

[El superhéroe en el diván](#)

Enviado por Durán el Sáb, 05/14/2016 - 07:55

Antetítulo portada:

Filmoteca

Artículos relacionados portada:

Cuando la tinta es sangre: violencia y superhéroes

Foto portada:



Antetítulo (dentro):

Filmoteca

Sección principal:

[Culturas](#)

Cuerpo:

Ante el aluvión de superproducciones de ficción protagonizadas por superhéroes que está descargando sobre nuestras pantallas, cabe preguntarse por el sentido de estas ficciones, que **han cifrado lo superheróico en las emociones**, abriendo un campo de batalla, una auténtica guerra civil por la empatía del público; un público que parece conformarse con el espectáculo del yo, con la aventura de la identificación, con la exigencia de que justifiquen mi manera de ser.

Ante este tipo de películas, solía exclamarse hasta hace poco por cuestiones ideológicas: "No me representan". A fecha de hoy, a veces con dolor y a veces con complacencia, cabe admitir sin problemas que **sí representan, y mucho, el actual sentir de los tiempos**.

El cine de superhéroes como síntoma de un estancamiento generalizado, que incluye la negación de otro futuro que no sea el ya calculado; al menos, este es el caso de Marvel-Disney. Coincide con DC-Warner en la instrumentalización de las emociones de sus protagonistas como **estrategia para desviar el foco de atención de la responsabilidad pública** al folletín emocional que, en parte, ha propiciado la serialización de estas películas: continuas reposiciones de la culpa, sin sentido, ni cierre; traumas infantiles que vertebran la psicología de unos niños grandes incapaces de implicarse en la cosa pública si no es a través de sus emociones; errores, faltas y omisiones que son motor de cambio siempre y cuando la injusticia de turno afecte de manera íntima.

Claves con las que leer las tres últimas producciones de género superheróico estrenadas en España -[Deadpool](#), [Batman v Superman: El amanecer de la justicia](#) y [Capitán América: Civil War](#)- poniendo especial énfasis en la protagonizada por el Capitán América.

Quizás la más interesante de someter a análisis, por representar **la aceleración de la estrategia mercantil de Marvel-Disney** al plantear su nueva película como el siguiente episodio cinematográfico de Los Vengadores, sacrificando gran parte del trabajo previo de los directores Anthony y Joe Russo en *Capitán América: Soldado de Invierno* (2014).

La estrategia expansiva de mercado, que conlleva una ampliación del campo de batalla a series

de televisión, parques de atracciones y relanzamientos de cabeceras de cómic, ha reducido la experimentación creativa en beneficio de la imagen de marca.

La minimización del riesgo pasa por el sacrificio de la esencia superheroica –que no es otra que el cambio, la transgresión–. Tras apenas cinco años del *Capitán América: El Primer Vengador* (2011) y ocho de *Iron Man* (2008), películas que **hacían pensar en una cierta reflexión sobre el poder**, en una oportunidad para la crítica recreativa, podemos afirmar sin miedo a equivocarnos que lo más creativo en el presente superheroico cinematográfico es el plan de desarrollo de mercado de Marvel Studios, urdido por su presidente, Kevin Feige; un plan presentado en distintas fases que describe una maquinaria de precisión, una factoría de superhéroes correctos, grises, con los que poder identificarse, realizados por directores a sueldo cuya categoría de autor sirve más a la nota de prensa que a la propia película.

Lejos quedan algunas de las más interesantes reflexiones formuladas por Steve Rogers (Chris Evans) en pantalla de la mano de Joe Johnston –director de otro superhéroe de época, *The Rocketeer* (1991)– en *Capitán América: El Primer Vengador*, que bien podría considerarse un precedente de Iron Man.

Reflexiones sobre el poder y las decisiones personales; sobre la responsabilidad de los propios actos y la voluntad por marcar la diferencia. En *Capitán América: Civil War* todas las llamadas a este precedente están ejecutadas a modo de guiño, a modo de juego con el espectador, pero carecen de sentido en este personaje tal y como ha devenido producto seriado.

Del Capitán América que aprende de su infancia en Brooklyn, de su encuentro con Peggy Carter sobre la voluntad de ser, de hacer por el bien mayor, apenas queda la carcasa destinada a un sin fin de aventuras, roces y reencuentros con su colega Bucky, que funciona en esta ficción en particular como interruptor emocional del superhéroe.

Un interruptor que también tiene el supuesto adversario de Steve Rogers en esta supuesta "guerra civil", Tony Stark (Robert Downey Jr), en esta ocasión en formato exnovia, que viene aderezado por un trauma relacionado con la madre –como, siniestramente, en [Batman y Superman: El amanecer de la justicia](#)–, víctima colateral de las acciones de Los Vengadores, que le obliga finalmente a actuar de determinada manera.

Lo que nos interesa de todo esto es cómo gestionan nuestros protagonistas, Steve Rogers/Capitán América y Tony Stark/Iron Man el estado de encendido y apagado de todos estos interruptores. Es decir, cómo las excusas personales **desplazan el foco de las responsabilidades públicas al de la satisfacción de las necesidades propias.**

Necesidades emocionales desde las que construir un conflicto entre ambos inexistente, y que contrasta con la idea planteada como crossover de cómic, guionizado por Mark Millar, del que esta película toma el nombre –*Civil War*, 2006-2007– donde la colisión tenía su base en lo político y dentro de un contexto post 11-S.

Enfrentamiento como expresión de las tensiones internas de un país que, con la excusa del trauma, estableció precedentes simbólicos que, a día de hoy, siguen funcionando dentro de una lógica de capitalismo de las emociones. La conciencia que nace del mal sufrido en propias carnes, que no del sufrimiento ajeno. **El trauma como excusa para destruir al otro.**



Temáticos:

[número 270](#)

[cómic](#)

[Cine](#)

Edición impresa:

Licencia:

[CC-by-SA](#)

Posición Media:

Cuerpo del artículo

Compartir:

Tipo Artículo:

Normal

Autoría:

[Elisa McCausland](#)

Formato imagen portada:

grande

Tipo de artículo:

[Normal](#)