miembros de un grupo comparten el significado asignado a un cuerpo común de información. La alfabetidad visual debe actuar de alguna manera dentro de los mismos límites. No puede estar sometida a un control más rígido que la comunicación verbal, ni tampoco a uno menor. Sus fines son los mismos que los que motivaron el desarrollo del lenguaje escrito: construir un sistema básico para el aprendizaje, la identificación, la creación y la comprensión de mensajes visuales que sean manejables por todo el mundo, y no solo por los especialmente adiestrados, como el diseñador, el artista, el artesano o el esteta.

En la misma línea, Abraham Moles propone una “teoría informacional de la percepción” desde la que se parte de considerar que el mensaje está formado por la superposición de dos informaciones de distinto signo: la semántica o denotativa (lo que se dice), y la estética o connotativa (la manera como se dice).

A su vez, la televisión y el cine ayudan a la creación de iconos culturales. Umberto Eco en *Apocalípticos e integrados* cita a Cohen-Séat y su concepto de “iconosfera”, en la que “los nuevos hijos del hombre se encontrarían viviendo apenas venidos al mundo”. Para él, cada día “una parte del globo vivirá pasivamente ‘mirando’ aquello que una restringida minoría preparará para ella. (...) Esta masa de ‘observadores’ pasivos (...) verá uniformarse los propios estándares de cultura y de gusto”.

En esa iconosfera, por tanto, se ubicarían todas las historias. Y una historia, ficticia o real, puede funcionar sin tener que especificar un tiempo o un lugar; también sin una trama central; incluso sin un final... pero todas las historias deben contar con, al menos, un personaje. Es algo necesario para que exista historia. Es el ser sobre el que se desarrolla la trama y sobre quien avanza la estructura narrativa. Para que un personaje de cómic (o de novela, o de cine...) funcione debe contener una serie de elementos que se conocen, en general, como “caracterización”.

Steven Withrow y Alexander Danner enumeran en el libro *Diseño de personajes para novela gráfica* siete preceptos básicos relacionados con la creación de personajes:

- 1) El diseño del personaje no es un fin en sí mismo. El objetivo del diseño de personajes es la narrativa, no la creación de imágenes.
- 2) Los personajes de cómic son seres secuenciales. Están pensados para ser dibujados cientos, cuando no miles, de veces y con frecuencia no son constantes de un dibujo a otro, y tampoco deberían serlo.
- 3) El “atractivo” de un personaje depende de su contexto. También debe tenerse en cuenta que los lectores rara vez ven exactamente lo que ve el autor.

- 4) Los “malos diseños” pueden ser muy eficaces. Algunos diseños que carecen de los elementos más refinados del arte visual (simetría, consistencia, proporciones...) acaban resultando perfectos para la historieta que ilustran.
- 5) No siempre es bueno ser fácilmente reconocible. Suele ser una buena estrategia optar por diseños anodinos para los personajes de menor importancia y de fondo, así no llamarán la atención sobre los personajes principales.
- 6) Los guionistas también son diseñadores de personajes. Es una colaboración entre guionista e ilustrador, el contenido, cuando no el aspecto, de un personaje suele surgir o inspirarse en el concepto y guion del autor.
- 7) El diseño de personajes no surge de la nada. Siempre es beneficioso estudiar la obra de los demás: otros ilustradores, otras formas artísticas, temas, culturas y épocas históricas. Las influencias y la comparación son fundamentales.

El investigador Rubén Varillas referencia en *La arquitectura de las viñetas* una distinción de personajes en función de su “fisionomía intelectual”. El autor se hace eco de la separación popularizada por el escritor y crítico inglés E. M. Foster, que los dividía en “planos” y “redondos”.

Personajes ‘planos’ serían aquellos que el autor dibuja sin profundizar, monocromos y estereotipados, personajes que no evolucionan interiormente a lo largo de la obra y no llegan a adquirir humanidad (representada). Por lógica, los personajes ‘redondos’ habrán de mostrar lo contrario; hablaríamos de tipos dentro del discurso artístico, con un diseño complejo o una evolución en su personalidad durante el transcurso de la obra.

Antonio Lara, autor de uno de los estudios fundacionales sobre la historieta española (*El maravilloso mundo de los tebeos*, publicado en 1968) preparó una tesina sobre *El Guerrero del Antifaz* para licenciarse en la escuela de periodismo, en el año 1965. Lara publica un artículo sobre la conocida obra de Manuel Gago en el número primero de la revista *Bang!*, donde habla de tipos de personajes.

Entre los personajes de ficción, “cultos” y los “populares”, hay una distinción previa, fundamental: el popular es siempre más agradable, más simpático y directamente accesible. Su personalidad puede ser —es— superficial y monolítica, pero por eso mismo resulta más atractivo, más propicio a la

asimilación y a la identificación cara al público. El personaje “pop” no es un ser humano, sino el resultado de una abstracción sublimada, de encerrar en unos moldes vagamente heroicos las aspiraciones y frustraciones colectivas de una gran masa de lectores. Cuanto más integrados estén estas proyecciones en la textura del ser de ficción, tanto más seguro será su éxito, su arraigo en el público.

Siguiendo estas pautas podría concluirse que un personaje estaría bien diseñado si es fácilmente reconocible por el gran público y si, visto en perspectiva, hubiera perdurado en el imaginario colectivo con independencia de los años que hayan pasado desde su creación.

3. Personajes enmascarados: la máscara y sus usos

Todo el mundo reconoce a Batman, a Spider-Man, a Superman o al Guerrero del Antifaz, por poner algunos ejemplos. Perduran en el imaginario y siguen resultando populares. Se les reconoce por sus diseños, sus disfraces y sus máscaras. La máscara del héroe sirve a un doble objetivo: hacerlo identificable para el gran público (interno y externo al cómic) y proteger su anonimato (al mismo tiempo que a sus seres queridos) de los riesgos asociados a su labor.

Según la RAE una “máscara” sería en sus dos primeras acepciones:

1. Figura que representa un rostro humano, de animal o puramente imaginario, con la que una persona puede cubrirse la cara para no ser reconocida, tomar el aspecto de otra o practicar ciertas actividades escénicas o rituales; 2. Traje singular o extravagante con que alguien se disfraza.

El antifaz es algo muy característico de muchos héroes de tebeo. Enmascarados vigilantes pueblan el imaginario colectivo de generaciones y generaciones de lectores. Desde el Zorro a Batman, pasando por el Jinete Enmascarado, el Llanero Solitario, el Hombre Enmascarado, el Cruzado Negro o el Avispón Verde. Muchos héroes *pulp*, como la Sombra, también utilizaban partes de su indumentaria para ocultar sus rostros. Esta dualidad de los héroes, sobre todo de personajes oscuros, con pasados repletos de luces y sombras, consigue dotarles de un halo especial, de misterio, de interés para con los lectores y para sus mismas relaciones con otros personajes con los que comparten aventuras y desventuras.

Agustín Riera Torres escribe sobre ello en su artículo “Tras la máscara del guerrero. Poesía y tragedia en la saga de El Guerrero del Antifaz, de Manuel Gago”:

El Guerrero tiene dos máscaras, puesto que esconde dos personalidades, dos identidades: la del hijo de Alí Kan, derribador de cristianos, y la del hijo del Conde de Roca, derribador de moros. Rechazado, odiado y perseguido por ambas comunidades rivales, su máscara es doble.

Antonio Lara también hace su propia interpretación del significado del antifaz del Guerrero en *Bang!*:

La máscara, de gran tradición en la literatura popular, es un elemento fundamental de su personalidad, porque contribuye a ocultarlo, no sólo físicamente, sino moralmente, convirtiéndole en un ser anónimo, inexistente. Ya está bastante en desuso, pero hacia los años 30 y 40 especialmente, era muy corriente encontrar héroes enmascarados o maestros en disfraces. Las razones de esta actitud son claras. La máscara es un recurso cómodo para ser impunes, para pasar inadvertidos, y poderse identificar sin riegos con los protagonistas.

Como anota el investigador, normalmente el uso de antifaces tiene que ver con la necesidad de mantener oculta la propia identidad. La RAE define este concepto, en su segunda acepción, como “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”. Y continúa, en la tercera: “Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás”. También es interesante lo que dice en cuarto lugar: “Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca”.

Adolfo de Moncada, al enterarse de la noticia que le cuenta su madre, pierde su identidad, deja de ser quien cree que es, y así necesita crearse una nueva. El antifaz es esencial en esa transmutación, en esa búsqueda identitaria, en esa aventura interior, más dura que la exterior, que no deja de ser una lucha por llegar a encontrar su “yo” primigenio. Desde el momento en el que se pone el antifaz, paradójicamente, ese objeto que le serviría para ocultarse, lo que le da es un nuevo objetivo, es lo que le define, como personaje y como persona. El antifaz del Guerrero es parte de sí mismo.

Y lo define hasta el punto de que es de ahí de donde surge su apelativo, que es el propio título de la colección: *El Guerrero del Antifaz*. Ese es él. Según palabras de

Francisco Tadeo Juan: “Gago planeaba una justificación del antifaz, en una conversación entre padre e hijo. El antifaz era como un estandarte de guerra”.

Salvador Vázquez de Praga en su libro *Los cómics del franquismo* opina sobre el Guerrero lo siguiente:

El antifaz se utiliza por el héroe como un símbolo fetichista con finalidad opuesta a la del propio objeto. En ‘El Guerrero del Antifaz’ la máscara subraya la identidad, la realza distinguiéndolo de quienes le rodean y colocándole a un nivel mítico superior. Todos saben quién se oculta tras el antifaz y precisamente ello hace más notoria su presencia imponiendo su calidad de superhombre.

La máscara también es un elemento clave en la indumentaria de todo buen superhéroe. Además, es una idea de diseño estupenda. Con sencillez, los lectores (y ahora los espectadores), reconocen de un plumazo al personaje en cuestión, mientras que de manera argumental, este elemento sirve para mantener en el anonimato al mismo héroe, ante el riesgo de que sus enemigos dañen a sus más allegados. La funcionalidad de la máscara, por tanto, es doble: identidad externa, superheroica, reconocible, e identidad interna, real, protegida.

Esto se aprecia muy bien gracias al modelo de la Ventana de Johari, que debe su nombre a Joseph Luft y Harry Ingram, en donde se sintetizan teorías de la comunicación en la que la información actúa como poder. Este modelo es especialmente significativo en el caso de los cómics de superhéroes y la identidad dual, ya que se crean sinergias entre los lectores, los autores y los personajes. En esta ventana se ve con facilidad cómo los personajes apreciarían su posición en los cuadrantes según la información de la que disponen y cómo se puede tratar esa información cuando pasa de un cuadrante a otro. Aquí se expresa la totalidad del “yo” en forma de cuatro cuadrantes.

C1 Cuadrante abierto	C2 Cuadrante ciego
C3 Cuadrante oculto	C4 Cuadrante desconocido

- En el C1 aparecen acciones que conoce la persona y conocen los demás. Por ejemplo, que Superman existe.
- En el C2 se perciben comportamientos y sentimientos que desconoce la persona pero que conocen los demás. Clark Kent desconoce lo que Lois siente por él, pero ella, sus compañeros de trabajo y su familia, sí que lo aprecian.
- En el C3, la persona conoce una información que desconoce el resto. La existencia de la Fortaleza de la Soledad, que solo conoce Superman, sería un ejemplo.
- En el C4, la información es desconocida por la persona y también por los demás. La existencia de kryptonita y sus consecuencias para Kal-El, al principio no era conocida por nadie.

En cualquier caso, los lectores en los tebeos de Superman, por seguir con el ejemplo, aunque podría aplicarse a cualquier héroe enmascarado, están igual con el protagonista en relación a su identidad, lo que hace que se sientan cercanos a él, que sean sus cómplices cada vez que se excusa para salir del Planet y ponerse su traje de faena en el ascensor o en alguna cabina telefónica.

Marcello Serra argumenta sobre ello en su artículo “Superman y Batman: una inversión estructural”, publicado en el número 357 de la *Revista de Occidente*.

Superman solo se camufla cuando no actúa como superhéroe, es decir que utiliza el recurso de la invisibilidad para parecer un hombre cualquiera y pasar desapercibido en la vida cotidiana. En cambio, Batman utiliza el camuflaje como técnica de combate, y lo hace aprovechando todas sus variantes: por un lado se disfraza de murciélago y por otro se hace invisible escondiéndose en las sombras. (...) En general, sus características personales poseen marcas de la luminosidad y/o transparencia: su fuerza y sus superpoderes provienen del sol y, puesto que su cuerpo funciona como una batería solar, sus células contienen luz; su ánimo es abierto y generoso, su conciencia, inmaculada; también el disfraz que lleva es de colores brillantes y, cuando entra en acción, no se cubre con ningún tipo de máscara, sino que muestra al mundo su propia cara: limpia, viril, honesta. (...) Esta idea de transparencia es coherente también con el hecho de que Superman observe la vida desde lo alto del cielo y de su condición extra-humana, y que, en la piel del periodista Clark Kent, desvele a los lectores los secretos del mundo.

Batman y Superman, los dos personajes centrales del Universo de DC, no podrían ser más diferentes: mientras Superman tiene un traje de colores brillantes, que retoma la

bandera estadounidense, muestra su propia cara y actúa de manera pública, Batman se acoge a las sombras, enmascara su rostro y se centra en inculcar terror en sus enemigos (Bob Kane dijo que había inventado al hombre murciélago para infundir el miedo en el corazón de los criminales). En cambio, el último hijo de Krypton se pone la máscara cuando no está en su faceta de héroe, cuando se maquilla tras el anodino aspecto de su alter ego, el periodista Clark Kent. Esa es su verdadera máscara.

Sobre la doble identidad de Superman escribió un ensayo Umberto Eco dentro de su obra *Apocalípticos e integrados*:

Narrativamente, la doble identidad de Superman tiene una razón de ser, ya que permite articular de modo bastante variado las aventuras del héroe, los equívocos, los efectos teatrales, con cierto suspense de novela policíaca. Pero desde el punto de vista mitopoyético, el hallazgo tiene mayor valor: en realidad, Clark Kent personifica, de forma perfectamente típica, al lector medio, asaltado por los complejos y despreciado por sus propios semejantes; a lo largo de un obvio proceso de identificación, cualquier *accountant* de cualquier ciudad americana alimenta secretamente la esperanza de que un día, de los despojos de su actual personalidad, florecerá un superhombre capaz de recuperar años de mediocridad.

Terenci Moix expuso su particular punto de vista sobre esta cuestión en su *Historia social del cómic*:

Clark representa al individuo medio, ocupado en un trabajo más o menos sedentario: la imagen perfecta del 'hombre del traje gris'. Como tantos otros héroes de este tipo de cómics, el lector encuentra en su transformación la idealización de sí mismo a que tiende toda aventura preestablecida según estas bases; al mismo tiempo, la sociedad regida por la clase media —para la que Superman se erige en símbolo de su vitalidad económica— exigirá de aquel individuo medio que, en determinado momento, sea Superman.

El caso del Hombre Murciélago es diferente. Batman, en realidad, lleva una doble máscara. Como el Caballero Oscuro se esconde tras el manto del murciélago, pero ante la sociedad se esconde también, fingiendo ser el playboy multimillonario Bruce Wayne. En realidad, Batman es un ser distinto, retraído en su cueva, contenido en una doble identidad en la que no es él mismo en ningún momento, siempre oculto, ante todo el mundo. Pero, a la vez, Batman es un símbolo, y otros pueden recoger el testigo del héroe, como ya ha pasado en ocasiones, con Azrael o más recientemente con Dick Grayson, Nightwing, el primer Robin, después de la *Batalla por la Capucha*, en la que

intervino toda la “batfamilia”. Batman, gracias a su máscara, es un rumor, es una leyenda urbana, es un ser oculto en la oscuridad... un ente terrorífico que se mueve en las lindes entre lo real y lo fantástico, algo oscuro que se mueve en los límites, más cercano al negro, aunque moviéndose en la escala de grises.

Al igual que el Hombre Murciélago, Spider-Man se fabricó su propio disfraz. Peter Parker decidió utilizar elementos asociados a las arañas porque sus poderes provenían de una picadura de uno de estos insectos (en realidad fueron Stan Lee y Steve Ditko quienes le dieron su imagen visual y sus características principales, aunque a Martin Goodman, director de la editorial no le gustase demasiado el proyecto, porque pensaba que las arañas no eran del gusto del público y porque la fonética del nombre de este nuevo héroe y los colores de su uniforme eran similares a los de Superman).

Para proteger a su familia y a sus amigos, Spider-Man decidió llevar su traje y no quitarse (casi) nunca su máscara.

Lo común en una historia de mitología es que por un lado está el superhéroe, y por el otro está su alter-ego. Batman en verdad es Bruce Wayne, Spider-Man es en realidad Peter Parker. Cuando ese personaje se despierta por la mañana, es Peter Parker. Tiene que ponerse un traje para convertirse en Spider-Man (...).

Las anteriores palabras son parte del discurso de Bill, el personaje interpretado por David Carradine, en uno de los últimos diálogos escritos por Tarantino para la segunda parte de *Kill Bill* (2004), que tienen una relación muy estrecha con todo lo desglosado en el presente escrito.

El caso de Spider-Man es muy interesante ya que ha cambiado tanto de traje que la lista de todas las versiones sería inmensamente larga. Pero en todas ellas, dentro de los elementos comunes (esos elementos básicos, icónicos del personaje), se ha mantenido su máscara (siempre con esos grandes ojos, que en las películas de cine eran una especie de lentes y que en la nueva versión, Superior, del personaje, por fin tienen una función determinada: la de servir para tener la ciudad vigilada por medio de robots araña).

En relación a las películas, cabe destacar un momento muy impactante de la primera de ellas, *Spider-Man* (San Raimi, 2002), cuando Mary Jane y el Hombre Araña se besan bajo la lluvia. La pelirroja de al lado, su antigua vecina, que se convertiría en su gran amor (con permiso de Gwen Stacy, su otro gran interés romántico), respeta al héroe y no le quita la máscara del todo, solo le deja al descubierto la boca para besarle. En cambio, en *The Amazing Spider-Man* (Marc Webb, 2012), la situación cambia un poco y ya desde los carteles promocionales se pudo ver a Peter Parker con las facciones de Andrew Gardfield, el nuevo intérprete, y es que se jugaba a un doble estímulo ante el público objetivo, aquellos que se acercaran al filme por el personaje y los que fueran a ver la película por el actor. Además, la identidad del Trepamuros es un dato conocido por más gente en ese filme, por lo que la máscara es accesorio.

Algo parecido ocurre con Lobezno en la pantalla grande, al que aún no se le ha visto con su característica máscara, desechada ante su también característico *look* (en cuanto a pelo, patillas y barba se refiere), para que se vea el rostro de Hugh Jackman. Se aprecia entonces que el cine influye a su vez en el cómic, ya que la estética de los personajes, por ejemplo de Lobezno, se acercó a la del actor que lo interpreta en el cine, al igual que pasó con los X-Men, en la etapa de Grant Morrison (*New X-Men*, 2001-2004), en la que los personajes dejaron atrás sus atuendos azules y amarillos para vestirse con unos trajes negros más cercanos a los uniformes que lucían en *X-Men* (2000), la película de Brian Singer.

Volviendo a Spider-Man, cuando Brian Michael Bendis tuvo luz verde para realizar un *crossover* entre el universo Marvel tradicional, el 616, y el Universo Ultimate (“Spider-Men”, 2012), tuvo que pensar en una aventura en la que participasen los dos Spider-Men principales: Peter Parker y Miles Morales. Se observa que, tras su pelea inicial, Miles intenta quitar la máscara de Peter, aunque al final es este quien se la quita. “¡¡Devuélveme mi máscara!! Tío, estoy al descubierto. La gente puede vernos. ¡¡Devuélvemela!!”. Los dos temen lo mismo, que su cara quede al descubierto de la gente, de los enemigos... de la opinión pública.

En *Civil War* (Marvel, 2006), el gran macroevento de la Casa de las Ideas del año, tuvo especial importancia todo lo relacionado con las identidades de los héroes. Después de una tragedia propiciada por la irresponsabilidad de un grupo de jóvenes héroes, varios miembros importantes de la comunidad superhumana de Estados Unidos deciden que es el momento de realizar un Registro en el que cada uno hará pública su identidad secreta y sus poderes. Los personajes de Marvel se dividieron, ideológica y activamente, en dos grandes facciones, los pro-registro, liderados por Iron Man, y los anti-registro, bajo el mando del Capitán América. Spider-Man fue una pieza clave en el conflicto, primera estando en un bando y después en el otro, e incluso protagonizó uno de los momentos más impactantes de la saga: su desenmascaramiento.

También se busca desenmascarar a los vigilantes en el Capítulo V de *Watchmen* (1986), la destacada obra de Alan Moore y Dave Gibbons. Hacia el final de esa parte de la historieta, los policías consiguen capturar a Rorschach tras una intensa persecución. “¡Quítale la máscara!, ¡Arráncale la cara a este mamón, tío!”, exclama uno de ellos mientras el héroe grita “¡No!, ¡Mi cara!, ¡Devolvédmela!”. Y es entonces cuando otro de los policías pregunta, “¿y bien?, ¿quién es?...” Y esa pregunta puede extrapolarse a cualquier cómic, a cualquier época y a cualquier personaje enmascarado... porque debajo de su antifaz, debajo de sus disfraces dejan de ser iconos. Sus trajes, sus colores, sus máscaras son lo que les definen por encima de todo lo demás; lo que les hace únicos.

4. Una máscara para el anonimato: V de Vendetta

V, el protagonista de *V de Vendetta*, de Alan Moore, es uno de los personajes que se ha transformado, en los últimos tiempos, en un icono cultural, trascendiendo las páginas del propio cómic y dando el salto a la realidad como símbolo del movimiento *Anonymous*.

Moore explica, en un artículo que apareció por primera vez en 1983 en el número 17 de *Warrior Magazine*, durante la publicación de *V de Vendetta*, y que se incluye

como extra de la edición *absolute*, que el gran logro estético fue de David Lloyd, el dibujante de la serie. En ese texto reproduce unas significativas palabras de una carta que le envió el artista:

Mientras escribía esto tuve una idea sobre el héroe (...) Estaba pensando que podríamos retratarlo como un Guy Fawkes resucitado, con una de esas máscaras de cartón piedra, con capa y un sombrero en forma de cono. Tendría un aspecto muy extraño y haría justicia a Guy Fawkes después de tantos años. No deberíamos quemarlo cada 5 de noviembre, ¡sino celebrar su intento de quemar el parlamento!

Dentro de las citadas jornadas sobre *Cómic, Comunicación y Cultura. El cómic en el nuevo milenio*, celebradas en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla en 2001, aparece un texto titulado “Propaganda política y simbología en V de Vendetta”. Sus autores, Jorge David Fernández Gómez y Antonio Pineda Cachero, hablan, en una de sus últimas partes, de la simbología que acompaña al protagonista, de vital importancia para la comprensión de la obra. Se detienen en la careta de Fawkes:

Volviendo a la máscara, se tiene que tener en cuenta su origen etimológico latino: persona. Es decir, V pretende con esta máscara reivindicar la condición de persona del pueblo; por ello, reiteramos la idea de que V no trabaja solo para él, sino para la libertad. Y precisamente el símbolo de la máscara va a reforzar la idea (...) de desindividualización, pérdida de identidad, anonimato artificial del protagonista en beneficio de la causa.

Aniela Jaffé apunta, a su vez (citada por Pineda y Fernández), que “en lenguaje psicológico, la máscara transforma a su portador en una imagen arquetípica”.

Después del estreno de *V de Vendetta* en cines (película dirigida por James McTiegie y producida por Joel Silver y los hermanos Wachowski, estrenada en el año 2006), muchos son los fans que festejan la muerte de Guy Fawkes como el día en el que un héroe fue asesinado, una concepción distinta hasta la acaecida con anterioridad, cuando se le consideraba un traidor. Esta es una muestra más de la iconicidad del personaje de V, al igual que el movimiento de los ciberactivistas *Anonymous*.

Movilizados en la red, estos *Anonymous* proclaman estar luchando por la transparencia, la libertad de expresión y los derechos humanos. Diferentes grupos e

individuos utilizan el pseudónimo desde 2008, surgidos en un principio como un movimiento por diversión, manifestando su protesta contra diversas organizaciones y mostrándose a favor de la independencia de Internet. De manera inicial, solo actuaban en la red, aunque más tarde darían el salto a la escena pública y social, cubriéndose sus caras con máscaras como la de *V de Vendetta*. Su lema: “Somos una legión, no perdonamos, no olvidamos, espéranos. *Anonymous*”.

“Se trata de un movimiento sin portavoces, sin líderes, con voz, pero sin cara. O más bien con máscara: la máscara del anarquista revolucionario de *V de Vendetta*”, apunta el periodista Joseba Elola en su reportaje “Somos *Anonymous*”, publicado en “El País” el pasado 16 de enero de 2011.

La máscara se ha convertido en símbolo de un movimiento de ciberactivista que no se anda con chiquitas. (...) Cualquiera puede formar parte de Anonymous, cualquier puede entrar cuando quiera y sumarse a la conversación en webs. (...) Entrará en un mundo en el que la gente se va poniendo progresivamente de acuerdo sobre una idea hasta que una suerte de consenso espontáneo indica cuál es el siguiente objetivo, contra quién hay que lanzar el próximo ataque.

Están juntos, tienen un icono al que adherirse, el personaje de V, o más bien toda la iconografía asociada a su máscara, a la imagen que Alan Moore y David Lloyd crearon. Internet ha propiciado su reunión, sin barreras, sin trabas, sin saber quién se esconde en realidad detrás de cada disfraz, bajo su anonimato. Son muchos unidos bajo una misma “cara” que les representa, tras la que se ocultan y no son nadie. La máscara cambia y define, la persona bajo la máscara deja de ser un ciudadano más para convertirse en parte de algo más, de algo diferente, todo ello jugando con la representación, con la idea que en el cómic *V de Vendetta* se asocia a Guy Fawkes.

5. La máscara como cuestión de diseño

La creación de personajes en el caso del cómic, a diferencia de lo que ocurre en otros medios, viene condicionada por la exigencia de incorporar el diseño visual, así como aspectos de personalidad e historia previa.

¿Qué es el diseño? Gary Spencer Millidge asegura en su libro *Diseño de cómic y novela gráfica* que

El diseño es un aspecto omnipresente de la vida moderna. Todo, desde los embalajes comerciales, los coches, los teléfonos, los periódicos, las páginas web, los escaparates de una tienda, la ropa, la publicidad, la televisión y los programas que en ellos aparecen, ha estado sujeto a un diseño consciente e intencionado.

En concreto, la comunicación visual y la presentación lo son todo en el diseño gráfico, ya que es una disciplina que combina símbolos, imágenes y/o palabras para expresar ideas y mensajes. No parece tampoco una mala definición de cómic.

Entonces podría concluirse que la base de que un personaje pueda ser o no icónico cultural, se centraría en su diseño, pero no solo en su diseño gráfico, estético, si no desde su construcción primaria, desde su gestación o reimaginación por parte del guionista. Que un personaje esté bien diseñado depende de si es fácilmente reconocible por el gran público (en este punto, las máscara de los héroes, así como los colores de sus uniformes, ayudan) y si, visto en perspectiva, ha perdurado en el imaginario colectivo con independencia de los años que hayan pasado desde su creación. Además de que su máscara, su antifaz o el resto de elementos visuales que lo definen sean más o menos reconocibles, un personaje es bueno si la historia en la que se circunscribe también lo es. Y las buenas historias son aquellas que hacen que los lectores duden sobre dónde reside la fortaleza héroe: en la máscara o bajo la máscara.

Bibliografía

ARIZMENDI, M. *El cómic*. Barcelona, Editorial Planeta, 1975.

CASASÚS, J. M. *Teoría de la imagen*. Barcelona, Salvat Editores, 1975.

DONDIS, D. A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona, Gustavo Gili, 2002.

ECO, U. *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona, Editorial Lumen, 1993.

ELOLA, J. “Somos Anonymous”, en *El País* del 16-01-2011 (http://www.elpais.com/articulo/reportajes/Somos/Anonymous/elpepusocdmg/20110116elpdmgrep_1/Tes).

FERNÁNDEZ GÓMEZ, J.D., y PINEDA CACHERO, A. “Propaganda política y simbología en *V de Vendetta*”, en FERNÁNDEZ GÓMEZ, J.D. LASSO DE LA VEGA GONZÁLEZ, C., y PINEDA CAHEROM, A. (coord.). *Actas de las Primeras Jornadas sobre Cómic, Comunicación y Cultura. El cómic en el nuevo milenio*. Sevilla, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Sevilla, 2001.

JIMÉNEZ VAREA, J. “Símbolos y estereotipos: La moral a través de la imagen en el cómic” en FERNÁNDEZ GÓMEZ, J.D. LASSO DE LA VEGA GONZÁLEZ, C., y PINEDA CAHEROM, A. (coord.). *Actas de las Primeras Jornadas sobre Cómic, Comunicación y Cultura. El cómic en el nuevo milenio*. Sevilla, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Sevilla, 2001.

LARA, A. “El guerrero del Antifaz”, en la revista *Bang!*, n.º 1 (1969). (<http://corsariosinrostro.blogspot.com.es/2008/11/antonio-lara-y-el-guerrero-del-antifaz.html>).

MOORE, A., y LLOYD, D. *V de Vendetta* (Absolut). Barcelona, Planeta DeAgostini, 2005.

MOORE, A., y GIBBONS, D. *Watchmen* (Absolut). Barcelona, Planeta DeAgostini, 2007.

RIERA TORRES, A. “Tras la máscara del guerrero. Poesía y tragedia en la saga de “El Guerrero del Antifaz”, de Manuel Gago”, en *Tebeosfera* (2003). (<http://www.tebeosfera.com/1/Personaje/Guerrero/delAntifaz.htm>).

SERRA, M. “Superman contra Batman: una inversión estructural”, en *Revista de Occidente*, n.º 367 (2011), pp. 89-101.

SPENCER MILLIDGE, G. *Diseño de cómic y novela gráfica*. Barcelona, Parramón, 2010.

TADEO JUAN, F. *Análisis de una obra maldita. El Guerrero sin Antifaz*. Valencia, F T J Ediciones, 2002.

UNESCO. *Declaración de México*, 1982.

VARILLAS, R. *La arquitectura de las viñetas. Texto y discurso en el cómic*. Sevilla, Viaje a Bizancio Ediciones, 2009.

VÁZQUEZ DE PRAGA, S. *Los cómics del franquismo*. Barcelona, Editorial Planeta, 1980.

WITHROW, S. y DANNER, A. *Diseño de personajes para novela gráfica*. Barcelona, Gustavo Gili, 2009.