



*Universitat
Abat Oliba CEU*

CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL EN PERSONAJES ANTIHEROICOS DE LOS VIDEOJUEGOS

TRABAJO FIN DE GRADO

Autor: Álvaro Heredero Marín

Tutor: Dr. Alfonso Freire Sánchez

Grado en: Publicidad y Relaciones Públicas

Año: 2021 - 2022

DECLARACIÓN

El que suscribe declara que el material de este documento, que ahora presento, es fruto de mi propio trabajo. Cualquier ayuda recibida de otros ha sido citada y reconocida dentro de este documento. Hago esta declaración en conocimiento de que un incumplimiento de las normas relativas a la presentación de trabajos puede llevar a graves consecuencias. Soy consciente de que el documento no será aceptado a menos que esta declaración haya sido entregada junto al mismo.

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Firma:

Álvaro y HEREDERO MARÍN

Hazlo o no lo hagas, pero no lo intentes

Yoda

Resumen

Este trabajo de final de grado estudia los personajes antihéroes y los valores de su marca personal en el sector del videojuego. La investigación presenta un estudio en retrospectiva del antihéroe desde sus orígenes y su papel en el mundo de los videojuegos. El análisis práctico, por otro lado, tiene como objetivo, detectar los atributos de la marca personal de estos personajes y determinar si responden a un modelo matriz en el que comulguen elementos propios que permitan desarrollar la marca personal de los antihéroes.

Resum

Aquest treball de final de grau estudia els personatges antiherois i els valors de la seva marca personal al sector del videojoc. La investigació presenta un estudi en retrospectiva de l'antiheroi des dels seus orígens i el seu paper al món dels videojocs. L'anàlisi pràctica, per altra banda, té com a objectiu detectar els atributs de la marca personal d'aquests personatges i determinar si responen a un model matriu en què combreguen elements propis que permetin desenvolupar la marca personal dels antiherois.

Abstract

This final degree work studies antihero characters and their personal brand values in the video game industry. The research presents a retrospective study of the antihero from its origins and its role in the world of video games. The practical analysis, on the other hand, aims to detect the attributes of the personal brand of these characters and to determine whether they respond to a matrix model in which they share elements that allow the development of the personal brand of antiheroes.

Palabras claves / Paraules clau / Keywords

Videojuegos – Marca personal – Valores – Personajes – Atributos – Antihéroe – Análisis narrativo

Videojocs – Marca personal – Valors – Personatges – Atributs – Antiherois – Anàlisi narratiu

Videogames – Personal brand – Values – Characters – Attributes – Antihero – Narrative Analysis

Agradecimientos

Me gustaría agradecer a todas aquellas personas que me han apoyado y ayudado a construir este proyecto de final de grado.

Le quiero dar las gracias a mi familia, más concretamente a mi padre y mi madre, los cuales son los responsables de haber conseguido que llegue hasta aquí. Gracias por todas las oportunidades, gracias por vuestro apoyo incondicional y gracias por quererme como lo hacéis. Sois los pilares de mi vida. Os quiero.

Gracias también a mis dos hermanos, por estar al pie del cañón siempre que los he necesitado y ser mis dos faros cuando las otras luces se han apagado. No sería la persona que soy hoy, si no os hubiese tenido a mi lado todos estos años.

Abuelos, a los cuatro, gracias por enseñarme todo lo bueno y todo lo malo que habéis aprendido en vuestras largas vidas. Me lo habéis sabido transmitir con amor y ternura en tan solo veinticuatro años. El conocimiento que me habéis regalado, no se puede pagar. Espero algún día poder llegar a ser la mitad de bueno que vosotros.

Finalmente, quiero agradecer este proyecto a mis maestros. En especial a mi tutor, Alfonso Freire. Gracias por apoyarme, comprenderme y dejarme crecer de forma libre y creativa. Abro y cierro contigo mi ciclo universitario. Gracias por todo. Me gustaría también mencionar el apoyo de mi querido profesor, Agustín Correa, quien me ha instruido en la materia del *branding* y ha hecho que sienta pasión por ello. Gracias por tu ayuda, profesionalidad y sinceridad.

Sumario

Introducción.....	9
Objetivos del estudio.....	11
Motivaciones.....	11
Metodología.....	11
1. Marco teórico.....	14
1.1 El antihéroe.....	14
1.1.2 Definición de conceptos: antihéroe, héroe, villano y antivillano.....	14
1.1.3 Monomito del héroe tradicional de Joseph Campbell.....	30
1.1.4 Los arquetipos de antihéroes.....	34
1.1.5 El antihéroe en el mundo de los videojuegos y su construcción narrativa.....	38
1.1.6 El antihéroe a la vanguardia de los nuevos videojuegos.....	41
1.2 Marca Personal.....	45
1.2.1 La marca personal y la construcción de una identidad e imagen de marca.....	49
2. Hipótesis.....	53
3. Estudio de casos.....	53
3.1 Estudio de casos – Análisis narrativo – Joel Miller – <i>The last of us</i> (2013-2020).....	58
3.2 Estudio de casos – Análisis de marca personal – Joel Miller – <i>The last of us</i> (2013-2020).....	68
3.3 Estudio de casos – Análisis narrativo – Kratos – <i>God of war</i> (2005-2018).....	74
3.4 Estudio de casos – Análisis de marca personal – Kratos – <i>God of war</i> (2005-2018).....	86
3.5 Comparativa de marcas personales y creación de marca personal matriz de los antihéroes.....	91
4. Conclusiones.....	98
4.1 Contraste de hipótesis.....	99
Bibliografía.....	103

Introducción

Mucho se ha dicho y opinado sobre el mundo de los videojuegos y sus personajes, sobre sus actos, sus mensajes, sus historias... Algunos opinan más a favor y otros más en contra, pero el mundo siempre ha sido así, los formatos de entretenimiento siempre han dado de qué hablar y esta no podía ser una excepción.

Los videojuegos llevan entre nosotros desde los años 50 y han ido evolucionando con el paso del tiempo hasta convertirse en lo que conocemos hoy en día.

Al principio, los primeros jugadores se maravillaron con el tres en raya, con el tetris o el ping-pong digital. Ahora, los videojuegos presentan historias dignas de libros, con mundos que escapan a nuestra imaginación, con bandas sonoras compuestas por simfonías de gran prestigio y protagonizadas por personajes que han conectado con el espectador más que cualquier otro actor o actriz de Hollywood. Creando una comunidad, que hoy día supera los 3.090 millones de jugadores a nivel mundial, según un informe de DFC *Intelligence* realizado en mayo de 2022.

Los juegos, con el paso de los años, han ido mejorando técnicamente y en rendimiento, ofreciendo más fluidez, espectacularidad visual, más colores, más dinamismo e infinidad de oportunidades en su *gameplay*.

A día de hoy existen videojuegos para cualquier tipo de jugador: juegos de estrategia, de deporte, fantasía, aventuras, guerra, mitología... Sin embargo, el paso del tiempo ha hecho que ciertas desarrolladoras se hayan focalizado demasiado en los apartados técnicos del videojuego y hayan querido expresar las sagas de mayor éxito de los últimos tiempos, haciendo que salgan los mismos videojuegos años tras año, consiguiendo que los jugadores pierdan un interés en sus historias, debido a la falta de innovación.

Este abandono por la narrativa y por sus personajes, ha creado un descontento en la comunidad *gamer*. Es por eso, que las desarrolladoras de videojuegos cada año se esfuerzan más por captar el interés de los jugadores, un público muy segmentado, con intereses muy diversos y muy sobresaturado por la cantidad de contenido que tiene para entretenerse.

Con este escenario, cobra protagonismo la figura del antihéroe. Un tipo de personaje que ha ido haciéndose un hueco los últimos años en los videojuegos y en los corazones de los *gamers*.

Durante este trabajo, se estudia en profundidad esta figura tan recurrente en la narrativa de ficción actual, el antihéroe, en lo concerniente al mercado europeo y americano del sector del videojuego. El proyecto tiene como objetivo detectar los atributos de la marca personal de estos personajes y determinar si responden a un modelo matriz en el que comulguen elementos propios que permitan desarrollar la marca personal de los antihéroes y así poder entender cómo estos personajes influyen en los jugadores.

LA PREGUNTA DE LA INVESTIGACIÓN:

¿Existe la marca personal antiheroica la cual va intrínseca en la mayoría de los personajes antihéroes o antiheroínas?

A continuación, se presentan los objetivos de la investigación, así como las motivaciones de la misma.

Objetivos del estudio

Para responder a las preguntas de investigación, planteamos los siguientes objetivos:

- Contextualizar el concepto antihéroe en la narrativa de ficción actual y sus diferencias con el villano, el héroe y el antivillano. Además de conocer los rasgos inequívocos que definen a este tipo de personajes.
- Determinar qué papel juegan los antihéroes en los videojuegos de los últimos años y cuáles son algunos de sus protagonistas.
- Profundizar en los valores de la marca personal y en su importancia en la construcción de personajes.
- Determinar la relación entre la marca personal y la construcción de personajes antiheroicos.
- Encontrar, si es que existe, la marca personal matriz de los antihéroes.

Motivaciones

Los videojuegos y los personajes que viven en ellos, son una de mis pasiones, al igual que la comunicación y la construcción de marcas. Es por ello, por lo que he decidido unirlos en mi trabajo de final de grado.

Me interesa mucho el concepto antihéroe que tanto ha aflorado los últimos años en el mundo de los videojuegos. Me gustaría entender cómo algo que es totalmente ficticio e imperfecto, a partir de una buena construcción narrativa y de su marca personal, puede llegar empatizar tanto con las personas.

Confío en poder obtener respuestas interesantes y un proyecto a la altura del amor que siento por estos mundos.

Metodología

Esta investigación plantea dos partes: la primera es el marco teórico en el cual se explicarán detalladamente dos apartados: el concepto de antihéroe y su protagonismo en el mundo de los videojuegos y, por otro lado, los valores de la marca personal para la construcción de personajes.

La segunda parte de esta investigación, es el estudio de casos, el cual se encargará de analizar a dos personajes del mundo de los videojuegos con la intención de averiguar si

cumplen o no el papel de antihéroes dentro de sus respectivas obras. Esto se realizará a partir de un análisis narrativo de cada uno de los personajes, para posteriormente poder definir su marca personal a partir de un modelo de análisis de marca personal.

Finalmente, para cerrar el estudio de casos y cómo objetivo principal de esta investigación, se van a detectar los puntos comunes entre ambos casos a partir de los elementos determinados y sustraídos de la revisión bibliográfica, con el objetivo de intentar proponer un modelo de análisis de la marca personal antiheroica.

Primera parte del proyecto:

Esta primer parte del proyecto, se realizará haciendo una revisión sistemática de la literatura en retrospectiva, desde la obra magna *El héroe de las mil caras* de Joseph Campbell hasta la actualidad.

En el primer apartado, se analizará y se explicará detalladamente la figura del antihéroe y su papel en el mundo de los videojuegos, y que le diferencia con los villanos, los héroes y los antivillanos.

El apartado del antihéroe en el mundo de los videojuegos, se centra en personajes de videojuegos individuales con apartado histórico, ya que son los más desarrollados en lo que respecta a su identidad y construcción narrativa.

En el segundo y último apartado del marco teórico, se explicará qué es la marca personal, sus valores y su importancia a la hora de construir personajes, además de los componentes que requiere tener toda marca para construir de forma correcta su identidad y ubicarse en la mente y el corazón de los consumidores. Dichos apartados de la marca personal y la identidad, han sido completados, en su mayor parte, gracias a las obras y aportaciones de los autores Daniel Schawbel y Andrés Pérez Ortega.

Para cerrar el marco teórico, se propondrán ciertas hipótesis que deberán intentar ser refutadas en la segunda parte del proyecto, como es el estudio de casos. Además, en este último apartado y antes de empezar con el estudio de casos, se realizará un breve resumen del marco teórico que ofrecerá una visión global de la simbiosis que existe entre los temas estudiados para que así el estudio de casos cobre sentido.

Segunda parte del proyecto:

La segunda parte de este trabajo final de grado es el estudio de casos.

En el estudio de casos, en primer lugar se describirán dos personajes y se profundizará en sus narrativas, arcos argumentales y en sus atributos físicos y psicológicos. Acto seguido, se les analizará a través de un análisis narrativo antiheroico para determinar si son susceptibles o no de seguir el patrón narrativo del héroe de Joseph Campbell.

Tras esto, se completará el estudio de casos ejecutando un modelo de análisis de marca personal a cada uno de los personajes. Seguidamente, se comparan los rasgos en los que los dos personajes coinciden en cuanto a los valores de la marca personal. Y, finalmente, se definirán los atributos que todo antihéroe tiene en su marca personal, gracias a las comparaciones anteriormente mencionadas. Creando así el modelo madre de marca personal del antihéroe.

Este estudio se efectuará tomando como referencia el modelo de estudio narrativo del antihéroe, aplicado por Alfonso Freire en su libro *Los antihéroes no nacen, se forjan, arco argumental y storytelling en el relato antiheroico*. Por otro lado, en el análisis de marca personal, se tendrán en cuenta los atributos más importantes para definir la marca personal de un personaje de ficción según: Dan Schawbel, Andrés Pérez Ortega y Cláudio Inácio.

Los dos personajes a analizar serán: Joel de *The last of us*, parte 1 y parte 2 (Naughty Dog, 2013 - 2020) y Kratos de la saga *God of War* (Santa Monica Studio, 2005 - 2018).

Los resultados relacionados con el estudio de ambos casos permitirán establecer una serie de conclusiones que, a su vez, permitirán dar respuesta a la pregunta de investigación y validar o no las hipótesis planteadas.

1. Marco teórico

1.1 El antihéroe

1.1.2 Definición de conceptos: antihéroe, héroe, villano y antivillano

Antes de entrar en detalle, pero, es necesario explicar la diferencia entre cuatro conceptos que aparecerán a lo largo del trabajo. Estos son la figura del antihéroe, el héroe, el villano y el antivillano.

El antihéroe es, según la Real Academia Española (RAE) un “personaje que, aunque desempeñe las funciones narrativas propias de un héroe tradicional, difiere en su apariencia y valores” (2022). Es decir, un tipo de personaje que se rige por valores diferentes e incluso opuestos a los que convencionalmente se consideran correctos.

En *ReedysBlog*, en el artículo *¿What is an Anti-Hero?*, se dice que:

“Hay algo reconfortante en un protagonista que siempre hace lo correcto por las razones correctas, como Superman. Pero hay algo convincente en un protagonista moralmente ambivalente que a veces hace lo correcto y solo a veces por las razones correctas, como Tyrion Lannister de *Game of Thrones*.” (*Reedys Blog*, 2022, p. 1)

Según el blog *Reedys* “los antihéroes no son los villanos de la historia porque hay razones para animarlos, a pesar de sus motivaciones complejas y acciones cuestionables” (*Reedys Blog*, 2022)

Alexis Racionero Ragué doctor en Historia del Arte, licenciado en Geografía e Historia y especialista en cine y contracultura, en su libro *El viaje del héroe. Mitología, storytelling y transformación personal* publicado en 2021, explica que el antihéroe es un “ser cotidiano, desprovisto de poderes e incluso, virtudes, que, sin embargo, se ve envuelto en una aventura o en una serie de pruebas que desafían su naturaleza para lograr un propósito particular y en ocasiones global” El escritor afirma que el antihéroe es “gente corriente, sin atractivos ni fortalezas”. (Racionero, 2021, p.1)

Racionero remarca que el arquetipo del personaje antihéroe “nos remite a tiempos de crisis en los que la sociedad es capaz de realizar una autocrítica, asumiendo que las cosas no están muy bien”. El escritor pone de manifiesto la década de los años setenta en la sociedad americana, cuando finalizó la guerra del Vietnam o ante escándalos como el del Watergate, en esos tiempos ploriferaron antihéroes bajo la piel de periodistas, investigadores y policías. En cambio, “los tiempos sin autocrítica y con cierto militarismo, como los de los años ochenta, se llenaron de superhéroes,

resucitados de una década similar como fue la de los años cincuenta” (Racionero, 2021, p. 1)

En cambio, en el libro *Los antihéroes no nacen, se forjan* (Freire, 2022), se propone una serie de principios con la intención de definir a los antihéroes y antiheroínas contemporáneos, “sin ánimo de establecer reglas ni normalizar sus características o crear estereotipos que colisionen contra la propia naturaleza del antihéroe” (Freire, 2022, p. 32). Aun así, sí que tiene establecido el objetivo de implantar “puntos comunes, atributos y rasgos que permitan arrojar luz ante un tema tan controversial en el que contienden infinidad de teorías dispares entre sí” (Freire, 2022, pp. 32-33).

Si analizamos el origen del antihéroe, este se considera que aparece por primera vez en la obra sátira *Le Neveu de Rameau ou la satire seconde* de Denis Diderot, y publicada en 1805 en Alemania con la traducción del novelista y dramaturgo Johann Wolfgang von Goethe (Freire, 2022, p. 33). En esta obra se puede observar una confrontación entre un héroe y un antihéroe, algo que era poco común para la época (Jo Brans, 1984). Además, el personaje de antihéroe creado por Diderot “reflejaba en su pensamiento y dialéctica una crítica velada al idealismo clasicista y la decadencia de la época” (Freire, 2022, p. 33).

Giancarlo Cappello guionista e investigador del mundo de la comunicación, en uno de sus textos *Configuración y tiempo del antihéroe* escrito en 2007, explica que “el antihéroe moderno, es hijo de la Ilustración y de la Revolución Francesa, las mismas que moldearon al héroe bajo las consignas de libertad, igualdad y fraternidad, iluminadas por la razón y con las miras puestas en el futuro”. Sin embargo, el escritor afirma que pese a haberse forjado con los mismos principios “sus fisuras de conducta, su pérdida de ejemplaridad moral, su ausencia de vocación colectiva y su incapacidad para asimilarse al curso de la historia que le toca vivir, los desmarcan definitivamente de cualquier heroísmo”. (Cappello, 2007)

Aun así, como bien explica Alfonso Freire en su libro, existen otras corrientes históricas que atribuyen el origen de la figura del antihéroe a la novela picaresca *La vida del Lazarillo de Tormes y de sus fortunas y adversidades* (1554), conocida popularmente como *El Lazarillo de Tormes* y de la cual el autor es anónimo (Freire, 2022, p. 33). En esta historia, el protagonista es Lázaro, un niño que, al igual que con el personaje de Diderot, “tampoco coincide con las características y atributos del antihéroe contemporáneo, sino que su personalidad y sus acciones recuerdan más a un pícaro irreverente que no está encaminado a la venganza o a la búsqueda de la verdad, sino a exponer o ensalzar las

incongruencias, desajustes y falsedades del idealismo que se aferra a ciertas clases o estamentos coetáneos a dichos personajes propios de la novela caballeresca” según relata Alfonso Freire (2022) citando a Jean-Claude Bonnet (2013).

Sin embargo, Freire remarca, que, para conocer el antihéroe y sus orígenes;

Debemos adentrarnos en una dimensión más lejana, pues no existe en la historia de la humanidad un sustrato cultural que recree con mayor profundidad y detalle el imaginario colectivo e iconográfico del héroe que la literatura clásica y mitológica (Freire Sánchez, 2022, p. 54).

De hecho, en la novela, el escritor afirma que “siguiendo el principio de los contrarios, el antihéroe es, en esencia, el *alter ego* del héroe clásico por excelencia”. Tal y como explicaban las novelas en la cultura clásica, “el héroe clásico suele ser un semidiós por su linaje, y no podemos obviar que [...], los dioses mitológicos nunca estuvieron desprovistos de debilidades y, en su mayoría, eran envidiosos, egoístas, violentos y lujuriosos”. Poniendo así de manifiesto que, “existen más paralelismos entre antihéroes actuales y el *alter ego* de los héroes clásicos que con los grandes héroes de la segunda mitad del siglo XX” (Freire, 2022, p. 55).

Por lo tanto:

Para entender el antihéroe actual, es necesario establecer un puente imaginario con sus ancestrales orígenes y comprender que no existe un cisma narrativo cronológico entre unos y otros, sino que los antihéroes son consecuencia o parte del legado cultural, de las debilidades, abusos, brutalidad y excesos de algunos héroes clásicos (Freire Sánchez, 2022, p. 56).

Cappello también remarca que al hablar de antihéroe se debe tener claro qué le diferencia con su *alter ego*, como lo nombra Freire. Según Cappello hay que tener en cuenta que el antihéroe, pese a que “difiera en apariencia y valores” respecto al héroe, “cumple la función heroica protagonista” en su narrativa. Por lo tanto, Cappello concluye que “la diferencia fundamental entre ambos radica en su impostación ante la vida”. Según el guionista, se debe tener claro que el héroe “no tiene fisuras ni contradicciones con respecto al espíritu que encarna” en cambio, el antihéroe “se basa en la contradicción, es, por encima de todo, un hombre, con sus defectos y sus virtudes”. Además, el antihéroe “se presenta como un hombre a pie y diminuto en sus aspiraciones disfuncional con su época”. El héroe, según el escritor, “ha sido la síntesis y el representante mayor del espíritu y los valores de su época” en cambio, los antihéroes “han sido las Mafaldas de su tiempo, los encargados de hacer evidente el daño colateral”. En definitiva, para el investigador italiano, el antihéroe está asociado “al hombre común, que al superhombre

que debió surgir de la modernidad que pretendía la utopía de un mundo mejor” (Cappello, 2007)

José Luis Escribano (1981) en su libro *Sobre los conceptos de héroe y antihéroe en la Teoría de la Literatura*, según el escritor, el concepto de antihéroe “es en último término superfluo y tendencioso”. Además, en el escrito pone especial atención a comparar al héroe y el antihéroe, definiendo que:

El héroe encarna sin duda unos valores y el antihéroe no, luego es técnicamente un no-héroe con relación a tales valores patrón, pero en absoluto lo convierte esa circunstancia en un malvado o un bufón despreciable, sino tan solo en un ser que se rige por valores alternativos (Escribano, 1981, p. 377)

Ahora, si entramos en detalle sobre qué es un antihéroe contemporáneo, cabe destacar que “no es un bufón, ni un pícaro que únicamente busca sobrevivir. Pero tampoco es un villano [...], es un personaje cuya actitud, hábitos y rasgos no se corresponden con los de los héroes clásicos y tradicionales ni con los villanos, pero tampoco responde a la versión de personaje burlesco, pícaro y sarcásticos de la novela picaresca ni la sátira ilustrada” (Freire, 2022, p. 34). Aunque, en el libro ya se menciona acerca de la identidad de marca y la imagen de marca (lo cual se explicará más detalladamente en el punto 2. Marca Personal), y sobre la diferente percepción que cada individuo tiene acerca de cada uno de los antihéroes que existen en la actualidad, Alfonso Freire y Montserrat Vidal-Mestre (2020) definen una serie de rasgos antiheroicos que suelen caracterizar a estos personajes de la actualidad en *Antihéroes y asperger: el delicado equilibrio entre normalizar y banalizar*.

El antihéroe está en continuo conflicto consigo mismo, por la moralidad de sus actos, por posibles adicciones, por sucumbir a instintos dantescos como la ira o la lujuria o, en muchas ocasiones, por traumas y enfermedades psicológicas que le hacen alejarse de su entorno, sentirse desasociados e incomprendido, diferente al resto, y en ocasiones vilipendiado o tratado injustamente (Freire Sánchez y Vidal-Mestre, 2020).

Según Cappello, escritor italiano, los antihéroes “no intentan salvar al mundo porque los villanos ya no quieren conquistarlo, pues eso ya ha perdido toda la gracia” el autor explica que ahora está todo mucho más enrevesado, de hecho los antihéroes tampoco intentan reparar ese mundo en el que viven, no buscan la gloria “quieren sencillamente, sobrevivir”. El guionista comenta que para los antihéroes “su vida no está sujeta a determinismos” el antihéroe es lo que proyecta ser, como decía Sartre, “la existencia precede a la esencia”. Los antihéroes, ellos mismos “dan sentido a su vida y a su

existencia” sin embargo, “alcanzar este sentido a sus vidas, conllevará a unas constantes luchas”. (Cappello, 2007)

Otros autores, como Francisco José Gil y Francisco García en el estudio *Héroe claro y héroe oscuro en el relato cinematográfico* (2016), declaran que a los antihéroes se les puede considerar héroes oscuros. Gil añade que, el héroe oscuro “aporta una dimensión que le diferencia del héroe claro: su experiencia ejecutando el mal como parte de su proceso hacia la heroicidad”. A diferencia del héroe claro, el héroe oscuro o antihéroe “presenta una profundidad moral más acentuada, en constante cuestionamiento y conflicto con el mal que reside en su interior”. El héroe oscuro “indaga en las contradicciones de sus valores, ya que de la experiencia activa del mal, extrae enseñanzas que aprovecha para hacer el bien”. (Gil, 2016)

Jordi Sánchez Navarro, profesor y director de los estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya y experto en antihéroes, explica que “a diferencia de un villano, los antihéroes tienen una capa de complejidad. Al principio nos pueden causar rechazo pero, poco a poco vamos entrando en su mundo” El profesor remarca que los antihéroes “son personajes complejos con una moral cuestionable pero con los que sí podemos identificarnos”. De hecho, según Sanchez, “los antihéroes a priori son personajes con los que no solemos tener nada en común, pero sí que llegamos a empatizar con ellos”. El experto explica que nuestra mayor atracción hacia ellos, es debido a que “sentimos placer al sufrir con ellos y al verlos en una situación en la que nosotros no hemos estado jamás [...] nos permiten experimentar algo que nosotros nunca haríamos”. (Sánchez, 2020)

El profesor catalán explica que los antihéroes activan nuestros “mecanismos de identificación” mejor que cualquier otro personaje de ficción. (Sánchez, 2020)

El guionista italiano Giancarlo Cappello resalta que los personajes antiheroicos “no entienden la vida como una obra sublime ni pretenden hacer de la existencia un cuadro bellísimo” sino que estos personajes “nos proporcionan historias de vida singulares” para que así sean “capaces de contarnos a nosotros mismos quiénes somos” (Cappello, 2007)

Freire añade, que estos personajes en ocasiones también son “el menor de los males, representan la contradicción encarnada en personaje, son seres complejos en lucha con sus demonios interiores, forjados por el acero y el fuego, agueridos. Personajes incomprensidos por la soledad, diezmados por enfermedades, vicios o traumas...”.

(Freire, 2022, p. 35). A su vez, “seres asociales” y con “patrones de comportamiento [que] no encajan con el orden establecido”. (Freire, 2022, p. 35).

Aunque, los antihéroes tengan en particular que son unos “pocos postergados, perjudicados y repudiados por la sociedad y su entorno” (Freire, 2022, p. 36) también tienen un rasgo en común con los héroes, el cual los villanos no poseen y es el sacrificio. Para ambos personajes llegado el momento, aunque para los antihéroes sea necesario un “complejo y doloroso arco de redención”, se sacrificarán por otros si es lo necesario (Freire, 2022, p. 36).

Una pregunta muy importante que se debe plantear en este trabajo es: ¿cómo sabemos si estamos frente a un personaje antihéroe?

Según Freire (2022), principalmente se trata de personajes que “no son perfectos ni virtuosos ni tampoco buscan la perfección, sino que, como el común de los mortales, presentan defectos e imperfecciones”. Por lo tanto, podríamos decir que se trata de los personajes que más se asemejan a los seres humanos.

La escritora Margrethe Bruun Vaage, en su libro *The antihero in American television* escrito en 2015, explica que los antihéroes se identifican por su “moralidad compleja” y por ser generalmente hombres de carácter antipático. Bruun apunta a que el antihéroe es imperfecto, como decía Freire y claramente “no es un héroe tradicional” y es más o menos malo “según las normas sociales y legales dominantes”. De hecho, la escritora comenta que es típico que el personaje sea un criminal. (Bruun, 2015, p.14)

Bruun comenta que los espectadores debemos fijarnos bien en el personaje para poder identificar si es o no un antihéroe. La escritora afirma que las historias de los antihéroes “fomentan la simpatía por el personaje inicialmente, pero a medida que avanza su narrativa, el espectador cuestiona y entra en conflicto con ciertos actos del antihéroe”. Bruun pone de ejemplos a Tony Soprano y Walter White, los cuales crean un debate moral y un sufrimiento por parte del espectador. La escritora explica que los antihéroes consiguen que “nos involucremos en su ficción y que llegados a cierto punto, eludamos lo moral para así seguir entreteniéndonos” (Bruun, 2015, pp. 15-16)

Freire añade que muchos de los atributos o características que definen a un antihéroe, cobran importancia “en relación con el ecosistema creado y el trasfondo narrativo en el que se desenvuelve su aventura”. Es decir, que si por ejemplo un antihéroe tiene buena

oratoria y es persuasivo, como es el caso que pone el autor de Tyrion Lannister (Juegos de tronos), esos atributos se deben, a que muchos de los acontecimientos y conflictos que aparecen en el universo de R.R. Martin, requieren del desarrollo de esos atributos, para sobrevivir. Sin embargo, también los antihéroes pueden desarrollar atributos menos democráticos y pacíficos, como pueden ser: la ira, el egoísmo, la crueldad...(Freire, 2022, p. 91) De hecho, según Freire, “todos los personajes antihéroes se caracterizan por encarnar uno o varios pecados capitales, siendo los más comunes la ira y la soberbia” (Freire 2022, p. 68). Además, aunque sus acciones son heroicas, sus métodos no, sino que estos acostumbran a ser “brutales, expeditivos y, a diferencia del héroe, no dudan en adjudicar muerte cuando lo creen necesario”. Otro punto importante es que los antihéroes no acostumbran a ser altruistas, sino que sus acciones heroicas vienen dadas por una venganza o por una búsqueda sobre sus orígenes inciertos. Son, por tanto, unos personajes que aunque tienen la capacidad de conseguir cualquiera de los objetivos planteados, presentan una moralidad ambigua y desprecian los estamentos e ideologías que consideran que pueden afectar su autonomía y libertad. (Freire, 2022, p. 37). Además, muchos antihéroes tienen lo que Freire determina como un “alma sedienta”. Es decir, que “en su naturaleza no encontramos atisbo de heroicidad, sino que esta se va forjando en el camino por saciar la búsqueda de la verdad que le ha sido ocultada y arrebatada” o, incluso, como dice el autor, “por satisfacer su sed de venganza y de ambición” (Freire, 2022, p. 98).

Cappello también añade que los antihéroes, no son siempre personajes angustiados o “en franca desesperación” justo lo contrario, los antihéroes parecen “aceptar serenamente su destino, como si intuyeran que la vida no necesita de un sentido para merecer vivirla” (Cappello, 2007)

Debe quedar claro que un antihéroe no ha nacido para que lo consideren un héroe o que aspira a convertirse en uno (Freire, 2022, p. 37).

Una manera de definir a este personaje y sus matices sería la siguiente:

Antihéroe o antiheroína es aquel personaje protagonista de una narrativa, con propósitos propios, cuyo *leitmotiv* es la venganza o la búsqueda de su identidad, y que se caracteriza por la ambigüedad moral, un orgullo desmedido, presencia de conflicto interior y una conducta desinhibida, solitaria y escéptica. A menudo presenta trastornos mentales y se encuentra desasociado. Entre sus rasgos, destaca su mentalidad estratégica, una inteligencia superior y un sentimiento de desasosiego incesante. En su arco de redención alineará sus propósitos con el bien común o una causa mayor y, gracias a su fortaleza y resiliencia, logrará sus objetivos sin importar los medios y al margen de la ley establecida, aunque deba sacrificarse por conseguirlos. (Freire Sánchez, 2022, pp. 37-38).

Además, a esta definición de Freire, Escribano añade que:

El antihéroe no necesita ser el que «encarna los valores contrarios a los del héroe», sino que puede ser también «el que no suscribe los valores asociados con el héroe sino otros», que no tienen que ser «negativos», sino que pueden ser simplemente «distintos», aunque igual de «positivos», o al menos igual de positivos desde otros puntos de vista. (Escribano, 1981, p. 376)

Por otro lado, el héroe se define en la RAE (2022) como “persona que realiza una acción muy abnegada en beneficio de una causa noble, que es ilustre y famosa por sus hazañas o virtudes, un personaje que actúa de una manera valerosa y arriesgada y alguien a quien se le convierte en objeto de su especial admiración”. En la RAE también se le define como:

- 1) «Entre los antiguos griegos, el que creían nacido de un dios o de una diosa y una persona humana, por lo cual lo reputaban más que hombre y menos que dios...»
- 2) «Varón ilustre y famoso por sus hazañas o virtudes».
- 3) «El que lleva a cabo una acción heroica».
- 4) «Personaje principal de todo poema en el que se representa una acción, y del épico especialmente».
- 5) «Cualquiera de los personajes de carácter elevado en la epopeya».

En el estudio *Héroe, mito e icono popular: evolución histórica de Batman en los medios de comunicación social (1939-2017)* de Raúl Álvarez Gómez, publicado en 2020, también se menciona el ensayo realizado por Umberto Eco sobre el superhéroe Superman. El autor aporta dos claves interpretativas para así poder entender la pervivencia en el tiempo de este personaje, de las cuales se destacan dos:

- “La primera de carácter psicológico: la empatía de Clark Kent, el alter ego humano de Superman, en el ciudadano medio de una sociedad desarrollada [...]. Tímido, débil y marginado, Kent es un individuo corriente que se revela como alguien extraordinario cuando se produce una amenaza” (Álvarez, 2020, p. 59). Según Eco en el ensayo *Apocalípticos e integrados*, publicado en 2011, no es difícil identificarse con una figura como la de Superman porque encarna “la aspiración del hombre común de elevarse sobre la masa” (Eco, 2011, p. 241).

- Por otra parte, la segunda es de carácter sociológico: considera “sus atributos heroicos como una idealización materialista de la naturaleza humana, propia de la sociedad de consumo que lo vio nacer y desarrollarse: la América de los años cuarenta y cincuenta” (Álvarez, 2020, p. 59).

Estas dos aproximaciones no solo han sido utilizadas para conocer a Superman, sino que diferentes autores las han empleado para otros superhéroes. Aunque Eco, mediante ideas de Adorno y Horkheimer, describe, de manera breve, la estructura arquetípica de solo las aventuras de Superman como “un mensaje de alta redundancia” (Eco, 2011, p. 246), entendiendo esta repetición como “una forma que asegura la transmisión de las historias” (Álvarez, 2020, p. 59); existen otros autores como Carlos García Gual que ofrecen “una idea más concreta de esas estructuras de repetición que articulan los mitos desde la antigüedad” (Álvarez, 2020, p. 59). Este autor lo describe como “una historia o cuento (...) que llega del pasado como una herencia narrativa y es propiedad comunitaria, un recuerdo colectivo, no personal” (García, 2014, p. 12).

En el estudio *Héroe claro y héroe oscuro en el relato cinematográfico* (2016), José Francisco Gil y Francisco García consideran que definir un héroe es una tarea “compleja”. Aun así, citando a Jean Chevalier y Alain Gheerbrant en el *Diccionario de los símbolos* (2007), se guían por tres acepciones para describir esta figura.

La primera está relacionada con “las culturas antiguas”. En la griega, el héroe se define como “divino a la vez que terrenal”. Poniendo como ejemplo a Heracles (Hércules), quien según los autores era un “héroe inmortalizado”. Por otro lado, en Egipto, y guiándose por las declaraciones de Georges Posener en *Dictionnaire de la civilisation égyptienne* (1959), se afirma que “su culto era poco común, a excepción de reyes divinizados, visires, e Imhotep” (Gil y García, 2016, p. 3).

En la segunda, se centran en la tipología de héroe céltico explicada por Chevalier y Gheerbrant, remitiéndose al Ogam en *Tradition Celtique* (1948). En esta se expone “la importancia de la función guerrera” de este héroe irlandés (Gil y García, 2016, p. 3).

Y, en la tercera acepción se centran en unos valores más psicológicos: citando a Paul Diel (1976), definen el héroe como “un impulso evolutivo que se enfrenta a los monstruos de la perversión” y, refiriéndose a Henri Bergson (1996) añaden que “la llamada de este personaje está en el corazón de la moral abierta, siendo el plano espiritual el motor de la evolución creadora” (Gil y García, 2016, p. 3).

Además, siguiendo con la línea de héroes mitológicos, también es importante recalcar varias ideas expuestas por Patricia Cardona Zuluaga en *Del héroe mítico al mediático. Las categorías heroicas: héroe, tiempo y acción* (2006), quien considera que “el triunfo heroico condensa la gloria, los peligros y las vicisitudes de la acción humana; es en las hazañas donde el héroe muestra su ambivalencia entre lo humano y lo divino” (Cardona, 2006, p. 53). Considera que no es un dios porque puede llegar a sufrir, aun así, cuando se enfrenta al dolor, trasciende lo humano y llega a proteger tanto la cultura como la propia humanidad (Cardona, 2006, p. 53). Según la autora, el héroe “salvaguarda la cultura, se yergue en la muralla que diferencia el orden del caos, y defiende la condición humana de la oscuridad y el hundimiento en las tinieblas pre-culturales” (Cardona, 2006, p. 53).

Otro concepto relacionado con el héroe y mencionado anteriormente, es el del héroe claro y el héroe oscuro, tratados por Gil y García (2016). El segundo, como ya hemos explicado, es el que se relaciona con el antihéroe, ya que “posee una experiencia personal significativa y ejecuta el mal en su búsqueda del bien. Presenta una profundidad moral más acentuada, en constante cuestionamiento y en conflicto con el mal que reside en su interior” (Gil y García, 2016, p. 7). El héroe claro, por el contrario, presenta unos valores que tradicionalmente definen al héroe. Este personaje “actúa sin atender a connotaciones negativas, es decir, no ejerce el mal en su búsqueda del bien y actúa sin cuestionarse la legitimidad de sus acciones, dando por hecho que van encaminadas al bien común” (Gil y García, 2016, p. 7).

Escribano (1981) en su libro *Sobre los conceptos de héroe y antihéroe en la Teoría de la Literatura*, resalta las definiciones de héroe de E. R. Curtius y de F. Savater para poder entender el concepto héroe con su valor tradicional:

El héroe es el tipo humano ideal que desde el centro de su ser se proyecta hacia lo noble y hacia la realización de lo noble, esto es, hacia valores vitales 'puros', no técnicos, y cuya virtud fundamental es la nobleza del cuerpo y del alma. (E. R. Curtius)

Héroe es quien logra ejemplificar con su acción la virtud como fuerza y excelencia.
(F. Savater)

Escribano, tras estas definiciones, concluye que en el héroe “el invariante es la excelencia en los valores que en cada caso se consideran positivos, que naturalmente varían según la ideología que se profesa”

Para acabar el apartado del héroe, nos gustaría mencionar al modelista y guionista francés Christopher Vogler (1949) el cual simplificó lo que hoy en día se conoce como el monomito o viaje del héroe, escrito por Joseph Campbell en su obra *El héroe de las mil caras*. Campbell, durante su obra, narra que existen unos patrones que se repiten una y otra vez en historias de todo tipo, el escritor cuenta que existen un total de 16 etapas que conforman el viaje del héroe. Sin embargo, Vogler, las unificó en 12, en una de sus obras más conocidas, *El viaje del escritor* (2002). En esta unificación, Vogler, añade además una etapa no mencionada por Campbell, “el mundo ordinario”, el mundo del héroe antes del inicio de la aventura.

A continuación presentamos las 12 etapas para entender el viaje del héroe:

El mundo ordinario: Esta primera etapa es la encargada de presentar al héroe y mostrar su día a día antes de emprender su viaje, de esta forma, será más fácil de entender lo que el héroe deja atrás al iniciar su aventura. El conflicto aún no se ha presentado en la narrativa y el héroe no tiene un objetivo claro.

La llamada a la aventura: El héroe se encuentra cómodo en su ambiente y zona de confort. Pero de repente algo perturba su rutina, puede ser algo pequeño o más grande, la cuestión es, que este acontecimiento desequilibra al héroe e impide que todo vuelva a ser como antes. Este acontecimiento suele llegar de la mano de un mensajero, llamado el heraldo. Quizás también puede deberse a un conflicto interno del héroe. En cualquier caso, el conflicto de la aventura empieza a vislumbrarse.

Rechazo de la llamada: Al héroe le perturba este acontecimiento repentino y le molesta salir de su rutina, rechazando así la llamada. Existen algunos personajes que sí se embarcan en la aventura sin dudarlo, pero la mayoría de ellos titubea e incluso la rechaza.

Encuentro con el mentor: El héroe es aún inexperto e inocente y no es consciente de los duros retos que se le avecinan. Es entonces cuando aparece la figura del mentor, o como le define Vogler, “un héroe evolucionado” que ya ha pasado por el mismo camino que nuestro héroe. Por ello, el mentor le da consejos y ayuda en todo lo que pueda al protagonista. El mentor no siempre aparece al principio y no siempre está con el protagonista durante toda su aventura.

Cruce del primer umbral: El héroe finalmente decide adentrarse en “el mundo especial” de forma voluntaria. Es una decisión que no tiene vuelta atrás, es decisiva. En este punto se da por concluido el primer acto del viaje. A partir de aquí, el mundo se vuelve confuso para el protagonista, las reglas han cambiado. El héroe requiere de un tiempo para adaptarse a este nuevo mundo.

Pruebas, aliados y enemigos: Se le plantean diversas pruebas al héroe que deberá superar y que harán que empiece una lenta transformación en él/ella. Es posible que en alguna de estas pruebas fracase, debido a su inexperiencia. Durante esta fase se encontrará con enemigos, pero también con nuevos aliados.

Acercamiento de la caverna más profunda: La dificultad de las pruebas y retos va en aumento. El héroe va aprendiendo nuevas habilidades que le van preparando para la batalla decisiva. Cuando esté listo, se pondrá en marcha para enfrentarse a “las fuerzas del mal”.

El calvario: Este es uno de los momentos dramáticos más álgidos de la historia. El héroe se enfrenta al mayor de sus retos, para el que se ha estado preparando. Esta etapa, Vogler la define como “bajada al infierno”. Los acontecimientos que suele enfrentar el héroe son:

- El héroe parece morir.
- El héroe mata.
- Es testigo de la muerte.
- Se enfrenta al villano.
- Sufre una crisis de corazón (romántico).
- Se debate contra sus demonios.
- Lucha contra una figura de autoridad.

La recompensa: El héroe vence, por el momento, y recibe una recompensa material o inmaterial. Pero es tan solo un triunfo efímero, debe volver al camino.

El camino de vuelta: El héroe cree haber ganado y se dirige de vuelta a su hogar. Pero en el último momento surge un problema que pone en peligro a él y a todo lo que ha conseguido, por lo que tiene que realizar una última lucha. Algunos de los peligros pueden ser:

- Una persecución.
- Una venganza.
- Un villano que no ha sido totalmente derrotado.

Resurrección del héroe: La prueba final ya está aquí, el héroe tendrá que emplearse al máximo y demostrar que ha consolidado todo lo que ha aprendido. Este es el clímax de la historia. En este momento el héroe deberá volver a enfrentarse con la muerte, el encuentro definitivo. El héroe vence definitivamente sus defectos y sus miedos y sufre una transformación definitiva.

Regreso con el elixir: El héroe vuelve al mundo ordinario, trayendo con él su recompensa y toda la experiencia del viaje. El héroe que vuelve, no es el mismo que se fue, ha cambiado. En este punto, existen dos finales de historia para el héroe:

-Final circular: Todo ha quedado resuelto y el héroe vuelve a la rutina que tenía antes de empezar su aventura, siendo un poco más sabio. Es el final más convencional.

-Final abierto: deja cuestiones abiertas, lo que da lugar a preguntas y ambigüedades.

Las fases del viaje pueden variar según el género o el tipo de historia, pero todas de una forma u otra, acaban cumpliendo los mismos patrones.

En tercer lugar, el villano, según la RAE (2022), consiste en el personaje “ruin, indigno o indecoroso”.

Además, otros autores como Freire, mencionado anteriormente, en el libro *Los antihéroes no nacen, se forjan* (2022) define al villano como “la antítesis del héroe y quien se caracteriza por desarrollar pensamientos mezquinos y viles, cometiendo actos que pueden considerarse deleznable y ruines y cuyos objetivos ambicionan riqueza, poder, control o destrucción” (Freire, 2022, p. 34). También, otra característica que lo define, y que se ha mencionado con anterioridad, es que carece del rasgo de sacrificarse por otros.

Por el contrario, el héroe y el antihéroe sí llevan a cabo tal acción en el momento necesario (Freire, 2022, p. 36).

El villano también se puede definir como, según Pablo Sánchez en el artículo *La figura del villano en el cine americano posclásico* (2020), un personaje “arquetípico, de moral reprochable, cuya máxima función es interponerse en el camino del héroe y evitar que este cumpla con su tarea”. La función que presenta es la de obstaculizar los objetivos del héroe, trata que este no llegue a cumplir su misión (Sánchez, 2020).

En diversas ocasiones, podemos ver como el héroe representa “una figura vulnerable”, pero, por el contrario, el villano “es el poder, la psicopatía, la temeridad”. La función del villano es, en parte, exponer “la verdad del horror que propone la vida real” (Sánchez, 2020).

Otro punto importante a tratar del villano es que no todos son iguales, sino que existen diversos tipos (sobre todo por lo que respecta al cine actual). Algunos son:

- Los villanos ocultos: “Los entes desconocidos y seres sobrenaturales que presentan una amenaza para la población”, es decir, que suelen aparecer en las películas en las que hay una amenaza de invasión extranjera (como puede ser los alienígenas o zombis) y que “promueven un mensaje de unidad entre la especie humana, ante una posible amenaza de la naturaleza”. Un ejemplo muy claro puede ser *Guerra Mundial Z* (2013) de Marc Foster (Sánchez, 2020).

- El villano de la lucha clásica: Se trata de representar al villano “como el anticristo, que llega a la Tierra para destruirlo todo y dar castigo a los mortales. La figura del salvador es la que se opone a él”. Cuando nos encontramos con este villano, además, suele poseer unas características relacionadas con obsesión hacia el protagonista (y héroe) de la historia, y que suele acabar en una batalla final, que como es de esperar, pierde el villano. Se rigen por “los héroes son muy buenos, los villanos muy malos”, como por ejemplo ocurre con Sauron de *El Señor de los Anillos* (2001-2003) de Peter Jackson (Sánchez, 2020).

- El villano como ser sufridor: Es cuando el villano “actúa o ejerce un odio sistemático hacia un sistema que lo ha tratado mal. El villano termina dibujándose como una víctima más. La sociedad cruel y sanguinaria, que crea monstruos, es la verdadera antagonista y el auténtico mal”. Este tipo de personaje lo que trata

de defender es el hecho de que no hay personas malvadas, sino que existen personas que acaban siendo corrompidas. Además, una característica que tiene este villano es que cuando se presenta en una película, novela o videojuego, no solo se limita a una lucha del bien contra el mal, sino que es más complejo en su narrativa. Como ejemplo está Norman Bates en *Psicosis* (1960) de Alfred Hitchcock (Sánchez, 2020).

Finalmente, encontramos al antivillano, un personaje que, como describe Alfonso Freire (2022), posee unos ideales profundos y que están estructurados. Es decir, se trata de unos villanos “bien contruidos, complejos, creíbles, capaces de robar parte de la atención a los protagonistas y, sin duda, más interesantes para cualquier espectador o lector” (Freire, 2022, p. 121). Además, otra característica que destaca el autor sobre este tipo de personajes es que sus ideales no siempre tienen un fin egoísta o propio y su objetivo no siempre está relacionado en convertirse en las personas más poderosas, intentar dominar el mundo o conseguir poder, fama y riquezas. En ocasiones, estos villanos tendrán unos ideales que se podrían catalogar como buenos, como puede ser salvar a un ser querido o luchar por una causa (Freire, 2022, p.121). Dos ejemplos muy claros que da el autor son los de los antivillanos Ultrón y Thanos (de la saga *Los Vengadores*). “Ultrón afirma que ha sido creado para garantizar la persistencia del planeta; no obstante, el personaje asegura que la única forma de llevar a cabo su objetivo determinado es mediante la exterminación del ser humano” (Freire, 2022, p. 122). Por otra parte, Thanos busca “la supervivencia de las especies, pero, para conseguirlo, no duda en aniquilar la mitad de la población de todas las especies” (Freire, 2022, p. 123).

Aun así, aunque el villano es la antítesis del héroe, Freire no considera que el antivillano sea la antítesis del antihéroe porque este posee una “personalidad idealizada”. Es decir, que aunque lo que haga acaban siendo acciones propias de un villano, lo hace porque considera que es lo correcto y lo que se debe hacer. De la misma manera que el antihéroe tiene una gran complejidad, como hemos visto anteriormente, lo mismo ocurre con los antivillanos. Estos personajes son “más profundos narrativamente”, es por eso que se consideran más “atractivos y atrayentes”, ya que provoca un desafío intelectual a los lectores y espectadores (Freire, 2022, p. 125).

Por otra parte, Manuel Barrero declara en *Los antivillanos en las adaptaciones de cómics de superhéroes* publicados en 2020 que entiende la antivillanía como “la desarrollada por un actante cuya moral natural es reprochable, porque quiere hacer el mal, pero aparentemente se conduce con ética irreprochable”. Para el autor esta antivillanía no se aleja tanto de la villanía, ya que cree que este personaje “hace el mal porque prevé que

con ello se podría obtener un bien parcial a medio plazo o un gran bien a largo plazo, lo cual depende de la estadística” y supone un gran riesgo (Barrero, 2020).

Finalmente, María Bustillos realiza una separación por tipología de los antivillanos que existen en el artículo *Conoces al antihéroe, pero ¿sabes qué es un antivillano?*, publicado en 2021. Según explica la autora, hay estos tipos de antivillano:

- El noble: Se trata de un personaje con “cierto código moral”. Un ejemplo que presenta la autora es el de Ra’s (de *Batman*). Se trata de un personaje que tiene como objetivo “salvar al mundo de su población eliminando a las personas malvadas, lo que incluye borrar del mundo a Gotham, la cuna de la maldad, aún sí eso significa que varios inocentes se vean afectados como daño colateral” (Bustillos, 2021).

- El que da lástima: Se trata de esos personajes que por una razón u otra (vivieron alguna tragedia, la sociedad no les ha tratado bien, actúan por amor...) provocan que el espectador empatice con ellos, aunque sus acciones sean cuestionables (Bustillos, 2021).

- El que tiene buenas intenciones: En este apartado entraría el personaje ya mencionado con anterioridad, Thanos. Se trata de un antivillano que hasta cierto punto busca unos objetivos buenos, aunque no es consciente que la manera de hacerlo no es la correcta, piensa que lo que hace es por un bien mayor (Bustillos, 2021).

- El que no es un villano: Se trata de los personajes que, como explica la autora, “no son activamente malvados”. Se les considera como tal solo porque “su causa se enfrenta directamente al héroe de la historia”. Para entender este tipo de antivillanos un ejemplo muy claro es Bucky (*Los Vengadores*). Este personaje “hizo cosas horribles bajo el control de Hydra, que lo utilizó como un arma muy poderosa. No tenía control sobre lo que hacía, por lo que en realidad no estaba haciendo nada mal conscientemente” (Bustillos, 2021).

1.1.3 Monomito del héroe tradicional de Joseph Campbell

Un gran referente para entender al héroe tradicional y el antihéroe es *El héroe de las mil caras: Psicoanálisis del mito* de Joseph Campbell (1949), en el que el autor explica que “el camino común de la aventura mitológica del héroe es la magnificación de la fórmula representada en los ritos de iniciación: separación-iniciación-retorno, que podrían recibir el nombre de unidad nuclear del monomito. El héroe inicia su aventura desde el mundo de todos los días hacia una región de prodigios sobrenaturales, se enfrenta con fuerzas fabulosas y gana una victoria decisiva; el héroe regresa de su misteriosa aventura con la fuerza de otorgar dones a sus hermanos” (Campbell, 1949, p. 35).

Por lo tanto, la aventura y figura de este héroe, suele seguir un modelo de “separación del mundo, la penetración a alguna fuente de poder, y un regreso a la vida para vivirla con más sentido” (Campbell, 1949, p. 40-41).

Como bien explican Francisco José Gil y Francisco García en *Héroe claro y héroe oscuro en el relato cinematográfico* (2016), a partir de la perspectiva del mito, el objetivo de Campbell es el de exponer “su aventura según el concepto de *monomito*, donde converge el periplo del héroe, apoyándose en importantes mitos de la historia de la humanidad. El autor plantea interesantes paralelismos entre los protagonistas de distintas religiones y creencias, ofreciendo esas claves a través de un itinerario que muestra su viaje” (Gil y García, 2016, p. 3):

El complicado héroe del monomito es un personaje de cualidades extraordinarias. Frecuentemente, es honrado por la sociedad a la que pertenece, también con frecuencia es desconocido o despreciado (John Campbell, 1949, pp. 41-42).

Otro autor que también tiene presente al monomito de Campbell en lo que se refiere al héroe y antihéroe es el ya mencionado en múltiples ocasiones durante el trabajo Alfonso Freire en su libro *Los antihéroes no nacen, se forjan* (2022), quien se guía por la siguiente hipótesis:

El viaje del héroe o monomito no se cumple o se cumple parcialmente en el desarrollo argumental y estructural de los antihéroes y antiheroínas, empezando por el primer estadio o fase del monomito: la llamada a la aventura. A diferencia del héroe, el antihéroe no tiene naturaleza heroica que puede avivarse mediante el heraldo, sino que su motivación nace del odio, la rabia o de propósitos egoístas (Freire Sanchez, 2022, p. 41).

Según Freire, esta “llamada al héroe” presentada por Campbell es “un elemento exógeno, en algunos casos fortuito, como podría ser una «metedura de pata» (Freire, 2022, p. 41),

para acabar en lo que es un “misterio de transfiguración; un rito, un momento, un paso espiritual que cuando se completa es el equivalente de una muerte y de un renacimiento” (Campbell, 1949, p. 55).

Aun así, esta iniciación a la aventura del antihéroe no necesita una presentación del *mundo ordinario*, de Christopher Vogler (2002), desde el cual el personaje recibe *La llamada a la aventura* donde este “se ve obligado a iniciarse en ella, motivado por la venganza o para la búsqueda de la verdad” (Alfonso Freire, 2022, p. 42). Como bien explica Freire, a diferencia de la sintonía que tiene el héroe con el mundo en el que habita, el mundo ordinario no lo está con el antihéroe. Este “suele encontrarse en estado disociado, socialmente inaceptado o en anomia, mientras que la llamada a la aventura no se produce en los preceptos que propone Campbell (2020)” (Freire, 2022, p. 43). La motivación que lo guía tiende a ser egoísta, con la intención de saciar la venganza o buscar la verdad de su pasado, que suele esconder grandes misterios sobre el origen de este. Un ejemplo muy claro que presenta Freire, es el de Kratos, un personaje que motivado por el secuestro y tortura de su hermano Deimos decide enfrentarse a los dioses del Olimpo (Freire, 2022, p. 43).

Victor Sellés, escritor de ficción especulativa, slipstream y novela negra, en su artículo *Cómo crear un buen antihéroe* (2015) explica que las “fases canónicas de la estructura narrativa del viaje del héroe, están más o menos claras” sin embargo, la del antihéroe no tanto. Sellés pone de ejemplo a Bilbo Bolsón y Walter White, estos, “son dos ejemplos de antihéroes que no podrían ser más disitintos” afirma él, pero, si analizamos sus historias “veremos que ambas tienen más cosas en común de lo que parece a simple vista”. Según el escritor, los dos personajes al inicio de sus historias “parten de una vida rutinaria” y “se ven sometidos a un desencadenante, que les obliga a abandonar su zona de confort”, en el caso de Walter su cáncer y en el de Bilbo la aparición de Gandalf, debido al imprevisto, los personajes acabarán “experimentando un proceso de cambio” (Bilbo hacia un héroe y un aventurero y Walter hacia un auténtico villano). Por tanto, el camino del antihéroe, no se distingue demasiado del camino del héroe tradicional. Lo que diferencia sus aventuras de la de un héroe es que “a lo largo de sus respectivas historias, ambos personajes caminan por la cuerda floja, y lo que al final los diferencia de verdad son sus decisiones” (Bilbo se dirige hacia la luz y Walter hacia las sombras) (Sellés, 2015)

Sellés afirma que, la posibilidad que tienen los antihéroes de recorrer su viaje en el sentido que ellos quieran es “uno de los prerrogativos del antihéroe”. Sellés nos cuenta que al final, el antihéroe, durante su aventura, “deberá de decidir uno de los dos sentidos para poder definirse”. Aunque sí que es verdad, reconoce el escritor “que existen muchos

antihéroes que sus viajes a veces no son tan obvios” como pudiera ser el caso de Jack Sparrow. Sellés afirma que “cada una de las decisiones que toma el antihéroe, lo acerca un poco más a una de estas figuras arquetípicas” y es precisamente “la ambigüedad del viaje la que nos resulta tan atractiva” (Sellés, 2015)

En referencia la clasificación de las fases del viaje del antihéroe, creemos que la más completa y actualizada es el que presenta Freire. El escritor menciona 10 estadios o etapas, siendo el anterior, la venganza y búsqueda de la verdad y motivaciones egoístas, el primero. En segundo lugar, él presenta “la penumbra e irremediable caída al abismo”. Lo que vemos en este estadio es que el antihéroe se confía demasiado acerca de lo que posee y considera que puede realizar la tarea individualmente, lo que desemboca en una derrota para él mismo (Freire, 2022, p. 44).

La tercera fase está relacionada con “el conflicto interno” de los personajes y se caracteriza por alcanzar el punto más alto en cuanto a “confrontación, dudas y crudeza”. Tras su primera derrota, empezamos a ver las inseguridades del antihéroe y dejamos de lado toda la soberbia que lo caracterizaba anteriormente (Freire, 2022, p. 45).

“La aceptación de una causa mayor” es el cuarto estadio del viaje de este personaje. Además, también se trata de “el punto de inflexión que le separará diametralmente del vilano”. Es decir, en esta fase lo que veremos es un cambio en la actitud del antihéroe, sus principales motivaciones dejarán de ser egoísmo o venganza, si no que ahora tendrá objetivos más bondadosos, es decir, buscará conseguir “el bien común” (Freire, 2022, p. 46).

Aunque la quinta y la sexta etapa están separadas, Freire considera que en muchas ocasiones van «cogidas de la mano». La primera es la traición, y la segunda es “la oscuridad profunda”, Freire considera que ambas podrían definirse como “la pérdida”. La traición la solemos ver en los personajes secundarios, quienes deciden dejarse seducir por el lado oscuro y fallar al antihéroe. Por otra parte, la oscuridad profunda suele venir dada cuando algo horrible le ocurre a uno de los «pilares fundamentales» del protagonista, es decir, cuando, por ejemplo, muere el compañero del antihéroe (Freire, 2022, p. 47).

Para la séptima fase entramos en la “resiliencia”, es decir, el héroe ya está preparado para superar los obstáculos que se le han ido colocando a lo largo del camino (sobre todo los que ocurren en la quinta y sexta etapa). Muy ligada a esta también está la octava etapa, la de la “debilidad permitida” que consiste en que el antihéroe da por sentado que no es perfecto cuando puede enfrentarse a esa oscuridad (Freire, 2022, p. 48).

Como penúltima etapa, está la “metamorfosis”. Esta etapa, que roza ya el final, es cuando entramos en la última batalla entre el villano o antivillano y el antihéroe. En este estadio es donde el personaje principal “necesita alcanzar su plenitud”, para así poder derrotar al antagonista de la historia (Freire, 2022, p. 49).

La última fase se titula “la victoria mediante el sacrificio”. Con este estadio llegamos al punto en que, aunque el antihéroe suele obtener la victoria, no significa que no haga un sacrificio a cambio. Este en ocasiones puede ser cambiar su identidad o incluso, puede llegar a significar la muerte del personaje por un bien mayor (*vis major*) (Freire, 2022, pp. 49-50).

En conclusión, con las etapas proporcionadas por Freire hemos podido comprobar que “es posible afirmar que partimos de un originario y diferente patrón narrativo que rompe los esquemas estructurales clásicos del monomito”. Además, hemos visto que aunque suele serlo, la venganza no tiene por qué ser el principal objetivo del personaje, o al menos el principal *leitmotiv*. Freire aclara que a veces el *leitmotiv* de los antihéroes puede ser lo que sucede con Wolverine o Geralt de Rivia, “desconocen parte de su futuro y vagan errantes en busca de su destino o de la verdad que les ha sido arrebatada” Aun así, sí que es verdad que en algún momento de la historia “habrá un punto de inflexión” en el que podremos ver como este antihéroe “tome partido de una causa mayor” sacando lo peor de él, es decir, “dará rienda suelta a toda su rabia, ira y brutalidad” (Freire, 2022, pp. 50-51).

A continuación, para acabar, una tabla que muestra cuáles son las 10 etapas que caracterizan este viaje del antihéroe según Freire:

Tabla 1. Las 10 etapas del viaje del antihéroe

Número	Etapas
1	Venganza
2	Caída al abismo
3	Conflicto interior
4	Vis mayor
5	Traición
6	Profunda oscuridad
7	Resiliencia
8	Debilidad permitida
9	Metamorfosis
10	Victoria mediante sacrificio

Fuente: Alfonso Freire (2022)

1.1.4 Los arquetipos de antihéroes

Los antihéroes son personajes complejos y con narrativas muy distintas, por lo que no existe un solo arquetipo que pueda abarcarlos a todos.

Rosemi Mederos, presentadora de *Writing Break*, fundadora de *America's Editor* y especialista en antihéroes, determina que existen muchos tipos de antihéroes, pero que hay tres arquetipos que engloban a la mayoría sin entrar en matices.

Antihéroe pragmático: “Estos personajes pueden seguir parte del viaje del héroe, pero son realistas y saben que a veces tienen que hacer algo malo por un bien mayor” Estos antihéroes “saben distinguir el bien del mal”. Dentro de este arquetipo podemos encontrar, según la escritora, a Sherlock Holmes o Wolverine. Según Mederos, la mayoría de antiheroínas entran en este arquetipo. (Mederos, 2022)

Héroe solo de nombre: Estos personajes realizan “acciones muy oscuras y se acercan mucho a ser un villano” sus objetivos pueden ser buenos pero sus

métodos no. Siempre que les descubran sus acciones, dirán que es por un bien superior. Se empatiza con ellos, ya que son los protagonistas de la trama y sufrimos con ellos su caída. Este puede ser el caso de Dexter Morgan o Walter White. (Mederos, 2022)

Antihéroe sin escrúpulos: Su principal objetivo es cumplir sus deseos e intereses. Su moralidad es casi nula y sus actos se ven reflejados por un trauma de su pasado. Es impulsivo, vengativo y a menudo disfruta con sus actos de violencia. Sin embargo, suelen terminar acabando con el villano principal o alguien que “se lo merecía” (Mederos, 2022)

Reedys Blog, suma a la lista de Mederos dos arquetipos más: El antihéroe clásico y el antihéroe de armadura agria.

Antihéroe clásico: Es un personaje que está plagado de dudas, no es buen guerrero y sus decisiones no son siempre las mejores. Es justo lo contrario al héroe clásico. Es temeroso e inseguro. Su arco narrativo hace que conquiste sus propios miedos y a aceptarse a sí mismo para poder derrotar a cualquier amenaza. Frodo Bolsón es un ejemplo de este arquetipo. (*Reedys Blog*, 2019)

Antihéroe de armadura agria: A diferencia del antihéroe clásico, este tiende a ser sarcástico y más realista. Fundamentalmente es bueno, pero tienden a anteponer la lógica al honor. Son muy cínicos y no sienten que puedan marcar la diferencia, no tienen urgencia por combatir el mal si no les afecta a ellos. Puede que se dude de su ambigüedad moral, pero en su arco narrativo, al igual que el antihéroe clásico, acabará convirtiéndose en un héroe al final de su historia. El ejemplo puede ser Haymitch Abernathy de la trilogía de *Los juegos del hambre*. (*Reedys Blog*, 2019)

La moralidad y valores son los pilares en los cuales se basan los especialistas para definir los diferentes arquetipos de antihéroes, sin embargo, no es lo único que puede determinar a un arquetipo de antihéroe. Muchas veces la fisionomía de los personajes y sus cicatrices o enfermedades, también pueden crear en nuevos arquetipos de antihéroes. Estos son algunos ejemplos que pone el profesor Freire, como el antihéroe endemoniado o el poseído. Freire afirma que pueden existir “tantas categorías de antihéroes, como personajes antiheroicos que existen”. Sin embargo, tras estudiar más de una treintena de antihéroes y antiheroínas de todas las expresiones culturales y formatos narrativos, Alfonso Freire en su libro *Los antihéroes no nacen, se forjan, arco argumental y storytelling en el relato antiheroico* (2022), para entender mejor el contexto

de los tipos de antihéroes que existen, presenta una clasificación de 7 tipologías base de antihéroes que representan a la gran mayoría de ellos, basándose en “su perfil, intrahistoria y características principales”. Dichas tipologías son: dual, mercenario, errante, poseído, ladrón, justiciero-vengador, y demonio o endemoniado (Freire, 2022, p. 58).

Dual: La doble identidad y doble moral es un rasgo que caracteriza en gran medida a este tipo de antihéroes, los cuales en ocasiones les “ha llevado a cruzar la línea invisible que separa el bien y el mal”. La única diferencia entre ellos y un villano, es su “posicionamiento final” el cual se decanta por elegir el bien común en vez de sus intereses propios o su idealismo. Un claro ejemplo, según el autor, es “Natasha Romanoff, más conocida como Black Widow” (Freire, 2022, pp. 59 y 60).

Mercenario: Pueden definirse como “el personaje neutral que realiza encargos militares a cambio de dinero y que jamás toma partido en el conflicto más allá del trabajo por el que ha sido contratado”, suelen no tener demasiados escrúpulos y empatizan poco. Sin embargo, existen algunos personajes que si deciden tomar partido, pero sin renunciar a sus métodos ni motivaciones. Freire, en esta tipología, pone de ejemplo a Deadpool, el “más estrambótico, bocazas y políticamente incorrecto” de los antihéroes de Marvel (Freire, 2022, pp. 61 y 62).

Errante: Estos son unos personajes que “huyen de su pasado, aunque necesitan conocer sus orígenes, o personajes que son rechazados por la sociedad y que vagan entre diferentes mundos sin pertenecer a ninguno, pero, de algún modo, perteneciendo a todos”. Dichos personajes, suelen ser antihéroes “por todo cuanto significan”, su comportamiento o por sus propósitos. Pocas veces estos personajes encuentran la paz en su camino. El escritor pone de ejemplo a Wolverine, pero el de los cómics, uno de los mutantes más queridos por los fans de Marvel (Freire, 2022, pp. 63, 64).

Poseído: Esta tipología de antihéroes se caracterizan por su personalidad caótica y su ira, dichas características, nacen al sufrir o experimentar algún tipo de “posesión, control, fusión o simbiosis con otra fuerza o entidad viva” dicha entidad, los “determina y encamina a realizar acciones de dudosa moralidad o mediante unos métodos difícilmente justificables”. Aquí, se pone de ejemplo principal a Venom, el simbiote de Marvel, el cual pese a no poder considerarse un villano, ya que siempre ha estado más presente en el bando luminoso, del bien

y de la justicia, su brutalidad y sus métodos inquisitivos, sobre todo de su primera versión, hacen dudar de su personalidad (Freire, 2022, pp. 65, 66 y 67).

Ladrón: Estos antihéroes se caracterizan, a diferencia de la mayoría de antihéroes, por no ser “especialmente irascibles o soberbios, pero sí muestran una avaricia poco común, pereza frente a todo aquello que no les concierne y envidian, en tanto que desean poseer lo que no les pertenece o está en posesión de otros”. Evidentemente, estos personajes suelen actuar al margen de la ley y no contemplan el robo como un delito grave, ya que suelen robar a poderosos. Dichos personajes, suelen tener un pasado traumático, el cual les conduce hacia el camino del delito, como es el caso de Felicia Hardy, más conocida como Black Cat, la ladrona y amante del hombre araña (Freire, 2022, pp. 68 y 69).

Justiciero-vengador: Se definen como personajes con “un pasado turbulento en el cual se han producido acontecimientos trágicos, principalmente el asesinato de seres queridos”. Estos personajes anhelan “resarcirse y aplican su propia justicia a aquellos que asesinaron a sus familias y amigos”. Su principal propósito, “la venganza”, aunque estén “alineados con una causa justa o rinda cuentas a un bien común y mayor”. Los métodos de estos antihéroes, son expeditivos, brutales y despiadados, al igual que su aplicación de la justicia. Su ley de vida es la del “ojo por ojo”. El claro ejemplo de esta tipología, es Frank Castle, the Punisher, el castigador de Marvel (Freire, 2022, pp. 72 y 73).

Demonio o endemoniado: Esta última categoría de antihéroes, se caracteriza por ser un demonio, sin embargo, un demonio que realiza “hazañas justas o heroicas”. Aunque, estos personajes, suelen realizarlo a partir de “métodos brutales, con desapego por la sociedad, con excesos, adicciones y el rechazo por parte de los ciudadanos”. Se les considera como seres “que han surgido del infierno para luchar contra el mal”. El aspecto de estos antihéroes suele ser muy carismático. Estos personajes suelen encarnar en su mayoría “el primero de los estadios del viaje del antihéroe: la venganza”. Suelen hacer un pacto con el diablo y vender su alma a cambio de algo, pero, para su desgracia, acaba no siendo de su agrado. De hecho, durante toda su narrativa, suelen estar atormentados por su pasado. Un claro ejemplo que nos muestra Freire, de esta tipología de antihéroes, es el motero infernal de Marvel, Ghost Rider (Freire, 2022, pp. 74 y 75).

1.1.5 El antihéroe en el mundo de los videojuegos y su construcción narrativa

Según Jacques Séguèla en 1980: “el hombre se alimenta de pan y de sueños. Y hasta ahora esos sueños se los suministra fundamentalmente la industria del cine”. Sin embargo, estas últimas cuatro décadas ha aparecido un nuevo creador de sueños, los videojuegos.

A día de hoy el mundo de los videojuegos se ha convertido en una industria que ya tiene un largo recorrido (aproximadamente medio siglo de historia). Según el estudio *Para dominar el mundo del 'gaming'* de DIAACO y publicado en 2022, este mundo de videojuegos y consolas “no ha dejado de crecer, al punto que se estima que en el mundo hay por lo menos 3.100 millones de *gamers* (jugadores)” según cifras proporcionadas por la compañía DFC Intelligence. En el estudio de Viviana Macipe titulado *Análisis de mercado de la industria de los videojuegos: El caso español* y publicado en 2018, la autora explica que esta industria mundial del videojuego “siempre ha mantenido una evolución progresiva y positiva”. Es por ese motivo por el cual se habla de este sector económico como “una industria emergente o joven, precisamente, porque su impacto en el mercado mundial aún se encuentra en vías de expansión” (Macipe, 2018, p. 39).

Además, según un estudio realizado por la EAE Business School titulado *Videojuegos: La industria del presente y del futuro* (2020) los videojuegos han dejado de ser un entretenimiento simple, si no que ahora van mucho más allá, ya que es una de las industrias con “mayor pronóstico de crecimiento a nivel mundial”. Según el artículo, en 2017 los videojuegos “facturaron 108,4 billones de dólares” y dos años más tarde, la cifra “aumentó más del 40%, alcanzando los 152 billones de dólares” a nivel mundial (EAE, 2020).

Como bien explican las periodistas Silvia Sánchez y Mónica Hernández en *La industria del videojuego mueve 1.0000 millones al año y emplea a 30.000 personas en España*, publicado en 2022: “El videojuego es la industria del ocio más importante del mundo; factura más que el cine y la música juntos” (Sanchez y Hernández, 2022)

Tom Wijman explica en el artículo *Los ingresos del mercado de juegos superarán los \$ 200 mil millones por primera vez en 2022 cuando EE. UU supere a China*, publicado en 2022, que en el estudio realizado por Newzoo detallaron que en 2022 los ingresos de esta industria “alcanzarán los 203.100 millones de dólares a través del gasto de los consumidores (+5,4% interanual)”, lo que supondrá un nuevo récord.

Además, como se destaca en el mismo artículo, EE.UU. vuelve a ser el número 1 en cuanto ingresos de juegos por región.

Gráfico 1. Ingresos por juegos a través del gasto del consumidor en 2022

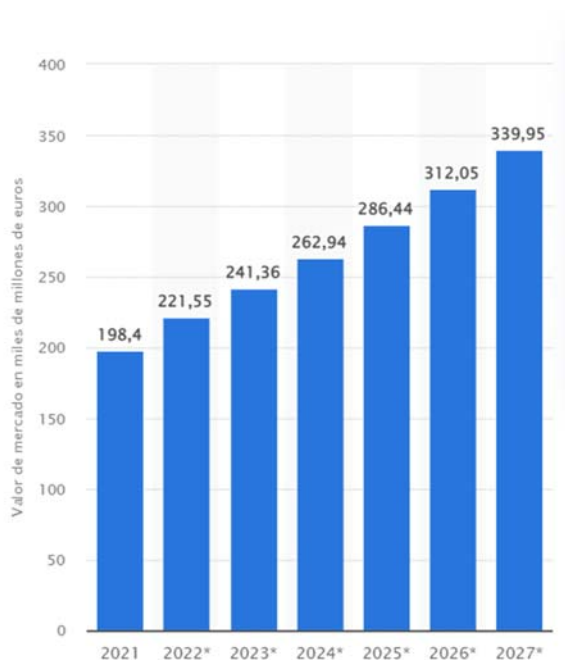


Fuente: Newzoo (2022).

Como podemos ver, “EE.UU. (50.500 millones de dólares) generará más que China (50.200 millones de dólares) en 2022” (Wijman, 2022).

Finalmente, según la empresa especializada en datos de mercado y consumidores Statista, la evolución del valor de mercado de la industria del videojuego aumentará en los próximos años.

Gráfico 2. Evolución del valor de mercado de la industria del videojuego en el mundo entre 2021 y 2027 (en miles de millones de dólares)



Fuente: Statista (2022).

Sin embargo, esta industria no habría llegado tan lejos de no ser por sus protagonistas, sus héroes, villanos y sobre todo por tantos antihéroes que protagonizan sus obras y conectan con los jugadores. Cada vez son más los personajes que no tienen características o rasgos de héroe o de villano, sino de antihéroe, en el mundo de los videojuegos. Algunos ejemplos pueden ser Ezio Auditore de la saga *Assassin's Creed*, Geralt de Rivia de *The Witcher* o Arthur Morgan de *Red Dead Redemption 2*. Una buena pregunta que planteamos es, ¿por qué hay esta aparición de nuevos personajes antihéroes y antiheroínas en la industria del videojuego?

Como explica Freire (2022), los jugadores o *gamers*, cada vez piden más. Es decir, son más exigentes por lo que respecta a cómo se desarrolla un personaje (buscan carisma y profundidad en este) o un guion, buscan que los gráficos, la belleza y composición de los dibujos sea de una calidad más elevada, quieren tramas mucho más complejas, riqueza en los universos narrativos... Por tanto, se muestra como estas obras audiovisuales no han podido evitar "las modas que han afectado e impactado el cine y las series en torno a la construcción de personajes con rasgos antiheroicos" (Freire, 2022, p.141).

Además, lo que ha ayudado a crear un “mejor hábitat para la proliferación de personajes antiheroicos” en los videojuegos han sido esta libertad de creación que se le ha proporcionado al medio, tener la posibilidad de escoger el tipo de moral de los protagonistas, y a su vez de poder romper con los códigos éticos preestablecidos y “la capacidad de subjetividad de la narrativa gracias a la interacción de los *gamers* con el desarrollo del argumento y las subtramas” (Freire, 2022, p. 141). Esto lo podemos ver en algunos personajes como Ada Wong de *Resident Evil* o Solid Snake de *Metal Gear Solid*.

Algo a tener en cuenta de estos “nuevos” personajes antiheroicos de los videojuegos es que “su marca personal se construye con base en una narrativa profunda y compleja, es estéticamente atractiva y ofrece innumerables posibilidades para expandir la trama por medio de nuevos relatos audiovisuales” (Freire, 2022, p. 35).

1.1.6 El antihéroe a la vanguardia de los nuevos videojuegos

Como ya se ha mencionado en el apartado anterior, los videojuegos se han convertido, por demanda de un público exigente, en un criadero de antihéroes de todo tipo. Estos personajes permiten crear historias mucho más profundas y complejas en los videojuegos, creando en la sociedad *gamer* un apego por ellos que no para de crecer.

A continuación, presentaremos dos de los personajes protagonistas de videojuegos más influyentes de los últimos años, los cuales ya hemos mencionado anteriormente; Geralt de Rivia de *The Witcher* y Arthur Morgan de *Red Dead Redemption 2*.

Dichos personajes, han sido, según los rankings de las revistas de videojuegos 1UP, Vandal, 3DJuegos y HyperHype entre otros... dos de los personajes más interesantes y profundos durante esta última generación de consolas.

Y, da la casualidad, que estos dos personajes, además, son susceptibles de poder tener rasgos de antihéroe y salirse del monomito de Joseph Campbell, gracias a las construcciones narrativas que presentan en sus obras.

Como ya hemos mencionado anteriormente (pp. 13 y 14), algunos rasgos que caracterizan a los antihéroes son que (Freire, 2022):

- Son imperfectos, presentan defectos. Soberbia, ira...

- Aunque las acciones que realizan son heroicas, lo hacen mediante métodos brutales.
- En ocasiones realizan tales acciones por venganza o búsqueda de la verdad, normalmente relacionadas con un bien propio, no común.
- Presentan una moral ambigua.
- Presentan alguna enfermedad, trastornos mentales o adicción.
- Son generalmente seres asociales y solitarios que viven al margen de la ley.
- Muchas veces presentan una inteligencia superior.

- **The Witcher 3 - Geralt de Rivia**

Geralt de Rivia es un brujo del siglo XIII creado por el escritor polaco Andrej Sapkowski en 1986 para las novelas *La Saga de Geralt de Rivia*. Hasta ahora, este personaje lleva ya una larga trayectoria y muchas aventuras, ya que ha aparecido en una saga de libros, varios cómics, 3 videojuegos y series de televisión, en específico por la que su fama aumentó: *The Witcher* de la productora Netflix.

Aunque poco se sepa del pasado de Geralt, según explica la periodista Paula Croft en *Geralt de Rivia (The Witcher), el legendario brujo de la Escuela del Lobo* publicado en 2020, “entre los recuerdos del brujo se encuentran algunos detalles de su madre, Visenna, (...) que lo abandonó cuando él era muy pequeño en Kaer Morhen, la Escuela del Lobo”. Por otra parte, por lo que respecta al padre del protagonista, fue el guerrero Korin. Aunque, para Geralt la verdadera figura paterna es Vesemir, el brujo que “se encargó de criar y entrenar a una generación (de) futuros brujos, además de hacerles pasar por el duro proceso que conlleva la experimentación mutágena”. (Croft, 2020).

En cuanto a la personalidad del personaje, se trata de un brujo que “demuestra que no es de los que se muestra imperturbable ante las injusticias”, además, no le importa tener que blandir su espada o matar. Lo prefiere a “quedarse mirando sin hacer nada mientras seres inocentes son asesinados (...). Geralt sabe escoger lo que él considera el mal menor” (Croft, 2020).

Se trata de un brujo “con su propio código moral, que intenta posicionarse siempre del lado del inocente”. Y, además, tiene sus propias normas como la de “no acabar con la vida de ningún dragón”, ya que considera que son seres de gran nobleza e inteligencia. Una buena manera de describirlo es la utilizada por su fiel amigo, el bardo, Jaskier (Croft, 2020):

He aquí a nuestro héroe: sometido a mutaciones y un riguroso entrenamiento con la espada y la brujería en su niñez, se ha convertido en un cazador de monstruos sobrehumano. Siempre sin blanca, siempre despreciado por aquellos a los que protege, vaga por el mundo en busca de trabajo. El destino se apiada poco de él y acumula obstáculos en su camino, pero a pesar de ello, él sigue adelante lentamente. Tiene más escrúpulos que pulgas un mendigo, la duda se apodera de él incluso cuando una banda de rufianes lo asalta con cuchillos en el camino. ¿Es un buen hombre? No lo creo. ¿Intenta conservar su humanidad? Creo que sí (Jaskier).

Para saber más acerca de la personalidad de Geralt, es muy importante hablar de Cirilla de Cintra, ya que el papel que adopta el personaje con esta chica es el de “protector y en cierta forma también en el de padre”. Y aunque a Geralt “le cuesta educarla de una forma convencional (...) Ciri aprende una serie de lecciones y habilidades (...) gracias a las enseñanzas del brujo” (Croft, 2020).

Finalmente, otro punto muy importante del brujo es que aunque “se esfuerce en aparentar que no necesita a nadie a su lado y que está mejor solo, es una de las mentiras que se intenta contar a sí mismo”. Durante sus múltiples historias, Geralt conoce a un sin fin de personajes que o bien le acompañan en duras batallas o se encargan de cantar canciones acerca de él (como sería Jaskier), es por eso que aunque el protagonista dice estar solo, en verdad nunca lo está. El mismo Jaskier, ofrece la siguiente “reflexión” del brujo (Croft, 2020):

Geralt de Rivia es un personaje realmente excepcional. Un breve encuentro con él podría tentarnos a tacharlo de ser un mero espadachín, un simple cazador de monstruos, un tosco practicante de un sucio oficio, pero si lo miráis más de cerca pronto descubriréis que es un hombre de profundidades insondables, de puntos de vista únicos y con una gran experiencia que abarca todo el mundo. En la superficie es introvertido, reservado y hasta podría decirse qué gruñón, pero debajo hay un mar desbordante de bondad, un buen sentido del humor y una gran presteza en ayudar a sus amigos, ya sea con un buen consejo o blandiendo la espada magistralmente. Es un hombre de apariencias y modales bruscos y a veces desastrosos, pero que, sin embargo, disfruta de una gran estima por parte del bello sexo. Es, por resumirlo, una contradicción andante (Jaskier).

En conclusión, como explica la autora (2020) se trata de:

Un personaje profundo y con muchos matices (...). Un hombre que, a pesar de todas las experiencias traumáticas que carga a sus espaldas, no ha perdido la humanidad que lo caracteriza. Un brujo que luchará hasta el último momento por defender a aquellos a los que estima y que no se rendirá sin oponer batalla. Hasta su último suspiro, luchará por combatir la injusticia que tiñe el oscuro mundo de fantasía construido por Andrzej Sapkowski (Paula Croft, 2020).

- **Red Dead Redemption 2 - Arthur Morgan**

Arthur Morgan es un forajido del Salvaje Oeste del siglo XIX y cabecilla de la banda dirigida por Dutch Van der Linde creado para el videojuego Red Dead Redemption 2 de Rockstar Games en 2018.

Aunque no sepamos mucho del pasado de Morgan, Rockstar declara que “desde que era un chiquillo, Arthur ha sido el mejor matón de Dutch. Nunca ha conocido otra vida que la de forajido” (Rockstar Games, 2022). Además, como explica la página web Ign, ya desde una edad temprana, “Arthur fue puesto bajo el ala de Dutch”, el líder de la banda. Las circunstancias que llevaron al pequeño Morgan a acabar con este grupo de delincuentes peligrosos no están muy claras, pero lo que sí está claro es que “los años que pasó junto a Dutch lo llevaron a reclamar la vida fuera de la ley como propia” (Ign, 2018).

Varios son los autores que han hablado de la personalidad del famoso vaquero Arthur Morgan, la propia productora Rockstar Games lo describe como: “Es avispado, frío y despiadado, y entiende el honor a su manera. Un hombre que nunca deja nada a medias” (Rockstar Games, 2022).

Hay quienes consideran que aunque sigue cumpliendo los “estándares del *cowboy* tradicional” tiene unas características propias que es lo que atraen al jugador:

Bajo la coraza, se esconde un hombre castigado, con valores y creencias que se tambalean, y ligado a una vida de la que no puede escapar porque nunca ha conocido otra forma de vivir. Arthur podría encajar en el arquetipo de personaje cliché del “tipo duro”, pero no uno cualquiera, sino uno que lo es por necesidad, uno al que su propio mundo ha construido (Carlos ‘Wolfgang Aktion’).

La página web Ign también definen a Arthur como:

Es un tipo duro. Es un asesino, un ladrón y se muestra cómodo con una gran cantidad de otros trabajos que son igual de sucios. Pero eso no necesariamente lo convierte en un mal hombre (...). A pesar de su aspecto exterior áspero, el Sr. Morgan tiene el potencial de ser uno de los protagonistas más convincentes de este año (Ign, 2018).

Aunque muchos coinciden en que se trata de un hombre bruto, también concluyen que sabe tener juicio, “es un líder razonable e imparcial”. Además, es un personaje que “hará cualquier cosa para proteger a las personas que adoptó como familia”, es decir, la banda Dutch Van der Linde (Ign, 2018).

El jefe editorial de Webedia Gaming y director de 3DJuegos, Álvaro Castellano, también habla acerca de este carismático personaje en su artículo *Personajes Creíbles: Arthur Morgan de Red Dead Redemption 2* publicado en 2019.

Según Castellano, Morgan es una persona “dura, pero justa”. Alguien que es como es por obligación. Considera que “tiene una buena persona luchando por salir en su interior” (Castellano, 2019). Además, añade que “al contrario que otros (anti)héroes de Rockstar, hay algo en el interior de Arthur que le diferencia. Hay un conflicto en su interior” (Castellano, 2019).

Estos son solo dos ejemplos de los nuevos personajes que están protagonizando los videojuegos más icónicos de los últimos años. Personajes en un conflicto interno permanente entre el bien y el mal, marginados o fuera de la ley, con enfermedades, en una evolución constante y alejándose de la perfección de las clásicas y ficticias identidades de los héroes, para acercarse más a la imperfección y fragilidad de los seres humanos.

1.2 Marca Personal

Cecilio Mella González, en su tesis doctoral *Construcción de marca en las series de ficción: el caso de Águila Roja*, publicada en 2018, explica que la marca es “un término anglosajón, conocido como “*brand*”, cuyo significado es “fuego”, en alemán” y que, dicho concepto, ha sufrido diferentes variaciones a través de los años, lo cual, a su vez, ha permitido que “en la actualidad se persiga crear marcas en diferentes ámbitos, tales como: marca personal (*personal branding*), marca ciudad (*Brand City*), marca de títulos

audiovisuales (*Title Audiovisual Brand*), marcas cinematográficas (*Brand Movie*), de series televisivas, entre otros” (Mella, 2018, pp. 51 - 52).

El término marca personal apareció por primera vez en el artículo de Tom Peters (1942) *The Brand called You* en 1997. En este artículo Peters menciona que cada uno de nosotros es una “Me. INC o “Yo, S.A.” y que, por ello, podemos gestionar la marca personal como si fuese una marca comercial para una empresa. De hecho, en el libro *50 claves para hacer de usted una marca*, publicado en el 2000 por Tom Peters, el autor define a la marca personal como “un concepto pensado para diferenciar a un profesional de otro, aunque vendan lo mismo”. Es un concepto que surge en una época donde se vive un cambio de paradigma, pasando de la era industrial a la era del conocimiento. Según Peters, la marca personal en sus inicios “estaba más enfocada en ayudar a las personas a encontrar un mejor empleo; sin embargo, sus resultados positivos han trascendido a otras áreas como la de emprendimientos y negocios” (Peters, 2000).

Para Tom Peters es necesario antes de crear la marca personal, saber quiénes somos y tener claro el producto que se vende. A esto se le llama tener, según el escritor, “responsabilidad personal”. Además, añade que “no se puede ser exitoso en un tema que no dominemos a la perfección y es imposible llegar a ser casi perfecto si no amamos lo que hacemos” (Peters, 2000).

Por ello, según Peters, “es indispensable aprender algunas habilidades; es decir, una persona experta en un tema no solo debe tener conocimiento, también debe ser capaz de demostrar todos los proyectos exitosos que ha conseguido”. Además, “deben existir personas que den fe de que aquello que se dice es cierto; es decir, “contar con testigos sobre nuestra experticia” (Peters, 2000).

Otro aspecto indispensable de la marca personal para este autor es el aspecto personal que se tenga, “si se quiere triunfar hay que vestirse como un triunfador” afirma. De igual forma, el diseño importa, las tarjetas de presentación o la creación de una página web resultan para este autor esencial: “las técnicas de oratoria también son indispensables, así como el carácter o la actitud que se tenga ante la vida” (Peters, 2000).

Peters llevó el concepto de marca personal más al apartado profesional. Sin embargo, en 2009, Daniel Schawbel y expertos en *FrontPage*, actualizaron el concepto de marca personal por su popularidad, diciendo que: “la marca personal consiste en descubrir certezas y particularidades de uno mismo y transmitir las a los otros” (Schawbel, 2009).

Schawbel (2009) desmarcó ligeramente el concepto de que la marca personal solamente sirviera para un propósito comercial y lo enfocó hacia la construcción de una personalidad pública, teniendo en cuenta atributos y habilidades de cada individuo, sobre todo en el entorno digital. En su obra *YO 2.0 - 4 pasos para construir tu futuro*, escrita en 2015, lo deja claro: “Uno tiene la oportunidad de destacarse y hacerse un nombre a través de su marca. Debe destacarse como individuo por sus cualidades únicas y habilidades para promocionarse” (Schawbel, 2015).

Según Schawbel (2015), “las sensaciones que obtienes de los demás van construyendo tu marca personal, y lo hacen desde una perspectiva dinámica”. El autor resalta que “las percepciones que tienes de los de tu alrededor varían día a día, tanto en el entorno físico como en el digital”.

Schawbel insiste en su obra que “al igual que cuando montas en bicicleta, si dejas de pedalear te caes, si dejas de trabajar tu marca personal, su posicionamiento cae”. Poniendo de manifiesto que el branding personal, por tanto, ha de trabajarse día a día para obtener los resultados deseados. Leyendo al autor, esto se consigue “utilizando todas las herramientas que tengas a tu alcance, y verás que son muchas y gratuitas, mostrar a tu público todas las cosas positivas que tienes dentro para conseguir el objetivo que te propones” (Schawbel, 2015).

Schawbel en su libro (2015) explica las tres leyes del *branding personal* que todo individuo debe respetar si quiere construir una marca personal pura y con valor.

En primer lugar, destaca la autenticidad:

No queremos ni podemos fingir lo que no somos. La autenticidad significa mostrar de verdad quién eres y qué es lo que sabes hacer. No podemos caer en el error de crear una imagen falsa de nosotros mismos. Intenta que tu contenido sea original. No hay nada que afecte más a tu credibilidad que el hecho de que tu público sepa que les has engañado (Schawbel, 2015).

En segundo lugar, destaca la transparencia entendida desde dos puntos de vista:

1- Transparencia en lo que somos y hacemos. “No escondas tu mundo profesional, el público quiere poder verificar lo que les estás contando” (Schawbel, 2015).

2- Transparencia entendida como responsabilidad ante el error. “Todos nos equivocamos alguna vez y cuando ocurre es preferible disculparse y mostrar que no ha habido mala fe” (Schawbel, 2015).

En tercer y último lugar, el autor destaca la visibilidad:

Aprovecha las ventajas de la red. Es un escaparate para dirigirte a tu público y para que ellos se dirijan a ti. Necesitas que la gente te posicione en la categoría que a ti te interesa. Las redes sociales y blogs suponen una oportunidad excelente, puesto que puedes conocer a gente con poder de decisión con la que antes no habrías tenido la posibilidad de contactar. No pierdas el tren, aprovecha todos los canales en los que pueden estar tus públicos para que tu contenido sea visible para ellos (Schawbel, 2015).

Para cerrar esta primera parte de marca personal, acudimos a Andrés Pérez Ortega (1967, Madrid), especialista y gurú de la marca personal. En su libro *Marca personal para dummies*, publicado en 2014. Pérez afirma que “cuando las personas piensan en tu nombre o en tu aspecto, lo asocian a una emoción”. El escritor cuenta en su libro que hay mucha gente que dice no querer “tener” una marca personal. Sin embargo, el especialista reitera que la gente “olvida que es imposible no generar impacto en los demás”. Según el escritor madrileño, “cualquier persona tiene unas características y cualidades que la distinguen y que ocupan un espacio, aunque sea pequeño, en el recuerdo de los demás”. Pérez define la marca personal como “tu sombra” la cual “siempre va a tu lado y representa lo que eres” (Pérez, 2014, p. 26):

Tu marca personal transmite mucha información sobre ti en un instante. Es una buena forma de representar tu identidad y de reflejar tus cualidades. Si quieres que te conozcan, deberás hacer algo para generar un recuerdo. Por lo tanto, tu marca personal solo podrá existir si haces algo que influya en tu entorno (Pérez Ortega, 2014, p. 31).

Pérez (2014) narra que en la marca personal “lo que la gente percibe de ti es el resultado, consecuencia, efecto de las acciones, reacciones y decisiones que tomas a lo largo del tiempo”. Dichas acciones, cuando las ejecutamos de forma ordenada, enfocada y coherente, tenemos “un plan de personal branding que derivará en una marca personal”.

El escritor (2014) afirma que “la marca personal se asocia al comportamiento y viceversa”. Desvela que “cuanto más frecuente ha sido ese comportamiento, más incrustado está en la marca”. Por tanto, “una marca personal es la suma total de tus logros, hábitos, actitudes y acciones a lo largo del tiempo aunque no sepas cuál es, ni

cómo la has creado” Ortega finaliza diciendo que “tu marca se ha construido gracias a tus acciones a lo largo de tu vida” (Pérez, 2014, p. 28)

1.2.1 La marca personal y la construcción de una identidad e imagen de marca

La profesora Gabriela Salinas (2020) especialista en gestión y evaluación de marcas, en el blog universitario de la escuela ESIC de Barcelona, define a la marca personal como:

Aquello que somos, nuestros valores y el impacto que queremos tener en el mundo. Esto se expresa con nuestras palabras, pero aún más con nuestras acciones y la forma en la que gestionamos nuestras relaciones con los otros. Todo ello impacta en nuestra capacidad de influencia (Salinas, 2020).

Salinas, para seguir con la premisa de Pérez Ortega comentada al final del punto 2 de este marco teórico, pone también en valor la definición de marca personal de Jeff Bezos. Para el empresario, una marca personal es “lo que la gente dice de ti cuando no estás presente” o dicho de otra forma, la marca personal construye lo que en publicidad conocemos como la imagen de marca, es decir, la percepción y opinión subjetiva que tiene el público sobre ti. Como bien encaminan Bezos, Salinas y Pérez, la marca personal, ya no solo es un aspecto comercial y curricular, sino que ahora, también forma parte de ti como persona frente a la sociedad. Por tanto, tu imagen se puede ver afectada o ensalzada dependiendo de tus actos, acciones, sensaciones, tus valores o tus actitudes, entre otras...

La profesora menciona que en inglés “existe una palabra específica para resumir la métrica perfecta con la que evaluar la capacidad de nuestra marca personal para influir en otros: *likeability*.” Sin embargo, en español, solemos llamarlo factor-L o el poder de la atracción (Salinas, 2020).

Salinas comenta que existen 4 tipos de aspectos fundamentales, llamados las 4Vs, que permiten a un individuo fortalecer su marca personal, incrementando de esta forma nuestro factor-L. Estas 4 son:

- Valor intrínseco
- Valor de ser diferente
- Visión
- Valores

Además, la profesora catalana, también ha comentado 6 directrices para construir y mantener una marca personal fuerte:

1. Entender quién eres y qué impacto quieres causar en el mundo.
2. Entender qué te hace diferente.
3. Controlar tu narrativa con coherencia, claridad y constancia.
4. Hacerte visible. No tengas miedo de dar tu opinión, aunque sea disidente.
5. Gestionar tu riesgo reputacional: A quién te asocias, qué dices y cómo lo dices es sumamente importante.
6. Ser coherente: Todo lo que haces construye y destruye marca. Procura que sea coherente con tus valores, tu visión y tus convicciones.

De hecho, esto lo confirma Cecilio Mella en su tesis doctoral (2018) cuando dice que:

La imagen de marca es la realidad psicológica, es la percepción que se tiene sobre lo que proyecta una marca concreta, lo que se piensa. Se obtiene a través de la construcción de la identidad visual, del conjunto de acciones y actuaciones de la marca y experiencia de los consumidores (Mella González, 2018, p. 84).

Siguiendo por esta vertiente, Andrés Pérez, de nuevo, en su libro *Marca personal para dummies* publicado en 2014, menciona que la marca personal “no se tiene, se deja”.

Si te fijas en tus brazos o en tus piernas verás cicatrices, señales, arrugas. Son señales que el tiempo y las circunstancias han dejado en ti. El personal branding tiene que ver con dejar huella en otras personas. Si esa huella que dejas está bien definida y la comunicas de forma eficaz, influirás en sus emociones. Dejar marca es ocupar un espacio en la mente de otras personas que es el lugar, terreno o local comercial más valioso del mundo. Pero si no hay interacción, no hay impresión. Para dejar huella debes actuar, debes hacer algo, realizar alguna acción para producir un efecto en alguien. Cuanto más eficaz y repetido sea ese impacto, más memorable o duradero será el recuerdo (Pérez Ortega, 2014).

El escritor madrileño (2014), tal y como hemos mencionado en una cita anterior suya, afirma que, la marca personal “es una buena forma de representar tu identidad y de reflejar tus cualidades” (Pérez, 2014, p. 27).

Además, Cecilio Mella (2018) afirma que “por defecto, la marca tiene su identidad arraigada en sus valores” y los valores van intrínsecos en la marca personal del individuo. De hecho, según Neus Arqués, escritora, analista y conferenciante sobre la marca personal desde hace más de 20 años, sostiene que, “las personas somos equiparables

a las marcas en tanto que poseemos valores y atributos. El éxito profesional pasa, pues por entender y desarrollar nuestra “marca personal” (Arqués, 2017)

Por lo que, podemos afirmar que, la construcción de una identidad e imagen de marca, depende directamente de los valores y atributos de la marca personal de cada uno. Y cómo dice el escritor Pérez (2014) “Todos, nos guste o no, tenemos una marca personal”.

Para finalizar, si hablamos de la construcción de la marca personal y todos sus atributos, hay que tener en cuenta cuatro elementos externos que, sin duda, crean cambios y moldean, no sólo las marcas personales, sino cualquier marca: el tiempo, el espacio, el contexto y el entorno.

Estos cuatro elementos los menciona el profesor y experto en *branding* Agustín Correa (2021) en su plan académico y profesional, para la construcción de marcas, el plan FOCO.

Correa determina que, toda marca, está sujeta a estos cuatro elementos y que sin ellos, la marca no podría existir, ni ser la que es. Por ello, para entender una marca, su construcción, evolución y posicionamiento, se deben tener en cuenta los cambios que crea el tiempo, espacio, entorno y contexto, según ciertos acontecimientos que golpean a la marca.

Si bien estos elementos, no cambiarán al completo la esencia o el ADN de la marca, como lo llama Correa, sí que podrían modificar ciertos atributos o valores, debido a la experiencia sufrida.

Para reforzar la mención de estos cuatro elementos y su verdadera influencia en las marcas, rescatamos uno de los experimentos más interesantes realizados sobre el comportamiento humano. El experimento se realizó en 1971 y se llamaba *La prisión de Stanford*, dirigida por el psicólogo y profesor Philip Zimbardo (1933) e investigadores de la Universidad de Stanford. Dicho experimento partió de la pregunta: ¿Te consideras buena persona? Según Zimbardo, es una pregunta simple, sin embargo, responderla requiere pensar un poco.

El experimento constaba de separar durante unos días a 24 hombres de clase media en dos grupos, unos serían guardias y otros reclusos. Dichos grupos estarían encerrados en una “prisión” y se les despojaría de nombres, edades... en definitiva de su identidad, para así favorecer la implicación en sus roles. El experimento tuvo que suspenderse tras una semana, pues los dos grupos, debido a la interacción entre ellos, habían tenido conductas

muy agresivas contra el otro grupo, debido a que habían sido absorbidos por sus papeles y por el contexto en el que se encontraban, sobre todo el grupo de los guardias, haciéndoles cambiar drásticamente sus conductas y su moralidad en comparación a antes de entrar al experimento.

El psicólogo estadounidense, tras el experimento, detectó que las personas hoy día mantenemos un equilibrio moral en sociedad debido a las leyes que nos rodean, pero cuando esas leyes se modifican y modifican ciertos roles sociales, pueden cambiar a las personas, especialmente si los roles están fuertemente estereotipados como es el caso de los guardias. Zimbardo concluyó, que “la maldad no es algo atribuible en exclusiva a una serie de personas de naturaleza mezquina, sino que viene explicada en gran parte por el contexto que percibimos. Cada persona tiene el potencial para ser un ángel o un demonio” Con esta reflexión, Philip resaltó la importancia que tenía el contexto en las personas a la hora de actuar. El psicólogo resaltaba que a la sociedad “le resulta reconfortante pensar que la mentira, la crueldad y el robo existen solo en “malas personas”, gente a la que etiquetamos de esta manera para crear una distinción entre ellos y el resto de la humanidad” sin embargo, Zimbardo remarcó que “ante ejemplos de mala práctica o corrupción es frecuente oír opiniones del estilo “tú habrías hecho lo mismo estando en su lugar”. Esta última es una afirmación sin fundamento, pero refleja un aspecto interesante de las normas morales: su aplicación depende del contexto”. (Zimbardo, 2000)

El experimento fue sencillo, pues solo se modificó el entorno, tiempo, espacio y contexto de los participantes, sin embargo, en pocos días, estas modificaciones sirvieron para modificar sus valores, atributos y su forma de ser, haciendo que sus identidades evolucionaran para adaptarse a la nueva situación.

Este comportamiento, años más tarde el profesor lo apodararía como “*The Lucifer effect*” el efecto de pasar del bien al mal de forma extrema. Este efecto bautizado por el profesor determina que “los factores situacionales, las dinámicas sociales de un contexto en concreto y la presión psicológica pueden hacer germinar en nosotros la maldad”. (Zimbardo, 2000)

2. Hipótesis

Este trabajo pretende encontrar la marca personal del antihéroe a raíz del estudio y análisis de dos de los antihéroes más icónicos del mundo de los videojuegos.

Tras el desarrollo del marco teórico acerca de la figura del antihéroe y la marca personal, se va a intentar responder a la pregunta planteada al inicio de la investigación: *¿Existe la marca personal antiheroica la cual va intrínseca en todos los personajes antihéroes o antiheroínas?*

H1. No todos los antihéroes tienen la misma marca personal.

H2. La marca personal antiheroica es muy humana.

H3. La marca personal se forja durante el viaje del antihéroe y no siempre el personaje puede determinarla a su gusto. A veces, se crea a partir del ecosistema y del trasfondo narrativo del personaje.

H4. La marca personal de un antihéroe, se empieza a construir a partir de un trauma.

3. Estudio de casos

Diseño de la investigación

La presente investigación se divide en tres partes, la primera, el análisis narrativo de dos personajes de videojuegos; Joel (*The last of us*) y Kratos (*God of war*). Dichos personajes han sido escogidos por ser los protagonistas de sus obras y ser dos de los personajes más amados por la comunidad *gamer* en la tercera y cuarta generación de consolas.

En la segunda parte se realiza el análisis de la marca personal de ambos personajes. Y, finalmente, se comparan las dos marcas personales de ambos y se determina cuáles son los elementos que conforman la marca personal de la mayoría de antihéroes.

Las tres partes buscan dar respuesta conjuntamente, tanto a las preguntas de investigación como a las hipótesis del trabajo, además de cumplir los objetivos planteados.

El método de recogida de información será puramente cualitativo.

Diseño del estudio de casos

En la primera fase de la investigación, se realizará, aplicando en los dos personajes escogidos, un modelo de estudio narrativo desarrollado por Freire (2022) o como el autor lo llama: “Radiografía”. El análisis narrativo tiene como objetivo determinar los rasgos antiheroicos que marcan al personaje y su personalidad, basándose en su narrativa y arco argumental. Para ello, hemos diseñado una tabla donde podremos plasmar de una forma más estructurada estos elementos.

Tabla 2. Modelo de tabla de análisis narrativo para personajes.

RADIOGRAFÍA NARRATIVA ANTIHEROICA	
ELEMENTOS	CARACTERÍSTICAS Y ATRIBUTOS
Leitmotiv	
Objetivos	
Arco de transformación del personaje	
Cambios sustanciales que generan la transformación	
Rasgos antiheroicos que cumple en su viaje	
Rasgos ambientales y factores externos que propician el relato antiheroico	

Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Alfonso Freire (2022).

Un concepto que se tratará en este apartado práctico es el de *leitmotiv*, que según explica la RAE (2022) es el “motivo central o asunto que se repite, especialmente de una obra literaria o cinematográfica”. Es decir, en el mundo de los videojuegos, como explica Juan Eguren en *T3x20 Evolución del Leitmotiv: Saga Battlefield (2018)* es:

Sinónimo de repetición, pues es un fragmento musical que se le atribuye a un personaje, un lugar o un acontecimiento. Hay casos en los que cobra tal importancia que es el más representativo de audiovisual en cuestión y se le conoce como «Main Theme» (o tema principal) (Eguren, 2018).

Además, con el fin de poder entender mejor a los personajes y poder así desarrollar mejor la segunda fase de este estudio de casos (análisis de marca personal), hemos creído oportuno, antes de iniciar la radiografía, explicar toda la historia de los personajes, su trasfondo narrativo/lore, es decir, el universo en el que se encuentran, además de sus rasgos físicos y psicológicos más notables y sus habilidades.

Tras todo este análisis, analizaremos todos los rasgos y atributos sustraídos y si estos responden o no a algún estereotipo heroico del sustrato cultural mitológico o moderno, o más bien a atributos y características más cercanas a la personalidad antiheroica. De esta forma, podremos determinar si los personajes son antihéroes o no y a qué arquetipo pertenecen, según los 7 arquetipos desarrollados por Freire (2022), los cuales creemos son los más completos y variados, explicados en el marco teórico. También analizaremos las fases de sus viajes del antihéroe, con el formato de Freire (2022).

Con los rasgos antiheroicos de cada uno de los personajes ya extraídos y analizados, podremos avanzar a la siguiente fase del estudio de casos: el análisis de la marca personal.

Esta fase tiene como propósito, distribuir entre los diferentes elementos que conforman un modelo de marca personal, los atributos y características antiheroicas extraídas de cada uno de los personajes. El objetivo es poder determinar la marca personal de cada uno de los antihéroes.

Sin embargo, para entender la marca personal de cada personaje, es imprescindible conocer los momentos claves de la narrativa del personaje, al igual que el contexto, tiempo, espacio y entorno donde suceden. Por lo tanto, antes de determinar la marca personal de cada antihéroe, se aplicarán estos cuatro elementos en los cambios narrativos más importantes que tienen los protagonistas en sus obras, para así poder entender la evolución que tienen sus marcas personales a lo largo de su narrativa.

Para completar este análisis, hemos creado una tabla en la cual se encuentran todos los atributos que se deben tener en cuenta, para el desarrollo de una marca personal.

Hemos tenido que desprofesionalizar el análisis, para así adaptarlo no tanto a un análisis de marca personal para profesionales, sino a un análisis para personajes de ficción. Por lo que, habrá ciertos atributos que normalmente deberían estar en el análisis de una marca personal para profesionales y que aquí no estarán.

En este análisis, hemos tenido en cuenta atributos de la marca personal marcados por modelos de diferentes autores y especialistas en este concepto: Dan Schewbal, Andrés Pérez Ortega, Cláudio Inácio y Agustín Correa.

Tabla 3. Modelo de tabla de análisis de marca personal para personajes antiheroicos.

ANÁLISIS DE MARCA PERSONAL ANTIHEROICA	
ATRIBUTOS	RASGOS ANTIHEROICOS
Misión	
Visión	
Valores positivos y Antivalores o valores negativos	
Filosofía	
Identidad	
Personalidad (tono)	
Atributos físicos y psicológicos	
Identidad visual y atributos estéticos	
Branding Sonoro	
Fortalezas	
Debilidades	
Experiencia	

Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Dan Schewbal (2015), Andrés Pérez Ortega (2014), Cláudio Inácio (2016), Agustín Correa (2021)

Tras relacionar qué rasgos antiheroicos pueden construir los atributos de la marca personal de cada uno de los personajes, dependiendo del tiempo, espacio, contexto y entorno en el que se encuentran en su narrativa en cada momento, pasaremos a la última fase de este estudio de casos: La creación de la marca personal madre de los antihéroes.

En esta fase final de la investigación, se compararán los rasgos y características que hayan coincidido en cada uno de los atributos de las marcas personales de ambos

personajes y se plasmarán en una tabla final (idéntica a la *Tabla 3*) para así poder definir la marca personal madre de todo antihéroe. O por lo menos los rasgos y características más inequívocas que conforman toda marca personal de un antihéroe.

Tabla 4. Modelo de tabla de marca personal madre antiheroica.

MARCA PERSONAL DEL ANTIHÉROE	
ATRIBUTOS	RASGOS ANTIHEROICOS
Misión	
Visión	
Valores positivos y Antivalores o valores negativos	
Filosofía	
Identidad	
Personalidad (tono)	
Atributos físicos	
Atributos psicológicos	
Identidad visual y atributos estéticos	
Branding Sonoro	
Fortalezas	
Debilidades	
Experiencia	

Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Dan Schewbal (2015), Andrés Pérez Ortega (2014), Cláudio Inácio (2016), Agustín Correa (2021).

Hay que tener en cuenta que esta investigación tan solo analizará a dos personajes antiheroicos, de un solo género y del mundo de los videojuegos, por lo que el resultado final puede no ajustarse a todos y cada uno de los antihéroes que existen. Sin embargo, sí que creemos que puede plasmar una primera visión de la marca personal de los antihéroes con bastante precisión.

3.1 Estudio de casos - Análisis narrativo - Joel Miller - *The last of us* (2013 - 2020)

Figura 1. Frame de Joel Miller hablando con Ellie (*The last of us* parte 2)



Fuente: Youtube (2020)

Historia y lore del personaje:

El universo de *The last of us* es una distopía del mundo de hoy día.

Si nos remontamos a los orígenes de Joel, es un hombre que nació el 26 de septiembre de principios de los años 80 en Texas (EE.UU) y que se crió con su hermano menor Tommy. Al principio, la vida del personaje era de lo más corriente. De pequeño soñaba con ser cantante, pero a muy temprana edad tuvo una hija, Sarah, a quién prácticamente crió solo porque su exmujer, y madre de la niña, le abandonó.

Joel trabajó como carpintero junto a su hermano Tommy y lo compaginaba con criar y pasar tiempo con su hija.

El papel de Joel en *The last of us* empieza cuando el 26 de septiembre de 2013, tras acostar a su hija, Joel es atacado por su vecino que parece estar poseído o infectado, por lo que se ve obligado a abatirlo a tiros con su revólver para protegerse. Joel coge a su hija y junto a su hermano huyen del lugar por una carretera secundaria en la cual tienen un accidente automovilístico. Una vez consciente de lo ocurrido y habiendo sacado a Sarah del coche, Joel corre con su hija en brazos, aunque no llegan muy lejos, ya que un soldado abre fuego contra ellos (por orden de su oficial al mando). Aunque Tommy llega a tiempo para matar al soldado y así salvar a Joel, no lo hace lo suficientemente rápido para salvar a Sarah, quien recibe un disparo y muere en los brazos de su padre.

Este es el trauma de Joel que marcará toda su narrativa. De hecho, debido a sus recuerdos y el mundo que le rodea, contempla el suicidio como vía de escape varias veces, aunque nunca lo lleva a cabo.

A partir de ahí, los años pasan y Joel, junto a su hermano Tommy, sobreviven cometiendo acciones siniestras y moralmente poco justificables. Joel ya no es el mismo, es violento, despiadado y castiga de forma inquisitoria a todo aquel que se cruza en su camino, como si de una venganza personal, por la muerte de su hija se tratase. Su moral se mueve por el egoísmo y la supervivencia de salvarse a sí mismo en un mundo postapocalíptico, donde prima la ley del más fuerte y donde el virus cordyceps convierte a los seres humanos en una especie de zombis. El personaje, durante este periodo, tortura, engaña y mata a cientos de personas inocentes. De hecho, es conocido por muchos como “el hombre violento”.

Pasados 20 años del inicio del brote, Tommy decide dejar la vida de mercenario junto a su hermano Joel para unirse a un grupo de milicias llamado “Los Luciérnagas” los cuales buscan encontrar la cura del virus y ser un faro para la humanidad. Esto provoca una discusión entre los dos hermanos que les acaba separando.

Tras la partida de su hermano, Joel pasa un tiempo solo. Durante ese tiempo conoce a Tess una mercenaria de la cual el protagonista crea una tímida relación de amistad y a Marlene, una mujer que pertenece al grupo miliciano de las Luciérnagas.

Joel es contrabandista y acepta junto a Tess una misión que les pide Marlene a cambio de armas. La misión es escoltar a una niña llamada Ellie de unos 13 años y entregarla a los Luciérnagas. Tess acepta con facilidad el encargo, pero Joel lo hace a regañadientes. Poco tiempo pasa cuando Joel y Tess descubren que la niña ha sido mordida por infectado, pero que, sin embargo, no presenta signos de infección. Tess se da cuenta de que la niña es inmune al virus y de que en sus venas puede estar la cura para la humanidad, sin embargo, Joel duda de la niña y la acusa de estar mintiendo. Aun así, los dos traficantes cumplen con su misión y llevan a la niña hasta su destino. Ahí son emboscados por unos militares y Tess se sacrifica conteniéndolos, pero, no sin antes, hacer jurar a Joel que cuide pase lo que pase de la niña y que la lleve hasta el campamento base de los Luciérnagas. Tess sabe que Joel es implacable y un hombre que cumple con lo que promete y que hará todo lo posible por cumplir su misión. Joel a partir de este momento es muy duro con Ellie y con los errores que comete, ya que en un principio la culpa de la muerte de su amiga.

A medida que sobreviven y pasan tiempo juntos, Joel y Ellie empiezan a conocerse mejor y a entablar una relación más parecida a un “padre” y su “hija” que a un protector y su protegida. Sin embargo, Joel sigue teniendo una actitud muy distante y dura con la chica, debido al carácter repelente y contestón de la pequeña, que en muchas ocasiones no acepta la autoridad del protagonista.

Un día, Ellie salva la vida de Joel. En ese momento, Joel empieza a confiar en Ellie y hará todo lo posible por protegerla. Sin embargo, debido al cariño que empieza a desarrollar el protagonista por la niña, durante toda la trama, intentará que sea otro quien se encargue de proteger y llevar a Ellie a los Luciérnagas, pues él tiene miedo de volver a perder a alguien que cada vez le recuerda más a su hija Sarah. Joel tiene miedo de volver a pasar por una pérdida así. Por esa razón, es durísimo con Ellie cada vez que se expone al peligro, reprimiendo todas sus emociones hacia ella en la ira y el enfado, ya que teme sus sentimientos.

Tras estos conflictos entre “padre” e “hija” se forma un vínculo irrompible, hasta el punto de que Joel se deja llevar por sus sentimientos y confiesa a Ellie que le recuerda a su hija Sarah.

Tras varios acontecimientos y de que Ellie cuide y proteja a un Joel herido y magullado por un enfrentamiento, la pequeña es secuestrada por unos caníbales. Aquí Joel, desata su furia por recuperar a la niña, torturando y asesinando a todo aquel que se le pone por delante sin compasión, hasta dar con ella.

Finalmente, Ellie y Joel son encontrados por los Luciérnagas y llevados a su campamento base. Ahí se encuentran con Marlene, quien desvela a Joel que Ellie es el remedio para crear la vacuna y erradicar el virus, pero para ello, la niña debe morir debido a la cirugía. Joel no está dispuesto a perder de nuevo a otra hija, por lo que se niega y le ruega a Marlene que encuentre otra solución, a lo que ella le responde que no.

Joel, desesperado por no perder de nuevo a alguien que quiere, entra en cólera, asesinando a sangre fría a militares y médicos Luciérnagas, incluida Marlene y rescatando así a Ellie segundos antes de la cirugía. De esta manera, Joel, de forma egoísta, condena a la humanidad a seguir sin un remedio para el virus que asola la tierra.

Ellie al despertar de la anestesia le pregunta a Joel que ha ocurrido y este le miente diciéndole que los Luciérnagas tienen a más personas como ella, pero que no han conseguido realizar la vacuna y que han desistido. Ellie duda de Joel y le hace jurar que todo lo que le ha dicho es cierto, a lo que el protagonista le responde con un: “Lo juro”.

Pasan 5 años y Ellie se sigue preguntando si Joel llegó a contarle la verdad de lo que pasó. Un día le pregunta cara a cara qué es lo que realmente sucedió y le amenaza diciéndole que si no le cuenta la verdad, ella se irá. Joel le cuenta la verdad y es repudiado por Ellie por lo que hizo. Un tiempo más tarde, Joel y Ellie, ahora distanciados, hablan, y Ellie le dice a Joel que él no debió decidir por ella, ella quería morir allí si era lo que se requería para erradicar al virus y que así su vida habría tenido sentido. Joel le confiesa a Ellie que si él pudiera volver atrás, volvería a hacer lo mismo una y otra vez, pues la quiere demasiado. Ellie le dice que no sabe si algún día podrá llegar a perdonarlo, pero que le gustaría intentarlo.

Unos días más tarde, Joel es asesinado brutalmente en frente de Ellie por los Luciérnagas, los cuales les habían estado buscando para vengar a sus compañeros que habían caído a manos de Joel hace unos años en su gesta por salvar a Ellie.

La historia de Joel, no es la historia de la salvación de la humanidad. Es la historia de un hombre roto que encontró la redención a los errores de su pasado en una niña que llegó a considerar su hija. Por esto es que Joel decidió salvar a Ellie antes que a todo el mundo y es que ella se convirtió en su mundo.

Atributos físicos y habilidades:

Joel es un hombre de unos 40 años, atractivo, alto, fuerte y corpulento. Tiene ojos oscuros, su pelo es moreno y tiene una barba poco arreglada. Tiene cicatrices en la cara debido a varios enfrentamientos. Su indumentaria es una camisa de cuadros verde, con pantalones largos y botas. Además, siempre porta una mochila con sus utensilios de supervivencia, debido al mundo postapocalíptico en el que vive.

Para su estatura es rápido y letal en el cuerpo a cuerpo. Tiene insomnio debido a su pasado traumático y a su sentido de supervivencia, que le hace estar en alerta constantemente.

Sabe tocar la guitarra y tiene un gran sentido de la orientación y del rastreo, además de un gran manejo de armas y herramientas para la supervivencia y el combate tanto a distancia como cuerpo a cuerpo.

Atributos psicológicos:

- Carácter violento e irascible.
- Poco empático
- Frío y distante

- Con un shock postraumático permanente
- Con un conflicto interior
- Leal
- Valiente
- Mentiroso
- Impulsivo
- Solitario
- Escéptico
- Egoísta
- Protector
- Sensible hacia los suyos
- Con inteligencia para la supervivencia
- Asocial
- Desconfiado

Tabla 2. Modelo de tabla de análisis narrativo de Joel Miller

RADIOGRAFÍA NARRATIVA ANTIHEROICA - Joel Miller	
ELEMENTOS	CARACTERÍSTICAS Y ATRIBUTOS
Leitmotiv:	<p>Tras el brote, su propósito es sobrevivir a toda costa en un mundo cruel y devastado por el virus, sin importarle sus actos ni consecuencias.</p> <p>Su <i>leitmotiv</i> principal no es la venganza, pero sí que tiene atisbos de buscar justicia por la muerte de su hija.</p> <p>A partir de que conoce a Ellie, su leitmotiv y motivación cambia y su propósito es proteger a la niña, cueste lo que cueste y en un plano espiritual, intentar llenar el vacío que dejó su difunta hija, para así calmar sus demonios interiores.</p>

<p>Objetivos:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● En un primer momento, defender y cuidar a su hermano e hija. ● Sobrevivir a los infectados y a las personas que intentan acabar con él. ● Castigar a todo aquel que intente hacer daño a sus seres queridos. ● Cumplir sus misiones y encargos. ● Proteger a Ellie. ● Buscar una vida tranquila y pacífica para Ellie y él. ● Encontrar a alguien que sustituya a su hija.
<p>Arco de transformación del personaje:</p>	<p>Joel empieza siendo un padre soltero, trabajador, atento y cariñoso con su hija. Tras su pérdida, se convierte en un contrabandista despiadado, cruel, violento, roto y sin nada que perder e indiferente con el mundo y las personas. Finalmente, acaba siendo una persona que ha encontrado una razón por la que luchar y existir, convirtiéndose en el protector de una niña que le permitiría poder redimirse de sus fallos del pasado como padre.</p> <p>El personaje parte de un trauma y se cierra en su desgracia, aunque, a medida que pasa tiempo con Ellie, podemos ver como Joel va recuperando su humanidad y en alguna ocasión tiene actitudes más positivas y despreocupadas.</p> <p>Sin embargo, en su camino, asesina y tortura a sangre fría a personas, con el único objetivo de proteger a los suyos, hasta el punto de condenar a toda la humanidad por</p>

	<p>una motivación personal.. Creando una dualidad que a veces puede acercarlo más a la figura de un villano que a la de un antihéroe.</p>
<p>Cambios sustanciales que generan la transformación:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aceptación de la pérdida de su hija (resiliencia) 2. Pasa de moverse con fines egoístas a arriesgar su vida por proteger a otra persona. 3. Camino de redención. Conocer a Ellie y enmendar sus fallos como padre y poder salvar a la humanidad al mismo tiempo. 4. De eroticismo alto a psicoticismo alto, controlando cada vez más sus emociones. 5. Pasa de ser nihilista, a luchar por algo que sí vale la pena luchar.
<p>Rasgos antiheroicos que cumple en su viaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Aunque sus propósitos a veces tienen una causa noble, sus métodos son brutales y despiadados. ● Inteligencia alta para la supervivencia. ● Es estratega, sobre todo en las acciones para la supervivencia. ● Carácter violento e irascible.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Poco empático con los que no son de su familia. ● Frío, distante y poco hablador. ● Sufre un shock postraumático permanente por la muerte de su hija. ● Con un conflicto interior, dualidad entre el bien y el mal. Ambigüedad moral. ● Leal y fiel a sus principios, con algunas excepciones cuando la ira se apodera de él. ● Solitario y asocial. ● Escéptico y desconfiado. ● Egoísta en su toma de decisiones, algunas veces. ● Protector, sobre todo con Ellie, pero también con sus seres queridos. ● No es narcisista, no necesita el reconocimiento ni aceptación de nadie. ● Es resiliente. ● Tiene atributos de poder: destreza con las armas y valentía.
<p>Rasgos ambientales y factores externos que propician el relato antiheroico</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Parte de un pasado traumático por la muerte de su hija que intenta olvidar. ● Las personas le tienen miedo. ● Le rodea un entorno hostil (infectados, caníbales, mercenarios...) ● Tess, Ellie y Tommy le encaminan hacia el bien.

	<ul style="list-style-type: none"> ● No se siente parte de la sociedad ni de ningún propósito. ● La supervivencia le hace siempre estar en conflicto con un mal mayor (el virus y los infectados). ● En el clímax de su aventura es capaz de sacrificarse por el bien de otro. (se orienta al bien por Ellie, aunque no hacia el bien común. Pero sí hacia una causa mayor que al inicio de la aventura era inexistente).
--	--

Fuente: *Elaboración propia. Adaptación de Alfonso Freire (2022).*

Tras el análisis narrativo de Joel, podemos concluir que, sin duda, Joel presenta rasgos antihéroes y parte de un origen y patrón narrativo que rompe con los esquemas estructurales clásicos del monomito y del héroe trágico de la cultura clásica grecorromana. Por lo que se le puede considerar un antihéroe.

Joel, cumple con todas de las etapas del viaje del antihéroe, mencionado en el marco teórico (pp. 25, 26 y 27).

La venganza es la primera etapa que Joel cumple, aunque parcialmente. Tras la muerte de su hija, Joel castiga a todo aquel que se lo pone por delante, como si todo el mundo fuera culpable de la muerte de su hija. Sin embargo, la venganza no es su *leitmotiv*, ya que la pena por su pérdida, la inunda más aún, que la sed de venganza. Pero Joel, sí sufre un proceso de cambio a raíz de la muerte de su hija.

Nuestro antihéroe también cumple la segunda fase de este viaje, la caída al abismo. Joel se percata de que la misión de entregar a Ellie a los Luciérnagas no será tan fácil como él creía. Pues en los primeros compases de la aventura, asesinan a su amiga Tess tras caer en una trampa que por poco le cuesta también su vida.

La tercera etapa, el conflicto interno, esta etapa se ve, cuando Joel, lucha por dejar salir o no sus sentimientos reprimidos hacia Ellie, la cual le recuerda constantemente a su difunta hija.

El *vis major*, es también la cuarta fase del viaje que cumple Joel. Esto sucede cuando el protagonista comprende que debe dejar de lado sus intereses personales de supervivencia y centrarse en un bien mayor, en Ellie y en su causa por salvar a la humanidad.

La quinta y la sexta etapa, la traición y la profunda oscuridad de Joel. Estas dos etapas se muestran cuando Marlene, después de que Joel haya llevado a Ellie hasta los Luciérnagas y haya cumplido con su promesa, le dice a Joel, que Ellie debe morir para que puedan encontrar la cura, a lo que el antihéroe se niega rotundamente y culpa a Marlene de no buscar otras soluciones. Cayendo en una profunda tristeza y desesperación

La resiliencia, en la narrativa de Joel, se muestra cuando los Luciérnagas, tras la traición de Marlene a Joel, quieren acabar con Ellie para encontrar la cura. En ese momento, Joel, comprende que su razón de existir es Ellie, y que hará lo que sea para protegerla.

La octava y novena etapa, la debilidad permitida y la metamorfosis, se materializan cuando Joel acepta que quiere a Ellie como a una hija, apartando por completo el trauma de la muerte de su hija y poniendo a Ellie en el foco de sus prioridades. Creando así, una fortaleza a partir de una de sus mayores debilidades, la pérdida y el miedo. Dándole las fuerzas necesarias para alcanzar un estadio mayor con el que combatir y erradicar el mal mayor.

Finalmente, Joel también cumple con la décima etapa: la victoria mediante sacrificio, esta etapa final se muestra cuando el protagonista está dispuesto a sacrificar todo por salvar a Ellie, incluso su vida, la cual, más tarde, acaba pagando.

Sin duda, Joel, no pertenece solo a un arquetipo de antihéroe. De hecho, de las 7 tipologías de antihéroes que Alfonso Freire definió y que se mencionaron en el marco teórico (pp.28 y 29). Joel puede corresponder a tres de esas siete tipologías.

Joel es un antihéroe dual, pues constantemente camina entre el bien y el mal y no se encamina hacia ninguna de las dos, sino que permanece en la fina línea, haciendo que a veces pueda llegarse a confundirse incluso con un villano, puesto que, gran parte de las acciones que comete, las comete por motivaciones personales, de una forma brutal,

despiadada y que afecta a muchas personas. Sin embargo, también realiza actos de bien, sobre todo en su arco de redención.

Joel también es mercenario, pues en gran parte de su narrativa, desde que su hija muere, dedica su vida a realizar encargos y misiones para otros. Además, Joel, debido a su trauma y el mundo que le rodea, se convierte en un ser poco empático y sin escrúpulos, no tomando partido en nada ni en nadie que no concierna o afecte a sus intereses.

Finalmente, Joel, es también un antihéroe con rasgos de errante, pues durante toda su narrativa, huye de su pasado y nunca llega a encontrar la paz, sólo llega a atenuar en parte su consciencia, con la aparición de Ellie. Además, es un personaje rechazado y temido por la sociedad, que vaga por el mundo sin rumbo, sin motivaciones ni objetivos concretos y con el único propósito de sobrevivir.

3.2 Estudio de casos - Análisis de marca personal - Joel Miller - The last of us (2013 - 2020)

Tras el estudio narrativo podemos realizar el análisis de la marca personal de Joel Miller. Recordamos que este análisis tiene como propósito, colocar los rasgos, características y atributos antiheroicos encontrados en el análisis narrativo del personaje, en los atributos de la marca personal. De esta forma, podremos construir la marca personal de Joel Miller, para más tarde compararla con la de Kratos y buscar las similitudes entre ambas, para definir, finalmente, la marca personal madre de los antihéroes.

Antes de completar la tabla, y, como ya hemos mencionado en el diseño de esta investigación. La marca personal de un personaje, puede cambiar dependiendo de elementos externos que lo golpean en su narrativa. Por lo que, es importante determinar, cuál de los elementos externos cambia: tiempo, espacio, contexto o entorno. Para así, poder entender su evolución y la construcción de su marca personal en cada momento.

En el caso de Joel, tiene dos momentos durante su narrativa, que marcan los cambios más claros en el personaje, afectando también a su espacio, tiempo, entorno y contexto:

1. La pérdida de su hija y el inicio del brote del virus cordyceps.

- Su espacio cambia: se ve obligado a abandonar su hogar para sobrevivir.
- Su entorno cambia: ahora vive en un mundo postapocalíptico, sin ley, ni orden.

- Su contexto cambia: ha perdido a su hija y ahora solo tiene a su hermano. Deja de ser padre de familia, para convertirse en un superviviente.
- Su tiempo no cambia: es el inicio de su narrativa.

2. *Conocer a Ellie.*

- Su espacio cambia: debe dejar la colonia donde vivía y salir al mundo exterior.
- Su entorno no cambia: sigue viviendo en un mundo postapocalíptico.
- Su contexto cambia: deja de ser contrabandista por un tiempo, para proteger a Ellie y cumplir su misión.
- Su tiempo cambia: han pasado 20 años desde su pérdida y el inicio del brote.

Dentro de la tabla de análisis de la marca personal de Joel, reflejaremos estos dos momentos narrativos, debido a que su marca personal cambia.

Tabla 4. Modelo de tabla de análisis de marca personal de Joel Miller

ANÁLISIS DE MARCA PERSONAL - Joel Miller	
ATRIBUTOS	RASGOS ANTIHEROICOS
Misión	<p>Misión tras la muerte de su hija y la aparición del virus: Enterrar su pasado y convertirse en un superviviente. (Joel, tras su pérdida no tiene motivación alguna ni razón por la que vivir).</p> <p>Misión tras conocer a Ellie: Redimirse de sus errores y convertirse en un padre para Ellie y poder pasar el resto de su vida con ella en un lugar pacífico y tranquilo.</p>
Visión	<p>Visión tras la muerte de su hija y la aparición del virus: Dejar atrás todo lo que le recuerda a Sarah a través de la ira y la violencia y realizar</p>

	<p>contratos y misiones a terceros para poder conseguir bienes materiales y seguir sobreviviendo.</p> <p>Visión tras conocer a Ellie: Proteger a Ellie de cualquier peligro y sobrevivir hasta encontrar un lugar en el que vivir.</p>
<p>Valores y Antivalores o valores negativos:</p>	<p>Valores negativos tras la muerte de su hija y la aparición del virus: Crueldad, poca empatía, egoísmo, violencia, soberbia, escepticismo, inestabilidad, mentiroso,</p> <p>Valores positivos tras la muerte de su hija y la aparición del virus: Leal y protector hacia su hermano Tommy.</p> <p>Valores negativos tras conocer a Ellie: Egoísmo, violencia, obsesión, mentiroso.</p> <p>Valores positivos tras conocer a Ellie: Protector, cercano, empático, paciente, compromiso, adaptable.</p> <p>Valor diferencial en su aventura: Su lealtad y protección hacia los suyos.</p>
<p>Filosofía</p>	<p>Filosofía tras la muerte de su hija y la aparición del virus: Vive y deja vivir, y si no te dejan vivir, mata para vivir.</p> <p>Filosofía tras conocer a Ellie: Lucha hasta el final por aquello que quieres (Ellie), aunque eso implique hacer daño a otros y mentir.</p>
<p>Identidad (Cómo Joel se quiere posicionar):</p>	<p>Identidad tras la muerte de su hija y la aparición del virus: Alguien peligroso, sin</p>

	<p>nada que perder, cruel, sin empatía, solitario, serio, decidido.</p> <p>Identidad tras conocer a Ellie: Más empático, reservado, cortante, seguro de sí mismo, protector, valiente, con autocontrol, decidido.</p>
Personalidad (tono)	<p>Frente a los suyos: simpático, atento, protector, sensible, despreocupado y detallista.</p> <p>Frente al resto: frío, escéptico, agresivo, cortante, oscuro, impredecible.</p>
Atributos físicos	<ul style="list-style-type: none"> - Fuerte - Ágil - Corpulento - Alto - Atractivo
Atributos psicológicos	<ul style="list-style-type: none"> - Carácter violento e irascible. - Poco empático - Frío y distante - Con un shock postraumático permanente. - Ambigüedad moral - Leal - Valiente - Mentiroso - Impulsivo - Solitario - Escéptico - Egoísta - Protector - Sensible hacia los suyos - Con inteligencia para la supervivencia

	<ul style="list-style-type: none"> - Asocial - Desconfiado - Astuto/Inteligente
Identidad visual y atributos estéticos.	<ul style="list-style-type: none"> - Sucio, dejado, magullado. - Tiene cicatrices en la cara y la ropa rota. - Ojeras pronunciadas y expresión facial seria o enfadada. - Viste con una camisa a cuadros verde apagada, pantalones marrones y bota militar.
Branding Sonoro	<ul style="list-style-type: none"> - Voz fría, grave, imponente y cortante. - Cuando lucha suele gritar para intimidar.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Letal en los combates a corta distancia. - Rápido en la toma de decisiones. - Fuerza por encima de la media. - Gran manejo de armas. - Conocimientos sobre carpintería, mecánica y supervivencia. - Capacidad de resiliencia alta. - Inteligencia alta para la supervivencia y la estrategia
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Poca paciencia - Miedo a la pérdida y a su pasado - Tiene 40 años y puede no tener tanta fuerza frente a rivales o adversidades superiores. - Acude siempre a la ira y la violencia cuando no sabe qué hacer. - Fácil de doblegar si pones en peligro a alguno de sus seres queridos. - Carácter irascible y fácil de provocar.

Experiencia	<ol style="list-style-type: none">1. Ha vivido uno de los mayores traumas que puede vivir un padre, la pérdida de un hijo.2. Ha vivido 20 años en un mundo postapocalíptico.3. Durante toda su vida, siempre ha tenido que cuidar de alguien. Cuando era joven, de su hermano Tommy y de adulto, de su hija Sarah y de Ellie.
-------------	---

Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Dan Schewbal (2015), Andrés Pérez Ortega (2014), Cláudio Inácio (2016), Agustín Correa (2021)

3.3 Estudio de casos - Análisis narrativo - Kratos - God of war (2005 - 2018)

Figura 2. Frame de Kratos desatando su furia espartana en God of war.



Fuente: Youtube (2018)

Historia y lore del personaje:

El nombre de Kratos significa en griego, fuerza o poder. En cuanto a los orígenes Kratos, todo se remonta al Olimpo de los Dioses, donde estaba el dios Zeus, quién según una profecía, uno de sus hijos sería el encargado de darle muerte para así repetir la historia de cómo Zeus mató a su padre. A partir de aquí entra Kratos, un feroz guerrero espartano y el hijo del dios Zeus y Calisto (una mujer mortal) al que se le puede otorgar el estatus de semidiós.

Durante su infancia, Kratos y su hermano Deimos, eran maltratados con duros entrenamientos para así un día convertirse en guerreros. Como Deimos portaba una cicatrices rojas por todo el cuerpo, Ares, el dios de la guerra, junto a Atenea, decidieron raptarlo y llevarlo al reino de la muerte por orden de Zeus, ya que pensaron que esas cicatrices eran una señal y así podrían evitar que la profecía se cumpliera.

Tras la desaparición de su hermano, Kratos siguió entrenando para así convertirse en un gran general del ejército espartano, aun así, no sin antes casarse y tener una hija llamada Calíope. Kratos era un buen líder, aunque utilizaba tácticas crueles y despiadadas. Y su ambición crecía a medida que ganaba batallas y territorios. Incluso la mujer de Kratos, le llegó a decir que estaba obsesionado con el poder y que eso debía terminar, pero el general jamás se detuvo.

En una de sus batallas, Kratos, a punto de perder la vida, decide pedir ayuda a Ares, dios de la guerra, a quien le ofrece su vida a cambio de que él acabe con todos sus enemigos y le entregue las Espadas del Caos, unas espadas cortas, con cadenas en sus empuñaduras que se envolvían en los antebrazos del general, dejando unas quemaduras, las cuales le recordarán siempre su pacto con el dios y atando su voluntad para siempre.

Tras la plegaria, Ares, decide ayudar a Kratos y con la intención de crear al guerrero perfecto lo envía a masacrar y conquistar todos los pueblos que se cruzan en su camino, matando así a innumerables inocentes y destruyendo pueblos pacíficos que adoraban a otros dioses que no fueran a Ares.

Tan ciego estaba Kratos, que cuando Ares lo manda a masacrar una aldea y el oráculo le dice que no entre a un santuario, Kratos lo ignora y cuando ya es demasiado tarde se percata de que acaba de asesinar a su familia (mujer e hija). Ares se aparece ante el espartano y le confiesa que lo mandó ahí a propósito y que ahora, al no tener ataduras familiares, ya podía ser el guerrero perfecto. En ese momento, el oráculo que le advirtió anteriormente, maldice a Kratos y le castiga a llevar las cenizas de su familia en la piel, para que así nunca olvide su pasado. Las cenizas, blancas como la nieve, se aposentan en la piel del espartano, dándole un aspecto fantasmal. Kratos, jura vengar a su familia y acabar con todos los dioses del olimpo, quebrantando el pacto de servidumbre con Ares. A partir de ese momento, Kratos, se convierte en el temido "fantasma de Esparta". A partir de aquí, Kratos busca un camino para redimir todo el mal que ha sembrado, pero con la venganza por bandera.

Tras estos acontecimientos, todo el Olimpo descubre que Kratos ha roto su pacto con Ares y eso no les gusta, ya que lo ven como una amenaza, por lo que Zeus, manda a sus furias para castigar al espartano por romper su pacto. Sin embargo, Kratos vence a las furias y descubre que Ares, le dio todo ese poder, porque su plan era utilizarlo para que le ayudará a destruir el olimpo y asesinar a Zeus.

Tras saber los planes de Ares, Kratos, acude una vez más a la ayuda de los Olímpicos y se alía con Atenea, la cual le promete que si cumple con todo lo que le pidan, saldará su cuenta con los dioses y dejará de tener las visiones pesadillescas de su pasado.

Tras 10 años de servidumbre a los dioses y de sembrar la muerte y el caos allá por donde pasaba, los dioses le piden a Kratos, que antes de darle su libertad, debe matar a Ares. Kratos acepta, con la condición que esta vez, tras matar al dios, quiere que sus apariciones y pesadillas desaparezcan. Kratos, se enfrenta a Ares y cuando está a punto

de morir, recuerda a su familia y su tragedia, lo que le da fuerzas suficientes para acabar con Ares, atravesándolo con la espada del olimpo y matándolo.

Tras esto, los dioses perdonan a Kratos, pero una vez más, le engañan y le dicen que no pueden hacerle olvidar sus visiones, pues nadie puede huir de su pasado. Kratos, sabiendo esto, intenta suicidarse, pero los dioses le salvan y le otorgan el trono del dios de la guerra en el olimpo.

Durante este periodo, Kratos pierde a su hermano Deimos, quien había sido raptado por los dioses, y descubre que su padre real es Zeus. En ese momento la ira de Kratos hacia los dioses del olimpo es total, pues le habían ocultado su pasado. A partir de aquí, Kratos, se enfrenta a los dioses, y, su único objetivo, será acabar con todos ellos, sobre todo con Zeus, aunque eso suponga, según advertencias de Atenea, el fin del mundo.

Kratos se enfrenta a todos los dioses y va acabando uno a uno con ellos, primero con Poseidon, el cual tras su muerte inunda el mundo; después con Hades, el cual ahora ya no puede guiar a las almas de los muertos al inframundo y las condena a vagar sin encontrar descanso; finalmente, le arranca la cabeza con sus propias manos a Helios, dios del sol, quien deja al mundo a oscuras. Sin embargo, al semidiós espartano, todo este caos que va sembrando, no le importa, y sigue su camino de la venganza, hasta que, finalmente, se enfrenta a Zeus con la ayuda de la caja de Pandora. Un artefacto que contiene el mayor arma del mundo, la esperanza. Pandora, antes de sacrificarse y abrir la caja, le recuerda al espartano que la mejor arma para vencer, es no perder la esperanza.

Tras un largo combate, Kratos acaba matando a golpes a su padre, Zeus, quien, tras su muerte, deja el mundo sumido en el caos.

Seguidamente, el espíritu de Atenea le cuenta a Kratos que la esperanza del mundo reside en él y que si se la entrega, podrá restaurar la paz. Sin embargo, el espartano, que ya no confía en los dioses, debido a sus múltiples traiciones y mentiras vividas, decide suicidarse y acabar con su vida y esparcir la esperanza por el mundo. Dándoles el poder a los humanos para que restauren el caos que él ha creado y forjen un nuevo mundo sin dioses.

Tras esto, Atenea, deja morir al espartano, pero Kratos no muere, ya que su maldición le prohíbe morir para que su castigo por sus actos del pasado, sea eterno.

El espartano, herido, se va de tierras griegas, cruzando nuevos reinos en busca de encontrar la paz en algún lugar que nadie le conozca. En este camino hacia la redención y el desapego a la violencia, Kratos llega a tierras nórdicas, donde se enamora de Fey una gigante y tienen un hijo juntos, Atreus. Sin embargo, cuando Atreus tiene 10 años, Fey, misteriosamente, muere y pide a Kratos que lleve, junto a Atreus, sus cenizas a la montaña más alta de Midgard.

Han pasado los años y vemos a un Kratos que ha aprendido a controlar su ira y su violencia, las cuales le llevaron por el camino del sufrimiento años atrás. Ahora debe volver a jugar un papel que hace tiempo apartó, el de padre. Kratos, intenta ser un padre paciente y criar a un hijo con el cual no tiene mucha relación, pues siempre ha sido muy reservado con él, sin embargo, el espartano ha madurado e intenta instruir al pequeño para defenderse, nunca para dañar a nadie.

Durante esta aventura, el dios griego, junto a su hijo, descubren que los dioses de Asgard, están buscándolos. Tras varios acontecimientos, Atreus, cae enfermo por lo que parece ser una enfermedad que nace de él cada vez que se enfada. En consecuencia, Kratos debe viajar a Hellheim, el mundo de los muertos, para encontrar un antídoto para su hijo, pero, para viajar y sobrevivir al frío del inframundo, deberá desenterrar su pasado y volver a utilizar las espadas del caos, las cuales habían causado un camino de sufrimiento y dolor al espartano.

Aun así, Kratos, decide recurrir a ellas, pues la vida de su hijo depende de ello. Tras su viaje, consigue salvar a Atreus. Sin embargo, a causa de esto, Kratos vuelve a tener apariciones de su pasado.

Gracias a la ayuda de Freya, diosa de Asgard, descubre que la enfermedad que castiga a su hijo es debido a la ira de su padre que vive en su interior. La diosa aconseja al espartano que debe contarle la verdad al niño, para que Atreus pueda entender su naturaleza. Sin embargo, a Kratos no le parece buena idea y en un principio se niega y decide esconder esa realidad al chico. Pues Kratos sabe que ser un dios, no es ningún privilegio ni algo fácil. Aunque, cuando avanza un poco la aventura, Kratos, finalmente, acaba revelando a Atreus su naturaleza de dios, lo cual hace germinar en el pequeño, la soberbia, hasta el punto de asesinar de forma cruel y despiadada a Modi, hijo de Thor.

Tras esto, Kratos se da cuenta de que debe contarle la verdad de lo que es ser un dios a Atreus y hablarle sobre su pasado y todo lo que hizo, para que él no cometa sus errores y entienda que la violencia, no conduce a la paz.

Finalmente, Kratos y Atreus llegan a la montaña más alta de Midgard y esparcen las cenizas de Fey. Allí, ambos descubren que Atreus, es ni más ni menos que el dios nórdico del engaño, Loki.

Atributos físicos y habilidades:

En cuanto a su aspecto físico, Kratos es un hombre corpulento y musculoso, con apariencia brutal, que mide entre 1.98 y 2.01 metros de altura. Su piel es blanca ceniza (lo que le valió para adoptar el apodo "Fantasma de Esparta"), y además luce una cicatriz en su ojo derecho producida por un encuentro que tuvo con Ares cuando era niño, intentando salvar a su hermano.

El protagonista, a su vez, tiene un largo tatuaje rojo en forma de espiral que va desde su ojo izquierdo hasta gran parte del torso y el hombro de ese mismo lado. El motivo de llevarlo es por su hermano Deimos, para honrar su pérdida y el cual tenía esas marcas.

Al tratarse de un semidiós, Kratos posee ciertos atributos físicos como una fuerza sobrehumana, lo que se puede ver en diferentes escenas del videojuego. Además, también tiene una vasta experiencia y una gran habilidad en el combate cuerpo a cuerpo. Gracias a esta fuerza sobrenatural también puede completar hazañas como el dominio de las armas divinas y, lo combina también con una velocidad sobrehumana.

También posee de una resistencia sobrenatural, lo que le permitió resistir los ataques de Zeus, entre otros dioses, y tiene la capacidad de regenerar las heridas a voluntad. En general, sus capacidades son:

- Superfuerza
- Inmortalidad
- Resistencia
- Esperanza
- Regeneración
- Sentidos mejorados
- Cambiar de forma
- Agilidad
- Único portador de las espadas del caos

Atributos psicológicos:

- Vengativo hasta la médula
- Increíblemente cruel
- Temerario
- Destructivo
- Despiadado
- Poco empático
- Valiente
- Egoísta
- Frío
- Impulsivo
- Dispuesto a matar
- Con incapacidad para aceptar la responsabilidad de sus acciones, hasta muy avanzada su narrativa.
- Sentido profundo de vergüenza y horror en su reputación
- Libidino
- Desafiante y hostil
- Sensible con sus familiares
- Asocial
- Poco hablador
- Resiliente
- Inteligente para el arte de la guerra
- Brutalmente creativo, sobre todo para las ejecuciones.
- Dualidad moral entre el bien y el mal

Tabla 5. Modelo de tabla de análisis narrativo de Kratos

RADIOGRAFÍA NARRATIVA ANTIHEROICA - Kratos	
ELEMENTOS	CARACTERÍSTICAS Y ATRIBUTOS
Leitmotiv:	Su <i>leitmotiv</i> principal y el que envuelve casi toda la narrativa de Kratos tras la muerte de su familia, es la venganza hacia todo el olimpo, en especial hacia Ares y Zeus.

	<p>Tras su paso a tierras nórdicas, su motivación es aprender a controlar sus impulsos y convertirse en un buen marido y un buen padre.</p>
<p>Objetivos:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Vengar a su familia dando muerte a todos los dioses del olimpo ● Entender sus orígenes familiares ● Conseguir enmendar y olvidar los errores de su pasado. ● Aprender a controlar sus impulsos. Entre ellos, su agresividad e ira. ● Cumplir con sus obligaciones como padre y esposo. ● Educar a su hijo en el bien.
<p>Arco de transformación del personaje:</p>	<p>Kratos por culpa de errores de su pasado, llevará el sentido de la venganza a su nivel más alto, asesinando a todos los dioses del olimpo por una motivación propia. Pero, llegado el momento, y tras culminar su cruzada, se sacrificará por el bien de la humanidad, devolviendo la esperanza a los hombres, para dejar un mundo sin dioses.</p> <p>Aun así, sobrevivirá, debido a su maldición y jamás podrá dejar atrás su pasado como el “fantasma de Esparta”, ni siquiera en tierras nórdicas, donde deberá empezar de cero, para ser el dios que siempre debió ser y no el dios que otros querían que fuera.</p>
<p>Cambios sustanciales que generan la transformación:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. De eroticismo alto a psicoticismo alto, controlando cada vez más sus emociones, aunque muy al final de su narrativa.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pasa de moverse por fines egoístas a arriesgar su vida y sus objetivos por los demás. Por ejemplo: Intenta salvar a Pandora, por encima de derrotar a Zeus. 3. Deja de ser nihilista, para volver a formar una familia y convertirse en padre y esposo, aunque su pasado le siga atormentando.
<p>Rasgos antiheroicos que cumple en su viaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Alma sedienta, inconformista y ambicioso. ● Estratega ● Ambigüedad moral entre el bien y el mal, muchas de las cosas que hace las debe hacer para sobrevivir o cumplir una meta mayor. ● Inteligencia alta para el arte de la guerra ● Creativo. Sobre todo en el combate y en las ejecuciones a sus enemigos. ● Atributo de poder: dominio de las armas, sobre todo divinas. ● Resiliente ● Orgullo desmedido ● Reservado y poco hablador ● Carismático, con una identidad visual atractiva y única. ● Se resalta su sexualidad. Libidinoso. ● Conflicto constante interno por sus acciones en el pasado y por encontrar sus orígenes. ● Es siempre fiel a sus principios, aunque muchos de ellos, son de dudosa moralidad.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Es egoísta y hasta muy avanzada su narrativa, no es consecuente con sus actos. ● Escéptico y desconfiado, sobre todo con los dioses, debido a las innumerables traiciones que sufre durante su aventura. ● Sufre un estrés postraumático por la pérdida de su familia. ● Personalidad maquiavélica, mediante la violencia y el miedo que genera en los demás, cómo muestra en God of War 3 con la hija de Poseidón. ● Es la máxima expresión de la venganza y sus métodos son brutales e inquisitivos. ● Conoce el sentido del deber y del sacrificio.
<p>Rasgos ambientales y factores externos que propician el relato antiheroico</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Parte de sus orígenes les es desconocido e intenta olvidar sus actos del pasado. ● El oráculo le maldice y le culpa de la muerte de su familia, aunque todo fue un plan de Ares. ● Las personas le temen, al igual que los dioses, por su aspecto y brutalidad. ● Su entorno es hostil y se encuentra en constante peligro (dioses, monstruos, criaturas mitológicas, él mismo...) ● Pandora, Orcus, Fey, Freya y Atreus le encaminan para el bien. (Sin embargo, muchos de ellos tienen un

	<p>final trágico)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sufre innumerables traiciones por los dioses y aliados. ● Siempre está en guerra con un mal mayor ● En el clímax de su cruzada, experimenta un momento decisivo que le lleva a sacrificarse por un bien mayor. (se orienta al bien).
--	--

Fuente: *Elaboración propia. Adaptación de Alfonso Freire (2022).*

Tras el análisis narrativo de Kratos, podemos concluir que, sin duda, el fantasma de Esparta, presenta rasgos antihéroes y parte de un origen y patrón narrativo que rompe con los esquemas estructurales clásicos del monomito y del héroe trágico de la cultura clásica grecorromana. Por lo que se le puede considerar un antihéroe.

Kratos, cumple con todas las etapas del viaje del antihéroe, mencionado en el marco teórico. Entre las más importantes durante su aventura, se encuentra la primera, la venganza. Kratos castiga a todo aquel responsable de la muerte de su familia y a muchos que no lo fueron, lleva la venganza a su máxima expresión, acabando con todo el Olimpo.

El espartano, también cumple la segunda etapa, la caída al abismo. Kratos, de forma soberbia, vacilante y nublado por su furia, se enfrenta cara a cara contra Zeus, quien en un primer combate, le derrotó con suma facilidad, hasta el punto de casi matar al general.

El conflicto interno, sigue como tercera fase del viaje, esto se ve, cuando Kratos empieza a tener visiones de la muerte de su familia y de su mujer, la cual le advertía de que la violencia y la ambición no conducían a nada y que solo se apoderarían de su alma. Sin embargo, el espartano, entra en conflicto, pues la pena por la muerte de su familia y la furia que siente hacia los Olímpicos, tiene igualdad de fuerzas.

La cuarta etapa, el *vis major*. Si bien Kratos nunca olvida su propósito principal, la venganza, el espartano utiliza sus motivaciones personales, para acabar con el Olimpo y restaurar así el equilibrio en el mundo, sin dioses. Pues el fantasma de Esparta, ha presenciado la crueldad y engaño que siembran estos seres “divinos”.

La traición y la profunda oscuridad, son la quinta y sexta etapa del viaje del general espartano. Kratos, puede ser, sin duda, el personaje que más traiciones ha recibido, pero sin duda, una de las peores, fue la de Atenea, la cual le miente y traiciona. Pues solo lo utilizó para fines personales y para servir al Olimpo. Y la profunda oscuridad que vive Kratos es por la muerte de Pandora, la cual, finalmente, es la clave de todo para derrotar al Olimpo. Cabe destacar, que Kratos pierde a casi todas las personas que le acompañan en su aventura.

La resiliencia, séptima fase del viaje del antihéroe. Como ya hemos mencionado, la relación entre Pandora y Kratos es muy especial, pues la pequeña le recuerda mucho a Calíope, su hija asesinada. Y, la muerte de Pandora, es lo que le da fuerzas al espartano para poder sobreponerse al mal mayor, Zeus. Aunque, sobre todo, lo que hace seguir adelante a Kratos, es, casi siempre, su insaciable sed de venganza.

La debilidad permitida, esta antepenúltima etapa, Kratos la cumple cuando acepta su naturaleza violenta y su ira incontrolable, utilizándolo ahora como una herramienta para concentrar todo su potencial y acudir a él cuando es necesario, alcanzando así su estadio mayor. Junto a la debilidad permitida, el viaje de Kratos también llega a la penúltima etapa antes de la batalla final, la metamorfosis. Esta se materializa cuando Kratos acepta su naturaleza y busca la ayuda de un artefacto que le ayude a igualarse a su padre Zeus, la caja de Pandora. La cual, contiene la esperanza, el arma más poderosa del mundo, que le permite a nuestro protagonista alcanzar su estadio final.

La victoria mediante sacrificio, esta etapa final se muestra cuando el protagonista está dispuesto a sacrificar su propia vida por un bien mayor. Devolviendo, en este caso, la esperanza a la humanidad. Aunque afortunadamente, el fantasma de Esparta no muere, por lo que no se convierte en un antihéroe trágico.

Sin duda, Kratos, al igual que Joel Miller, no pertenece solo a un arquetipo de antihéroe. Creemos que el general espartano puede corresponder hasta a cinco de las siete tipologías de antihéroe que existen, según Alfonso Freire.

Kratos es un antihéroe dual, pues constantemente camina entre el bien y el mal y no se encamina hacia ninguna de las dos, sino que permanece en la fina línea que separa ambas. Aunque sobre todo en su primera fase de la narrativa, se pueda llegar a confundir más con un villano, que con un antihéroe. De hecho, gran parte de las acciones que comete, las comete por motivaciones personales de venganza, de una forma brutal, despiadada y que afecta a muchas personas. Sin embargo, llegado el momento, también se enfoca hacia el bien, sobre todo en su nueva vida de redención en tierras nórdicas.

Kratos es también un estilo de antihéroe mercenario divino, pues si bien no le pagan por sus servicios, sí que los dioses le prometen cosas. De hecho, durante la primera etapa de su narrativa, es siervo de Ares y más tarde de los Olímpicos, los cuales lo utilizan para impartir “justicia” a todo aquel que ose interponerse en los planes de los dioses. Además, Kratos, debido a su trauma por el asesinato de su familia y el mundo que le rodea, se convierte en un ser sin escrúpulos y despiadado, no tomando partido en nada ni en nadie que no concierna o afecte a sus intereses u objetivos.

Nuestro protagonista es también un antihéroe con rasgos de errante, pues durante toda su narrativa, huye de sus atroces actos del pasado y nunca llega a encontrar la paz. Además, es desconocedor de sus orígenes. Por otro lado, debido a su reputación y brutalidad, es un personaje rechazado y temido por todos, incluso por los dioses. Pues Kratos, vaga por el mundo sembrando el caos.

Sin duda, nada ni nadie puede controlar a Kratos, ni mucho menos decirle lo que hacer. Sin embargo, Kratos, recurrentemente durante su narrativa, es poseído por una de sus mayores debilidades, su ira. La ira es uno de los sentimientos más icónicos en los antihéroes, y al fantasma de Esparta, cuando le envuelve este sentimiento, le convierte en un ser muy violento y brutal, más aún de lo que es por naturaleza, creando casi un *alter ego* en la personalidad del espartano.

Kratos, es a priori consciente de todo lo que hace (excepto en el asesinato de su familia, debido la manipulación de Ares al inicio de su historia) sin embargo, sabemos que la ira del espartano le ha llevado a cometer actos de los que posteriormente se ha arrepentido al instante. Por ello, nos vamos a envalentonar y le vamos a otorgar también el arquetipo de poseído al fantasma de Esparta. Ya que Kratos, es un peligro para el propio Kratos.

Finalmente, y como no podría ser de otra forma, Kratos seguramente sea el antihéroe que mejor encarna el arquetipo de justiciero-vengador. Pues tras la muerte de su familia, el secuestro de su hermano y la traición de los dioses, lleva el concepto de la venganza a su máxima expresión. Kratos mata, tortura y utiliza métodos inquisitivos y brutales contra cualquier dios o mortal que haya formado parte del plan para manipularle. Además, tampoco tiene contemplaciones en acabar con cualquiera que se interponga en su camino, es implacable y devastador.

El adjetivo vengativo se queda muy corto para definir al mayor inquisidor de dioses de la historia de los videojuegos.

3.4 Estudio de casos - Análisis de marca personal - Kratos - God of war (2005 - 2018)

Tras el estudio narrativo podemos realizar el análisis de la marca personal de Kratos. Recordamos que este análisis tiene como propósito, colocar los rasgos, características y atributos antiheroicos encontrados en el análisis narrativo del personaje, en los atributos de la marca personal. De esta forma, podremos construir la marca personal de Kratos del personaje.

Como ya hemos mencionado antes en el análisis de marca personal de Joel: La marca personal de un personaje, puede cambiar dependiendo de elementos externos que lo golpean. Por lo que, es importante determinar, cuál de los elementos externos cambia: tiempo, espacio, contexto o entorno. Para así, poder entender su evolución y la construcción de su marca personal en cada momento.

En el caso de Kratos, tiene dos momentos durante su narrativa, que marcan los cambios más claros en el personaje, afectando también a su espacio, tiempo, entorno y contexto:

1. Asesinato de su familia y traición de los dioses.

- Su espacio cambia: se ve obligado a abandonar Esparta para buscar la venganza.
- Su entorno cambia: deja el mundo de los hombres, para sumirse en el mundo de dioses y criaturas mitológicas.
- Su contexto cambia: ha perdido a su familia y todo lo que le importaba. Deja de ser padre, esposo y general, para convertirse en fantasma de Esparta, el inquisidor de dioses.
- Su tiempo no cambia: es el inicio de su narrativa.

2. Encontrar la esperanza y conocer a Fey en tierras nórdicas.

- Su espacio cambia: debe dejar Grecia y salir al mundo exterior.
- Su entorno no cambia: deja la vida de dios, para vivir una vida de mortal.
- Su contexto cambia: deja de ser la venganza, para ser padre y esposo en tierras nórdicas, redimiéndose de su pasado.
- Su tiempo cambia: han pasado más de 20 años desde que empezó su cruzada Olímpica.

Dentro de la tabla de análisis de la marca personal de Joel, reflejaremos estos dos momentos narrativos, debido a que su marca personal cambia.

Tabla 6. Modelo de tabla de análisis de marca personal de Kratos

ANÁLISIS DE MARCA PERSONAL - Kratos	
ATRIBUTOS	RASGOS ANTIHEROICOS
Misión	<p>Misión tras el asesinato de su familia y la traición de los dioses: Convertirse en el guerrero más letal de Grecia para vengar la muerte de su familia y destruir el monte Olimpo junto a sus dioses.</p> <p>Misión tras encontrar la esperanza y conocer a Fey: Convertirse en un buen padre, esposo y dios. Dejando atrás su pasado y redimirse en un lugar tranquilo y pacífico.</p>
Visión	<p>Visión tras el asesinato de su familia y la traición de los dioses: Aprender nuevas habilidades, encontrar nuevas armas y artefactos y hacerse más fuerte con cada muerte.</p> <p>Visión tras encontrar la esperanza y conocer a Fey: Aprender a controlar sus emociones de ira y violencia. Y ser justo en sus decisiones.</p>
Valores y Antivalores o valores negativos:	<p>Valores negativos tras el asesinato de su familia y la traición de los dioses: Crueldad, poca empatía, egoísmo, violencia, soberbia, escepticismo, odio, venganza, irresponsabilidad</p> <p>Valores positivos tras el asesinato de su familia y la traición de los dioses:</p>

	<p>Compromiso, perseverancia, implacable.</p> <p>Valores negativos tras encontrar la esperanza y conocer a Fey: Ocultismo (de su pasado), distante, reservado, frialdad.</p> <p>Valores positivos tras encontrar la esperanza y conocer a Fey: Protector, cercano, empático, paciente, compromiso, adaptable, responsable, dialogante, autocontrol.</p> <p>Valor diferencial en su aventura: Compromiso por aquello que hace, sea bueno o malo. Lo que quiere lo consigue.</p>
Filosofía	<p>Filosofía tras el asesinato de su familia y la traición de los dioses: Ojo por ojo extremo.</p> <p>Filosofía tras encontrar la esperanza y conocer a Fey: La venganza no trae la paz, debemos mejorar.</p> <p>Que nadie te diga lo que debes ser, solo tú eres dueño de tu destino. Serás lo que decidas ser.</p>
Identidad (Cómo Kratos se quiere posicionar):	<p>Identidad tras el asesinato de su familia y la traición de los dioses: Alguien peligroso, sin nada que perder, cruel, sin empatía, solitario, implacable, sangre, gritos, destrucción, color rojo.</p> <p>Identidad tras encontrar la esperanza y conocer a Fey: Reservado, protector, valiente, con autocontrol, decidido.</p>
Personalidad (tono)	Frío, escéptico, agresivo, cortante,

	maquiavélico y persuasivo.
Atributos físicos	<ul style="list-style-type: none"> - Superfuerza - Corpulento - Muy alto - Inmortalidad - Resistencia - Capacidad de regeneración - Sentidos mejorados - Cambiar de forma - Agilidad
Atributos psicológicos	<ul style="list-style-type: none"> - Carácter violento e irascible. - Poco empático - Frío y distante - Con un shock postraumático permanente. - Ambigüedad moral - Comprometido - Implacable - Valiente - Impulsivo - Solitario - Escéptico - Egoísta - Protector - Sensible hacia los suyos - Con inteligencia para el arte de la guerra - Asocial - Desconfiado - Astuto/Inteligente - Vengativo hasta la médula - Increíblemente cruel

	<ul style="list-style-type: none"> - Temerario - Destructivo
Identidad visual y atributos estéticos.	<ul style="list-style-type: none"> - Cicatriz vertical que cruza de arriba abajo el ojo derecho. - Tatuaje rojo en forma de espiral desde el ojo izquierdo, pasando por la espalda, hasta el hombro izquierdo. - Piel blanca por las cenizas de su familia. - Ojos amarillos - Cicatriz en abdomen por el combate contra Zeus. - Falda de combate Espartana y hombrera militar en hombro derecho. - Pecho al descubierto. - Colores: Rojo y blanco. - Rostro enfurecido. - Cuando está de pie se inclina para adelante, debido al peso de sus espadas.
Branding Sonoro	<ul style="list-style-type: none"> - Voz fría, grave, imponente y cortante. - Cuando lucha grita mucho. - Un sonido característico suyo es el sonido de las cadenas que están

	enrolladas en los antebrazos.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Letal en los combates a corta distancia. - Rápido en la toma de decisiones. - Fuerza por encima de la media. - Gran manejo de armas. - Capacidad de resiliencia alta. - Inteligencia alta para la supervivencia y la estrategia
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Poca paciencia - Impulsivo y temerario - Frustración y miedo a su pasado - Acude siempre a la ira y la violencia cuando no sabe qué hacer. - Carácter irascible y fácil de provocar. - Duda de sus actos, algunas veces.
Experiencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vive con un trauma constante por la muerte de su familia. 2. Instruido en el arte de la guerra como Espartano. 4. Experiencia en el combate contra divinidades y criaturas mitológicas. 5. Capacidad de supervivencia extrema. 6. Experiencia utilizando poderes divinos.

Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Dan Schewbal (2015), Andrés Pérez Ortega (2014), Cláudio Inácio (2016), Agustín Correa (2021)

3.5 Comparativa de marcas personales y creación de marca personal matriz de los antihéroes

Tras realizar los análisis narrativos y de marca personal de ambos personajes. Finalmente, vamos a analizar cuáles son las similitudes entre ambas marcas para así poder construir la marca personal madre del antihéroe. Esta construcción tendrá presente los diferentes momentos de la narrativa por la que pasan los antihéroes.

Nota ¹

Tabla 7. Modelo de tabla de marca personal madre antiheroica. Comparativa entre Kratos y Joel.

MARCA PERSONAL MADRE DEL ANTIHÉROE	
ATRIBUTOS	RASGOS ANTIHEROICOS
Misión	<p>Las marcas personales de los antihéroes, al igual que sus portadores, sufren también un viaje que las va cambiando a medida que suceden acontecimientos externos.</p> <p>Estos acontecimientos hacen variar rasgos y atributos, entre ellos su misión.</p> <p>La misión de la marca personal del antihéroe suele dividirse en dos fases que tienen diferencias en cuanto a: contexto, tiempo, espacio y entorno.</p> <ol style="list-style-type: none">1. La primera misión es la que da respuesta a la primera fase de su viaje, la venganza. Sus objetivos a futuro son hostiles, violentos y crean en el personaje un sentimiento de “no tengo nada que perder, pues todo lo que me importaba lo he perdido”2. La segunda misión, sin embargo, suele ser más calmada y reflexionada y viene dada cuando el antihéroe ya ha cumplido su objetivo o ha encontrado su razón de existir.

¹ Hay que tener en cuenta, que los dos personajes analizados son del mismo género y comparten tres arquetipos de antihéroe: Errante, Mercenario y Dual. Por lo que la comparación, puede no reflejar ciertos matices que podrían tener otros antihéroes, como por ejemplo, el arquetipo Ladrón.

<p>Visión</p>	<p>Al igual que la misión, evidentemente la visión de los antihéroes también cambia dependiendo del contexto, tiempo, espacio y entorno donde se encuentre.</p> <p>La visión del antihéroe es siempre seguir los objetivos y la misión que se ha propuesto.</p>
<p>Valores positivos y Antivalores o valores negativos</p>	<p>Valores positivos del antihéroe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lealtad - Protección - Paciencia - Compromiso - Perseverancia - Implacable - Empatía - Adaptabilidad - Autocontrol - Responsabilidad - Resiliencia <p>Valores negativos antihéroe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crueldad - Egoísmo - Violencia - Odio - Venganza - Soberbia - Frialdad - Escepticismo - Obsesión - Temeridad - Impulsividad - Vicio - Irascibilidad
<p>Filosofía</p>	<p>Durante su viaje suelen tener dos filosofías, las</p>

	<p>cuales van muy ligadas a la misión que tiene en cada momento el antihéroe.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La primera es la que da respuesta a su trauma y su objetivo hostil. Suele ser impulsiva y visceral: <ul style="list-style-type: none"> - Ojo por ojo. - En rebeldía contra todo. 2. La segunda filosofía, al igual que en la misión, surge cuando ya se ha alcanzado el primer objetivo o se ha llegado a una fase de redención. En ese caso, la filosofía es más calmada y sabía, pues ha aprendido del pasado. <ul style="list-style-type: none"> - La violencia solo trae más violencia - No puedo deshacer lo que he hecho, pero si puedo construir mi futuro.
<p>Identidad</p>	<p>Los antihéroes, al igual que las personas, se posicionan de una forma u otra dependiendo a quien se dirijan o dependiendo de sus objetivos.</p> <p>Sin embargo, su posicionamiento frente al mundo suele ser como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alguien peligroso. - Sin nada que perder - Sin empatía. - Solitario o reservado - Violento - Decidido - Inteligente

<p>Personalidad (tono)</p>	<p>Los antihéroes se caracterizan por tener muchos personajes de distintas personalidades. Algunos más gamberra, otros más serúa, otros más charlatana.</p> <p>Pero sin duda, gran parte de los antihéroes tienen los siguientes rasgos en su personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Frío. - Escéptico - Agresivo - Cortante - Maquiavélico - Persuasivo - Soberbio
<p>Atributos físicos</p>	<p>Tras el análisis podemos decir que los antihéroes, sobre todo los que pertenecen a los arquetipos de: Dual, Mercenario, Errante, Venganza-Justiciero y Poseído, suelen ser personajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Altos - Musculosos - Fuertes - Ágiles - Resistentes - Atractivos - Con capacidad de poder cargar con armas pesadas.
<p>Atributos psicológicos</p>	<p>Los atributos psicológicos que no suelen faltar en la marca personal del antihéroe son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carácter violento e irascible. - Poco empáticos

	<ul style="list-style-type: none"> - Fríos y distantes - Con un shock posttraumático permanente. - Ambigüedad moral - Valientes - Impulsivos - Solitarios - Escépticos - Egoístas - Protectores - Sensible hacia los suyos - Inteligentes por encima de la media - Asociales - Desconfiados - Vengativos - Temerarios - Destructivos - Resilientes - Persuasivos
<p>Identidad visual y atributos estéticos</p>	<p>La identidad visual es uno de los atributos más icónicos en los antihéroes, ya que suele tener unos rasgos que ya de por sí, describen cómo es ese personaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suelen tener una paleta de colores entre 1 y 2. - Sus ropajes o armaduras son carismáticos, llaman la atención y normalmente están desgastadas por el combate. - Suelen llevar tatuajes o marcas de su pasado por el cuerpo. - Suelen estar cubiertos de cicatrices y heridas, sobre todo en el rostro. - Su rostro suele ser serio, frío e

	<p>imponente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suelen portar a ojos de todos sus armas. - Normalmente, tienen uno o dos rasgos estéticos únicos que ayuda a que todo el mundo sepa quien son, por ejemplo: - El tatuaje rojo de Kratos - El pelo blanco y los ojos de gato de Geralt
Branding Sonoro	<p>Los antihéroes suelen tener un tono de voz:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Frío - Cortante - Imponente - Grave - Ronco (Kratos GOW 4) <p>Además, suelen gritar mucho cuando están en combate.</p>
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Letales en los combates a corta distancia. - Rápidos en la toma de decisiones. - Fuerza por encima de la media - Gran manejo de armas. - Capacidad de resiliencia alta. - Inteligencia alta para la supervivencia y la estrategia. - Capacidad alta para adaptarse a cualquier escenario. - Han pasado traumas duros, lo que les da una capacidad de resiliencia muy alta en situaciones extremas
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Poca paciencia

	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsivos - Miedo a su pasado - Acuden muchas veces a la ira y la violencia cuando no saben qué hacer. - Carácter irascible y fácil de provocar. - Dudan de sus actos, algunas veces. - Son fáciles de doblegar si pones en peligro a alguien que aman.
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> - Suelen tener altos conocimientos en el combate y la supervivencia. - Saben de estrategia militar - Conocimiento para aplicar técnicas de persuasión.

Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Dan Schewbal (2015), Andrés Pérez Ortega (2014), Cláudio Inácio (2016), Agustín Correa (2021).

4. Conclusiones

En esta conclusión del proyecto, responderemos a las preguntas de la investigación, las hipótesis planteadas, plantearemos futuras líneas de investigación y definiremos las aportaciones más importantes.

Este proyecto tenía como objetivo principal, estudiar a los personajes antihéroes en el mundo de los videojuegos y, a partir de un análisis narrativo y de marca personal, encontrar la marca personal matriz del antihéroe y cómo esta hace que los jugadores y espectadores conecten tanto con los ellos.

4.1 Contraste de hipótesis

Tabla 8. Contraste de las hipótesis.

HIPÓTESIS	RESULTADO
<i>H1. La marca personal se forja durante el viaje del antihéroe y no siempre el personaje puede determinarla a su gusto. A veces, se crea a partir del ecosistema y del trasfondo narrativo del personaje.</i>	Refutada
<i>H2. La marca personal antiheroica es muy humana.</i>	Refutada
<i>H3. No todos los antihéroes tienen la misma marca personal.</i>	Refutada
<i>H4. La marca personal del antihéroe se empieza a construir a partir de un trauma.</i>	Refutada

Fuente: Elaboración propia.

(H1) El análisis realizado en el estudio de casos nos ha permitido confirmar que la marca personal de un antihéroe se va construyendo durante su viaje y no siempre el personaje puede controlar su construcción.

Los antihéroes, al igual que las personas de carne y hueso, tienen cambios en sus conductas y valores dependiendo de ciertos acontecimientos externos o evoluciones que sufren de forma no voluntaria. Pese a que tengan ciertos atributos al inicio de sus aventuras, los antihéroes, pueden cambiar radicalmente, sus valores, su misión o visión. Por ejemplo, Joel, tras la muerte de su hija, o Kratos su identidad visual cuando se pinta un tatuaje rojo por todo su cuerpo para recordar a su hermano secuestrado por los dioses.

El héroe o el villano, pese a que también sufren un viaje y una transformación, siempre tienen unos valores que irán intrínsecos dentro de su ADN, que sencillamente despertarán más tarde o más temprano, pero siempre están ahí. En el caso del héroe, su esencia siempre le empujará a cumplir el bien a toda costa y en el caso del villano, a sembrar el mal siempre que pueda.

Sin embargo, los antihéroes son más complejos, pues su naturaleza les permite poder caminar entre la fina línea del bien y el mal y son capaces de poder realizar los actos más atroces, dignos de un villano, o las mayores bondades, dignas de un héroe. Haciendo que su futuro, a diferencia del héroe o el villano, sea incierto, pues su naturaleza es cambiante. Este ejemplo lo podemos encontrar en Kratos, el cual, al inicio de su narrativa, construye una marca personal que se encuentra en las antípodas de la marca personal que el antihéroe acaba construyendo al final. Esta evolución de su marca personal, es debido a su viaje y la experiencia de la misma.

Por ello, podemos confirmar, que los antihéroes tienen una marca personal en constante evolución, dependiendo del contexto, tiempo, espacio y entorno donde se encuentren y no siempre podrán controlar los cambios que les crean los acontecimientos externos que les golpean.

(H2) Esta segunda hipótesis, responde a dos de las preguntas planteadas al inicio de la investigación: ¿Por qué el nuevo consumidor, cada vez más, busca historias imperfectas con personajes imperfectos? ¿Qué factores hacen que el antihéroe conecte tanto con sus espectadores?

Si bien las respuestas a estas preguntas podrían haber sido ya dadas por diferentes autores mencionados en este proyecto, hemos podido, a partir de estudiar la marca personal del antihéroe, responderlas también nosotros.

Podemos confirmar, sin temor a equivocarnos, que el antihéroe es el personaje que más se parece a las personas corrientes. Estos personajes son un reflejo de todas nuestras virtudes y defectos que tenemos los humanos.

Hemos podido comprobar, que el antihéroe, al igual que su marca personal, se forjan en su viaje, al igual que las personas durante sus vidas. Ningún antihéroe nace con un destino concreto, igual que nadie nace con un destino predeterminado. Esa relación es precisamente por lo que las personas buscan las historias imperfectas y a sus personajes imperfectos, porque se ven reflejados en ellos y empatizan con cosas tan humanas como

la pérdida, las enfermedades o las adicciones.

Los antihéroos, a diferencia de otros personajes, pueden abarcar desde defectos tan grandes como el egoísmo, la crueldad, la sed de venganza o la soberbia, a virtudes tan poderosas como el sacrificio, la bondad, la empatía o el amor. Son, sin duda, un reflejo perfecto de la imperfección y la dualidad del ser humano.

(H3) Cómo ya hemos comentado en las anteriores hipótesis, la marca personal de un antihéroe evoluciona durante su viaje.

Tras el estudio, hemos podido determinar que factores externos modifican drásticamente ciertos atributos de las marcas personales de los antihéroos. Antihéroos como Kratos o Joel, si bien podrán recuperar algunos de los atributos que tenían al inicio de su aventura, nunca podrán quitar de su marca personal ciertos atributos que se han visto forzados a forjar, debido a sus traumas y a los acontecimientos acaecidos en sus viajes.

Podemos concluir, que cada antihéroe tiene su marca personal, tan irreplicable como la marca personal de una persona de carne y hueso.

(H4) Finalmente, respondemos a la última hipótesis, y es que esta, es la base de todo.

Hemos podido confirmar que los antihéroos empiezan teniendo en sus orígenes una marca personal muy estándar. Por ejemplo, Kratos, es un guerrero espartano como cualquier otro y Joel un padre de familia normal, con un hogar y su hija. Sin embargo, a partir del sufrimiento de un trauma, sus marcas personales empiezan a evolucionar y a forjar sus primeros valores y metas, pues el trauma ha causado que su contexto, tiempo, espacio y entorno se vean modificados. A partir de ese momento, el viaje del antihéroe habrá comenzado.

Tras responder a las hipótesis, vamos a dar respuesta a la pregunta de la investigación:

¿Existe la marca personal antihéroe la cual va intrínseca en todos los personajes antihéroos o antihéroínas?

La respuesta es contradictoria. A priori, leyendo las respuestas a las hipótesis, podríamos llegar a concluir que no existe la marca personal madre de los antihéroos, pues como comentamos anteriormente, estos personajes son tan humanos y únicos que es difícil determinar ciertos atributos que puedan formar una sola marca personal que represente a todos y cada uno de los antihéroos.

Sin embargo, gracias a la comparativa de marcas personales entre Joel y Kratos, hemos podido encontrar ciertas similitudes y patrones en sus valores, rasgos físicos y psicológicos, filosofías, identidades visuales, y sobre todo, en sus traumas, los cuales dan pie al origen de su viaje antiheroico.

Esto nos permite confirmar, que sí puede existir un modelo de marca personal madre antiheroica con unos atributos concretos que van intrínsecos en la gran mayoría de marcas personales de antihéroes.

Para finalizar estas conclusiones, vamos a mencionar las aportaciones más importantes del trabajo y a presentar nuevas líneas de pensamiento.

Este trabajo ha intentado arrojar algo de luz a un aspecto tan concreto y poco estudiado como es la construcción de la marca personal de los antihéroes.

- Hemos desarrollado un método de análisis que nos ha permitido estudiar y entender todo el viaje del antihéroe y como este paralelamente va forjando su marca personal.
- Hemos propuesto un primer modelo de la marca personal madre de los antihéroes. Aunque somos conscientes que se deberían analizar más antihéroes de diferentes sectores y géneros para poder definir de mejor forma este modelo.
- Hemos determinado la importancia que tienen los elementos externos que golpean al antihéroe en su narrativa y cómo estos cambian por completo la marca personal del personaje.
- Hemos reforzado la teoría de que en la construcción de un personaje antiheroico, su marca personal no nace con él, sino que se forja durante su viaje.

Si bien hemos podido dar unos primeros pasos, la marca personal antiheroica es igual o más compleja si cabe que sus portadores y somos conscientes que nos dejamos un universo por explorar.

- Vemos imprescindible investigar la marca personal de cada arquetipo de antihéroe.
- Igual que los profesionales de la comunicación han trabajado mucho en determinar cuáles son los atributos clave que debe tener un modelo de análisis de marca personal para profesionales, creemos que se debe también profundizar más en el desarrollo de un modelo de análisis de marca personal para antihéroes, pues aún hay muchos elementos que no se han podido reflejar en este proyecto

y que pueden ser claves para acabar de entender la compleja naturaleza de estos personajes.

- Se podría estudiar cómo relacionar marcas reales con personajes antiheroicos y comprobar, si las marcas de hoy en día tienen atributos de antihéroe, de héroe o quizás de villano...

Bibliografía

Álvarez Gómz, R (2020). *Héroe, mito e icono popular: evolución histórica de Batman en los medios de comunicación social (1939-2017)*, Historia y comunicación social 25(1), 57-66.

Alexis Racionero Ragué *El viaje del héroe. Mitología, storytelling y transformación personal 2021*
<https://www.letraskairos.com/sabiduria/antiheroe-que-es>

Arqués, N. (2017) *Y tú, ¿qué marca eres?*. Alienta. <https://www.neusarques.com/y-tu-que-marca-eres/marca-personal-y-tu-que-marca-eres/>

Barrero, M. (2020). *Los antivillanos en las adaptaciones de cómics de superhéroes*. Asociación Cultural Tebeosfera.
https://www.tebeosfera.com/documentos/los_antivillanos_en_las_adaptaciones_de_comics_de_superheroes.html

Bergson, H. (1996). *Las dos fuentes de la moral y de la religión*. Tecnos, Madrid.

Brans, J. (1984). *The dialectic of hero and anti-hero in Rameau's Nephew and Dangling man*, Studies in the novel (vol. 16, nº4, pp. 435-447).

Bustillos, M. (2021). *Conoces al antihéroe pero ¿sabes qué es un antivillano?*. Go, go, Catrina.
<https://gogocatrina.com/para-creadores/que-es-un-antivillano/>

Campbell, J. (1949). *El héroe de las mil caras: Psicoanálisis del mito*. México: Fondo de Cultura Económica. <http://www.fraternidadrosacruzdecolombia.org/wp-content/uploads/2017/08/Campbell-Joseph-El-Heroe-De-Las-Mil-Caras-Psicoanalisis-Del-Mito-1949.pdf>

Cardona Zuluaga, P. (2006). *Del héroe mítico al mediático. Las categorías heroicas: héroe, tiempo y acción*. Revista Universidad EAFIT, Vol. 42, nº144 (2006), pp. 51-68. <https://www.redalyc.org/pdf/215/21514405.pdf>

Carrasco, S. (2017). *Tom Peters ¡Padre del concepto de marca personal!*. El Nuevo Entrepreneur. <https://elnuevoentrepreneur.com/tom-peters-padre-marca-personal/>

Castellano, A. (2019). *Personajes Creíbles: Arthur Morgan de Red Dead Redemption 2*. 3D Juegos. <https://www.3djuegos.com/juegos/articulos/1409/0/personajes-creibles-arthur-morgan-de-red-dead-redemption-2/>

Correa, A (2022) Plan FOCO, para la construcción de una marca. Entorno, Contexto, Espacio y Tiempo
<file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/UAO/TFG/Construcci%C3%B3n%20de%20marcas%20-%20CAP2.secci%C3%B3n3%20-%20Agustin%20Correa.pdf>

Chevalier, J; Gheerbrant, A. (2007). *Diccionario de los símbolos*. Herder, Barcelona.

Croft, P. (2020). *Geralt de Rivia (The Witcher), el legendario brujo de la Escuela del Lobo*. MeriStation. AS. https://as.com/meristation/2020/01/14/reportajes/1579012123_423897.html

DIAACO. (2022). *Para dominar el mundo del 'gaming': El país escandinavo ha construido toda una industria alrededor de los videojuegos*. Grupo de Diarios América. <https://www.proquest.com/trade-journals/para-dominar-el-mundo-del-gaming/docvie>

Diel, P. (1976). *El simbolismo en la mitología griega*. Labor, Barcelona.

EAE. (2020). *Videojuegos: La industria del presente y futuro*. EAE Business School. <https://www.eae.es/actualidad/noticias/videojuegos-la-industria-del-presente-y-del-futuro>

Eco, U. (2011). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Mondadori.

Eguren, J. (2018). *T3X20 Evolución del Leitmotiv: Saga Battlefield*. Con 2 Bemoles Radio. <https://con2bemolesradio.com/evolucion-del-leitmotiv-saga-battlefield/>

Escribano, J. L. (1981) *Sobre los conceptos de héroe y antihéroe en la Teoría de la Literatura*. Universidad de Oviedo. (pp. 367-408) <https://reunido.uniovi.es/index.php/RFF/article/view/1964/1835>

Freire Snánchez, A. (2022). *Los antihéroes no nacen, se forjan. Arco argumental y storytelling en el relato antiheroico*. Editorial UOC.

Freire Sánchez, A; Vidal-Mestre, M (2020). *Antihéroes y asperger: el delicado equilibrio entre normalizar y banalizar*. The Conversation. [en línea]. <https://acortar.link/ffH8mxU>

Freire, A., & Vidal-Mestre, M. (2022). El concepto de antihéroe o antiheroína en las narrativas audiovisuales transmedia. Cuadernos.Info, (52), 246–265. <https://doi.org/10.7764/cdi.52.34771>

García Gual, C. (2014). *Mitos, viajes, héroes*. México: Fondo de Cultura Económica.

Giancarlo Cappello Flores (2007) Configuración y tiempo del antihéroe. <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/789/761>

Gil, F.J; García, F. (2016). *Héroe claro y héroe oscuro en el relato cinematográfico*. Área abierta (vol.16, nº3, pp. 1-16) [en línea]. <https://doi.org/10.5209/ARAB.53654>

Hernández, M; Sánchez, S. (2022). *La industria del videojuego mueve 1.700 millones al año y emplea a 30.000 personas en España*. RTVE. <https://www.rtve.es/noticias/20220512/comando-actualidad-videojuego-industria-ocio-mas-importante-del-mundo/2347595.shtml>

Ign. (2018). *Red Dead Redemption 2: ¿Quién es Arthur Morgan?* IGN. <https://es.ign.com/red-dead-redemption-2/132730/feature/red-dead-redemption-2-quien-es-arthur-morgan>

Inácio C. (2019). *Guía de Marca Personal: Cómo crear una estrategia de Personal Branding en Internet con un Plan de Acción de 12 meses*. Claudio Inacio. <https://claudioinacio.com/2019/01/30/marca-personal-branding/>

Lanzaderas. (2018). *¿Qué es la marca personal?* Lanzaderas. <https://www.lanzaderasdeempleo.es/apuntes-sobre-marca-personal>

Macipe Marigot, V. (2018). *Análisis de mercado de la industria de los videojuegos: El caso español*. TFG de la Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/196857/TFG_Macipe_Marigot_Viviana.pdf

María Alcaraz (2020) *Los antihéroes y la atracción fatal que hace que los adoremos* https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-antiheroes-y-atraccion-fatal-hace-adoremos-202002030332_noticia.html

Margrethe Bruun Vaage (2015) *The Antihero in American Television* file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/9781315715162_previewpdf.pdf

Mella González, C. (2018). *Construcción de marca en las series de ficción: el caso de Águila Roja*. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/48148/1/T39935.pdf>

Ogam. (1948). *Tradition Celtique*. Rennes.

Pérez Ortega, A. (2017). *Marca personal para dummies*. Grupo Planeta.
https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/36/35195_MARCA_PERSONAL.pdf

Posener, G. (1959). *Dictionaire de la civilisation égyptienne*. Paris. (En colaboración con Serge Saureon y Jean Yoyotte).

Real Academia de la Lengua Española (2022). *Definición de antihéroe*.
<https://dle.rae.es/antih%C3%A9roe>

Real Academia de la Lengua Española (2022). *Definición de héroe*.
<https://dle.rae.es/h%C3%A9roe?m=form>

Real Academia de la Lengua Española (2022). *Definición de villano*.
<https://dle.rae.es/villano?m=form>

Rockstar Games (2022). *La Banda de Van Der Linde*. Rockstar Game.
<https://www.rockstargames.com/reddeadredemption2/es/features/vanderlindegang>

Rosemi Mederos *Los tipos de antihéroes* (2022) <https://medium.com/writing-break/different-types-of-anti-heroes-17f9f911c756>

Rodríguez, A. (2020). *¿Cómo crear una marca personal de artista?*. NovMeLab Entertainment Marketing. <https://entertainment-marketing.tv/como-crear-una-marca-personal-de-artista/>

Salinas, G. (2020). *Marca personal: qué es y por qué hoy es más importante que nunca*. Escuela Superior de Ingenieros Comerciales (ESIC). <https://www.esic.edu/rethink/management/marca-personal-que-es-por-que-es-importante>

Sánchez, P. (2020). *La figura del villano en el cine americano postclásico*. El Palomitrón. <https://elpalomitron.com/la-figura-del-villano-en-el-cine-americano-postclasico/>

Schawbel, D. (2015). *YO 2.0 - 4 pasos para construir tú futuro*. Editorial: Open Road Integrated Media

Statista. (2022). *Evolución del valor de mercado de la industria del videojuego en el mundo entre 2021 y 2027*. <https://es.statista.com/estadisticas/598622/valor-de-mercado-del-videojuego-en-el-mundo/>

Victor Sellés (2015) *Cómo construir un buen antihéroe* <https://victorselles.com/como-crear-un-buen-antiheroe-2a-parte/>

Vidal-Mestre, M. y Freire, A. (2022), *Creadora, Antiheroína y Gamer: el triple rol de las nativas digitales en la industria del videojuego y sus redes sociales*. Editorial Eunsa.

Vogle, C. (2002). *El Viaje del escritor: [las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas]*. Manon Troppo.

Wijman, T. (2022). *Los ingresos del mercado de juegos superarán los \$200 mil millones por primera vez en 2022 cuando EE.UU. supere a China*. Newzoo. <https://newzoo.com/insights/articles/games-market-revenues-will-pass-200-billion-for-the-first-time-in-2022-as-the-u-s-overtakes-china>

'Wolfgang', C. (2020). *Arthur Morgan: El cowboy más humano*. Hyperhype. <https://www.hyperhype.es/arthur-morgan-el-cowboy-mas-humano/>

Zimbardo, P. G., Maslach, C., & Haney, C. (2000). Reflections on the Stanford Prison Experiment: Genesis, transformations, consequences. In T. Blass (Ed.), Obedience to authority: Current Perspectives on the Milgram paradigm (pp. 193-237). Mahwah, NJ: Erlbaum.
<https://www.prisonexp.org/book>

Zimbardo, P. G. (2007). The Lucifer Effect: Understanding how good people turn evil. New York: Random House. <http://pdf.prisonexp.org/blass.pdf>