



## INFLUENCIA PSICOLÓGICA DE LA PELÍCULA BATMAN VS SUPERMAN EN FANÁTICOS DE SUPERHÉROES ENTRE 30 Y 40 AÑOS DE GUAYAQUIL

**Mario Moncayo<sup>1</sup>**

Docente Principal Facultad de Comunicación  
Universidad Espíritu Santo  
[mdmoncayo@uees.edu.ec](mailto:mdmoncayo@uees.edu.ec)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Mario Moncayo (2018): "Influencia psicológica de la película Batman vs Superman en fanáticos de superhéroes entre 30 y 40 años de Guayaquil", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (diciembre 2018). En línea

[//www.eumed.net/rev/caribe/2018/12/influencia-psicologica-pelicula.html](http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/12/influencia-psicologica-pelicula.html)

### Resumen

Con el presente artículo se pretende comprender la influencia de la película Batman Vs Superman en el comportamiento de los fanáticos de superhéroes. Primero, se analiza cómo estos se identifican con ambos personajes y la representación otorgada en el imaginario colectivo. Se priorizan los elementos simbólicos y su significado cultural marcado por el consumismo. Luego, se indaga el proceso de transformación de la realidad hasta llegar a esa hiperrealidad. También se toma en cuenta lo que perciben a partir de estos dos personajes. La sobrevaloración de personajes ficticios ha servido como referente económico tanto en la industria cinematográfica como en la sociedad de consumo. Se concluye observando cómo estos simulacros han sido una nueva forma de identidad y de distinción en sus relaciones sociales.

**Palabras Clave:** *superhéroes, hiperreal, simulacros, consumismo, símbolos.*

### Abstract

The aim of this article is to understand the influence of the Batman Vs Superman movie on the behavior of superhero fans. First, it is analyzed how these are identified with both characters and the representation granted in the collective imaginary. The symbolic elements and their cultural meaning marked by consumerism are prioritized. Then, the transformation process of reality is investigated until reaching that hyperreality. They also take into account what they perceive from these two characters. The overvaluation of fictitious characters has served as an economic reference both in the film industry and in the consumer society. It concludes observing how these simulacra have been a new form of identity and distinction in their social relations.

**Keywords:** *superheroes, hyperreal, simulacra, consumerism, symbols.*

---

<sup>1</sup> Docente Principal de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Magíster en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología

## 1. INTRODUCCIÓN

Las películas de superhéroes vieron su nacimiento en la década del 40 en el siglo XX. Esto ocurrió inmediatamente después de que los cómics alcanzaran el éxito deseado. Dentro de la cultura pop el surgimiento del superhéroe ha sido de gran interés para muchos estudiosos en el mundo. Estos superhéroes constituyen en el imaginario colectivo un claro ejemplo de hiperreal definido por Baudrillard (1978), en donde lo hiperreal es ficción realizada y los escenarios de congregación cultural es un fundamento de lo real. Entonces podemos apreciar aquí un simulacro de la realidad que está representada por las distintas manifestaciones culturales de los fanáticos de superhéroes. “La simulación no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal” (Baudrillard, 1978).

La cultura popular, que por lo general muestra la simbología del universo de superhéroes, hoy puede verse saturada por la cantidad de filmes del género de ciencia ficción que en la actualidad se proyectan. Mientras los cómics se centran en mantener a sus fanáticos contentos con nuevas ediciones de sus historietas, las películas de superhéroes orientan sus esfuerzos al crecimiento de la industria cinematográfica por medio del consumismo. Aquí cabe indicar que estas representaciones culturales pueden ser atrofiadas por la creación de identidades exageradamente falsas, en donde el éxtasis de las imágenes en el cine puede llegar a alinear lo que es racional con lo irracional. Entonces muchos de estos personajes ficticios con exageraciones superfluas son parte del mito mundial. Mito que desde la Antropología estructural de Lévi-Strauss (1987) alude a aquellos hechos ocurridos antes de la existencia del mundo. Esta estructura en el nivel inconsciente es la que permite que en los simulacros colectivos se den constantes transformaciones y especulaciones del querer ser, o del querer representar. “La técnica del relato busca, pues, restituir una experiencia real; el mito se limita a sustituir a los protagonistas” (Lévi-Strauss, 1987).

En el caso de Batman vs Superman, una secuela de películas de superhéroes del Universo DC, junta a dos personajes ficticios que marcan un proceso de adaptación a la *moda* de juntar a varios superhéroes en una sola trama. Su argumento describe varios aspectos de la cultura pop y su relación con los fanáticos, que analizan toda la película desde su experiencia con los cómics. “Los superhéroes se han convertido en parte de nuestro lenguaje cultural. En la serie de televisión Seinfeld, tan popular, se reponen a menudo conversaciones de exhibición entre Jerry y George, a propósito de alguna trivialidad de los superhéroes” (Tom Morris-Matt Morris, 2010).

Se manifiesta con tal cotidianidad las expresiones en lo colectivo sobre el tema de superhéroes. Batman vs Superman es una muestra de aquello. Esta película estuvo bajo la lupa de la crítica no especializada desde mucho antes de su grabación. Las especulaciones sobre los personajes, sobre la trama y como el cine simplificaría varias ediciones de cómic, fueron algunos de los cuestionamientos de estos fanáticos. No obstante, estos dos personajes han gozado de la aceptación popular durante varios años, lo que la ha hecho aún más susceptible a las críticas. Entre las películas más reconocidas de estos dos superhéroes se destacan: Superman (Richard Donner, 1978), Superman II (Richard Donner, 1980), las sagas de Batman de Tim Burton (1989, 1992) y de Christopher Nolan (2005, 2008, 2010). Además tenemos También las películas del Universo Marvel, las que También tienen gran aceptación e inclusive mayor que el de las películas de DC Cómic. Estas películas en muchos de los casos se han convertido en referentes culturales a la hora de decidir si ver o no un filme. En el caso de Batman vs Superman, el enfoque mediático de la cinta y su posterior consumismo está marcado por lo que llama Pierre Bourdieu como el *habitus*. Según Luis Enrique Alonso (2011) quien hace un análisis de la obra de Pierre Bourdieu manifiesta lo siguiente: “Dicho de otro modo, hay *homología* estructural entre el campo de las prácticas de consumo y el campo de las relaciones sociales. Hay que decir, por tanto, que todo cambio en las prácticas de consumo atraviesa la estructura social en su conjunto y necesita una reorganización, simbólica y práctica del conjunto de los campos en los que construyen las clases sociales”.

El dialecto de las prácticas de consumo está superpuesto por la carga simbólica que genera esta película en sus fanáticos. Vemos como el manejo de los símbolos es una fuente de inspiración y de acoplamiento de estos individuos. Ahora bien según Daniel Bell (1976) quien definió la *institucionalización de la envidia*, los individuos que por un lado tratan de satisfacer el “yo” teniendo elementos exclusivos intentan mostrar en lo colectivo aquello que el otro no tiene. Es decir que siempre hay un ojo que todo lo ve y está dispuesto a manifestarse culturalmente.

Mediante un enfoque teórico analítico y deductivo, en este artículo se muestra un análisis de la influencia de esta película basado en las experiencias de estas personas fanáticas de Batman y Superman. Podremos ver como desde la cultura popular se trazan rasgos dentro de lo hiperreal en la sociedad de consumo en Guayaquil. Es relevante este estudio porque puede mostrar la complejidad entre el actor social y su entorno. También la gran aceptación de esta película le ha permitido tener gran resonancia en esta ciudad. Guayaquil se está convirtiendo en un centro importante de micro eventos referentes a la cultura del superhéroe. Guayaquil se sitúa dentro de Ecuador como uno de los mercados de mayor crecimiento en cuanto a este movimiento.

Finalmente hay que tomar en cuenta la relación que existe entre la semiótica y la sociología. Es lo que llama Baudrillard (1978) como la “suplantación de lo real por los signos”. Esta novedad ha permitido la separación de los parámetros convencionales del interés de los significados en sociedad. La perspectiva de este artículo es mostrar cómo colindan estos aspectos, entre textos científicos y de análisis con experiencias y vivencias de los fanáticos de superhéroes entre 30 y 40 años en Guayaquil.

## 2. MARCO TEÓRICO

Para mejor comprensión del presente artículo resulta necesario definir ciertos términos y presentar el pensamiento de ciertos autores que sustentarán el desarrollo de la investigación.

Para comenzar se debe hacer una distinción sobre el término “personaje pop”, a lo cual Lara (como se citó en Matos, 2013) aclara:

El personaje “pop” no es un ser humano, sino el resultado de una abstracción sublimada, de encerrar en unos moldes vagamente heroicos las aspiraciones y frustraciones colectivas de una gran masa de lectores. Cuanto más integrados estén estas proyecciones en la contextura del ser de ficción, tanto más seguro será su éxito, su arraigo en el público.

Así también se traerá a colación en algunas ocasiones a lo largo del artículo la teoría propuesta por Jean Baudrillard en su obra “Cultura y Simulacro”, por lo tanto es importante, antes de explicar la teoría, definir el concepto de simulacro, término que usa el autor para sustentar su opinión y que se trata de: “diseñar un modelo y llevar a cabo experiencias con él, de allí que los simuladores reproducen sensaciones que en la realidad no están sucediendo”. El simulacro es, por consiguiente, falsificación, imitación de la realidad” (Pascucci Pino, 2014, p.56).

Baudrillard toma como ejemplo una enfermedad simulada a diferencia de otra fingida. El médico puede determinar quién finge, más no quien simula porque éste desarrolla los mismos síntomas característicos de la enfermedad. De esta manera, “fingir (...), deja intacto el principio de realidad: hay una diferencia clara, sólo que enmascarada” (1978: 12). Cuando hay un simulacro, en cambio, distinguir entre lo verdadero y lo falso, la realidad y la ficción, se hace imposible. La verdad y la realidad desaparecen, se extinguen, y solamente quedan los simulacros, copias sin original, la hiperrealidad. (Kehlmann, 2013)

Ahora bien, ¿en qué consiste el pensamiento de este autor? Según Baudrillard ( como se citó en Barreiro León, 2016) la realidad queda suplantando por una hiperrealidad, es decir que “las cosas son en su esencia copias de un modelo que jamás ha existido, han surgido de nuestra propia experiencia” (p. 253). Esto es el simulacro. Fernández (2017) añade que existe un deseo de las personas por vivir realidades imaginarias a través de medios externos tales como las películas, las series, los libros, los comics, etc., puesto que:

Hay una parte de nosotros que reconoce que eso no es real, pero a la vez hay un anhelo secreto al interior de nosotros mismos que quiere creer esa realidad mediada, porque podemos escapar, apagarla o desconectarnos de ella cuando queramos, pese a la contradicción que implica esto, porque cada vez es más complejo para las relaciones sociales, la eventual desconexión de esta hiperconectividad. (Fernández, 2017, p.48)

### 3. METODOLOGÍA

Se utilizarán las técnicas de análisis de contenido, entrevista y observación participante. Luego con la triangulación de datos podremos relacionar y definir información relevante para su posterior análisis. Este análisis puede generar nuevos caminos comunicacionales y de investigación. El fin es proporcionar un punto de partida para investigadores de esta área. Así También se podrían crear nuevos espacios en donde se evidencie la cultura de los superhéroes. Y por último la realización de un evento similar al Comic Con en Guayaquil.

#### **Fase Cualitativa.**

##### ***Observación participante.***

Según Guber (2017) esta técnica consiste en “dos actividades principales: observar sistemática y controladamente todo aquello que acontece en torno del investigador, se tome parte o no de las actividades en cualquier grado que sea, y participar, tomando parte en actividades que realizan los miembros de la población en estudio o una parte de ella” (p.109). Ahora bien, utilizando esta técnica se realizará un análisis del comportamiento *a priori* y *a posteriori* del preestreno de la película Batman vs Superman. Se pretende entonces identificar cuáles son sus costumbres y expresiones al momento de ver la película. Se identificará el perfil de estos fanáticos de superhéroes y se mostrará desde su perspectiva la satisfacción del “yo” en lo colectivo. Es importante recalcar que los simulacros en el campo de acción pueden ser fuente enriquecedora de simbolismos.

La principal motivación para elegir esta técnica es ver el funcionamiento comunicacional verbal y no verbal tomando en cuenta los significados que estas personas le dan a Batman y Superman. Es el observar los aspectos que desde la Antropología pueden ser canalizados para obtener resultados para futuras investigaciones. Esta técnica ha servido a muchos investigadores que desde el trabajo de campo han sacado conclusiones sobre aspectos que caracterizan a estos fanáticos de superhéroes. Se cuenta con varios trabajos de observación en Latinoamérica que van desde la cultura gamer hasta fanáticos de Star Wars.

#### **Entrevista.**

Otra de las técnicas que puede ser muy relevante para nuestro estudio es la entrevista. Con esta técnica se logrará recoger información más certera acerca del consumo de esta película en el medio. Se podrá ver cuáles son los valores y las creencias que pueden llegar a tener. También se podrá encontrar aspectos más concretos referentes a la psiquis emocional y a la construcción del actor social desde la cultura del superhéroe. “La sincronía interaccionar es algo sutil, no es simplemente una imitación de gestos, sino que se trata de un ritmo compartido” (Flora Davis, 2010, p.128). En el ámbito emocional, a través de la entrevista se logrará identificar las principales experiencias y motivaciones de los consumidores acerca de la película Batman vs Superman, con el fin de analizar cuáles son los mecanismos de emulación para la construcción de el alter ego con estos dos personajes, Batman o Superman.

Hernández Sampiere (2014) define a la entrevista como aquella técnica en la cual “una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas” (p.234). La entrevista en el universo de los superhéroes ha logrado un paso importante en la recolección de datos en la ciudad de Guayaquil. Un trabajo importante es el que se ha venido realizando en la ciudad para la creación de eventos culturales en el mundo del anime y los cómic. Es importante distinguir que estas entrevistas han sido realizadas a personas involucradas dentro de esta cultura.

#### **Análisis de Contenido.**

El análisis de contenido es:

El conjunto de técnicas de investigación análisis e interpretación que estudia la sociedad a través de los documentos que se crean o producen en su seno (..) que proceden de procesos singulares de

comunicación previamente registrados y que son portadores de información sobre fenómenos de la vida social” (Báez y Tudela, 2014, p.184).

“La obtención del conocimiento, con el análisis de contenido, el especialista encuentra caminos o medios para alcanzar soluciones posibles, de las cuales elige las que prometen optimización con máxima eficiencia y un mínimo costo en una red de interacciones estrechamente compleja” (Mercedes Moraina Campos, 2008). Con esta técnica se relacionarán los datos recogidos en la entrevista y en la observación. El fin es obtener un análisis más denso juntando las experiencias locales con las teóricas.

Y es que es importante conocer qué es lo que se ha realizado a nivel de estudio sobre este tema. En este aspecto, quizás no se encontrará un estudio similar, pero si alguno o algunos que se asemejen. Revisar las conclusiones e ideas que otros autores han obtenido acerca del estudio de Batman y Superman. El enfoque de esta técnica será terapéutico en donde se evaluará las dimensiones psicológicas de los participantes. Es importante el conocimiento que podamos sustraer a partir de varios textos o artículos de análisis referentes al tema. No hay que descuidar los aspectos relevantes de la comunicación y los elementos que puedan servir para sacar conclusiones pertinentes al tema.

## **Resultados**

La presentación de los resultados deriva del estudio basado en la observación participante, entrevista y análisis de contenido. El rango de edades para la entrevista y observación participante fue de 30 a 40 años. La característica principal de estas personas es que deben ser hombres fanáticos de cómic que están atentos a los estrenos cinematográficos del Universo DC. En este caso el eje central de análisis fue la película Batman vs Superman recientemente estrenada.

Se presenta aquí el resumen de las ideas generalizadas de cada una de las técnicas con las que se recolectaron los datos. Se seleccionaron las ideas clave que puedan servir para un posterior análisis y discusión, todo en el contexto de la película Batman vs Superman.

Las personas que puedan ayudar en esta primera parte de la investigación deben cumplir los requisitos antes mencionados además de haber participado en el preestreno de la película. Se seleccionaron dos personas para esta primera parte de la investigación. La primera un fanático de los cómic y películas de superhéroes. La segunda un administrador de cualquier cine de la ciudad.

En el caso de la observación participante, se decidió participar en el preestreno de la película Batman vs Superman. Se presentaran los rasgos principales de interacción y los signos comunicacionales que a partir de la imagen colectiva se muestran.

Y por último los datos que proporcione el análisis de contenido nos servirá para tener un marco más amplio acerca de la cultura de los superhéroes en Guayaquil.

### **Datos Generales de la Observación Participante.**

Durante la observación en el campo de estudio se notó que gran parte de las personas que asistieron al preestreno de Batman vs Superman oscilaban entre los 20 y 30 años. En su minoría y con elementos más llamativos se encontró a personas entre los 30 y 40 años. Para poder realizar un análisis posterior, la observación se dividirá en dos pilares. Primero interacción grupal y segundo la vestimenta.

#### **Interacción grupal.**

Una vez que se adentra al campo de estudio se observa que muchas de las personas objetos de estudio estaban acompañados de dos o más personas. Las interacciones que se daban estaban marcadas por una conversación frente a frente o circular. Esto es importante porque da pautas comunicacionales exactas de como se manifiesta la cultura a través de sus relaciones interpersonales. Muchas de las conversaciones estaban relacionadas a la película, como por ejemplo las expectativas de la película. Luego, como aún faltaban algunos minutos para el preestreno

apareció un fanático (el cual será analizado más adelante) disfrazado de Batman de la saga de Christopher Nolan, lo que llamó la atención de los fanáticos e inmediatamente como efecto dominó las miradas recayeron sobre el llamativo personaje, muchos -inclusive- se sacaron fotografías. Lo curioso del caso es que los fanáticos mayores objeto de este estudio se acercaron poco al personaje disfrazado, casi como si no estuviera ahí.

Dentro de la sala de cine se notó la ansiedad de muchos por querer que la película empiece. Una vez iniciada la película y en su desarrollo, en las partes importantes de la función muchos optaron por aplaudir. El transcurso de la película fue llevado con normalidad hasta su final.

Luego al salir de la sala en dirección al parqueo al parqueo se reconoció al mismo personaje con el disfraz de Batman, pero esta vez tenía un elemento adicional mucho más llamativo que su propia máscara, era el batimóvil. A pesar de que eran las 3 de la madrugada, muchos de los fanáticos decidieron acercarse al ostentoso aparato mecánico. Nuevamente el foco de la atención hacia que las personas se aglomerasen para poder sacar una fotografía.

### **Vestimenta.**

La vestimenta y los accesorios fueron un hecho muy llamativo de las personas que se encontraban en el cine. Los fanáticos de mayor edad tenían una especial particularidad: todos, sin excepción, tenían al menos una prenda de vestir referente a la película ya sea de Batman o Superman. Hay que recalcar que la mayoría de camisetas eran de Batman, muy pocas personas se identificaban con Superman. Como se indicó en el anterior punto, la aparición del personaje de Batman, quien es un fanático acérrimo, es la muestra de lo que pueden llegar a hacer las personas por sentirse parte de el universo DC. La utilización de estos accesorios es un evento cultural que se puede asimilar a una fila de entrada en un concierto de rock.

### **Datos Generales de la Entrevista.**

Para poder presentar los datos recogidos gracias a la utilización de esta técnica se han dividido los resultados en dos categorías. Para dar inicio a la técnica se situó al entrevistado en un contexto más amplio del tema, para luego enfocarse en la construcción del actor social y su lenguaje no verbal.

### **La construcción del actor social.**

Las experiencias son importantes y es por esto que desde la entrevista se reconoció algunas de las impresiones que se tuvo acerca de la película Batman vs Superman. Se empezó la entrevista desde un contexto general basado en los gustos por los superhéroes. Es a partir de la adolescencia donde el fanatismo por los cómic creció. Se interesó más por el universo Marvel y un tanto por el universo DC, centrándose en los dos personajes principales Batman y Superman. Su predilecto es Batman, y lo que más le gusta de este mundo del cómic son los villanos. Le gusta mucho las alineaciones de superhéroes como Liga de la Justicia o El Escuadrón de la Muerte.

Piensa que las nuevas películas de DC han tenido una muy buena adaptación en el cine. También hace una crítica del Batman creado por Christopher Nolan (2006) que muestra un Batman muy real sin tener el aspecto de fantasía que tiene un cómic. Alaba lo realizado por Zack Snyder en Man of Steel (2013) y Batman vs Superman (2016) al mostrar cómic adaptados al cine.

Los orígenes del personaje Batman llaman la atención del entrevistado. Muchos de los hechos que han pasado en la vida de Bruce Wayne lo han convertido en un justiciero. Admira la inteligencia de Batman a la hora de combatir el crimen. Piensa que es uno de los pocos superhéroes que cuando se enfrenta a sus villanos lo hace de una forma distinta. Lo mejor de la película fue ver un Batman ya experimentado y hace un análisis del superhéroe, el cual no está para esclavizar a los seres humanos sino para colaborar. Piensa que el personaje de Superman no está tan arraigado al sentimiento de las personas. Principalmente porque es un personaje muy ficticio y cree que el personaje de Batman tiene elementos más reales que pueden llegar a ser realidad.

Piensa que Batman es un personaje real, es un millonario, quedó huérfano, es un héroe que ha tenido sus caídas, es más factible. En cambio Superman es mas falso y puede llegar a ser hasta muy plástico.

Aunque no se disfrazaría de un personaje, le gusta mucho admirar a las personas que lo hacen. Tiene muchas expectativas con el Comic Con que se realizará Guayaquil en el Centro de Convenciones en el mes de agosto. Piensa que va a ser el primer evento grande que va a tener la ciudad en referencia al universo de los cómic y el animé. Cree que este evento que al parecer va a tener una mejor organización puede dar la pauta para generar nuevos espacios e inclusive lograr tener a caricaturistas de cómic o actores famosos en la convención.

Los espacios de discusión sobre estos dos personajes pueden darse de manera cotidiana en cualquier lugar. Esto se da porque Batman y Superman han permanecido en la cultura popular durante varias generaciones. Esto hace que siempre llamen la atención de personas fanáticas de este universo de cómic hasta las que no son.

### **El lenguaje no verbal.**

Se notó que desde el espacio del entrevistado, cada pregunta llevaba un interés diferente y a medida que avanzaba la entrevista la participación incrementaba. La postura del entrevistado pasó de ser pasiva a activa. Una vez que se involucró en el tema, el entrevistado empezó a mostrar cómic donde se podía encontrar la base de la historia de la película Batman vs Superman. Es importante indicar que desde los gestos se encontró gran parte de la afirmación psíquica de autodenominarse o de emularse a un personaje ficticio. Hablar de Batman o Superman, y específicamente Batman para el entrevistado fue como hablar de gran parte de su vida.

### **Datos Generales del Análisis de Contenido.**

Para poder analizar el contenido de artículos o estudios previos, se decidió escoger dos obras. El primer trabajo se llama Bajo la Piel del Superhéroe: Fusión entre su identidad e imagen de José M. Alonso Calero y Josefa Cano García. Y segundo La industria cinematográfica, los superhéroes y la violencia simbólica de Adrián Galindo de Pablo.

Bajo la Piel del Superhéroe muestra cómo los superhéroes son parte de la imaginación colectiva. Aquí se encuentra un bagaje importante de significados que van desde la creación mítica del superhéroe hasta lo que significa culturalmente visto como arte en lo cotidiano.

Y los superhéroes y la violencia simbólica, trata sobre la producción en masa de las películas protagonizadas por superhéroes. En donde se plantea su consumo desde el punto de vista de mercado.

## **4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN**

Para el análisis de los resultados se hará un enfoque en el valor de identidad que le dan a esta película los fanáticos de los cómic. Vargas (2017) señala que “los superhéroes son una nueva ralea de mitos pensado para las sociedades altamente mediatizadas, mitos que deben moverse a la velocidad de sus medios y ajustarse al ritmo de producción que el voraz apetito del consumidor demanda” (p. 199). El consumismo de los llamados superhéroes está en constante cambio y crecimiento. No se puede dejar a un lado las intenciones capitalistas que nos muestra Hollywood con sus películas de ciencia ficción. En donde nos muestra al villano y al héroe desde su perspectiva. Aún ligado muchas de estas películas con sus cómic originales, tienden a caer en el abismo y desesperación por recaudar una taquilla que sustente su inversión.

Las expectativas por la película Batman vs Superman generó muchos espacios de discusión en Guayaquil dentro de grupos de amigos afines a sus gustos. Baudrillard (como se citó en Pascucci, 2014) “enfatisa la necesidad de estudiar el consumo, crea la categoría “valor de signo”, muy presente en la sociedad hedonista y narcisista que alimenta el consumismo”(p. 55). Los signos implícitos en el consumo de estos dos personajes llevan a la dedicación y sobrevaloración de hechos simulados en

lo real. Es tan cotidiano ver que estos fanáticos no solo usan o consumen estas dos marcas clásicas de superhéroes sino que pueden llegar a transformar su vida en torno a ellas. Es entonces que desde el artículo Bajo la piel de los superhéroes donde podemos evidenciar que estos son parte clásica de la cultura pop y que todo este universo grafico debe ser visto como un arte independiente. (Alonso Calero y Cano García, 2011)

En ese sentido, Galindo de Pablo (1978) opina:

Por lo anterior es que la industria cinematográfica estadounidense debe verse como parte de una relación de poder colectivo, ya que hay una acción de unos (empresarios, productores, etc.) sobre las acciones de otros (espectadores). Hay una guía y conducción de las acciones de otros. Pero También se genera consenso, ya que los espectadores buscan ver las películas, ansían consumir el producto, con lo que legitiman el contenido de las películas de forma pasiva o activa. Y en este ejercicio de poder colectivo, como ya se mencionó, se pretende dar un carácter universal a los valores contenidos en este tipo de películas. Dichos valores se presentan como los únicos buenos y válidos.

Batman vs Superman no es más que la congregación perfecta de la cultura pop estadounidense en Guayaquil. ¿Es Batman acaso un símbolo de poder y de auto satisfacción del yo? ¿Es acaso la idea de un superhéroe real visto desde lo hiperreal? (Baudrillard, 1978). Son algunas de las interrogantes que se pueden plantear a partir de este estudio. Sin embargo por muy falso que puede llegar a considerarse Superman, es el personaje con menos interés para el grupo actual de estudio.

“En lo que se refiere a los actores sociales, su línea de razonamiento señala que, aunque actuando libremente, las acciones de los individuos estarán sujetas a ciertas regularidades, que se manifiestan en la naturalización de los agregados estadísticos por los que se distribuyen y representan los distintos grupos sociales” (Bourdieu, 1999). El actor social asume su dependencia simbólica a través de los signos del hombre de acero y el caballero de la noche y desafía los aspectos comunicacionales de la razón. Existen momentos de alineación en los grupos sociales y se construyen nuevas experiencias basadas en quien tiene más conocimiento sobre el universo de Batman o Superman.

“Las mejores historias de superhéroes tratan de temas con lo que los seres humanos se han enfrentado siempre, pero algunos son cuestiones que todos debemos encarar de maneras llamativamente nuevas, en el futuro inmediato” (Tom Morris – Matt Morris, 2010). Visto desde el imaginario colectivo los fanáticos de esta película muestran en su accionar sus experiencias vividas a través del cómic. Nótese aquí que no son como cualquier consumidor de películas de ciencia ficción, estos llevan un conocimiento amplio acerca del universo de los superhéroes. Sus actuaciones en los grupos sociales están marcadas desde la cultura pop y consumismo estadounidense.

## **5. CONCLUSIÓN**

El auge de las películas de superhéroes en los últimos años ha despertado el interés de muchos adeptos a este género que crean un tipo de ansiedad por querer ver a sus personajes favoritos en el cine y compararlo con los cómic. Batman V Superman es la clara visión que tiene el cine de Hollywood por querer mostrar y adueñarse de las sociedades a través de las marcas. A pesar de que es una fantasía con muchas exageraciones, esta película puede llegar convertirse en un influyente para la sociedad de consumo. El bien y el mal siempre van a aparecer sobre todas las cosas.

En este artículo se han realizado aproximaciones analíticas respecto a la película Batman vs Superman y sus principales consumidores. Hoy en día es complicado decir que la industria cinematográfica solo vende entretenimiento, porque sabemos que las practicas que a partir de esta película, generan un sin número de significaciones y relaciones. En este sentido Batman vs Superman propone la creación de espacios de intercambio cultural y además de la “envidia” que puedan llegar a tener muchos por querer tener algo de ese personaje ficticio. Ahora bien cada vez se hace más difícil entender cuáles son los espacios reales y los simulacros. El actor social asume su condición y trata de sobresalir utilizando los elementos simbólicos de estos dos personajes.



Lo hiperreal que pueda llegar a ser las prácticas sociales vistas desde una sola película puede ser importante para continuar con un trabajo de campo más profundo. Esto nos puede llevar a nuevas significaciones que desde el imaginario colectivo se puedan evidenciar. Y por último continuar con eventos que sean espacios de congregación y de expresión para estos fanáticos.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, Luis Enrique. *El estructuralismo genético y los estilos de vida: consumo, distinción y capital simbólico en la obra de Pierre Bourdieu*. Recuperado de [http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c\\_lecciones/LM-Alonso-consumo.PDF](http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_lecciones/LM-Alonso-consumo.PDF). Universidad Pública de Navarra.
- Alonso Calero, J. M., & Cano García, J. (2011). Bajo la piel del superheroe, fusión entre su identidad y su imagen. *Facultad de Bellas Artes*, 1–27.
- Báez, J., & Tudela, P. de. (2014). *El método cualitativo de investigación desde la perspectiva de marketing: el caso de las universidades públicas de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/29615/1/T35974.pdf>
- Barreiro León, B. (2016). La estética posmoderna de Jean Baudrillard en “ Las estrategias fatales .” *Eikasia*, (1995), 249–263.
- Baudrillard, Jean. “Cultura y Simulacro”. Barcelona: Editorial Kairós, 1978.
- Bell, Daniel. “Las Contradicciones Culturales del Capitalismo”. USA: Basic Books, 1976.
- Bourdieu, Pierre, “Meditaciones pascalianas”. Barcelona: Editorial Anagrama, 1997.
- Davis, Flora. “La Comunicación No Verbal”. Madrid: Editado por FGS, 2010.
- Eco, Umberto. “Obra Abierta”. Barcelona: Editorial Ariel, 1990.
- Fernández, F. J. (2017). La publicidad y la hiperrealidad : un matrimonio de sentido que genera un simulacro de realidad en la sociedad posmoderna. *Publicitas Comunicación y Cultura*, 4, 48–51.
- Galindo de Pablo, Adrián. *La industria cinematográfica, los superhéroes y la violencia simbólica*. Recuperado de [http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT3/GT3\\_GalindodePablo.pdf](http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT3/GT3_GalindodePablo.pdf).
- Guber, R. (2017). La observación participante: nueva identidad para una vieja técnica. *El Salvaje Metropolitano*. Recuperado de <http://blogs.unlp.edu.ar/introdsocio3/files/2017/06/Guber-Rosana-La-observación-participante-El-Salvaje-Metropolitano.pdf>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. (C. Fernández Collado & P. Baptista Lucio, Eds.), *Mc Graw Hill* (Sexta, Vol. 6 edición). México D.F: Mc Graw Hill Education. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Kehlmann, D. (2013). ¿Ficción o hiperrealidad? Un estudio comparado de los relatos “Tlön , Uqbar , Orbis Tertius ”, de Jorge Luis Borges y “La salida.” *Universidad Católica Silva Henríquez Chile*, 28, 107–119. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35229677007>
- Lévi-Strauss, Claude. *Antropología Estructural*. Barcelona: Editorial Paidós, 1987.
- Marshall, Catherine – Rossman, Gretchen. *Designing Qualitative Research*. Quinta Edición, SAGE Publications, Inc, 2011.
- Matos, D. (2013). La doble identidad : imagen e iconografía bajo la máscara del héroe. *Cuco*, 1, 175–194.

Moraina Campos, Mercedes. "El Análisis de Contenido: Una forma de abordaje metodológico". *Laurus*, vol. 14, núm. 27, mayo-agosto, 2008, pp. 129-144. Universidad Pedagógica Experimental Libertador Caracas, Venezuela.

Morris, Tom – Morris, Matt. *Los Superhéroes y la filosofía*. Barcelona: Blake Books, 2010.

Pascucci Pino, D. (2014). A propósito de Jean Baudrillard. *Universidad de Los Andes*.

Pérez, Fidel. "La entrevista como técnica de investigación social. Fundamentos teóricos, técnicos y metodológicos". Disponible en:  
[http://www.postgrado.unesr.edu.ve/acontece/es/todosnumeros/num13/01\\_01/La\\_entrevista\\_como\\_tecnica\\_de\\_investigacion\\_social\\_Fundamentos\\_teoricos.pdf](http://www.postgrado.unesr.edu.ve/acontece/es/todosnumeros/num13/01_01/La_entrevista_como_tecnica_de_investigacion_social_Fundamentos_teoricos.pdf). Universidad Central de Venezuela, Facultad de Humanidades, 2009.

Vargas Álvarez, A. C. (2017). *Superhéroes: una perspectiva estética sobre la fuerza de los personajes* Andrés. Universidad Nacional de Colombia.