

Carnaval del superhéroe

NICOLÁS MEDINA LOZANO

Escritor y estudiante de Creación Literaria, Universidad Central.

Compro las entradas de cine y me dirijo a la larga fila de comidas a comprar un combo. Mis amigos a última hora me quedaron mal y yo no iba a esperar una semana para poder ver *Capitán América: Civil War* a mitad de precio. Traigo puesto mi saco del Capitán América y mi billetera de Los Vengadores. La fila avanza lento y mientras tanto veo niños correr por el cine con muñecos de Iron Man y el Capitán América. Cuando llego a la caja, me ofrecen el Combo Superhéroe que trae: palomitas, gaseosa, un perro caliente y una chocolatina. Inmediatamente le pregunto al cajero por qué el combo se llama superhéroe si no trae nada heroico, y me responde que el nombre se debe a que en el bol en el que sirven las palomitas está impresa la promoción de la película. Compro mi combo, lleno mi gaseosa, le pongo salsas al perro caliente y me dirijo a la sala.

Encienden las luces y me alegro de haber visto en cine la más reciente entrega de Marvel. A pesar de los *geeks* que estaban detrás y se la pasaron hablando durante toda la película, las cosas salieron bien. “Es que en el 2006 salió el crossover del cómic y era una disputa política, no una telenovela entre Stark y Rogers”, dijo uno de ellos. Y si bien es cierto que el cómic era totalmente diferente porque Steve Rogers (Capitán América) pasó de ser un símbolo de libertad a ser un fugitivo que lideraba la resistencia, el cómic tiene una tradición de décadas en la que hay muchísimos personajes involucrados y la disputa por la ley de Registro de Superhumanos podía desarrollarse a cabalidad. Esta película solamente podía tener uno que otro guiño al universo

del cómic, porque igual lo que se ha venido gestando en los otros títulos de las cintas del Capitán América no da pie para tanto, de ahí la crítica.

El primer superhéroe fue Patoruzú, creado en 1928 por Dante Quintero. Patoruzú es totalmente ajeno a los superhéroes de ahora, pues este personaje es una representación indígena argentina, que al comienzo contó con fuerza sobrehumana y a la que más adelante se le adjudicaron otras superhabilidades. El siguiente en ver la luz fue Fantasmagórico, en 1930, creado por Ichiro Suzuki y Takeo Nagamatsu. Puede volar y es casi indestructible pero sus historietas no tuvieron mucha acogida. Sin embargo, se considera que el primero fue Superman en 1938, pues desde este personaje se impulsa la industria del cómic como la conocemos actualmente. Por parte de Timely Comics, que más adelante pasaría a llamarse Marvel Comics, aparecieron Namor, Antorcha Humana y Ángel en 1939. Desde entonces, el superhéroe ha sufrido múltiples transformaciones a través del tiempo y ha sido adaptado en varias plataformas; aunque, hoy en día, estamos viviendo un fenómeno en el que este se descontextualiza para dar paso a otro tipo de personaje, con otras características y objetivos. El valor económico del superhéroe se pone por encima del valor político.

La versión del cómic es más sólida en cuanto al desarrollo del personaje se refiere. Esto se debe a que los personajes creados por Stan Lee siempre han sido reconocidos por su componente humano, por el hecho de haber sido creados a partir de personas

Estos personajes extranjeros potencian la idea del consumo y están tan arraigados que cualquier intento por sacar nuestros propios superhéroes es, generalmente, ignorado o transformado.

dales; Juniorman, que controlaba el tráfico en Barranquilla y alentaba a su equipo, el Junior, al triunfo.

Más allá de todo esto, y con temor a equivocarme, puede que la empresa Marvel Comics haya notado la falta de identificación de los espectadores latinos y, para revertir ese sentimiento, haya introducido personajes de otras nacionalidades como Miles Morales (Puerto Rico), el nuevo Spider Man después de la muerte de Peter Parker; Ana Cortés (Bogotá, Colombia), la nueva Lady Deathstrike, villana que hereda la fortuna de su padre; y Robbie Reyes (México), uno de los poseídos por el fantasma de Ghost Rider, entre otros.

El símbolo de la libertad en América Latina es el Capitán América, quien fue creado durante la Segunda Guerra Mundial y es intachable desde que obtiene el suero del súper soldado, por lo que pierde popularidad después de la guerra. En 1964 es revivido y pasa por diferentes fases en las que llega a ser líder de una resistencia en contra del gobierno estadounidense o un agente de Hydra (organización terrorista de Marvel Comics, que actúa bajo el lema “corta una cabeza y aparecerán dos más” y fue apoyada y dirigida por un villano de Marvel: el nazi Red Skull). Pero esto solo sucede en los có-

mics, pues en las películas él mantiene su moral intacta y lo único que lo hace ser un fugitivo es el valor de su amistad con Bucky Barnes (Soldado de invierno). Por esta razón, se genera un intercambio funcional, porque lo que vende no es el personaje con problemas del cómic sino el superhéroe intachable del cine. Este intercambio opera en la medida en que el superhéroe, sujeto por los medios, se convierte en un modelo a seguir por las generaciones más nuevas, las que no conocen todo lo que hay detrás. El Capitán América representa los ideales de una Nación, Tony Stark el hombre millonario que se hace héroe y Thor el único ser digno de portar el Mjolnir. La industria, entonces, es la que decide lo mejor para el superhéroe: cómo va a sobresalir más este en un mundo manejado por los medios. El superhéroe se valora más como mercancía que como humano.

Los medios deciden qué tipo de personaje necesita la sociedad en este momento. Así como en la modernidad la sociedad necesitaba personajes intensamente políticos, la posmodernidad requiere de personajes que potencien la economía. La modernidad requería de esos personajes que impulsaran al ciudadano a alcanzar sus metas de la mejor forma posible; y qué mejor manera de potenciarlo que hacer un superhéroe que representara esos ideales: el hombre que lucha por lo que le pertenece. En la posmodernidad, en cambio, hay una transición, que si bien no elimina por completo la idea política en el superhéroe, la reduce al máximo con el fin de potenciar su idea económica. La posmodernidad se mueve a pasos agigantados y requiere que, lo que antes era usado para impulsar el crecimiento en el hombre, ahora sea usado para comérselo vivo.

La industria brinda un abanico de posibilidades de acuerdo con los gustos del sujeto. Los medios, que están sujetando a

los sujetos, ofrecen a los superhéroes como el menú de un restaurante, según las inclinaciones de cada cual: el patriotismo, la inteligencia, innovación y dinero, la belleza y dignidad exacerbadas o la fuerza descomunal. Para cualquier gusto, habrá un superhéroe que pueda llenar ese vacío existencial dejado por el consumismo. Los medios nos venden un superhéroe de carnaval.

El superhéroe de carnaval se caracteriza por ser aquella máscara que nos permite identificarnos con el mundo que estamos consumiendo; asimismo, hace posible que seamos rellenados como un peluche para poder salir a la calle y ser parte del mundo posmoderno. No necesitamos más que reconocer que la industria está ahí para consumirnos. Podemos hacernos los de la vista

gorda para dejar que el superhéroe use sus habilidades y nos salve. Tenemos el menú listo, es solo cuestión de buscar qué superhéroe adquirir. ■■

Referencias

- Branagh, K. (2011). *Thor*. Paramount Pictures.
- Favreau, J. (2008). *Iron Man*. Paramount Pictures.
- Johnston, J. (2011). *Captain America: The First Avenger*. Paramount Pictures.
- Markus, Ch. y McFeely, S. (2016). *Captain America: Civil War*. Walt Disney Studios Motion Pictures.
- Watts, J. (2017). *Spiderman: Homecoming*. Sony Pictures Releasing.