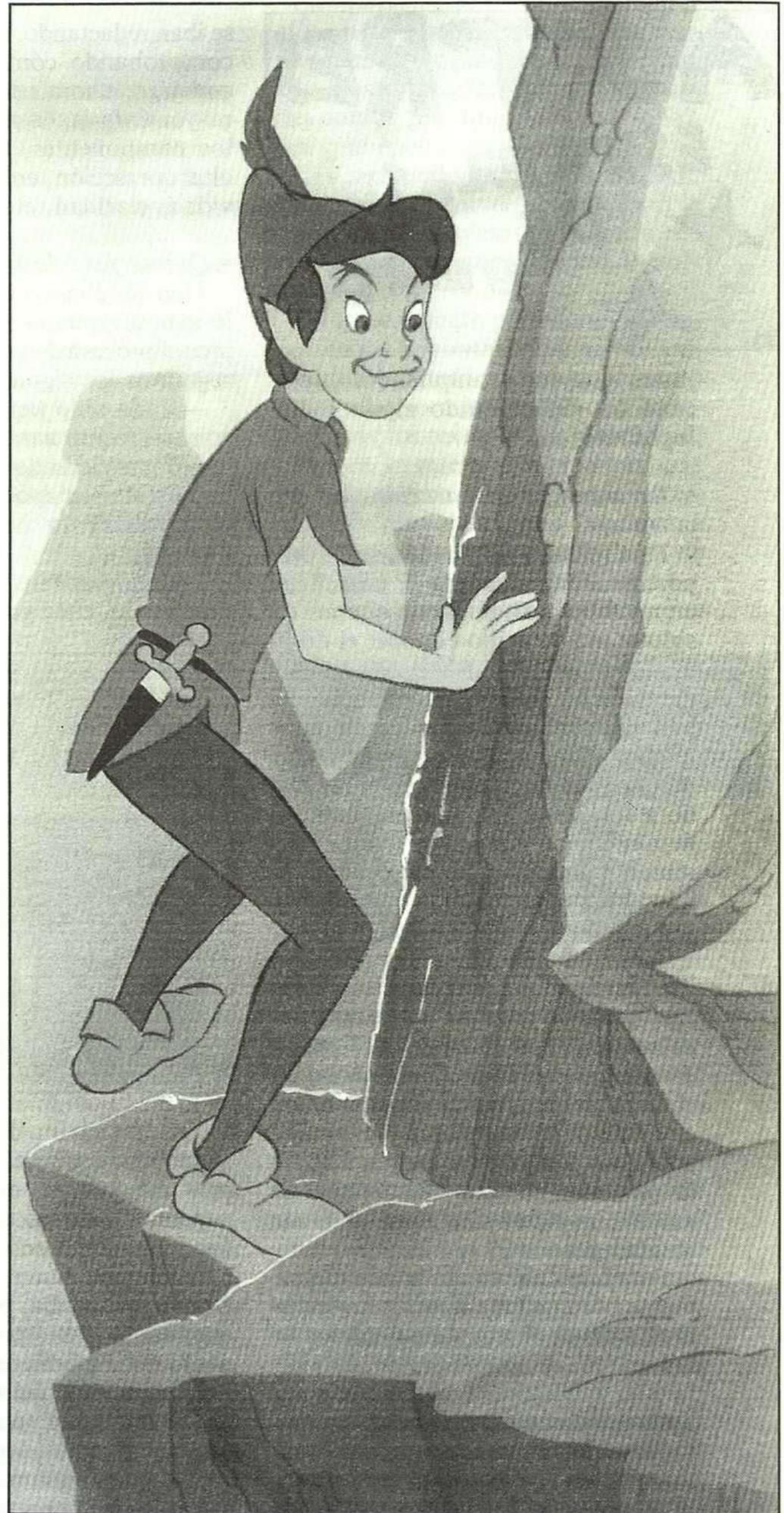


El duende de los estereotipos

por Ricardo Martínez Llorca*

Sobre personajes de la literatura universal, como Peter Pan o Pinocho, los ilustradores han creado imágenes diferentes, y algunas de ellas se han convertido en estereotipos merced a los manejos de los medios de comunicación o a las exigencias del mercado. Desde este artículo, en el que se analizan algunas de estas imágenes, se reclama más consideración hacia los creadores literarios de estos personajes, y a los ilustradores se les pide que se dejen llevar por su experiencia personal a la hora de crear, y no por los estereotipos ya existentes.



WALT DISNEY, PETER PAN, BARCELONA: BEASCOA, 1991.

Las caprichosas mesas de los ilustradores esconden miles de pequeñas fábulas. Entre cosechas de papeles alegremente diseminados, pinceles y rotuladores casi caídos y casi reposados, tijeras ocultas tras botecillos que contienen no se sabe qué producto químico, y gomas de borrar empeñadas en despeñarse contra el suelo con el más ligero roce del codo, allí nacen, crecen y se reproducen cuentos, leyendas y patrañas.

Un tablero de dibujo es, sin duda, una plaza de encantamientos. Cuando el dueño del tablero, el ilustrador, dedica su actividad al mundo infantil, decir que tiene duende significa que es cómplice de su niñez y de los niños en general: cómplice de esos momentos en que las sensaciones surgidas de cada pequeña experiencia están dotadas de un sentido universal y mágico.

El duende del ilustrador

Es moneda corriente que al dejar aflorar ese duende, éste chapotee dando brinco con los pies untados en acuarela, paseando huellas multicolors por toda la mesa. Un resbalón del lápiz, un tropiezo con un bote de tinta, una gota que se desliza desde el pincel o un papel que se pega y despega, al caer en sus manos se exponen a las más imaginativas metamorfosis: la misma mancha será un sorprendido pastor barbudo o un enigmático paisaje; una línea se mutará a músculo risorio contraído hasta límites inauditos; de cualquier boquete descuidado nacerán unos ojos azules incansablemente grandes o un desfondado pozo de los deseos; el más pequeño desperfecto originará veladas telas que visten pícaramente a los personajes.

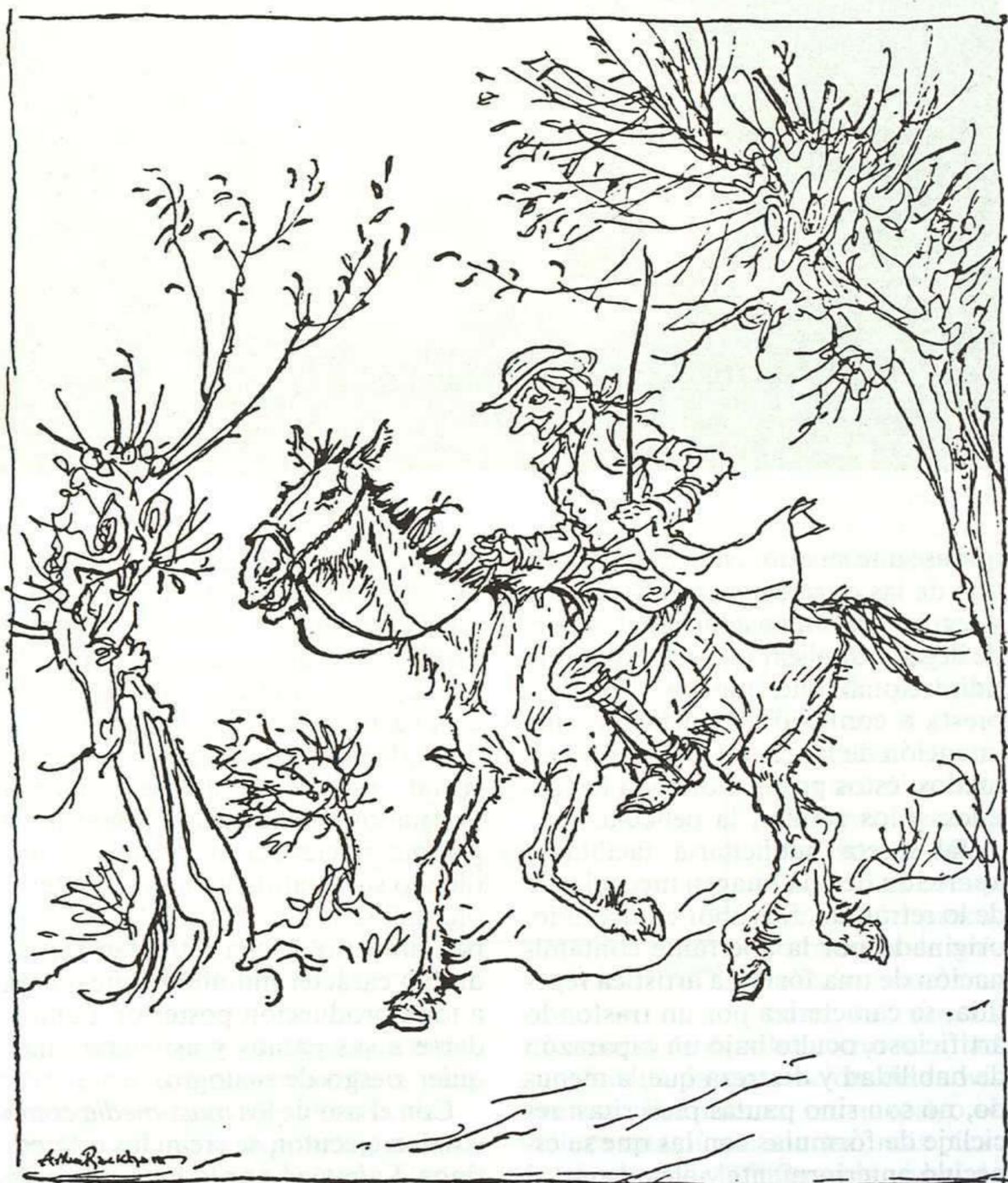
Así los libros se disfrazan con el rostro del encantamiento, con una atmósfera emotiva que habla de los sentimientos antes que de los acontecimientos. Y si es función del ilustrador

explicar, ampliar o completar la historia que el texto narra, es su duende quien relata en cada dibujo las historias del ilustrador, concediendo a las imágenes un carácter: su estilo es fruto de su personalidad, y su personalidad es hija de su experiencia.

El duende de los medios de masas

Carteles, prensa, televisión, radio, buzoneo, artículos de promoción,

campañas publicitarias coordinadas... incluso pequeños muñecos de plástico, atiborrados de minúsculos complementos que se obstinan en perderse bajo los armarios y sillones, apareciendo varios meses después, irreconocibles por el polvo que los cubre y sin uso, pues a su dueño le falta el brazo destinado a sostenerlo. A través de la multiplicación y reiteración de uno o varios personajes que protagonizan una película, libro, serie de televisión, etc., se extiende una imagen que será la base de la campaña



ARTHUR RACKHAM, LA LEYENDA DE SLEEPY HOLLOW, MADRID: EDICIONES LIBERTARIAS-PRODHUFI, 1989.



WALT DISNEY, LA LEYENDA DE SLEEPY HOLLOW.

mercado tan saturado de ellas, multiplicará, de forma irreflexiva, los estereotipos, inundando tinteros y sueños de expresiones de segunda mano: el estereotipo es una imagen superficial, simplificada, cuyo esquematismo las hace incapaces de producir reflexión en aquel que las contempla; su personalidad no transmite las experiencias vividas por su creador, pues no ha volcado su intuición sobre el trabajo, sino manidas expresiones ya aceptadas.

Si el ilustrador emite un mensaje que le es propio, proyectará ondas que se extenderán por la memoria

que asegure su éxito comercial. Es ésta una de las estrategias más frecuentes y seguras en el mercado actual, y puede llegar a implicar tal escándalo multidireccional que, muchas veces, se presta a confusión: la película tenía intención de lanzar a los dibujos animados; éstos promocionaban los cómics; y los cómics, la película.

Tal receta publicitaria facilita la aparición de una imagen mecanizada de lo retratado. Su sabor edulcorado, originado por la aberrante contaminación de una fórmula artística repetida, se caracteriza por un trasfondo artificioso, oculto bajo un caparazón de habilidad y destreza que, a menudo, no son sino pautas prescritas: reciclaje de fórmulas con las que se especuló anteriormente y alcanzaron el éxito comercial.

Son las exigencias de una industria tan competitiva las que provocan que este fenómeno se extienda, llevando dichas imágenes a cualquier lugar de la geografía mundial. El secreto está en procurar que tales expresiones e ideas disfruten de amplia aceptación social, convirtiéndolas en cánones prefijados a la hora de afrontar la siguiente referencia al personaje: midiendo sus cualidades bajo el criterio preestablecido y consolidado en el pensamiento. Dicha actividad engendra un carácter inmutable que obliga a toda producción posterior a amoldarse a sus pautas y así evitar cualquier riesgo de malogro.

Con el uso de los *mass-media* como sistema ejecutor, se crean los estereotipos. La pugna por la hegemonía de la imagen ante los apremios de un

del receptor. Sus asociaciones buscarán la identificación con las propias del espectador, surgiendo nuevas ideas como fruto de esta reflexión, en lo que es un claro proceso de desarrollo imaginativo.

El duende de Peter Pan

Lamento confesar que fue hace mucho, mucho tiempo, cuando vi por última vez la versión que creó la factoría Disney de *Peter Pan* (*sic*). Un difuminado recuerdo se limita a decirme que es una película bonita. Pero confieso ser un fanático de la excelente obra de J.M. Barrie, y debo decir que en ningún momento, a lo largo de la lectura del libro, soy capaz de encasillar al pequeño héroe con la fiso-

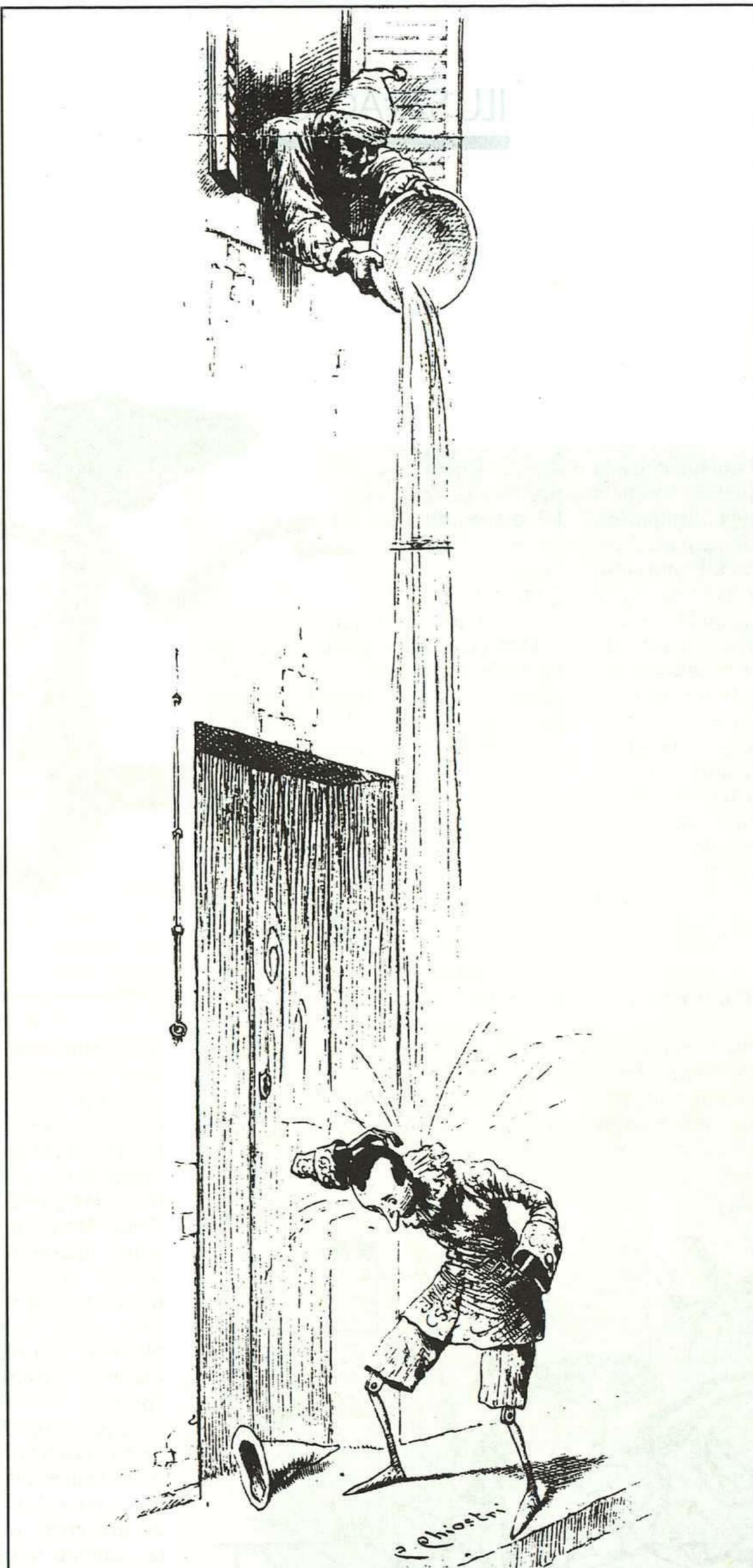
nomía y movimientos de que le dotaron los dibujantes de Walt Disney.

No es mi intención establecer ninguna comparación entre uno y otro (costumbre enfarragosa y poco imaginativa a la hora de construir la crítica de un acto creativo), o arremeter contra la expresión ofrecida por la industria norteamericana, pues la imaginación de sus creadores, como veremos al diferenciar un poco los conflictos que crean ambos, desborda atrevimiento. Es contra las reglas del juego que establece el sistema de mercado lo que ataca mi discurso, pues nos privan de la riqueza de muchas fuentes, entre ellas la original, para asegurar el éxito de una formulación gráfica.

En la obra literaria no existe especificación concreta acerca de la edad de Peter Pan, permitiendo que sea su carácter jugetón, perversamente inocente e inocentemente perverso, carente de conciencia de dolor o peligro, incapaz de distinguir el riesgo físico en el juego acrobático, lo que nos acerca a un niño de muy corta edad (inconscien-

te). Incluso la primera traza que se detalla respecto a su semblante es para decir que conserva los dientes de leche, aunque no se expone de manera axiomática, como indicio de que su talla no supera a la de un niño de 5

y ausencia de detalles como facultad que facilita la generación de movimientos. Por último, en su rostro se delinea una pícara sonrisa, más pícara, si cabe, por la influencia visual de unas orejas inhumanas y puntiagudas,



CARLO CHIOSTRÌ, PINOCHO Y SU IMAGEN, BARCELONA: JUVENTUD, 1983.

o 6 años, se trata, más bien, de la sugerencia de un indicador psicológico, algo así como una somatización de la perseverancia de su edad mental. Y su indumentaria, vestido con hojas y jugos que segregan los árboles, habla de descuido, de salvajismo, de murriña... y de camuflaje (o de jugar al escondite, si se prefiere así).

Sin embargo, la edad de Peter Pan insinuada en el dibujo Disney se aproxima a un adolescente, lo cual originará una relación con su *partenaire*, Wendy, ciertamente menos inocua que en el relato original. Su vestido, su calzado, polainas y cuello de camisa, y su gorrito rematado por la pluma, nos recuerda a Errol Flynn en el papel de Robin Hood, lejos del asilvestrado rapaz descrito por Barrie; dicha solución es consecuencia del proceso manual de animación, que impone la síntesis

que asoman descaradamente entre la pelambarrera, en lo que es herencia plástica de los mismos dibujantes, pues ya los faunos de la película *Fantasia* vestían su cara con tal expresión.

Y la especulación con la imagen ha conseguido que la segunda fuente, aquella de líneas curvas y suaves, de movimientos redondos y dúctiles, imperara en posteriores interpretaciones. La inercia mental bastará para transformarla en estereotipo, pues las grandes fábricas de signos, símbolos y representaciones, hacen tal uso de los medios de comunicación, que prefabrican sus iconos en la mente de lectores, espectadores y... autores, que han sido, son y serán receptores, al tiempo que emisores.

El duende de los ambientes

Siempre me ha intrigado el motivo por el que se ha llegado a considerar *Pinocho* como el gran clásico de la literatura infantil italiana. La sensación que produce su lectura se refleja en to-

dos los sinónimos posibles de la palabra *sórdido*: estrecho, lúgubre, desaseado, mezquino, miserable, siniestro, aciago, trágico, etc.

Herederero de una época y un ambiente de romanticismo y realismo social, la historia presenta un mundo sin piedad ni alegría, poblado de mentirosos e hipócritas, holgazanes y amos resentidos. Hasta Pinocho resulta un ser malvado por naturaleza, y Pepito Grillo es un engreído sabelotodo.

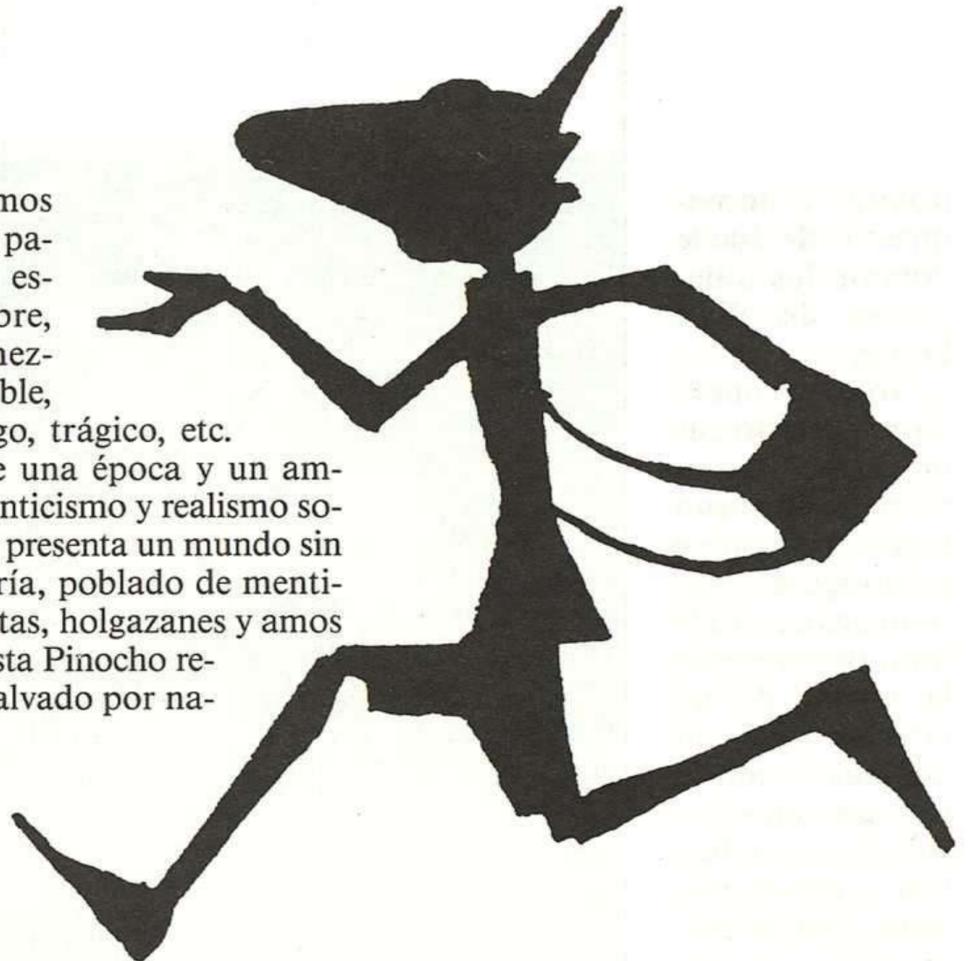
Temo por quien se acerque al libro tras ver la película de Disney, esperando encontrar la historia de un niño que busca ser bueno.

Para traducir en la imagen un ámbito cruel, Disney recurrió a fuertes contrastes de claro-oscuro en sus fon-

dos, incluyendo fuertes golpes de luz, muy concretos, que acentúan la sensación de sombras envolventes. También eligieron el recurso expresionista de las diagonales, aunque muy ligeramente, sin quitar el protagonismo a las curvas características de la firma. Rotos, parches y descorchados como metonimia de pobreza, y una buena documentación acerca del modo de vida en los barrios más pobres de la Italia de finales del siglo XIX, completan, básicamente, el trabajo comunicativo sobre el entorno.

A pesar de ello, un uso muy vivo de los colores respira bajo las sombras: azules y verdes muy puros, rojos y amarillos luminosos, ausencia del gris en los tonos... para evitar que las sombras resulten pesadas y densas, insinuando la posibilidad de salvación, de alegría, con que finalizará la historia.

Más fiel al guión original, Leonardo Mattioli reduce la atmósfera, transformando la diferenciación entre luz y sombra a sombra y sombra, con el uso de unos tonos rojos pesados y opacos (la lectura del rojo, al tradu-



LEONARDO MATTIOLI, PINOCHO Y SU IMAGEN, BARCELONA: JUVENTUD, 1983.



WALT DISNEY, PINOCHO Y SU IMAGEN, BARCELONA: JUVENTUD, 1983.

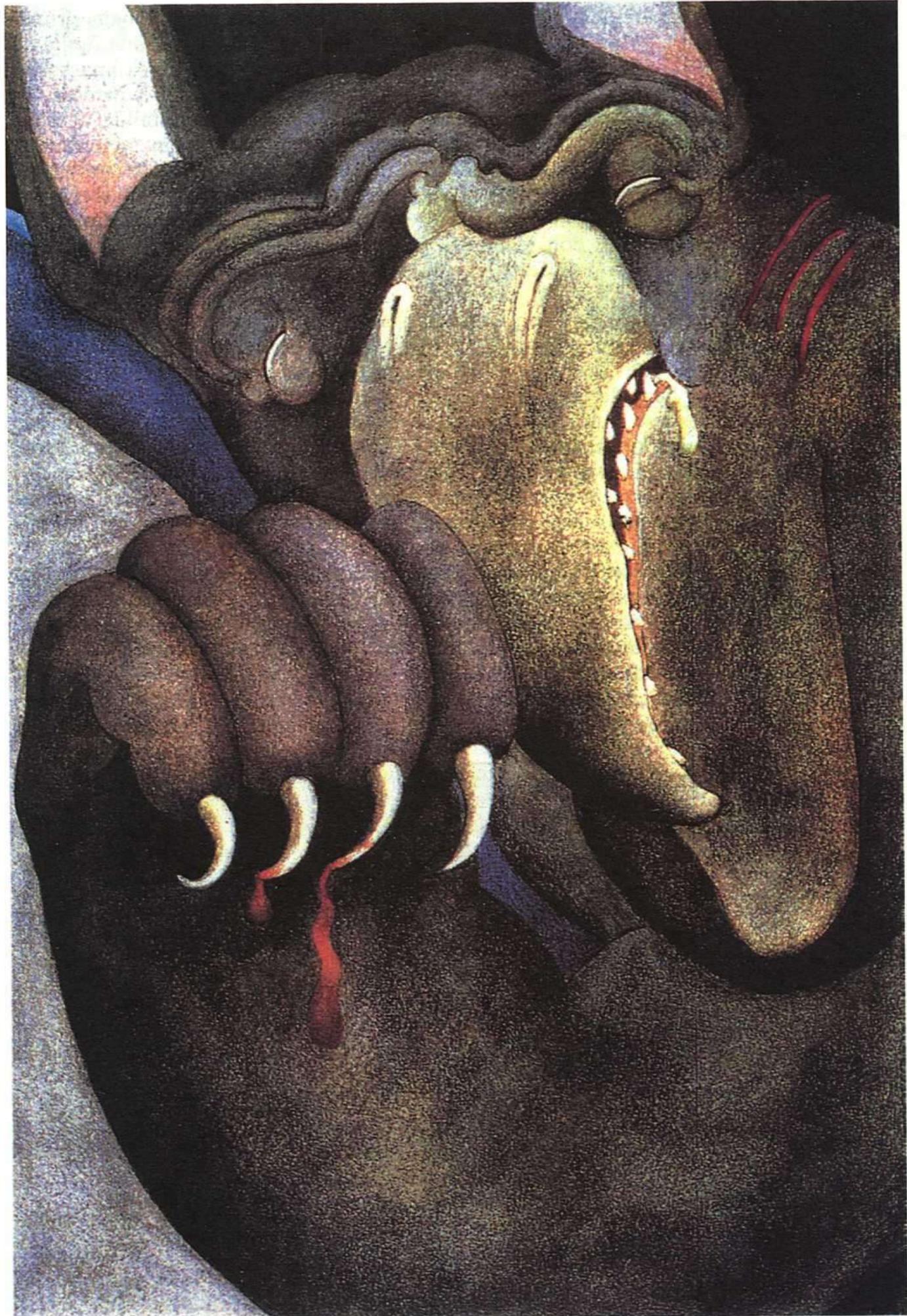
cir una imagen de color a blanco y negro, es como negro). El diseño es espeso, sin contemplaciones. No existe aire que respirar, no hay lugar para el reposo visual. Donde quiera que se dirija la atención, se acabará en el sobrecogimiento. Agobio, inquietud: deseo de escapar del marco que nos encierra, de inspirar aire puro. Un toque de luz, la única esperanza de escapar a lo nauseabundo, se concentra en la cara (angustiosa) de un personaje cruel, con desencajada expresión de susto y dolor: intimidador nato, anunciador de ruinas y calamidades.

Carlo Chiostri maneja hábilmente los negros, centrándose en la acción descrita, pero sin abandonar el relato gráfico del ámbito. A Pinocho le enmarca una puerta; y al hombre que arroja el agua, una ventana. Baste identificar ambas con artículos indeterminados para generalizar: todas las puertas y ventanas susceptibles de aparecer serán iguales: es innecesario dibujarlas. Unas líneas romas en los cantos y sombras indican la irregularidad de una superficie y, por extensión, su falta de brillo, su suciedad, aspereza y abandono: el recubrimiento opuesto sería aquel que lleve mármol.

El estereotipo de la obra *Pinocho*, extendido bajo la firma Disney, es una versión dulcificada del original, incluso el muñeco más bien parece construido con un eufemismo de la madera que con madera misma. Pero a su vez es incapaz de provocar pesadillas o dejar sin sueño al público infantil, con el beneficio que ello conlleva para la psicología del niño.

Un duende y todos los duendes

Al igual que los dibujantes de la factoría Disney fueron capaces de crear ciertos conflictos al retomar el original (acertados unos, otros injustificados), así debería cada ilustrador enfrentarse a su proyecto personal, permitiendo que su complicidad in-



ETIENNE DELESSERT, LA BELLA Y LA BESTIA.

fantil penetre en todas sus realidades: sus riquezas, sus contrariedades y sus reflexiones.

Reciente es la última exégesis cinematográfica de *La Bella y la Bestia*, una preciosa película, llena de contenido narrativo en cada secuencia (atención a los números musicales), para la cual se diseñó un monstruo híbrido, configurado con facciones y detalles de varios mamíferos, incluida la antropomorfización, con el objetivo de concederle el don de la expresividad. Al ser tan abierta la descripción que Mme. Leprince de Beaumont hace del monstruo, en la que leemos que era un ser tan horrible que quien lo veía quedaba a punto de desvanecer, esta acepción gráfica es válida.

Pero limitarnos a ella sería reduccionismo; otras interpretaciones, emanadas desde la fuente original, sin pasar por el vicio del estereotipo (por desgracia ya difundido), poseen grandes valores imaginativos. Valgan al caso las realizadas por Etienne Delessert y Michael Foreman, del mítico ser.

La viscosa deformación del primero, llegando a construir una figura de difícil lectura visual, crea una bestia tan amorfa que no cabe la parodia. Su dolor se nos antoja humilde, al tiempo que deseamos su fin, su mutación en príncipe (el mayor atractivo del personaje de la Bestia sobre el Príncipe es, probablemente, el desacierto más importante de la película). El impacto que produce la contemplación de la imagen llega directamente a la médula. Y Foreman crea un ogro ciclopeo, bestialmente corpulento, de un azulón poco tierno, e inhumano, que produce repulsa táctil: su piel es un castigo para él y para quien ose tocarlo. Tan sólo el aire desenfadado del estilo del autor, la soltura de sus manchas de acuarela, permite respirar cierto cariño, concediéndole unos posos de tierno atractivo.

Analizar en profundidad cualquiera de las dos versiones nos mostraría el porqué de su capacidad de impacto, su expresividad simbolizando contenidos, provocando meditación, mostrando lo inexistente e idealizando realidades.

Como medida de comparación, adjuntamos un caso casi opuesto. Se trata de Ichabod Crane, el protagonista de *La leyenda de Sleepy Hollow*, en la versión de Disney y de Arthur Rackham. Como corresponde a un escritor romántico, el estilo de Washington Irving es muy descriptivo, por lo que al ilustrar un libro suyo, si partimos directamente de la primera fuente, del respeto al autor, llegaremos a conclusiones poco disímiles: al observar ambas ilustraciones, fácilmente apreciamos que los puntos en común son más que las disparidades. Irving amarró fuertemente la idea que quería dar sobre la configuración del intérprete, no permitiendo que su obra fuera susceptible de manipulación o transfiguración: la traducción de Crane es grúa o grulla.

Washington Irving pareció prever la posibilidad de fatales glosas y paráfrasis, exigiendo en su escritura el respeto a su obra.

No pedimos, desde aquí, nada más que cierta consideración al autor, sobre todo si se tiene entre manos un poderoso instrumento comunicativo: que la lucha por la hegemonía de la comunicación no se coma a la comunicación misma, pues al convertir ciertas imágenes en estereotipos, práctica de aberrante holgazanería por sí misma, limitamos las experiencias posteriores; si a esto añadimos un atentado contra el libro original, favorecemos el desconocimiento histórico del espectador.

Dejemos que sea cada experiencia personal, aquella que imprime nuestro sello particular, la que afecte al proceso creativo, y no aquella que viene manida y asimilada, fácil de asumir, y que puede llegar a ofuscarnos, pues el bombardeo a que nos sometemos, usándola como proyectil, impide que sea una obra abierta.

Y además queremos prevenir algo: Aladino no es el ladrón de Bagdad, ni tan siquiera es árabe, sino chino. ■

* Ricardo Martínez Llorca es ilustrador y diseñador gráfico.



WALT DISNEY, LA BELLA Y LA BESTIA, MADRID: GAVIOTA, 1993.