

Dr. Vicente GARCÍA-ESCRIVÁ

Universidad de Alicante. España. v.escriva@ua.es

El auge del género de superhéroos y la nueva industria cinematográfica global

The boom of the superhero genre and the new global film industry

Fechas | Recepción: 18/04/2017 - Revisión: 18/05/2017 - Publicación final: 01/01/2018

Resumen

Proveniente del mundo del cómic, la figura del superhéroe debutó con éxito en el cine a finales de la década de los 70. Sin embargo, ha sido durante los últimos quince años cuando esta figura ha cobrado un extraordinario protagonismo y, en sus múltiples variantes, ha dado pie a buena parte de las franquicias cinematográficas que en la actualidad dominan las salas de cine de todo el planeta. Al hilo de este nuevo paisaje fílmico, el presente artículo se propone explorar la naturaleza del cine de superhéroos, un apabullante espectáculo audiovisual que es consumido por millones de espectadores en todo el mundo, con especial incidencia entre el público infantil y juvenil. Tal indagación conduce a examinar las narrativas desplegadas en estas series de películas, así como a analizar la propia figura del superhéroe en el contexto de un cine saturado de efectos visuales y acción trepidante. Finalmente, el artículo trata de señalar las razones de fondo que han llevado a la industria de Hollywood a apostar por el género de superhéroos como fórmula recurrente para atraer al público a las salas de cine.

Palabras clave

Espectáculo audiovisual; franquicia cinematográfica; género de superhéroos; Hollywood; industria cinematográfica; superhéroe

Abstract

Coming from the field of comic books, the character of the superhero began to appear successfully in the cinema of the late 70's. However, during the last fifteen years this type of character has taken on a very important role and, in its many variants, has given rise to much of the film franchises that currently dominate movie theatres all over the world. Following the thread of this new film landscape, this article aims to explore the nature of superhero movies, an overwhelming audiovisual spectacle that is consumed by millions of spectators around the world, with a significant impact on children and young audiences. That inquiry leads to examine the narratives unfolding in these film series, while analysing the character of the superhero within the context of a cinema saturated with visual effects and frenetic action. Finally, the article tries to point out the basic reasons that have led the Hollywood industry to focus on superhero genre as a recurring formula to bring audiences to movie theatres.

Keywords

Audiovisual spectacle; film franchise; Hollywood; film industry; superhero; superhero genre

1. Introducción

La figura ficcional del *superhéroe* aparece por primera vez a finales de los años 30 en los Estados Unidos, y lo hace en el ámbito del cómic orientado a un público infantil y juvenil. Si bien es posible localizar varios precedentes tanto fuera como dentro del mundo del cómic, todo parece indicar que el primer superhéroe de la historia fue—como no podía ser de otra manera—Superman (Coogan, 2006: 175). Concretamente este personaje debutó en 1938 en la serie *Action Comics* de la editorial Detective Comics [DC] de la mano de Jerry Siegel y Joe Shuster. A partir de ese momento, un gran número de superhéroes—también superheroínas—fueron apareciendo en las diversas series de cómics publicadas fundamentalmente por las editoriales DC y Timely Comics, la antecesora de la actual Marvel, dando comienzo a la que se conoce como "Edad de Oro del cómic", que se prolongaría hasta mediados de los años 50 (Rhoades, 2008: 4). Durante este periodo surgieron personajes tales como Batman (1939), Human Torch (1939), Captain Marvel (1940), Flash (1940), Hawkman (1940), Wonder Woman (1941) y Captain America (1941), entre otros muchos, conformando una lista prácticamente interminable.

Casi de manera simultánea, varios de estos superhéroes dieron el salto de las historietas gráficas a los seriales cinematográficos. En la década de los 40 el formato serial gozó de gran aceptación en los Estados Unidos. Estas series de películas destinadas a complementar la programación de las salas de cine estaban compuestas entre doce y quince episodios de unos treinta minutos de duración que terminaban sistemáticamente con un *cliffhanger*, o final suspendido a modo de gancho para la siguiente entrega (Hurst, 2007: 69-71). Aunque ni mucho menos fueron los únicos personajes de estos seriales, los superhéroes del cómic se convirtieron en protagonistas de un buen número de ellos. Por citar algunos ejemplos, en 1941 se estrena *Adventures of Captain Marvel* (J. English y W. Witney); en 1943, *Batman* (L. Hillyer); en 1944, *Captain America* (E. Clifton y J. English); y en 1948, *Superman* (S. Bennet y T. Carr). Sin embargo, a partir de los 50, con el ascenso imparable de la televisión y el declive de los seriales fílmicos, los superhéroes desaparecieron del mundo del cine para refugiarse en la pequeña pantalla, como fue el caso de la serie *Batman* (William Dozier, ABC, 1966-1968) y de varias series de animación.¹ De este modo, no fue hasta finales de los años 70 cuando Hollywood estrenó la primera gran película protagonizada por un superhéroe, curiosamente el mismo que ya había sido pionero en el campo del cómic: *Superman* (Richard Donner, 1978). El éxito de esta película—producida por Warner Bros., cuya matriz multimedia, Time Warner, había comprado la editorial DC dos años antes—fue enorme. A la primera *Superman* le siguieron varias replicas en los años 80, así como una adaptación cinematográfica de *Batman* a cargo de Tim Burton en 1989 y otras secuelas con este mismo superhéroe en los años 90.²

Pese a esta ya larga historia, ha sido recientemente cuando el cine de superhéroes se ha vuelto habitual en las salas de todo el mundo. Tomando como puntos de partida la primera entrega de la serie *X-Men* (Bryan Singer, 2000) y *Spider-Man* (Sam Raimi, 2002), puede observarse como a lo largo de los últimos quince años son varias las series de películas de superhéroes que han cosechado un gran éxito de taquilla y como, en consecuencia, Hollywood no ha dejado de incrementar su apuesta por el género en todo este tiempo. Según se desprende de los datos disponibles en Internet Movie Database (IMDb, 2017), más de sesenta títulos del género de superhéroes producidos en los Estados Unidos han sido estrenados en cine entre 2000 y 2016. Y esto sin contar películas de animación, cortometrajes, telefilms, series de televisión y estrenos directos en vídeo, así como varios largometrajes basados en cómics que podrían considerarse cercanos a la temática de superhéroes. Al hilo de esta constatación, el presente artículo se propone examinar el actual *boom* del cine de superhéroes. Para ello revisaremos las características formales y narrativas más destacadas de los productos cinematográficos adscritos a este género. Asimismo, efectuaremos un análisis de la figura del superhéroe y del contexto fílmico en el que se inscribe. Finalmente, trataremos de identificar las principales razones que han llevado a la industria de Hollywood de la era digital a apostar de una manera tan insistente por esta clase de producciones.

2. Las franquicias de superhéroes

Las películas de superhéroes no son en ningún caso productos narrativamente independientes, sino que se integran en unas series, por lo general extensas y a veces entrecruzadas, conocidas como franquicias cinematográficas. Merece la pena detenerse en este concepto. Aunque no se trata de un fenómeno nuevo—por ejemplo, la serie de *James Bond* se remonta a comienzos de los años 60³—lo cierto es que las franquicias cinematográficas se han convertido en una tendencia absolutamente predominante en la cartelera global. Como explica Matthew Garrahan (2014), "siete de las diez películas más taquilleras a escala global en 2014 han sido secuelas. Compárese esto con el resultado de taquilla anual de hace veinte años, cuando solo una de las diez primeras [...] era una secuela". En efecto, si revisamos las películas más vistas en todo el mundo en los últimos diez años observamos que es difícil encontrar entre las veinte primeras un título que no forme parte de una franquicia (Box Office Mojo, 2016a). Sucede, pues, que el

cine que más se consume hoy en día en las salas está mayoritariamente integrado en un sistema de franquicias, replicando, así, el fenómeno que se viene produciendo en otros sectores de consumo, tales como restaurantes, cafeterías, tiendas de ropa, etc.

Centrando la atención solo en las franquicias de superhéroes, al consultar en Box Office Mojo los datos globales de taquilla correspondientes al período 2012-2016 se constata lo siguiente:

a) En 2012 *Marvel's The Avengers* (Joss Whedon) fue la película más vista del año, recaudando solo en salas 1519 millones de dólares en todo el mundo; en tercer lugar aparece *The Dark Knight Rises* (Christopher Nolan), con una recaudación de 1085 millones de dólares, y en séptimo lugar *The Amazing Spider-Man* (Marc Webb) (Box Office Mojo, 2016b).

b) En 2013 *Iron Man 3* (Shane Black), con una recaudación de 1215 millones de dólares, fue la segunda película más vista del año; *Man of Steel* (Zack Snyder), la novena; *Thor: The Dark World* (Alan Taylor), la décima; y *The Wolverine* (James Mangold), la decimoquinta (Box Office Mojo, 2016c).

c) En 2014 *Guardians of the Galaxy* (James Gunn) se situó en tercer lugar; mientras que *X-Men: Days of Future Past* (Bryan Singer) lo hizo en sexta posición; *Captain America: The Winter Soldier* (Anthony Russo y Joe Russo), en la séptima; y *The Amazing Spider-Man 2* (Marc Webb), en la novena (Box Office Mojo, 2016d).

d) En 2015—el año de *Star Wars: The Force Awakens* (J. J. Abrams), otra célebre franquicia, en este caso de ciencia ficción—la cuarta película más vista fue *Avengers: Age of Ultron* (Joss Whedon), una producción de Marvel Studios para Disney, con una recaudación mundial de 1405 millones de dólares. En decimocuarta posición aparece *Ant-Man* (Peyton Reed); y mucho más atrás *Fantastic Four* (Josh Trank), en el puesto cuarenta y tres (Box Office Mojo, 2016e).

e) En 2016 la película más vista en todo el mundo ha sido *Captain America: Civil War* (Anthony Russo y Joe Russo), de nuevo producida por Marvel Studios para Disney, con un presupuesto de 250 millones de dólares y una recaudación de más de 1150 millones. Otras películas de superhéroes exhibidas este año han sido *Batman v Superman: Dawn of Justice* (Zack Snyder), que aparece como la sexta más vista; *Deadpool* (Tim Miller), en séptima posición; *Suicide Squad* (David Ayer), en la novena; *Doctor Strange* (Scott Derrickson), en la undécima; y *X-Men: Apocalypse* (Bryan Singer), en la decimotercera (Box Office Mojo, 2017).

Tal y como se puede apreciar, los últimos cinco años han sido muy prolíficos para el cine de superhéroes. Aunque este florecimiento no solo se ha producido en la gran pantalla, ya que paralelamente se han estrenado varias series de televisión—por ejemplo, *Agents of S.H.I.E.L.D.* (Maurissa Tancharoen, Jed Whedon y Joss Whedon, ABC, 2013-presente) y *Arrow* (Greg Berlanti, Marc Guggenheim y Andrew Kreisberg, The CW, 2012-presente)—series de animación y videojuegos basados en los mismos personajes. Asimismo, los grandes estudios hollywoodienses han anunciado un ingente número de títulos para los próximos años: hasta treinta películas de superhéroes está previsto que se estrenen entre 2017 y 2020, la gran mayoría nuevas entregas de franquicias ya iniciadas (Chitwood, 2016).

A fin de remarcar la importancia económica que el cine de superhéroes ha adquirido para el Hollywood actual basta con señalar que en 2009 The Walt Disney Company compró Marvel Entertainment—incluyendo Marvel Studios, entre otras muchas subsidiarias—por 4000 millones de dólares con vistas a asegurarse un suministro casi inextinguible para futuras producciones (Bond, 2009). Por su parte, DC ya había sido absorbida por otras causas por Time Warner en 1976, como vimos anteriormente. En realidad, todos los grandes estudios de Hollywood han procurado hacerse con derechos sobre personajes de cómic con la intención de llevarlos al cine y a otros medios. Resulta llamativo que a mediados de los años 90—por tanto, antes del boom cinematográfico de los superhéroes—un Marvel al borde de la quiebra tuviera que vender los derechos de varios de sus personajes a distintos estudios a cambio de unos ingresos bastante modestos. Fue así como, por ejemplo, los derechos sobre Spider-Man acabaron en manos de Sony-Columbia, mientras que los de X-Men recalaron en 20th Century Fox (Fritz, 2014). Dos décadas después el panorama ha cambiado sustancialmente, de modo que "cada estudio con un derecho de Marvel lo mantiene celosamente guardado, sabiendo muy bien el potencial para ganar dinero que cada respectiva franquicia representa" (Cannata-Bowman, 2016).

3. ¿Qué es un superhéroe?

Llegados a este punto cabe preguntarse qué es un *superhéroe* y cuál es la relación que guarda esta figura con la del *héroe* clásico. Según Peter Coogan, un superhéroe podría definirse como:

Un personaje heroico con una misión altruista y pro-social; con superpoderes—capacidades extraordinarias, tecnología avanzada, o habilidades físicas, mentales o sobrenaturales altamente

desarrolladas; poseedor de una personalidad de superhéroe que se plasma en un pseudónimo y en un vestuario emblemático, la cual normalmente expresa su biografía, carácter, poderes u origen (la transformación de persona corriente en superhéroe); y que es diferenciable genéricamente, es decir, que puede distinguirse de personajes de otros géneros relacionados (fantasía, ciencia ficción, detectives, etc.) por un predominio de las convenciones de género. A menudo los superhéroes tienen dobles identidades, de las cuales la ordinaria suele ser un secreto bien guardado (2006: 30).

Coogan (2006: 30) acierta al señalar tres rasgos esenciales de la figura del superhéroe, unos rasgos que denomina "convenciones primarias". En primer lugar, las actuaciones de un superhéroe están orientadas hacia una misión o cometido positivo y pro-social, lo cual legitima las diversas acciones que lleva a cabo. Si bien, en mi opinión, cabría matizar el alcance y el enfoque de este cometido: el orden que se esfuerza en mantener el superhéroe es invariablemente estadounidense. No importa si el personaje es de origen ruso, proviene de la mitología nórdica, o directamente de otro planeta, el paradigma de referencia será siempre los Estados Unidos. Las siguientes palabras de Superman en la célebre versión cinematográfica de 1978 constituyen un ejemplo palmario: "I'm here to fight for truth and justice, and the American way" (Spengler & Donner, 1978). Lo cual, por cierto, nos lleva a reparar en el siguiente hecho: no existe el género cinematográfico de superhéroes fuera de Hollywood.

En segundo lugar, un superhéroe tiene *superpoderes*, es decir, posee una o varias capacidades que están mucho más allá de lo que puede realizar un ser humano y que traspasan los límites físicos de manera ostensible. Estos superpoderes se explican en la ficción por un origen extraterrestre, por mutaciones casuales o inducidas provocadas por fuerzas extraordinarias, o bien son proporcionados por una tecnología superior a la conocida.

Y por último, un superhéroe posee una identidad que lo hace reconocible y que a la vez lo separa de la vida ordinaria. Resulta sencillo identificar a un superhéroe por su nombre en clave o pseudónimo y por su indumentaria característica, que en bastantes ocasiones incluye un emblema y una máscara. Es frecuente, aunque no imprescindible, que el superhéroe posea una identidad dual, es decir, que bajo la apariencia de una persona corriente se esconda la personalidad de un superhéroe, llevando una suerte de doble vida.

Por otra parte, Coogan se refiere en su definición a la cuestión del género narrativo. El superhéroe, como cualquier personaje de género, habita en un contexto muy específico regido por una serie de convenciones. Evidentemente las tres "convenciones primarias" señaladas son esenciales para definir el género de superhéroes. Pero también es posible aislar otros elementos secundarios, como la preferencia por determinados escenarios urbanos, el uso por parte del protagonista de un escondite o base secreta, la existencia simultánea de otros superhéroes, la presencia de supervillanos—es decir, antagonistas con superpoderes—así como la ubicación de la trama en un mundo contemporáneo y supuestamente real.

A mi juicio, el punto débil de la definición de Coogan radica en que equipara sin más al superhéroe con un "personaje heroico", de modo que no establece ninguna diferencia de fondo entre superhéroe y héroe. Para Coogan, en última instancia el superhéroe sería una versión del héroe característica de un determinado género narrativo o cinematográfico. También Umberto Eco (1984: 263) parece asimilar al superhéroe con el héroe clásico cuando afirma que "Superman [...] posee, desde un principio y por definición, todas las características del héroe mítico", si bien a continuación añade que este personaje "se halla al mismo tiempo inmerso en una situación novelesca de sello eminentemente contemporáneo". Según Eco (1984: 263), lo específico del superhéroe estaría en su inserción en una narrativa de corte novelesco, basada en la imprevisibilidad, el suspense y en una tendencia extrema hacia lo episódico, esto es, en una sucesión de casos sin un final en el horizonte. Lo cual es, en efecto, un aspecto clave de la narrativa de superhéroes, como veremos enseguida. No obstante, propongo dar un paso más y afirmar que el superhéroe, lejos de ser una figura heroica, es una de sus contradicciones posmodernas. Si, por una parte, tenemos el antihéroe, entendido como un héroe invertido y, por tanto, despojado de sus cualidades heroicas; por otra, el superhéroe resulta ser igualmente una negación del héroe, aunque en este caso por *hipertrofia*. Antihéroe y superhéroe serían, así, las dos caras de la ausencia—al menos relativa—de la figura heroica en las narraciones predominantes de la contemporaneidad. Cuestión aparte es que, por lo general, se haya prestado más atención a la figura del antihéroe que a la del superhéroe, quizá porque esta última ha sido percibida como pueril y al margen de las narrativas serias.

La citada hipertrofia se manifiesta en las tres "convenciones primarias" anotadas por Coogan. En primer lugar, en la misión o cometido del superhéroe. González Requena (2006: 562) afirma que en el caso del héroe del cine clásico "la tarea constituye el vértice de todo el edificio narrativo, en la misma medida que en ella se anudan todas las figuras que en él participan. [...] Todo, en la economía emocional del relato, se focaliza hacia allí". En cambio, en las narraciones de superhéroes la tradicional tarea central del héroe

es por lo general reemplazada por una pléyade de acciones, a cada cual más espectacular e hiperbólica, cuyo objetivo final es, a su vez, abiertamente desmedido (salvar al mundo de manera reiterada, por ejemplo).

En segundo lugar, en la representación de la identidad superheroica del protagonista, que a diferencia de lo que ocurre con el héroe o la heroína del cine clásico, designa explícitamente su figura—mediante un llamativo disfraz—y la tematiza dentro de la propia narración.

Y finalmente, en los superpoderes que ostenta el superhéroe, los cuales anulan la resistencia propia del mundo real y en el fondo convierten al personaje en inmune al paso del tiempo y la muerte. Precisamente son estas capacidades hipertrofiadas las que con mayor intensidad alejan al superhéroe de la dimensión heroica y lo sitúan en un plano en el cual sus actos, en teoría heroicos, carecen de auténtico valor por más espectaculares que sean, pues pueden llevarse a cabo sin un verdadero sacrificio. Por otra parte, los superpoderes son susceptibles de constituir un problema para la trama narrativa y su interés para el espectador, como bien ha señalado Eco (1984: 263-266). Los creadores de historias de superhéroes han tratado de solventar este inconveniente de tres maneras complementarias: creando algún talón de Aquiles para el superhéroe, por ejemplo, la *kriptonita* que anula los poderes de Superman; introduciendo la figura del supervillano; y sobre todo basando la narración en una sucesión de acciones y desafíos cada vez más aparatosos.

Por supuesto, es posible encontrar excepciones o matices en esta tendencia hipertrófica. Tal vez las mejores películas de superhéroes realizadas hasta el momento sean las que componen la trilogía de *The Dark Knight* (Christopher Nolan, 2005-2012). Comenzando el relato desde el principio [*Batman Begins*, 2005] Nolan construye un personaje de Batman que se aparta del superhéroe convencional para aproximarse al héroe del cine negro. Aunque para ello el director ubica sus tres films más cerca del *thriller* y del género policiaco que del de superhéroes. Al fin y al cabo, Nolan, según él mismo ha confesado, nunca ha sido un apasionado de los cómics.⁴

Si hay un rasgo en la narrativa de superhéroes que delata su distanciamiento de lo heroico en el sentido clásico es la naturaleza netamente serial que posee. Como ya ha sido apuntado anteriormente, no existe la película única de superhéroes. Desde sus comienzos en el cómic, pasando por las series cinematográficas de los 40, las televisivas de los 60 y 70, las secuelas fílmicas de los 80 y 90, hasta llegar finalmente a las actuales franquicias, lo serial siempre ha acompañado al superhéroe. Las suyas son historias sin final, episodios que se suceden sin clausura posible, siempre a la espera de una nueva entrega. Al mismo tiempo, como ocurre también en el ámbito del cómic, las películas de superhéroes resultan fácilmente combinables, tanto entre sí como con otros productos de ficción, lo cual las hace idóneas para formar parte de un universo narrativo de tipo *transmedia*. Como explica el autor que acuñó este término, "una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad" (Jenkins, 2008: 101). Así, unos mismos superhéroes pueden transitar y desenvolverse simultáneamente—de manera fragmentaria y vinculada a la vez—en varios medios (cómic, cine, televisión, internet y videojuegos), de modo que para el usuario "el recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula el consumo" (Jenkins, 2008: 101).

El sistema de franquicias y sus posibilidades transmediáticas permiten componer para los superhéroes un universo narrativo múltiple que, al menos en teoría, es infinitamente expandible. Y no se trata aquí de usar una metáfora: la estrategia de producción cinematográfica de Marvel Studios se sustenta en lo que ellos mismos denominan *Marvel Cinematic Universe*—donde habitan, entre otros, Iron Man, Captain America, Hulk, Thor y Guardians of the Galaxy—y que califican explícitamente de *multiverso*, esto es, compuesto por varios universos distintos. Con ocasión del estreno de *Doctor Strange* (Scott Derrickson, 2016), el presidente de Marvel Studios, Kevin Feige, declaraba que "la idea de las dimensiones paralelas, las realidades alternativas y el multiverso es algo que estamos entusiasmados en explorar" (Marvel, 2016). Por su parte, Warner Bros. también ha creado su particular universo cinematográfico llamado *DC Extended Universe*—poblado por Superman, Wonder Woman y Batman, entre otros—mientras que ha desarrollado para la televisión otro universo denominado *The Arrowverse*. En ambos casos se trata de universos combinables y virtualmente infinitos que conectan con otros espacios narrativos desarrollados a través de cómics, series de televisión, videojuegos y contenidos web. Se confirma, pues, la tendencia apuntada por Scolari (2009: 590) cuando decía que "hoy en día, la narrativa transmedia parece ser una de las estrategias más extendidas de las corporaciones de medios de comunicación".

4. Las razones de Hollywood

Desde comienzos del presente siglo, una nueva ola de la llamada revolución digital ha provocado una profunda transformación en la industria del cine. Como señala Alexander Cohen (2010: 235), "el cine está experimentando un tremendo cambio en la manera en que se crea, edita, distribuye y exhibe". La aparición de internet ha supuesto una *innovación disruptiva*—para expresarlo mediante el conocido concepto de Clayton Christensen (1997)—que ha puesto en cuestión el modelo de negocio de Hollywood y del resto del cine que se produce en el mundo. Por un lado, en el panorama de los medios de comunicación se ha producido una enorme fragmentación tanto de los propios medios como de las audiencias (Napoli, 2011: 55-58). Por otro, las vías por las que los productos audiovisuales llegan hasta el público se han visto alteradas de forma radical. En el caso del cine, "aunque las tecnologías de distribución evolucionaron casi continuamente desde los inicios del medio, el advenimiento de la digitalización alteró drásticamente estos recursos y actuó como factor que hizo posible un enorme cambio en una escala inconcebible antes de internet" (Cohen, 2010: 235). En 2001 se presentaba la primera versión del protocolo de intercambio de archivos BitTorrent; en 2005 se producía el lanzamiento de YouTube; mientras que en 2007 Netflix comenzaba su actividad *on-line* en los Estados Unidos. Tanto los sistemas *peer-to-peer* como los servicios de *streaming* constituyen desde hace unos años un enorme desafío para la distribución y la exhibición cinematográfica, lo cual incide directamente en cómo se rentabilizan las producciones. Sin embargo, la industria de Hollywood no ha permanecido impasible ante estos cambios y ha ido realizando ajustes en su modelo de negocio y en las características de los productos que pone en el mercado.

Tal y como se deduce al revisar los resultados globales de taquilla, el espectáculo audiovisual que actualmente predomina en las salas de cine se fundamenta en explotar hasta el límite la atracción visual y sonora mediante el despliegue de grandes dosis de acción y de efectos digitales. Normalmente esto conlleva una buena cantidad de persecuciones, enfrentamientos, choques violentos y tremendas destrucciones. Aquellos géneros especialmente propicios para contener estos ingredientes—ciencia ficción, fantasía, acción y superhéroes—se han convertido en predominantes, empujando al resto a un papel más bien secundario en la mayoría de las salas del mundo. Al examinar la adscripción genérica de las veinte películas más taquilleras en lo que llevamos de siglo en todo el mundo según Box Office Mojo (2016a) se obtienen los siguientes resultados:

a) Cinco son títulos encuadrados en el género de superhéroes: *Marvel's The Avengers* (Joss Whedon, 2012), *Avengers: Age of Ultron* (Joss Whedon, 2015), *Iron Man 3* (Shane Black, 2013), *Captain America: Civil War* (Anthony Russo y Joe Russo, 2016) y *The Dark Knight Rises* (Christopher Nolan, 2012).

b) Cuatro son películas que oscilan entre la ciencia ficción, la aventura y la acción: *Avatar* (James Cameron, 2009), *Jurassic World* (Colin Trevorrow, 2015), *Transformers: Dark of the Moon* (Michael Bay, 2011) y *Transformers: Age of Extinction* (Michael Bay, 2014)].

c) Cuatro son films de animación. En uno de ellos predomina el musical, la aventura y la fantasía: *Frozen* (Chris Buck y Jennifer Lee, 2013); mientras que en los tres restantes destaca la comedia, la aventura y la acción: *Minions* (Pierre Coffin, 2015), *Toy Story 3* (Lee Unkrich, 2010) y *Finding Dory* (Angus MacLane y Andrew Stanton, 2016).

d) Tres son películas de fantasía, ya sea vinculada a la ciencia ficción: *Star Wars: The Force Awakens* (J. J. Abrams, 2015); a la magia: *Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2* (David Yates, 2011); o a universos legendarios: *The Lord of the Rings: The Return of the King* (Peter Jackson, 2003).

e) Dos son películas de acción: *Furious 7* (James Wan, 2015) y *Skyfall* (Sam Mendes, 2013).

f) Y otras dos son entregas de una misma franquicia de aventuras de época con fuerte presencia de acción y fantasía: *Pirates of the Caribbean: Dead Man's Chest* (Gore Verbinski, 2006) y *Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides* (Rob Marshall, 2011).

Además del cine de animación, dos de los géneros citados—fantasía y superhéroes—resultan muy convenientes para el público infantil y juvenil, al menos en opinión de quienes producen los contenidos y de quienes orientan el consumo cinematográfico infantil, padres incluidos. Centrándonos en el caso del cine de superhéroes, veamos cuáles son las supuestas ventajas que presenta una película de esta clase. En primer lugar, el argumento de una película de superhéroes puede amoldarse con facilidad a la corrección política y mantenerse alejado de aspectos polémicos en prácticamente cualquier lugar del mundo. En segundo lugar, sus diálogos son escasos, sencillos y fácilmente comprensibles. Por último, su trama puede permitirse muy pocas interrupciones en la acción trepidante, lo cual encaja con un público que también es consumidor masivo de videojuegos y que, por tanto, está acostumbrado a la cadencia frenética de muchos de estos productos. Según el último informe anual de la patronal norteamericana

del sector del videojuego (ESA, 2016: 2), el "63% de los hogares estadounidenses albergan al menos a una persona que juega regularmente a videojuegos (3 horas o más por semana)". Ya en 2011 un informe de NPD Group estimaba que en los Estados Unidos el 91% de la población de 2 a 17 años jugaba a videojuegos (citado en Granic, Lobel, & Engels, 2013: 66). Por lo que respecta al género de estos productos, el 22,9% de los videojuegos para consolas más vendidos en los Estados Unidos en 2015 se encuadraban en el género de acción, mientras que un 24,5 % lo hacían en el de *shooter*, que en el fondo es un subtipo del género anterior (ESA, 2016: 10). Así, los dos géneros más vendidos estaban directamente vinculados con la acción, lo cual da una idea de su enorme popularidad.

En cualquier película de superhéroes reciente las escenas de lucha y destrucción se suceden en un crescendo imparable hasta alcanzar una suerte de cumbre que, por agotamiento, da paso, más que a un final, a una pausa hasta la siguiente entrega de la franquicia. Lo que, por otra parte, provoca que el posible sentido épico del relato quede diluido tanto por la hipertrofia de los personajes y sus proezas como por la imposibilidad de acotar narrativamente el devenir de estos. En realidad, el conjunto no deja de tener un cierto tono paródico, de ahí que muchas de las escenas muevan a la risa a parte del público, especialmente entre el de mayor edad.

El cine de superhéroes recrea un mundo fantástico alejado del realismo pero a la vez conectado con la "realidad" contemporánea, creando un entorno ideal para un "atractivo" despliegue de acción y destrucción sobre elementos y lugares reconocibles para el espectador: vehículos, edificios, calles, ciudades y hasta regiones enteras. Dicho despliegue, además de estar justificado por los códigos del género, es por lo general juzgado como inofensivo para el público infantil, pues en teoría opera en un plano de fantasía. Por otra parte, cabe indicar que este cine establece ciertos límites en cuanto a la representación de la violencia, evitando caer en lo demasiado explícito o *gore*. Esto se explica, como es lógico, por el tipo de público al que está dirigido. Si bien estas limitaciones son en cierta forma compensadas por las aparatosisidad y la espectacularidad de las acciones violentas que se presentan. Prácticamente todas las películas de superhéroes tienen una calificación de PG o de PG-13 según el sistema de la Motion Picture Association of America [MPAA], lo cual se traduce por lo general en un 7 (no recomendada para menores de 7 años) o en un 12 (no recomendada para menores de 12 años) en España. Dicha calificación hace que en la práctica estas películas sean percibidas como aptas para casi cualquier público infantil. Una llamativa excepción ha sido la reciente *Deadpool* (Tim Miller, 2016), calificada R—no recomendada para menores de 18 años—debido al fuerte lenguaje empleado y a su contenido explícito de carácter violento y sexual. A pesar de ello, esta película fue vista en España por un elevado número de menores, algunos de corta edad (Agudo, 2016), seguramente a causa de la asociación automática que se produce entre superhéroes y ficción para público infantil.

En una entrevista para Associated Press ampliamente difundida, Steven Spielberg auguraba un próximo declive del cine de superhéroes (Coyle, 2015). En su opinión, este tipo de cine, como todos los géneros, ha tenido su auge y más pronto que tarde asistiremos a su decadencia. Aunque lo cierto es que por ahora este declive no se ha producido ni tiene visos de producirse. Todo parece indicar que las razones de la vigencia y expansión de este género se encuentran principalmente en la nueva configuración de la industria cinematográfica. La directriz que impera en el Hollywood actual es producir películas que reclamen ser vistas en salas de cine, es decir, en una pantalla grande, con un potente sonido envolvente y con un sistema de proyección 3D si fuera el caso. Amenazada por internet y sus múltiples posibilidades—incluyendo la llamada "piratería"—la industria de Hollywood se ha centrado en los últimos años en realizar películas cuya *hipertrofiada* factura técnica, visual y sonora justifique a ojos del espectador el pago de una entrada frente a la posibilidad de consumirlas a través de otros cauces. A esta estrategia habría que añadir una serie de tendencias observables en el actual mercado cinematográfico mundial. Por una parte, Hollywood se ha vuelto más global que nunca: la región del mundo con mayor crecimiento de espectadores es ahora Asia-Pacífico, situada claramente por delante de EEUU-Canadá y de Europa en cifras de recaudación, con China convertida desde hace unos años en el primer mercado internacional para Hollywood (MPAA, 2015: 5). Por otra parte, el público que asiste a las salas es predominantemente infantil y juvenil: por ejemplo, en EEUU-Canadá, las franjas de edad de 12 a 17 y de 18 a 24 años son las únicas claramente sobrerrepresentadas entre los *moviegoers*⁵ frecuentes (MPAA, 2016: 12). Se podría decir, por tanto, que el cine en salas se ha vuelto una actividad de ocio enfocada en gran medida a jóvenes y familias con menores que acuden al centro comercial. Por último, se ha confirmado la expansión de los formatos digitales, el 3D y el sonido envolvente: en 2015 el 93% de las pantallas cinematográficas del mundo eran digitales (MPAA, 2016: 6), cuando en 2011 eran poco más del 50% (MPAA, 2012: 6); actualmente el 53% de las pantallas digitales del mundo son también 3D, un porcentaje que se eleva hasta el 74% en la región de Asia-Pacífico (MPAA, 2016: 7). En suma, podemos afirmar que la mayor parte del cine que hoy en día se ve en salas es, más que una experiencia narrativa, una poderosa atracción audiovisual. Resulta evidente que el cine de superhéroes encaja a la perfección en este contexto.

5. Referencias bibliográficas:

- [1] Agudo, J. (20/02/2016). Los padres están llevando a los niños a ver 'Deadpool' a pesar de ser "NR-18". *eCarterlera*. Disponible en <https://goo.gl/a4oFWf>
- [2] Bond, P. (31/08/2009). Disney to buy Marvel for \$4 billion. *The Hollywood Reporter*. Disponible en <https://goo.gl/AxlhBg>
- [3] Box Office Mojo (2016a). All Time Box Office: Worldwide Grosses. Disponible en <https://goo.gl/GVX0Ro>
- [4] Box Office Mojo (2016b). 2012 Worldwide Grosses. Disponible en <https://goo.gl/dgB0ik>
- [5] Box Office Mojo (2016c). 2013 Worldwide Grosses. Disponible en <https://goo.gl/ZoETLh>
- [6] Box Office Mojo (2016d). 2014 Worldwide Grosses. Disponible en <https://goo.gl/vvjF1e>
- [7] Box Office Mojo (2016e). 2015 Worldwide Grosses. Disponible en <https://goo.gl/4xS6YC>
- [8] Box Office Mojo (2017). 2016 Worldwide Grosses. Disponible en <https://goo.gl/MDnSV8>
- [9] Calautti, K. (12/03/2012). Christopher Nolan Reflects on his Batman Trilogy, Heath Ledger & More. *Comic Book Resources*. Disponible en <https://goo.gl/eW8bth>
- [10] Cannata-Bowman, N. (07/11/2016). 6 Superheroes That Marvel Does Not Own the Rights to Anymore. *The Cheat Sheet*. Disponible en <https://goo.gl/FFXT0a>
- [11] Chitwood, A. (18/10/2016). Upcoming Superhero Movie Release Dates: From 2016 to 2020. *Collider*. Disponible en <https://goo.gl/cSh1lf>
- [12] Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Boston: Harvard Business Review Press.
- [13] Cohen, A. (2010). Cinema in the Age of RWX Culture. In J. A. Hendricks (Ed.), *The Twenty-First-Century Media Industry: Economic and Managerial Implications in the Age of New Media* (pp. 235-249). Lanham: Lexington.
- [14] Coogan, P. (2006). *Superhero: The Secret Origin of a Genre*. Austin: Monkey Brain Books.
- [15] Coyle, J. (02/09/2015). Fall Movie Preview: Spielberg plunges into the Cold War. *Inquirer.net*. Disponible en <https://goo.gl/oqwnxK>
- [16] Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- [17] ESA [The Entertainment Software Association] (2016). Essential Facts about the Computer and Video Game Industry. Disponible en <https://goo.gl/8YGt62>
- [18] Fritz, B. (01/05/2014). Why Can't Marvel's Movie Superheroes Be Friends?: A web of conflicting deals prevent them from working together. *The Wall Street Journal*. Disponible en <https://goo.gl/MYdHKJ>
- [19] Garrahan, M. (12/12/2014). The rise and rise of the Hollywood film franchise: A look at the economics of Hollywood sequels. *The Financial Times*. Disponible en <https://goo.gl/mOf8zD>
- [20] González Requena, J. (2006). *Clásico, manierista, postclásico: Los modos del relato en el cine de Hollywood*. Valladolid: Castilla Ediciones.
- [21] Granic, I.; Lobel, A. & Engels, R. C. M. E. (2013). The Benefits of Playing Video Games. *American Psychological Association*, 69(1), 66–78. <https://doi.org/10.1037/a0034857>
- [22] Hurst, R. M. (2007). *Republic Studios: Beyond Poverty Row and the Majors* (Updated Edition). Lanham: Scarecrow Press.
- [23] IMDB (2017). Most Popular "Superhero" Feature Film Titles Released 1 January 2000 to 31 December 2016. Disponible en <https://goo.gl/RNBE8s>
- [24] Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- [25] MARVEL Entertainment [YouTube] (20/10/2016). Kevin Feige Discusses Exploring A New Realm at Marvel's Doctor Strange Red Carpet Premiere [Vídeo]. Recuperado de <https://goo.gl/SWKUyJ>
- [26] MPAA [The Motion Picture Association of America]. (2012). *Theatrical Market Statistics 2011*. Disponible en <https://goo.gl/MCztLK>

[27] MPAA [The Motion Picture Association of America]. (2016). *Theatrical Market Statistics 2015*. Disponible en <https://goo.gl/ki1qJP>

[28] Napoli, P. M. (2011). *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press.

[29] Rhoades, S. (2008). *A Complete History of American Comic Books*. New York: Peter Lang.

[30] Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606. Disponible en <https://goo.gl/hMihD4>

[31] Spengler, P. (Productor); & Donner, R. (Director). (1978). *Superman* [Película]. EEUU: Warner Bros.

Notas:

1. Las series de animación basadas en superhéroes pioneras en la televisión norteamericana fueron *The New Adventures of Superman* (Hal Sutherland, CBS, 1966-1970), *The Marvel Super Heroes* (Grantray-Lawrence Animation, Redifusión, 1966) y *Fantastic Four* (William Hanna y Joseph Barbera, ABC, 1967-1970).

2. Concretamente las secuelas de la película de Donner fueron *Superman II* (Richard Lester, 1981), *Superman III* (Richard Lester, 1983) y *Superman IV: The Quest for Peace* (Sidney J. Furie, 1987). Por su parte, al primer *Batman* (Tim Burton, 1989) siguieron *Batman Returns* (Tim Burton, 1992), *Batman Forever* (Joel Schumacher, 1995) y *Batman & Robin* (Joel Schumacher, 1997).

3. La primera entrega de la serie de películas de James Bond fue *Dr. No* (Terence Young, 1962). Desde entonces Eon Productions, la compañía británica que inició la franquicia, ha producido nada menos que veinticuatro films dentro de esta serie.

4. En una charla-entrevista celebrada en la Film Society del Lincoln Center de Nueva York en marzo de 2012, Christopher Nolan, reflexionando sobre su trilogía de Batman, decía que "I'm not a huge comic book fan, and I never pretended to be" (Calautti, 2012).

5. Según el propio informe de MPAA (2015: 12), "frequent moviegoers" son aquellas "personas que fueron a ver una película al cine una vez al mes o más".

