

# CEDAL - Centro de Comunicación Educativa Audiovisual



[ [Sumario](#) ] **Revista INTERACCIÓN No. 33 - Sección MEDIOS TRADICIONALES**

## La representación social en el cómic posmoderno

**Dr. Fernando Ramón Contreras\***

La posmodernidad nos es útil para elaborar un texto que nos permita entender la proliferación de formas diversas en un marco de desorden, de incertidumbre económica y en un entorno en el que exponencialmente crecen las formas de mediación electrónica que construyen nuevos discursos. Este estudio muestra el cómic como un discurso social y crítico de la cultura de consumo y de los modelos estéticos del posmodernismo.

**Abstract:** Posmodernism is useful to the extent that it provides a discourse that might be used to understand the proliferation of diversity amid the diminution of authority, the economic uncertainty and the exponential increase in forms of electronic mediation that come together to inform and to construct youth. This paper teach about the comix like a social and critical speech of the Consumer Culture and the aesthetic models of the postmodernism.

**Descriptores:** Cómic, Posmodernidad, Cultura del Consumo, Industrias Culturales, Lógicas de Mercado, Cultura de Masa, Comunicación Social.

Realmente en el cómic puede observarse la dimensión estética de la posmodernidad; la ruptura con una modernidad fracasada tras la II Guerra Mundial es recreada en las viñetas de modos distintos. El propio manga japonés que pertenece a una cultura oriental utiliza continuamente símbolos en sus viñetas de la relación que mantiene de alguna manera con la modernidad occidental: las explosiones atómicas serían un buen ejemplo. Nuestra tesis consistirá sin más dilaciones en la imagen negativa de la modernidad que dibuja el cómic posmoderno.

El imaginario tenebroso del cómic posmoderno está repleto de los fracasos de la modernidad y sobre ello pretendemos indagar; además de aprender más sobre nuestros horrores, pánicos y miedos contemporáneos. Para comenzar, deberíamos resaltar la importancia que tiene considerar la superación de la modernidad para la posmodernidad. La generación de una cultura del consumo y la construcción de nuevos estilos de vida insertados socialmente a través de la configuración de un universo cultural desde la lógica mercantilista en las sociedades del capitalismo tardío.

La clase de discurso del cómic es perfecto para la representación gráfica y narrativa de la realidad que vivimos en la posmodernidad desde los diversos estilos de vida. A través de ellos, explicaremos la función social y cognitiva del cómic frente a la formación de una nueva realidad intersubjetiva y las explicaciones de los sentidos y las nuevas significaciones que la posmodernidad ofrece a los viejas nociones. La deformación de una sociedad tecnificada que ha distorsionado los fines para refugiarse en la sinrazón de los medios. Para ello, delimitaremos entre las posibles vías que construimos hacia la superación de la metafísica heideggeriana y a la recuperación del nihilismo de Nietzsche. La revisión de un pasado totalmente no asimilado que pretende reutilizarse desde aquello que ya está amoldado a nuestro mundo.

El terror nos sirve perfectamente para buscar la agradable impresión de habitar mundos en los que la noción de verdad es inquebrantable. En la posmodernidad, es un refugio frente a un mundo real que en nuestros tiempos surge como un territorio incierto y peligroso. Esa peligrosidad y esa deshumanización es el triunfo de lo inhumano que ya Heidegger lo anunciaba como "el evento en su primer relampaguear: el anuncio de que el ser, si se da, se da en la forma de substracción, de la reducción, de la disipación...o de lo que llama Gering, lo mínimo y lo inaparente" (Vattimo, 1996: 46).

Heidegger nos enseña la disolución de la realidad objetiva y perentoria del mundo, insiste Gianni Vattimo. En el Ge-stell viene a menos el relampagueo del evento, porque se debilitan los rasgos metafísicos de hombre y el ser, es decir, asistimos a la caída del sentido de la realidad que sólo se verifica a través de la sociedad de consumo y en un mundo donde la ciencia de la naturaleza cada vez dista más de la vida cotidiana, en una sociedad de la comunicación y la información en las que las interpretaciones hacen referencia en cada vez más ocasiones a otras interpretaciones.

Nuestra sociedad critica el retorcimiento de la racionalidad de la sociedad moderna, y podemos afirmar que el nuevo capitalismo, la epistemología actual o la racionalidad burocrática son impensables sin la referencia positiva. Heidegger retoma la tesis de Nietzsche y Weber sencillamente para hacernos ver que si bien rechazamos la herencia del pasado, también somos incapaces de proseguir en el tiempo histórico sin asumir su patrimonio. Y de este modo, el cómic asume también como otras parcelas de la humanidad el paradigma lingüístico de la intersubjetividad en el que confluyen distintos planteamientos teóricos con varios orígenes (de Zan, 2002:7).

En primer lugar deberemos a la fenomenología postheideggeriana de Gadamer en su formulación de una hermenéutica del tiempo en la verdad y el sentido del lenguaje de los símbolos.

El segundo Wittgenstein y su teoría de los juegos del lenguaje entrecruzados con las maneras de la vida sería el siguiente planteamiento.

En tercer lugar, situamos el esfuerzo de Austin y Searle para concretar la teoría de los actos del habla.

En cuarto lugar, Habermas reconstruye una pragmática universal entrecruzando lo performativo y lo proposicional del habla, además de enseñarnos las múltiples pretensiones de validez que pueden mostrarse en todo acto comunicativo.

Después, vendría una quinta línea de actuación inaugurada por P. Lorenzen y la Escuela de Erlangen que redacta la pragmática constructiva como base de la semántica y la sintáctica.

En sexto lugar, la semiótica pragmática de Charles, S. Peirce basada en la relación lógica de tres variables que permiten comunicar la realidad (distanciándose de la semántica referencial del positivismo lógico).

En séptimo lugar, el pensamiento actual de Karl O. Apel desemboca en la semiótica trascendental que forma una filosofía basada en la pragmática trascendental.

Finalmente, Richard Rorty y Hilary Putnam giran la filosofía analítica hacia una revisión convertida en neopragmatismo. Como observa, Julio de Zan todos ellos poseen el rasgo común de "una tematización de la función del lenguaje y del sentido de los signos constituidos en la dimensión pragmática de la comunicación como presupuestos del pensar y la comprensión del mundo" (2002:7). Para comprender el cómic en la posmodernidad debemos ampliar la noción del logos semántico dedicado con anterioridad sólo a su función representativa de las proposiciones.

El conocimiento ha dejado de fundarse exclusivamente bajo la relación del sujeto-objeto del conocimiento. Ahora debemos reflexionar sobre el recurso de la estructura pragmática de "los procesos de entendimiento intersubjetivo y de la formación de consenso sobre algo en el mundo a través de la comunicación" (2002:8).

Recordemos que la actual hermenéutica no sólo contempla la intención de un hablante o su relación

interpersonal con el oyente, sino también la intención enunciativa sobre algo en el mundo. Sobre esto miramos cuando ahora vemos los dibujos de las historietas de terror. El relato de terror supone una irrupción insólita en el mundo real. Adopta la solidez del mundo pero sólo para asolarlo. La aparición en medio de un mundo perfectamente conocido. Por ejemplo, en numerosas historietas leídas hemos visto las escuelas, los clubes sociales, los bares nocturnos, los parques públicos y en general todos los espacios públicos convertidos en escenarios en los que se desarrolla la acción, al tiempo que experimentan una transformación posmoderna hacia un modelo de ciudad burocrática con instituciones demolidas.

Esta reformulación del espacio urbanístico es una expresión estructural objetiva; establece un orden determinado. Además, es una expresión emotiva subjetiva; provoca expresiones emotivas subjetivas y la acción es expresión de lo contrario a la racionalidad. Las escuelas no cumplen las funciones originales de socialización de los alumnos y aprendizaje de conocimientos cumpliendo su finalidad ideal. Todo lo contrario, las escuelas son en el cómic un espacio idóneo para crímenes, violaciones, asesinatos y de iniciación en perversiones sexuales. En las escuelas que se dibujan en el cómic aparecen las deformaciones humanas, los vicios, los instintos no racionales, la maldad, la corrupción. La cultura de consumo y los nuevos estilos de vida de esta lógica consumista en la posmodernidad de las sociedades capitalistas rompen con una clara política de identidades sociales.

La estandarización promovida por las industrias culturales mediáticas ha uniformado la masa de individuos, eliminando los rasgos del sujeto que diferenciaban los grupos dentro de un sistema social (las clases sociales). No obstante, frente a la demanda de rasgos identificativos de la sociedad, la industria cultural elabora productos con ciertos rasgos que no varían el producto estándar, pero permiten la diferencia necesaria en el objeto para que los grupos puedan reunirse alrededor de él con la única finalidad de autoidentificarse a través de su consumo.

Los automóviles BMW ó AUDI son entonces símbolos de prosperidad frente al precio de los modelos de SEAT ó HYUNDAI, y serán consumidos por quiénes gocen de mejor situación económica con los pretextos mediáticos de seguridad, potencia y espacio.

La industria automovilística no comprende otra lógica de la seguridad que podría ser más o menos: si los coches BMW o AUDI son los más seguros del mercado, todos los coches deberían cumplir con la ingeniería de estas empresas, ya que los demás coches son peligros en potencia para cualquier conductor hasta para los que circulen con AUDI o BMW. Luego para que pagamos tanta seguridad si en las carreteras ya existen peligros insalvables. Si pretendemos eliminar el peligro de las carreteras deberemos también eliminar los coches peligrosos. Por supuesto, esto es imposible por una aceptada lógica de mercantilización de la vida en todas sus direcciones.

El cómic representa lo grotesco de estas situaciones, mediante la perversión de las funciones originales de los objetos y las acciones. Los centros de educación son lugares de perversión, porque la lógica del consumo también ha deformado su fin último a través de su finalidad clasista: privados (o concertados) o públicos. Y dentro de esta tipología universal en los países capitalistas, la clase social es un bien que se consume a través de los bienes materiales y no se hereda por nacimiento como en otros tiempos.

El cómic posmoderno disfruta recreando los aspectos ridículos de estas situaciones; las deformaciones de los viejos esquemas modernos, las distorsiones de lo racional que conducen a la hibridación del mundo (géneros narrativos, conductas sexuales, orden social, funciones institucionales, etc.). "La hija de Copi" es una mujer con un pene que eyacula ácido y no puede amar, porque inevitablemente mata a su amante.

El cómic muestra la marginación de la homosexualidad y el sentido trasgresor de una sexualidad realmente mal asumida por la sociedad que diferencia grados de deformación dependiendo de la clase social a la que pertenecen los homosexuales.

El miedo al compromiso de pareja en el dibujo de romances esporádicos de los héroes, la imagen

burguesa de una familia moderna ridiculizada y destruida por los asesinos en las historietas posmodernas podrían ser otras huellas de un consumo clasista desde que son estilos de vida que ya no responden a las expectativas de las clases dominantes. Dice Featherstone (1991:150): "Señalar ejemplos como estos no hace justicia a las complejidades del espacio social en que las posiciones intermedias desempeñan un papel definitivo en la producción del conjunto relacional de opciones de gusto de grupos particulares. Ofrece, además una versión estática que encubre la dinámica relacional del campo en que se verifica la introducción de nuevos gustos, o su inflación, cuando los grupos inferiores emulan o usurpan los correspondientes a los grupos superiores, lo que hace que estos respondan con la adopción de nuevos gustos que restablecerán y mantendrán la distancia originaria".

Esto motivará, como observa Featherstone, que si las clases sociales inferiores admiran ciertas obras de música clásica (ej. obras del sinfonismo clásico) o beben ciertas marcas de vino, o eligen determinadas zonas para vivir en la ciudades, los grupos más altos adopten composiciones musicales más vanguardistas (ej. obras de la new age), beban otras bebidas más extrañas o se decidan por vivir en aquellas zonas urbanas en las que son imposibles el asentamiento de estos habitantes por falta de poder adquisitivo. El cómic posmoderno refleja estos "bienes posicionales" de los grupos dominantes que "son prestigiosos porque se impone una escasez artificial de su oferta" (1991:151).

El nuevo "clasismo social" basado en los bienes posicionales surge al contraponer la figura del burgués acomodado dibujado rodeado de bienes que permitan reconocer la distinción y la figura del sujeto rodeado de bienes comunes, baratos y de mayor presencia en los mercados. Por tanto, las viñetas presenta una fuerte crítica a la noción de la cultura que adquiere su prestigio desde su dimensión económica como su doble relación con la estructura de valor que se genera de su conversión en poder social. Los roles psicológicos de los héroes también dan un fuerte giro buscando la intelectualización del cómic (dominada ahora por clases dominantes que llevan la historieta a las universidades como un medio de comunicación y educación) y con ello, buscando también el cambio de lógica de los sistemas simbólicos que permitirán originar las distinciones que colaboran en la representación de las relaciones existentes entre clases y las fracciones de clases.

No obstante, el cómic puede también volverse un medio reivindicativo contra esta lógica. Los intelectuales son los responsables de la inflación e inestabilidad del mercado de la cultura, introduciendo y decidiendo monopolizar los nuevos ingresos. El capital cultural sufre unas medidas que impiden la democratización de la cultura.

De estas tensiones surgen cambios tan significativos como la mutación de los héroes de pueblo en héroes cínicos y duros; los defensores de la ley son ahora psicópatas, y los héroes morales (con principios) propios de una modernidad en las viñetas son posmodernos héroes sanguinarios. No obstante, podemos referir algunos rasgos significativos y universales que refieren un género universal atemporal: el relato fantástico es fundamentalmente terrorífico; su profundo principio es el miedo; la literatura de terror se basa en el miedo físico; abraza lo extraño y lo diabólico; supera las barreras de lo natural, entra en el inconsciente; el relato es serio y provoca el miedo inexplicable sobre lo inexplicable; la cualidad más importante es crear la sensación real; conmociona al lector; provoca en él sensaciones.

Pero el cómic posmoderno se aproxima a la reflexión social desde parámetros más propios de su tiempo: funciona como contrapeso irreverente a la objetivización de la realidad (la ficción contra el discurso científico, la cultura tecnológica y el racionalismo moderno); y el cómic (género de ficción) evita que estructuras artificiosas mueran a través del diseño de mundos alternativos al mundo real. El cómic se sitúa en el plano de la ficción pura como una compensación al exceso de racionalismo posmoderno (o también cabría la denominación de ausencia de racionalismo o irracionalismo posmoderno, siempre con bases en la exacerbación de la racionalidad instrumental provocada por el consumismo).

Ya en la década de los 70, en los Estados Unidos son reemplazados los textos de Nietzsche y

tomados como referencia a la teoría de la posmodernidad aquellos integrados en la deconstrucción y a Derrida. Con ellos se pretende representar más que una ruptura, una creciente desconfianza con las actividades intelectuales. Todos los bienes intelectuales pierden ampliamente validez social. De ahí sus tendencias hacia la intertextualidad, a una reconocida apertura, al pluralismo, al eclecticismo, a las indeterminaciones, a lo aleatorio y a la incoherencia. La deconstrucción defiende de este modo una filosofía antifilosófica y antifundacional.

En el cómic, los relatos muestran variables aleatorias para establecer pautas universales de verdad, moralidad y gusto encaminados al progreso de la humanidad: la construcción / deconstrucción del extraño (el otro) puede verse en "Aliens" de la editorial Dark Horse; la contaminación / purificación social de la moralidad sobre las múltiples lecturas de la sexualidad; la dimensión de radicalidad de los programas totalitarios basados en un racionalismo exarcebado (moderno) o sencillamente en el despotismo del neocapitalismo; las nuevas formas políticas del imperialismo, de la colonización y de los violentos nacionalismos; la lucha por superar la pérdida de identidad; la destrucción ecológica/ lo extraño en el entorno natural; el miedo al dominio a la naturaleza que cobra autonomía respecto al hombre (desastres atmosféricos, cataclismos, terremotos, erupciones volcánicas); el miedo a una sobredominación de la naturaleza por el hombre (desastres ecológicos, contaminación, desertización, sobreexplotación, efectos secundarios de la manipulación transgénica); la desaparición de los límites morales que estipulan la convivencia social (destrucción del orden tradicional, la familia, la seguridad y el respeto civil, la asistencia al necesitado, la participación, la solidaridad); la irracionalidad posmoderna/ la angustia moderna de comenzar siempre del principio/ el cinismo del héroe.

Todos estos aspectos de la cultura posmoderna pueden ser concebidas como un conjunto de símbolos y legitimaciones que impulsan los intereses particulares de la nueva burguesía posindustrial. "Son estas nuevas clases medias posindustriales con sus bases en la educación media y alta, en las finanzas, en la publicidad, el comercio y los intercambios internacionales, las que conforman el público de la cultura posmoderna" (Lash, 1990:40). El cómic es de esos productos culturales que se estiman de elevados como el nuevo cine norteamericano Woody Allen, Francis Coppola, David Lynch o el cine de arte de Federico Fellini, Carlos Saura o Peter Greenway.

Estas clases medias son más jóvenes que la antigua burguesía y poseen otros intereses ideales que no corresponden a esta última; ellos tienen sus propios símbolos y su repertorio de objetos culturales distintos a los sectores más viejos. En términos de Lash, diremos que el populismo del cómic en la posmodernidad obedece a un nuevo grupo que masifica la cultura de élite a través de los nuevos medios de comunicación que experimentan un gran avance en su base tecnológica que forman los sistemas de reproducción.

El cómic representa su propia lucha externa en la problematización de la diferencia entre cultura de élite y cultura de masas, y la noción de aura. Los viejos grupos dominantes se resisten a que su propio esquema de clasificación sea reemplazado por los nuevos objetos culturales posmodernos como eje hegemónico para la totalidad de la sociedad.

Entre otras razones está el desafío que las nuevas normas estilísticas despliegan respecto a las normas reguladoras de la constitución de la realidad. Si partimos de Kant, la percepción de la realidad se conduce a través de las categorías estéticas trascendentales del espacio y el tiempo, mientras que el conocimiento necesita partir de las operaciones de las categorías lógicas. Así el cómic aporta una suerte de factores que intervienen no sólo en la percepción del entorno, sino en el conocimiento que tengamos de éste.

Está claro que quien imponga su propio esquema de clasificación no sólo impone un gusto o estilo de vida, sino que tiene el dominio y control de la propia sociedad. El cómic cambia su percepción de la vida cotidiana; no es la misma historieta la que se dibuja a principio de siglo que la actual. Este cambio de categorías estéticas es también un cambio en la percepción pública de la vida cotidiana, una sensibilización del medio respecto al nuevo paradigma cultural. En el posmodernismo del cómic

ya no cuenta como lo más importante el modo en el que percibimos espacio y tiempo, sino más bien a qué percibimos. Baudrillard, Vattimo, Bauman, Norris, Sodré y Lash coinciden en la percepción exclusiva de imágenes. "Vivimos en una sociedad en la que la percepción se dirige casi con tanta frecuencia a las representaciones como a la realidad.

Estas representaciones constituyen una proporción muy grande de nuestra realidad percibida. Y/o nuestra percepción de la realidad se produce cada vez más por medio de estas representaciones" (Lash, 1990:44). De acuerdo al planteamiento de Lash, el público del cómic está sensibilizado no sólo al desordenamiento / ordenamiento subjetivo del tiempo y el espacio, sino al problema aquí planteado que consiste en la relación que la realidad establece con su representación. De nuevo, retomando la dualidad kantiana entre percepción y conocimiento afirmaremos que en la posmodernidad es el estado de autonomía de los dominios lo que origina el problema. La cuestión central, también muy estudiada por Baudrillard, es que las representaciones adquieren la categoría de objetos de la percepción.

En el cómic , como en otros discursos mediáticos, lo que antes integraba lo considerado como entidades abstractas ahora se inscriben en el dominio absolutamente irreflexivo del objeto mismo. En la modernidad racional de la cultura, las representaciones pertenecen al ámbito exclusivamente de la percepción, mientras que en la posmodernidad el sentido es invertido, y el objeto desaparece por tomarse a la representación desde la sensación irreflexiva.

En conclusión a lo dicho, afirmaremos que el cómic experimenta un régimen de significación, en el que como afirmaba Derrida, los significantes funcionan como referentes. Los posestructuralistas conciben la experiencia de la vida cotidiana como una red de significantes. No obstante, esta diferencia entre significativo y referente no sólo configura la experiencia cotidiana en las dimensiones espacio y tiempo, sino que además remite, como hemos pretendido dejar entrever, al contenido de los propios objetos culturales.

---

\*\* Periodista, profesor universitario, miembro de CEDAL. Este artículo forma parte de un estudio sobre la credibilidad de los medios de comunicación en Colombia.  
Algunas referencias.

- Barbieri, D. (1991): "Los lenguajes del cómic", Barcelona, Paidós, 1998.
- Bauman, Z. (1997): "La posmodernidad y sus descontentos", Madrid, Akal, 2001.
- Belevan, H. (1976): "Teoría de lo fantástico", Barcelona, Anagrama.
- Boix, A. (1999): "Los cómics de terror en Norteamérica", <http://www.ciencia-ficcion.com/opinion/op206.htm>
- Callois, R. (1967): "Antología del cuento fantástico", Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- De Zan, J. (2002): "Panorama de la  tica continental contemporánea", Madrid, Akal.
- Featherstone, M. (1991): "Cultura de consumo y posmodernismo", Buenos Aires, Amorrortu Editores, 2000.
- Jameson, F. (1991): "Teoría de la posmodernidad", Madrid, Trotta, 2001.
- Lash, S. (1990): "Sociología del posmodernismo", Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1997.
- Lovecraft, H.P. (1945): "Supernatural Horror in Literature", New York, Ben Abramson
- Lovecraft, H.P. (1969): "Epouvante et surnaturel en littérature", Paris, Ch. Bourgeois.
- Norris, C. (1990): " Qu  le ocurre a la posmodernidad? La teoría crítica y los límites de la filosofía", Madrid, Tecnos, 1998.
- Sodré, M / Paiva, R. (2002): "O imp rio do grotesco", Rio de Janeiro, Mauad.
- Vattimo, G. (1996): "Filosofía, política, religión. Más allá del "pensamiento débil", Oviedo, Ediciones Nobel.
- Wellmer, A. (1993): "Finales de partida: la modernidad irreconciliable", Madrid, Cátedra, 1996.
- Wolf, M. (1992): "Los efectos sociales de los media", Barcelona, Paidós, 1994.

---

Este artículo ha sido leído 4670 veces

CEDAL - Centro de Comunicación Educativa Audiovisual  
[cedal@colnodo.apc.org](mailto:cedal@colnodo.apc.org) - [cedal@etb.net.co](mailto:cedal@etb.net.co) Entidad Privada Independiente sin ánimo de lucro Personería Juridica resolución  
 2516 de 1980 de Min.Justicia Carrera 13 No. 90-36 Oficina 602 Teléfonos 6113647 - 6113626 Fax. 6113535 Santafé de  
 Bogotá DC. Colombia Sitio web desarrollado por [Colnodo](#)