

# ESCRITURA E IMAGEN EN HISPANOAMÉRICA

## DE LA CRÓNICA ILUSTRADA AL CÓMIC

Cécile Michaud  
Editora

### Capítulo 13



FONDO  
EDITORIAL

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

*Escritura e imagen en Hispanoamérica. De la crónica ilustrada al cómic*  
Cécile Michaud, editora

© Cécile Michaud, 2015

© Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2015  
Av. Universitaria 1801, Lima 32, Perú  
Teléfono: (51 1) 626-2650  
Fax: (51 1) 626-2913  
feditor@pucp.edu.pe  
www.fondoeditorial.pucp.edu.pe

Diseño, diagramación, corrección de estilo  
y cuidado de la edición: Fondo Editorial PUCP

Primera edición: setiembre de 2015  
Tiraje: 500 ejemplares

Prohibida la reproducción de este libro por cualquier medio, total o parcialmente,  
sin permiso expreso de los editores.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2015-12768  
ISBN: 978-612-317-127-8  
Registro del Proyecto Editorial: 31501361500662

Impreso en Tarea Asociación Gráfica Educativa  
Pasaje María Auxiliadora 156, Lima 5, Perú

**NUEVAS MEDIACIONES DE LA HISTORIETA:  
TEXTO, IMAGEN E IDENTIDAD JUVENIL  
ENTRE CÓMICS Y MANGAS**

**Víctor Casallo Mesías**

Pontificia Universidad Católica del Perú

Los productos comunicacionales a los que tenemos acceso se han multiplicado impresionantemente en las últimas décadas. Un joven lector o lectora dispone ya de una oferta de historietas, cómics o mangas que nos era desconocida hasta hace poco. Dentro de ese universo en expansión, queremos preguntarnos por la experiencia de leer historietas y, en particular, por el sentido de la entusiasta apropiación juvenil de la visualidad y temáticas del manga, articulando estos temas en el horizonte más amplio de la aspiración al reconocimiento en nuestro país. Partiendo de caracterizaciones fenomenológicas de estas experiencias<sup>1</sup>, intentaremos delinear cómo se concretan en nuestro mundo sociocultural y qué nos pueden mostrar sobre él.

---

<sup>1</sup> Seguimos aquí como orientación metodológica la fenomenología del mundo social en cuanto mundo comunicativo, tal como las esboza Edmund Husserl (1997 [1913]).

## LA EXPERIENCIA DE «LEER» HISTORIETAS

Scott McCloud define al cómic, en cuanto medio, como una «secuencia deliberada de imágenes —pictóricas y otras— con la intención de transmitir información o producir una respuesta estética en el observador» (1994, p. 9)<sup>2</sup>. Inmediatamente ve la necesidad de contrastar históricamente esta definición para precisar que —sin negar el valor de las secuencias narrativas mayas, medievales o de la pintura europea moderna— nuestra experiencia de leer historietas está esencialmente asociada a la imprenta y las formaciones de sentido que permite.

Un texto escrito, como sabemos, contrarresta la fugacidad de la palabra verbal fijándola visualmente. Hace posible una forma de objetividad desconocida para una comunidad exclusivamente oral que actualiza continuamente su memoria a través de la mediación de relatos indesligables de la situación vital en la que son puestos en escena ritualmente (Ong, 1996). La difusión de la imprenta fortalece esa objetividad del texto y, correlativamente, la identidad del lector como individualidad crítica. Esa interioridad personal se constituye paradigmáticamente en la lectura: al avanzar su mirada sobre las letras, la mente se refiere a una configuración de sentido conceptual, desplazando al trasfondo los otros aspectos sensibles de la realidad que, sin embargo, puede evocar y elaborar en formas inaccesibles a la experiencia inmediata de los sentidos. La escritura impresa articula un complejo de prácticas específicas en ese ámbito conceptual, desde donde puede reconstituir toda la amplitud de nuestras experiencias del mundo, al punto que aquel se vuelve la clave de sentido de estas<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> La traducción es mía. Texto original: «*Juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and/or to produce an aesthetic response in the viewer*». Consideramos que la traducción al castellano publicada sesga la amplitud de los conceptos de «images» y «viewer», al introducir los términos «ilustraciones» y «lector», que McCloud no emplea.

<sup>3</sup> Husserl (2000 [1934]) esclarece la dimensión histórica de la constitución trascendental de la objetividad conceptual en su discusión de la escritura como tecnología y como experiencia comunicativa.

En la historieta, la imagen reaparece, siguiendo la terminología de McCloud, icónicamente. Si bien constituye su sentido en una suerte de «lectura» que avanza con cada imagen, su yuxtaposición en forma de viñetas permite una mirada de conjunto que libera a la vista de la linealidad presupuesta en el leer, de manera que podemos ir y venir entre lo presente, lo anterior y lo posterior de esta narración visibilizada (McCloud, 1994, pp. 94-101). En la viñeta misma, la copresencia de imágenes permite una libertad a la visión que disuelve el confinamiento del texto escrito a lo conceptual; incluso, en algunos casos, iconizando el texto<sup>4</sup>. Planteado positivamente: la espacialidad de lo que nos aparece en cada viñeta y en el conjunto de estas presupone la espacialidad de nuestra mirada en forma de un cuerpo vivo consciente en una ubicación determinada. Esa correlación con lo corporal otorga sentido al arriba, abajo, fondo, frente, pesado, ligero, etcétera, de las imágenes en las que nos sumergimos. Este horizonte kinestésico corporal constituye la espacialidad y temporalidad en las que nos aparece la historieta, articulando las viñetas discretas en una continuidad de acción.

El carácter personal —humano— de las imágenes, escenas y secuencias que forman la narración, se constituye sobre ese mismo horizonte perceptible que presupone nuestra corporalidad animada en un mundo cultural concreto compartido con otros (Husserl, 1997 [1913], §21). En otras palabras, hay constituciones de sentido específicas que diferencian la experiencia de un joven absorto en el cuento «Paco Yunque» y la de otro sumergido en la historieta «Paco Yunque» de Juan Acevedo,

---

<sup>4</sup> En general, esta iconización del texto permite comprender el sentido del «letrista» (*letterer*) en las historietas. Si bien esta función aparece en primer plano en la onomatopeya (el «BOOOOM» en tipografías grandes y a color de una explosión) o en textos resaltados (el «¡Noooo!» del villano al ser desintegrado en letras dibujadas y coloreadas de manera diferente a las otras palabras de los personajes o el narrador), opera latentemente en todos los textos de la historieta. Por último, puede haber una historieta solo con imágenes, prescindiendo del texto; mientras lo inverso haría desaparecer, en principio, la historieta.

compuesta a partir de aquel cuento. No menos importante es que en ese mundo que ambos jóvenes comparten las articulaciones de poder —social, político o económico— diferencian también el acceso a ciertos productos, a las competencias que estos requieren y, en particular, a la comprensión y valoración de experiencias como leer un libro o una historieta.

Estos apuntes fenomenológicos solo cobran sentido en la concreción de un mundo social específico. En nuestro caso, nos acercamos a él a través de la pregunta por el significado del paso, en los últimos años, de la hegemonía del cómic norteamericano de superhéroes a la omnipresencia del manga japonés en la preferencia de los jóvenes peruanos que disfrutaban leyendo y, cada vez más, creando historietas que se autoidentifican como «manga peruano».

#### ANTECEDENTES: LO IMPRESO Y LO AUDIOVISUAL

Sin duda, la oferta de historietas en el Perú en las últimas décadas no se reduce a los cómics norteamericanos de superhéroes. Incluso concediendo la hegemonía del cómic norteamericano en general, habría que considerar la producción nacional, con una larga tradición propia que incluso se intersecta ocasionalmente con los estilos y temáticas de publicaciones extranjeras<sup>5</sup>. Pero esa historia de la oferta de historietas presupone la de su recepción: la experiencia de los lectores y lectoras.

Desde ese interés, si bien se puede discutir en qué medida *Superman* o *El Hombre Araña* han predominado sobre *Archie*, *La Pequeña Lulú* o *Susy*, *Secretos del Corazón*, podemos partir con cierta evidencia de que la historieta norteamericana de superhéroes representa para los lectores la primera referencia del término cómic. Así lo confirma la visión de los comercializadores, que privilegia este género, por ejemplo,

---

<sup>5</sup> Los estudios más importantes de esta historia han sido elaborados por Melvin Ledgard (2004) y Carla Sagástegui (2003).

durante la importación informal en la década de 1990<sup>6</sup> —luego de la desaparición de las publicaciones mexicanas— hasta, más recientemente, en la exitosa aventura editorial emprendida por el diario *Perú21*.

Esa hegemonía ha sido desafiada en pocos años por la visualidad y temática del manga japonés. Sin editoriales, publicaciones o publicidad previas comparables a las del cómic norteamericano, ha generado una creciente legión de aficionados a leer y crear manga. La ausencia en el terreno impreso fue suplida, sin embargo, por el creciente acceso por televisión a los productos de animación japonesa o *anime*. A pesar de su popularidad desde los setenta, la televisión local tardó en comprender que su público no eran solo niños que podían ver indefinidamente repeticiones de una misma serie, sino un público juvenil y adulto con interés en los diferentes géneros dentro del *anime*. Esta variedad, como veremos más adelante, pudo ser conocida y compartida por la comunicación activa con aficionados de otros países, aprovechando cada vez más la tecnología audiovisual doméstica y, sobre todo, Internet.

Es importante advertir que no hay un correspondiente exacto del cómic de superhéroe en el manga japonés. En el caso peruano, a pesar de nuestra afición por el superhéroe, ningún «superhéroe nacional» ha logrado una lectoría o continuidad editorial análogos. El Supercholo de Honigman, por ejemplo, elabora, a pesar de su título, el tema indigenista del indio fuerte, trabajador e inocente (¿cándido?), enfrentándolo no a amenazas globales (científicos locos, extraterrestres, etcétera) sino, inicialmente, a sus propios compatriotas, acostumbrados a aprovecharse de él<sup>7</sup>. Cabe pensar que estos últimos son el primer público

---

<sup>6</sup> Realizada por algunas librerías y tiendas especializadas, pero sobre todo entre los vendedores de revistas o libros del Centro histórico de Lima, que disponían de títulos de la DC y Marvel Comics, en ocasiones en el mismo mes de su publicación.

<sup>7</sup> En sus últimos años, el Supercholo cede su espacio al Capitán Intrépido, otro joven andino junto a quien sí enfrentará amenazas más universales. Queda, sin embargo, el motivo del joven ignorado —en el Perú y por los peruanos— y vestido como indio, con habilidades que le permiten triunfar en aventuras pensadas, sobre todo, en clave educativa. Estas anotaciones no agotan la riqueza de significados del universo del Supercholo,

que sus autores tuvieron en mente. Supercholo participa más adelante en aventuras galácticas, pero, significativamente, su atuendo —poncho, chullo, ojotas— no cambia. La Chola Power y otras creaciones representan la persistencia del intento de dotar al Perú de un superhéroe emblemático<sup>8</sup>, como una suerte de aporte al imaginario de la identidad nacional. Consideramos que la apropiación del manga efectuada por sus aficionados se articula con esa situación vital. Nuestros argumentos elaboran la experiencia de convocatoria al concurso anual de historietas y la publicación de la revista *Tiralínea*, promovidos hasta la fecha por la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación y el Departamento Académico de Comunicaciones de la PUCP, y algunos aspectos del desarrollo de las comunidades de aficionados al manga y anime.

---

aún pendiente de investigar; solo destacan que no es pertinente subsumirlo como uno más en el panteón de superhéroes conocido por los lectores de cómics peruanos.

<sup>8</sup> Benjamín Corzo, editor de historietas a través de Contracultura, comenta al respecto: «Pese a ser un fervoroso impulsor de la historieta peruana debo mencionar que es innegable que los intentos de búsqueda de superhéroes locales han sido hasta el momento fallidos. El intento más serio realizado hasta la fecha fue el Supercholo creado nada menos que por uno de los propietarios del diario *El Comercio*. Tuvo una cobertura enorme y, sin embargo, es evidente que no ha superado la única medida válida para evaluar estos intentos: la trascendencia. Si hacemos una encuesta sobre las principales figuras de la historieta peruana, el Supercholo no alcanza ni de lejos a personajes como El Cuy, Sampietri, Coco, Tacachito y Vicuñín, Teodosio, etcétera. ¿Por qué? Aventuro la hipótesis que en el imaginario popular peruano no encajan superhéroes con características que sí se tornan creíbles en escenarios como el norteamericano, país de grandes extensiones, alta tecnología y, sobretodo, con intereses globales. Respeto mucho los esfuerzos de los seguidores locales del género de los superhéroes pero mucho me temo que sus esfuerzos serán vanos. Para graficar la idea es como querer hacer una hamburguesa MacDonalld o un Kentucky Fried Chicken peruanos, ¡¡cuando tenemos aquí una de las mejores cocinas del mundo!! En este caso, parafraseando a Arguedas, diría que pretender imitar desde el Perú es un verdadero escándalo. Termino avizorando que los denodados esfuerzos de nuestros seguidores de los superhéroes chocarán con ediciones muy pulcras y de bajo precio de los auténticos superhéroes en un combate muy desigual en el que veo muy difícil el posicionamiento y eventual triunfo de la copia (peruana) contra el original» (comunicación electrónica, jueves 1 de noviembre de 2012).

## VISUALIDADES DIFERENTES

Hay diferencias visuales y temáticas notorias entre leer un cómic y un manga. Destacamos solo algunas, tomándolas de los casos específicos de los cómics de superhéroes y dos géneros de manga populares entre nuestros jóvenes: el romántico y el de aventuras. El contraste más aparente es el color: el coloreado cada vez más sofisticado del cómic contrasta con el blanco y negro del manga. El fondo escenográfico puede cuidarse detalladamente en el cómic y el manga, pero este también puede prescindir de todo fondo por varias viñetas, dejándolo implícito. El delineado muscular en tensión, la pose escultórica, la contraposición dinámica con otros objetos y otras representaciones de movimiento desde diferentes planos y angulaciones también son empleadas por ambos, pero el manga se ha hecho célebre por su uso extensivo de líneas cinéticas para acentuar diversas formas de acción (figuras 48 y 49).

Nuestros aficionados al manga reconocen y se han apropiado apasionadamente de su visualidad específica para la representación corporal, en la que destaca la cabeza y, en particular, el cabello y los ojos. Scott McCloud sugiere una interpretación interesante de la identificación exitosa —y, por tanto, la popularidad— que suscitan los rostros estilo manga, a primera vista más simples que en el cómic. Correlaciona la gradación en la referencia icónica —del «realismo fotográfico» a la simplificación del *cartoon*— con la percepción de objetos externos y la autopercepción —siempre necesariamente incompleta— del cuerpo propio (McCloud, 1994, pp. 29 y ss.)<sup>9</sup>. Esta observación fenomenológica explicita cómo la autoconstitución de la noción de yo personal está mediada desde el nacimiento por la percepción y, en general, la comunicación sensible con los otros (personas, animales y objetos en general)

---

<sup>9</sup> McCloud elabora aquí la noción de «participación» que requieren los *cool media*, según la caracterización de Marshall McLuhan (1964).

con los que nos identificamos y frente a los que, gradualmente, nos diferenciamos<sup>10</sup>. Por este motivo, según McCloud, los *cartoons* conectarían tan bien con el público infantil. Todo lector de historietas revive esa misma experiencia, que el manga elabora en forma eminente. El dibujo —en particular, del rostro— en el manga no se definiría, entonces, por su «simpleza», sino por una concentración en rasgos esenciales que facilitan la identificación, modulándola según fines narrativos. Esta perspectiva echa luz sobre la acogida especial de ciertas temáticas del manga como el romance juvenil o la aventura sobrenatural.



Figura 48. Todd McFarlane y Rob Liefeld, viñeta de *Spawn*, N° 200, impreso en papel, 26,2 x 16 cm (Berkeley: Image Comics, 2011).



Figura 49. Akira Toriyama, viñeta de *Dragon Ball*, N° 38, impreso en papel, 18,2 x 11,5 cm (Tokyo: Shueisha, 1994).

<sup>10</sup> Esta dinámica de autoconstitución recíproca de la subjetividad y su mundo circundante es descrita por Husserl (1997 [1913]).

## IDENTIFICACIÓN: EXPLORACIÓN Y CREACIÓN

Encontramos un repertorio visual característico de ojos, rostro, cabello y ropa de las heroínas de mangas *shoujo* románticos. Dos opciones especialmente populares en nuestro medio son la princesa y la escolar adolescentes, que reimaginan la nobleza europea y a las escolares japonesas en uniformes *sailor*, respectivamente. Ya señalamos que los escenarios pueden abstraerse en el fondo blanco o lucirse en sus detalles; el foco son sus personajes. Siguiendo a McCloud, esta visualidad estimularía su identificación con estas narrativas a través de esa representación específica de sus personajes. Una joven peruana se proyecta en la identidad ficticia de un rostro iconizado en trazos elementales, donde la ropa, el escenario, etcétera, fortalecen visualmente la consistencia de un horizonte narrativo que encuentra atractivo. Como esa atracción puede darse o no, advertimos que ese grado de identificación no se debe solo a las características visuales del manga, sino que solo es posible desde una ubicación específica en las relaciones de poder que articulan el mundo sociocultural del lector o la lectora.

En este sentido, los mundos ficticios del manga consumidos por nuestros jóvenes son, en un sentido profundo, relativamente nuevos respecto a los de los cómics. Estos últimos representan una idealización —utópico-distópica— desde la ciencia ficción y la aventura de la sociedad y cultura norteamericanas, las cuales se articulan en relaciones específicas —de hegemonía, aspiración, resistencia, familiaridad a través de la migración, etcétera— con las posibilidades de agencia de los jóvenes peruanos de distintas regiones, clases sociales, culturas, etcétera. El Japón imaginado es, en contraste, un mundo por conocer. Se le explora y, simultáneamente, constituye en todas las dimensiones que implica imaginarse a uno mismo y sus circunstancias.

Desde esa perspectiva, nuestras intuiciones no se limitan al caso de la adolescente para quien un manga romántico sería presumiblemente más atractivo que un cómic. El manga de aventuras, especialmente aquel donde el héroe o heroína se enfrentan a un poder sobrenatural,

goza de una popularidad comparable. En este caso, los trazos del rostro contrastan con las armaduras —u, ocasionalmente, el uniforme escolar— y la espada o algún otro artefacto mágico. Las viñetas se concentran largamente en los detalles del combate cuerpo a cuerpo, así como en el *shoujo* pueden seguir pacientemente la mirada febril de la escolar enamorada.

En una comparación general entre cómics y mangas sobre el uso de tipos de transición entre viñetas, Scott McCloud constata que el predominio de la secuencia acción-acción (un mismo sujeto realizando acciones diferentes en cada viñeta) en el cómic se modera en el manga con secuencias que dedican una atención significativa a un mismo objeto en instantes sucesivos o a mostrar diferentes aspectos de un ambiente en un mismo instante (1994, pp. 70 y ss.). Parafraseando a McCloud, al preferir el manga, nuestros jóvenes están más interesados en «estar allí» que en «llegar a alguna parte». Este «allí» sería un universo narrativo con el que el aficionado/la aficionada se sumerge a través de una iconización corporal específica del manga, que le permite desplegar su identificación en una forma que el cómic no hace posible de la misma manera a pesar de —o precisamente por— su hegemonía.

Es posible también que este tempo narrativo corresponda a la vitalidad de lo oral en nuestro país. En ese sentido, la copiosidad, redundancia y, en particular, la rememoración (Ong, 1996) son modos de apropiación e identificación que resuenan en el manga. Los *flashbacks* y la paradoja de una secuencia de acción visualizada pausadamente no aburren a nuestros jóvenes, como tampoco los desconcierta que una secuencia intensamente dramática tenga inserciones cómicas. Aquí se situaría también el interés por la amplitud de recursos del manga para visualizar el sonido. Incluso los aficionados que no saben japonés conocen de la riqueza del silabario *katakana* para representar los sonidos de un rostro al voltearse o al sonrojarse. Nuestros *mangakas* amplían estos recursos empleando palabras o frases para destacar algún elemento —acción, estado de ánimo— en la viñeta. En un país donde la palabra escrita organiza formalmente

nuestra vida, esta libertad en la escritura plasma el predominio de la profusión narrativa oral sobre la progresión lineal tipográfica.

Pero ya antes de esta popularización del manga, la recreación y visibilización de identidades han sido creativamente desarrolladas para sortear las exclusiones sociales y culturales institucionalizadas a través de la escritura. El escenario de esa visibilización han sido los medios audiovisuales.

### UN HORIZONTE MULTIMEDIA DE RECONOCIMIENTO

La disponibilidad del manga y anime requirió el acceso previo a traducciones. Sabemos de esta historia<sup>11</sup> que algunos aficionados peruanos toman contacto en la década de los ochenta por correo postal y electrónico con grupos de fans de otros países —especialmente Estados Unidos— que ya subtitulaban y distribuían sin cobrar copias de VHS o LDS. Con el desarrollo del comercio *on line* fue posible importar originales directamente de Japón. Algunos de estos clubes se abrirían pronto a un público mayor para compartir su afición y otros productos asociados a cambio de una cuota. Todavía comprar un anime era difícil y muy caro. El comercio informal de videos y la masificación de Internet cambiarían la situación en pocos años. Ya no sería necesario pertenecer a un club para ver o comprar copias cada vez más baratas y de mejor calidad. Con todo, las traducciones de mangas al inglés y, sobre todo al castellano, seguían fuera del alcance de este público. El cambio decisivo sería el acceso a copias escaneadas, traducidas y publicadas en portales de Internet por comunidades de aficionados<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Sus contornos generales se pueden extrapolar de algunas experiencias como la del grupo *Sugoi*, inicialmente un club privado de aficionados que, desde mediados de los noventa hasta comienzos del nuevo siglo, logró constituir un proyecto de traducción, subtitulación y comercialización a través de revistas, programas de radio y televisivos. Elaboramos en esta sección nuestra experiencia en los primeros años del mencionado grupo.

<sup>12</sup> Al redactar este texto, dos de los portales más populares eran Manga Reader ([www.mangareader.net/](http://www.mangareader.net/)) y Ver Manga ([www.ver-manga.net](http://www.ver-manga.net/)).

Leer mangas físicos o en línea es una experiencia personal que hace parte de una experiencia comunitaria. Recomendar, comentar, traducir, difundir, etcétera, son actividades que presuponen una plataforma sostenida por un esfuerzo conjunto pero que, sobre todo, se disfrutan y viven más intensamente en el intercambio con otros. En el caso de los *mangakas* peruanos, el esfuerzo de publicación también ha sido, naturalmente, una empresa colectiva, si bien configurada por las peculiaridades de un mundo en globalización. Por ejemplo, no es raro comenzar a hacer manga desarrollando historias no oficiales de personajes populares, circulándolas en una dinámica interactiva facilitada por Internet. Estos *doujinshi* son parte del fenómeno de los *fan fics*, que ciertamente excede al manga pero también explicita las dinámicas específicas de consumo y producción en las que muchos aficionados se inician. Puede seguir la capacitación autodidacta o en talleres, pero el salto a la publicación se ha dado a través de grupos que han encontrado en Internet un medio accesible a los creadores y frecuentado por los lectores. De ahí lo significativo de que, a pesar de estas ventajas, algunas publicaciones sientan la necesidad de pasar al formato impreso.

Como todos los que se aventuran a publicar desde un fanzine a una revista en nuestro país, estos jóvenes historietistas conocen las facilidades de la diagramación por computadora y las imprentas de bajo costo, pero también el difícil acceso a la distribución y venta. Esta situación los ha movido a aprovechar nuevos espacios que, significativamente, han surgido a partir del universo narrativo del anime y manga: las convenciones, festivales, concursos, etcétera, de la cultura *otaku*. Estos eventos ofrecen proyecciones de anime, conciertos, música, *merchandising*, comida (incluso japonesa) y una práctica especialmente interesante que nos devuelve a nuestras reflexiones sobre las dinámicas de identificación en los aficionados y aficionadas: el *cosplay*.

Apropiándose de su sentido originario en las convenciones japonesas, el/la *cosplayer* no se limita a disfrazarse de un personaje de historietas,

como una suerte de *halloween* alternativo<sup>13</sup>. La importancia de la elaboración del vestido y accesorios son parte esencial de la experiencia de los aficionados al cosplay, ahora extendido a otros universos narrativos —personajes de cómics, videojuegos y cultura popular en general— y emprendido por comunidades de aficionados que compiten entre sí. Más recientemente, se empieza a hacer o vender cosplays a pedido y, por ello, a cuestionar la «autenticidad» de la experiencia<sup>14</sup>. Este horizonte más amplio —audiovisual y, en último término, multimediático— es el que enmarca la oferta y consumo de manga actualmente. Como experiencia de identificación y recreación, su horizonte de fondo son las incursiones de visibilización de sectores —en este caso, jóvenes— excluidos del reconocimiento en nuestro país. Esa visibilidad, como ha discutido Guillermo Nugent (1996), se ha puesto en escena

---

<sup>13</sup> Dice la *cosplayer* local Neko Nee: «Un disfraz obviamente es ponerte cualquier cosa y ser cualquier cosa, no necesariamente has de representarlo, caracterizarlo. Sin embargo el *cosplay* es mucho más que eso, aunque algunos no lo ven así, la misma palabra lo dice: *cos* (de disfraz), *play* (en este caso, ser, interpretar). Cuando alguien es *cosplayer*, no es tomarse fotos y figuretear, es ponerse en la ropa del personaje, ser el personaje por ese rato y es lo que lo diferencia de un simple disfraz. Me encanta poder ser un personaje de personalidad totalmente distinta a la mía o similar, en algunos casos con el cual me identifique. Siempre he dicho lo mismo: ¿quién no ha querido ser en algún momento Spiderman, Superman, Sailor Moon, etcétera? Bueno pues, esto es un modo de poder serlo de manera divertida: ser *tu* personaje, el que tú quieras y representarlo lo mejor que uno puede divirtiéndose» (comunicación electrónica, 31 de octubre de 2012).

<sup>14</sup> Algunos aficionados consideran que esta comercialización y la sobreexposición mediática de algunos(as) *cosplayers* comprometen la autenticidad de la experiencia. La hipersexualización del personaje de la *maid* —adolescente vestida de servidumbre europea, atenta a las órdenes de un *master*— sería el ejemplo más visible. Comenta al respecto Neko Nee: «En otros países no sé cómo ande la cosa pero aquí está encaminada al desastre (por no decir al tacho). Si bien es cierto el *cosplay* es para todos y bienvenido sea aquel que le guste, no todos lo hacen de manera seria o como debieran. Solo lo hacen para figuretear, para tapar algún vacío existencial y que le llenen de halagos o similares cosas por el estilo. ¿Qué pasa entonces? Pues se crean rivalidades estúpidas, grupos alejados y lo que es una afición por gusto se convierte en una guerra de disgusto. En lo personal, yo prefiero solo hacer ahora sesiones de fotos, divertirme siendo el personaje para mí y los que les guste realmente» (comunicación electrónica, 31 de octubre de 2012).

a través de los medios masivos audiovisuales. En los últimos años estamos descubriendo sus nuevas experiencias en Internet<sup>15</sup>.

Si antes un joven de sectores populares se exponía a ser ridiculizado si se presentaba como aficionado de —o se vestía como— un personaje del panteón hollywoodense en la calle o la televisión, hoy persiste esa descalificación cuando sube sus imágenes o videos a Internet<sup>16</sup>. Se han ganado, sin embargo, espacios y símbolos en ese proceso de visibilización abierto por los medios<sup>17</sup>. Dentro de ese contexto más amplio, un adolescente mestizo vestido como un personaje de *One Piece* o recreando mangas a partir de ese universo cuenta con nuevas redes comunicativas —presenciales y virtuales— a través de las cuales legitimarse en un reconocimiento mutuo, que no lo confina a una «identidad» conceptualizada e impuesta exteriormente.

## CONCLUSIÓN: UN POTENCIAL

Somos conscientes de estar discutiendo una afición específica en un país de millones donde seguimos ignorando a muchos grupos culturales, aunque, curiosamente, sus niños y jóvenes disfrutan del manga

---

<sup>15</sup> El tema de discusión de Nugent es la relación entre identidad y apariencia a través de las mediaciones audiovisuales como estrategia frente a la exclusión social y los malentendidos que genera. Al respecto, ver Nugent (1996), p. 142-186.

<sup>16</sup> Ejemplos peruanos recientes de estas apariciones en la red —y los violentos rechazos que generan— son La Tigresa del Oriente (nombre artístico de Judith Bustos) y Wendy Sulca. Páginas como *Amixers Hi5* buscan y ridiculizan agresivamente a jóvenes según tipificaciones estéticas que reproducen el discurso del otro ignorante, sucio, insoportable y al que hay que —al menos simbólicamente— «desaparecer». Liuba Kogan discute el caso de Colibrítany, una adolescente mexicana que publica en YouTube microprogramas con consejos estéticos para sus «setsis» (*sexys*) seguidoras, como una suerte de celebración de cuerpos oficialmente excluidos e invisibilizados del escenario mediático (Kogan, 2012).

<sup>17</sup> Un indicio interesante de esta tendencia es el éxito de las miniserias biográficas centradas en la vida de personajes de sectores populares que emergen a través del mundo musical o deportivo como la cantante de música andina Dina Páucar o el cantante de cumbia Chacalón (Cassano, 2012).

y *anime* sin mayor problema. Precisamente por las deficiencias del modelo institucional que ha articulado históricamente el proyecto de modernización política en el Perú, la cultura se ha vuelto una herramienta y espacio performativos para ejercer la ciudadanía construyendo —es decir, haciendo más inclusivo— el espacio público como modelo comunicativo de aparición, crítica, discusión y reconocimiento decisivos para toda democracia (Cánepa & Ulfe, 2006).

En este sentido, la apropiación creativa del manga, si bien no está animada por una intencionalidad explícitamente política, permite advertir el potencial de experiencias de este tipo para el reconocimiento de sectores juveniles que aún no están presentes en nuestros imaginarios compartidos. Como hemos visto, estas dinámicas de identificación y reconocimiento se realizan en una red comunicativa más amplia articulada por los medios audiovisuales y la comunicación mediada por computadora. Continuar la investigación de estos procesos de (re)creación de relaciones, identidades y ciudadanías desde la academia, explicitaría nuestras posibilidades de aportar a ellos y, sobre todo, de recordar la importancia de estar atentos a cómo nuestros jóvenes se narran e imaginan.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Cánepa, Gisela & María Eugenia Ulfe (eds.) (2006). *Mirando la esfera pública desde la cultura en el Perú*. Lima: CONCYTEC.
- Cassano, Giuliana (2012). Las miniserias biográficas como posibilidad de reconocimiento en la diversidad. En James Dettleff (ed.), *Representación e inclusión en los nuevos productos de comunicación* (pp. 17-49). Lima: Departamento Académico de Comunicaciones.
- Husserl, Edmund (1997 [1913]). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica. Libro segundo. Investigaciones fenomenológicas sobre la constitución*. Traducción de Antonio Ziriñón Q. México D. F.: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Filosóficas.

- Husserl, Edmund (2000 [1934]). El origen de la geometría-Apéndice a la «Crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental». *Estudios de Filosofía*, (4).
- Kogan, Liuba (2012). «Salón de belleza: el universo estético». Ponencia presentada en el seminario Comunicación y Voces Populares. Lima, Departamento Académico de Comunicaciones de la PUCP, 11 y 12 de octubre del 2012. Recuperado de: [www.youtube.com/watch?v=\\_UCEbIwALQ8](http://www.youtube.com/watch?v=_UCEbIwALQ8)
- Ledgard, Melvin (2004). *De Supercholo a Teodosio: historietas peruanas de los sesentas y setentas*. Lima: ICPNA.
- McCloud, Scott (1994). *Understanding Comics. The Invisible Art*. Nueva York: Harper Collins.
- McFarlane, Todd y Liefeld, Rob (2011), *Spawn*, sin número, Berkeley: Image Comics.
- McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Chicago: The New American Library.
- Nugent, Guillermo (1996). Apología de Bob López. Lo esencial es visible a los ojos. En Lemlij, Moisés y Millones, Luis (eds.), *Historia, memoria y ficción* (pp. 142-186). Lima: Biblioteca Peruana de Psicoanálisis, Seminario Interdisciplinario de Estudios Andinos.
- Nugent, Guillermo (1998). *Composición sin título: sobre democracia y diversidad cultural en el Perú*. Lima: Friedrich Ebert.
- Ong, Walter (1996). *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Santafé de Bogotá: FCE Colombia.
- Sagástegui, Carla (2003). *La historieta peruana. Los primeros 80 años. 1887-1967* (I). Lima: ICPNA.
- Toriyama, Akira (1994), *Dragon Ball*, no. 38, Tokyo: Shueisha.