



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN HISTORIA DEL ARTE
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ESTÉTICAS
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES UNIDAD
MORELIA

PROPAGANDA EN LAS PELÍCULAS DE SUPERHÉROES:
S.H.I.E.L.D. Y EL DISCURSO DE LA INDUSTRIA MILITAR PRIVADA

ENSAYO ACADÉMICO
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRO EN HISTORIA DEL ARTE

PRESENTA:
BRENDA CUELLAR MARINES

TUTOR PRINCIPAL
JUAN GABRIEL SOLIS ORTEGA
POSGRADO EN HISTORIA DEL ARTE

TUTORES
DANIEL HUMBERTO ESCOTO MORALES
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
MIGUEL BORREGO ERRAZU
UNIVERSIDAD DE LA COMUNICACIÓN

CIUDAD DE MEXICO, FEBRERO, 2020



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Contenido

Introducción	3
El cine y la propaganda	6
Los cómics y la política	11
La militarización y el cine de cómics	13
Marvel, S.H.I.E.L.D. y la guerra	15
Metodología	16
El crecimiento de la milicia privada	20
La evolución de S.H.I.E.L.D.	23
El recorrido de S.H.I.E.L.D.	31
El Triskelion	33
El papel de S.H.I.E.L.D en el universo cinematográfico	36
Representación	43
En la narrativa	55
Conclusión	57
Apéndice 1	61
Apéndice 2	62
Bibliografía	64

Introducción

Las películas de superhéroes son un producto cinematográfico que ha gozado de mucha popularidad en la última década. Es común que estas películas se consideren como mero entretenimiento.

Es cierto que estos filmes resultan de una fórmula establecida que une una narrativa sencilla y predecible con lo último en efectos especiales. Sin embargo, algo que tienen estas películas, lo cual es muchas veces obviado o incluso menospreciado por los expertos, es que son vistas por millones de personas en todo el mundo. Las ganancias millonarias que generan en la taquilla vienen de una enorme cantidad de personas que conforman la audiencia. Este hecho convierte a estas películas en un valioso medio con un enorme alcance.

Por otra parte, los cómics¹ tienen una larga historia de ligarse de forma abierta con problemas políticos y sociales como la Segunda Guerra Mundial, la Guerra Fría, conflictos raciales, etc. Tienden a reflejar cuestiones de la realidad dentro de sus historias. Muchos personajes o tramas son una metáfora de algún conflicto o fenómeno que aqueja a la sociedad. Por lo mismo, los superhéroes y sus sagas han funcionado, en muchos casos, como propaganda política que promueve diversos fines e intereses.

Al mismo tiempo, el cine y su uso de las imágenes lo convierten en un medio idóneo para promover ideas de forma sencilla sin que los espectadores se den cuenta de que están recibiendo mensajes no explícitos. Al igual que los cómics, puede ser usado para promover ideologías específicas, para defender ciertos intereses.

¹ Del inglés *comic*. Serie o secuencia de viñetas que cuenta una historia. <https://dle.rae.es/c%C3%B3mic>. Enero 12, 2020.

Por lo tanto, no es inapropiado pensar que las películas de superhéroes, dados sus antecedentes en papel, y al ser de los filmes con los mayores niveles de audiencia, sean usados para exponer intereses económicos y políticos.

En este género las películas del Universo Cinematográfico de Marvel son las que tienen mayores ganancias en lo que se refiere a la taquilla, por ende, mayor audiencia. El Universo Cinematográfico Marvel (UCM) es como el público conoce a la saga de películas que empezó con *Iron Man* (Favreau, 2008) y continúa hasta a la fecha. En la actualidad son producidas por la empresa Disney y muestran la historia interconectada de varios superhéroes como el Capitán América, Thor, Hulk, Black Panther, entre otros, personajes que surgieron en los cómics producidos por la compañía Marvel. Hay más de veinte películas y la última entrega fue *Spiderman Far From Home* (Watts, 2019).

Los filmes de esta saga están entre las películas más taquilleras cada año, tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo². El nivel de público al que llegan las convierte en un escaparate capaz de atraer todo tipo de inversionistas. La primera, *Iron Man* (2008), dirigida por Jon Favreau, se relaciona de forma directa con la guerra contra el terrorismo, pero el resto se aleja de este discurso.

² *Avenger Endgame* (2019) se convirtió en la película más taquillera de la historia tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo al recaudar \$2,796,274,401.00 dólares.



Cartel de la película *Iron Man*. (Favreau, 2018).

Al considerar lo anterior, más el alcance de estas películas, se comprende que, además de entretenimiento, son un escaparate para productos e ideologías. Por lo mismo, es importante analizar con detenimiento los componentes que las integran, para entender el trasfondo del mensaje que llevan.

En este documento se analizará un elemento que está presente en varias de las películas de la saga del universo Marvel: la agencia S.H.I.E.L.D. Esta institución es de tal importancia dentro de esta narrativa, que la unión de superhéroes en un solo grupo, los *Avengers*, se da gracias a su intervención externa. La verdadera importancia de la agencia es que es una representación que responde a intereses de origen privado relacionados con el uso de la fuerza. Se tomarán como objeto de estudio algunas secuencias de *Iron Man* (Favreau, 2008) y *Avengers* (Whedon, 2012), mientras que se analizará más a fondo lo que sucede con la agencia en la narrativa de *El Capitán América: el Soldado de invierno* (Russo, 2014).

Se mostrará que S.H.I.E.L.D. es una representación de las empresas de contratistas de milicia privada, las cuales presentan un discurso donde se defiende y justifica la posición privilegiada que gozan, como beneficios legales, fiscales y libertades de acción al ser contratistas del gobierno y no estar obligadas a la rendición de cuentas. La narrativa de las películas de Marvel, apoyada por la representación visual, defiende la posición privilegiada de estas empresas. S.H.I.E.L.D. es estudiada como una agencia parecida a la CIA. Sobre todo porque la versión original del cómic se dio después de la creación de la agencia real para representar la lucha contra el bloque soviético (Murray, 2000). Este estudio explora la agencia tal y como se ha retratado en la saga de películas de los últimos años.

En la primera parte se expondrá el uso del cine con fines propagandísticos, las películas de superhéroes, los cómics y el crecimiento de la industria militar. La segunda parte, se centrará en específico en S.H.I.E.L.D., su papel en la saga de películas de Marvel y su relación con la industria militar privada.

El cine y la propaganda

El cine es considerado el arte del siglo XX. En el análisis cinematográfico académico, sobre todo el realizado desde la historia del arte, se pone énfasis en la parte artística del cine. Por lo mismo, tiende a dejarse de lado el hecho de que además de ser un lenguaje con recursos estéticos, el cine es uno de los principales medios de comunicación masiva de la actualidad y una industria que genera miles de millones de dólares cada año.

La audiencia no necesita tener un nivel socio económico o cultural determinado para entender las películas de distribución masiva, lo que hace del cine un medio idóneo para la

distribución de mensajes. La misma película les mostrará lo que deben entender³. Esa naturaleza de mostrar es lo que hace del cine uno de los medios de difusión masiva más poderosos.

El cine es un medio audiovisual que se nutre de muchas artes como la literatura, la pintura, música, arquitectura, etc. Todos los elementos se unen dentro de un producto armónico y lo convierten en un efectivo medio de comunicación. Todos se unen para reforzar aquello que se desea mostrar dentro de la película.

Según James y Sara Combs (2013), la propaganda es una forma de comunicación que tiene consecuencias prácticas al influenciar el comportamiento. Durante el siglo XX, la comunicación de masas adquirió tintes propagandísticos en general, puesto que la información, en general, lleva un sesgo. Una película siempre lleva un mensaje o mensajes implícitos, una visión que impone dentro de la narración.

Desde los primeros años del siglo XX, el cine empezó a mostrar su capacidad para imponer ideologías y promover intereses específicos. Joseph Goebbels, Jefe de Propaganda del partido Nazi, aprovechó esto y lo usó para difundir la ideología del partido. Goebbels explotó el cine para difundir ideas específicas sobre una población objetivo determinada. Las ideas que diseminó fueron de antisemitismo y promoción del poder Nazi y de su líder, Hitler. En estos filmes se romantizaba la guerra y se desvalorizaba al individuo. La Nación debía estar por encima de lo personal. El bien de la comunidad debía ser la prioridad en todo

³ El Modelo de Representación Institucional es un concepto panteado por Noël Burch para designar a un modelo diseñado por Hollywood desde 1917 basado en la construcción de un universo verosímil y completo ajeno al del espectador. La naturalización del espacio narrativo permite que la trama avance con la misma naturalidad sin romper la continuidad y el ambiente inmersivo. La narrativa sigue una lógica progresiva que es predecible en varios momentos.

momento. Los soldados se mostraban felices y ansiosos por cumplir las órdenes. Deseaban inspirar el orgullo germánico de tiempos pasados y se mostraba a los alemanes como la raza superior que llevaría a la humanidad a nivel superior.

Un ejemplo son los filmes dirigidos por Leni Riefenstahl como *Triumph des Willens* (1935). En este filme específico se muestra que el poder de Hitler no conoce barreras de clase social o edad. Construye una idea de unidad nacional en torno al nacionalismo y su líder. El filme no sólo presenta una serie de ideas, sino que las acomoda en torno a una narración que inspira emoción y miedo al mismo tiempo (Deveraux, 1998). Goebbels utilizó la teoría del montaje de Eisenstein⁴. En *El acorazado Potemkin* (Eisenstein, 1925), el socialismo es resaltado a través del protagonismo de la tripulación del buque. Esta película ya tenía fines propagandísticos. Lo que buscaba el partido Nazi era resaltar la grandeza del nacional socialismo y sus ideales. Las películas aludían, directamente a las emociones. Apelar a lo emocional logra un proceso de enajenación completo. Se evitaban los momentos de razonamiento. Mientras que las emociones eran alimentadas, el mensaje se asimilaba con mayor facilidad.

Walter Benjamin exhibió el uso de la nueva tecnología para fines políticos en *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica* (1935). Aquí explica las ventajas de la politización del arte, puesto que puede utilizarse en pro de la libertad de los individuos. Sin embargo, en su ensayo *Teorías del fascismo alemán* (1930) ya había mencionado también los riesgos. En este trabajo argumenta que la modernización técnica e industrial no era por necesidad sinónimo de ilustración y liberación en términos políticos, sociales y culturales,

⁴ Para Eisenstein, el montaje era la base para la creación de mensajes. La yuxtaposición de planos crea una imagen final que no es la suma de los planos sino el producto. A través del montaje se construye el significado. (Eisenstein, *Film Form*, 1977).

sino que la técnica era usada con el fin de promover ideales fascistas y de control. El contenido no era liberador para la masa, sino que buscaba su control.

Los Nazis no fueron los únicos en utilizar estos recursos para mantener la opinión de la población a su favor. Estados Unidos promovió ideales nacionalistas y probólicos a través del cine.

Hollywood produjo cientos de películas durante la Segunda Guerra Mundial donde la guerra era el tema central de la película. Algunos ejemplos, entre una larga lista, son *Woman in War* (Auer, 1940), *Flying Tigers* (Miller, 1941), *Action in the North Atlantic* (Bacon, Haskik, Walsh, 1943), *Sahara* (Korda, 1943), *A Walk in the Sun* (Milestone, 1945). Kornweibel (1981) analiza dos fenómenos que marcaron al cine en esta época. Uno es la presión del gobierno para asegurarse de que los estudios presentaran los objetivos de la guerra de forma adecuada a un público de millones de personas, tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo. El otro fenómeno era la posibilidad de aprovechar con ingenio el patriotismo para enaltecer los valores americanos de autosuficiencia, autosacrificio y el papel del país como proveedor de esperanza del mundo civilizado.

La Segunda Guerra Mundial no ha sido el único conflicto en donde se ha aprovechado la propaganda. Esta resulta de gran utilidad para unificar a la población bajo los objetivos ideológicos de la guerra, la definición de los enemigos, las razones de la lucha y la razón para derrotarlos. La manipulación del pensamiento a través de la emoción es la vía más eficaz para incentivar el compromiso y moral específico de un individuo (O'Shaughnessy, 1996). Por eso el gobierno utiliza técnicas de persuasión que provoquen una experiencia emocional para alcanzar sus objetivos.

Elmer Davis, director de la Oficina de Información de Guerra en 1943 admitió que “La forma más fácil de inyectar una idea de propaganda en la mente de la mayoría de las personas es dejarla pasar por el medio de una imagen de entretenimiento cuando no se dan cuenta de que se están propagando” (Kornweibel, 1981). El cine, como medio de entretenimiento masivo, se vuelve atractivo para el uso de esta clase de técnicas.

Desde la Segunda Guerra Mundial, Hollywood adoptó un discurso pro militar, el cual ha evolucionado. La relación entre la milicia y la industria aún existe pero se ha ajustado a los problemas actuales. Muchas películas tienen una temática de guerras recientes, y el tema del terrorismo se ha normalizado dentro del cine. La cooperación entre ambas instancias es abierta. Un ejemplo contemporáneo es la película *Iron Man* (Fraveu, 2008) donde el ejército y la fuerza aérea cooperaron. En la actualidad, se producen docenas de películas que se desarrollan en entornos de violencia contemporáneos. Esto no se aplica a todas las películas que se producen, pero es una opción popular para las películas que buscan entretener a grandes audiencias (Klein, 2007). El discurso militar no es nuevo, pero varios autores coinciden en que se volvió dominante tras el ataque del 9/11 (Sánchez-Escalonilla, 2010).

La relación entre la industria de cine norteamericana y el Pentágono⁵ es una realidad. Después del atentado de septiembre de 2001, Karl Rove, asesor en jefe del presidente Bush, se reunió con altos ejecutivos de la industria cinematográfica para hablar de cuál sería la contribución de Hollywood en la guerra contra el terrorismo. El resultado fue que se adelantó el estreno de dos películas proguerra y proejército: *Black Hawk Down* (2001) y *We Were*

⁵ El Pentágono es el cuartel general del Departamento de Defensa de Estados Unidos. Se ubica en Washington D.C. Es símbolo de la milicia norteamericana.

Soldiers (2002). Este ejemplo muestra cómo la administración de Bush utilizó el cine como medio para promover su política (Westewell, 2006).

Como puede verse, el cine y la política tienen una estrecha relación.

Los comics y la política

Los comics y las películas basadas en ellos presentan un contenido más complejo de lo que la reputación que los precede puede sugerir (DiPaolo, 2014). En varias ocasiones se han manifestado de forma abierta por diversos temas políticos como la pena de muerte, el aborto, el medio ambiente, la guerra, etc. También han servido para reflejar el sentir del público en pro o en contra de la guerra.

Un ejemplo de lo anterior sucedió en 1941, cuando el Capitán América entró en la lucha de la Segunda Guerra Mundial antes de que Estados Unidos lo hiciera. Según DiPaolo, en lo general, los comics y sus derivaciones caen dentro de tres categorías de narrativa política: a favor del *status quo*, contra el *status quo* y el colonialismo. En el primero, el superhéroe actúa para preservar el orden establecido. En la segunda, el superhéroe se opone a un villano que incide en la forma en la que se ordena el mundo de forma negativa. En la última categoría, el superhéroe viaja a un lugar desconocido para imponer su propio orden ya sea a través del reclamo de territorio o la imposición de leyes o valores., en otras palabras,

va a civilizar un lugar. Batman y Iron Man⁶ son ejemplos de la primera categoría; X-Men⁷ de narrativas anti status quo. Doctor Strange⁸ cae, por lo general, en la tercera categoría.

El éxito de este tipo de productos viene de su habilidad de representar preocupaciones del mundo contemporáneo. Los temas van desde lo personal hasta lo social. Los comics tratan temas como drogas, relaciones interpersonales, problemas de imagen, autoestima, etc. En lo social, desde ideología hasta conflictos políticos concretos. En especial, temas como guerra e imperialismo son el trasfondo de muchos arcos narrativos.

Sobre estos dos temas, es común que el análisis se concentre en la superficie de la historia que se busque contar. Jon Favreau, director de *Iron Man* (2008), atribuye el éxito de las películas de superhéroes al ataque del 9/11 a las Torres Gemelas. Dice que eso preparó al público para identificarse con los héroes y la guerra⁹.

Lo anterior resulta superficial para algunos académicos como la historiadora Maria Warner (1994), quien dijo que la figura del héroe que se enfrenta al mal está inscrita en la historia de occidente desde los griegos. Una gran variedad de películas puede verse desde este punto de vista y no tienen el mismo éxito que las actuales películas de superhéroes. El éxito de un producto en particular depende de la forma en que retrata los conflictos en que resulta atractiva para el público, más allá de la estructura e historia básica.

⁶ Batman es un superhéroe que pertenece a DC Comics creado en 1939. El combate el crimen de la ciudad junto con el departamento de policía. Iron Man es un personaje de Marvel creado en 1963. Es un productor de armas que trabaja con el Departamento de Defensa.

⁷ Los X-Men son un grupo de mutantes creado por Marvel Comics. Ellos luchan contra los humanos normales por aceptación y derechos.

⁸ Doctor Strange es otro personaje de Marvel creado en 1963. Este personaje tiene constante relación e interfiere en asuntos de otras razas y otros mundos.

⁹ Kuipers (2011) habla de la forma en la que se reflejó en los medios el trauma después del atentado del 11 de septiembre. El público respondió al atentado a través del internet y utilizó el mismo humor y violencia al que está acostumbrado a través de los medios visuales. Estas bromas se normalizaron entre el público.

Lo que es un hecho es que las películas de cómics que se relacionan con los mayores éxitos en taquilla en los últimos años contienen un alto grado de militarización. El Universo Cinematográfico Marvel (UCM) no se constituye del vigilante que protege una ciudad, sino de una figura que combate una fuerza externa que busca alterar su *status quo*. Por ejemplo, Iron Man se enfrenta a terroristas, el Capitán América a los Nazis, Thor a los gigantes que invaden su tierra, etc.

La militarización y el cine de cómics

El cine de Hollywood ha adoptado un discurso pro militar que se observa en películas que tratan temas de violencia en entornos contemporáneos. Este discurso no se aplica a todas las películas que se producen, pero es una opción popular para las películas que buscan entretener a grandes audiencias.

Con relación al género de superhéroes, y específicamente el UCM, el discurso militar sirvió para dar seriedad a una serie de personajes que se percibían como infantiles, lo que les permitió triunfar entre el público adulto. El militarismo da a la narrativa de la película un *realismo* que indica a la audiencia que no es el estereotipo infantil del cómic. (Anderton, 2011)

Además de la alineación militar, el UCM muestra un discurso en pro de la tecnología. La ciencia es representada como un fenómeno casi mágico que no requiere de explicación. Ésta se relaciona con la creación de tecnología militar que resulta ser la solución (y a veces la causa) a los problemas que enfrentan los personajes.

La militarización, pero ¿qué clase? En general, la militarización en los medios se ve como muestra del poderío de Estados Unidos y la búsqueda de la supremacía global. Boggs

y Pollard en *The Hollywood War Machine* (2017), defienden este argumento. Colocan al gobierno norteamericano al frente de una expansión económica y militar que se legitima a través de la cultura mediática. Las películas de Hollywood hacen de la guerra y la violencia un espectáculo. Incluso hablan de la *expansión del Pentágono*. Sin embargo, las películas del UCM no muestran esta expansión del ejército estatal, sino una milicia reducida ante el poderío que exhiben otro tipo de actores. Marvel no muestra la hegemonía de un país, más bien el creciente control de las empresas privadas de guerra y seguridad.

Perez (2013) argumenta que cuando la empresa privada es de un país en específico, entonces demuestra el poder de ese país puesto que la empresa pertenece a ese país, lo favorece y es donde paga impuestos. Esa es una concepción errónea. La industria privada en el mundo globalizado es un ente con su propio poder de influencia y negociación, capaz de afectar el equilibrio de poder y las relaciones entre Estados a su favor, y no en favor de un país específico.

Un análisis detallado de las acciones y sus resultados dentro del mundo ficticio da respuesta a muchos debates y cuestionamientos. El discurso de los personajes puede ser apelar a cierto público, pero las acciones y sus consecuencias muestran la verdadera ideología de la película, la cual puede estar oculta tras los personajes políticamente correctos (Johston, 2018).

Como se observa, el análisis de estos elementos bajo una visión del ejército corresponde a otra época. Esto se denota en considerar factores como la promoción del reclutamiento y apoyo al ejército, algo que era común en los medios a mediados del siglo XX y durante la Guerra Fría. Las películas pueden invitar a la crítica, sin embargo, esta crítica responde al mismo discurso que no logra relacionarse con la situación de la milicia actual.

Marvel, S.H.I.E.L.D. y la guerra

La guerra es uno de los temas recurrentes en el UCM. La saga inicia con la guerra en Afganistán¹⁰ y continúa lidiando con ella en el resto de las películas. Desde la Segunda Guerra Mundial, hasta la guerra con seres de otros mundos, los superhéroes de Marvel son quienes deben enfrentar al enemigo y proteger a la Tierra de la conquista o la destrucción.

Desde el inicio, S.H.I.E.L.D. es el organismo supranacional que se responsabiliza de salvaguardar al mundo y organizar a los superhéroes para librar la batalla. Es una agencia que está presente a lo largo de toda la saga, que llega a servir como hilo unificador entre las distintas historias de cada uno de los personajes. La agencia y sus miembros unen y organizan a los superhéroes, les proporcionan tecnología, ayuda y, no menos importante, la información e inteligencia necesarias para armar estrategias contra los enemigos.

Aunque el significado de las siglas S.H.I.E.L.D. han cambiado con el tiempo, como se verá más adelante, las letras originales se mantienen. *Shield* significa escudo en inglés. Un escudo es un arma defensiva de tipo activo que se utiliza como protección contra las armas de un contrincante. La palabra se deriva del latín *scutum*, la palabra con que se nombró el escudo usado por las legiones romanas.

S.H.I.E.L.D. es una agencia que nace en los cómics, en 1963, para enfrentar a otra agencia llamada HYDRA, con sede en Europa Oriental. Desde entonces evolucionó para

¹⁰ Guerra que inició en 2001 tras el ataque terrorista del 11 de Septiembre ese mismo años entre una coalición occidental liderada por Estado Unidos contra el gobierno de Afganistán liderado por los talibanes.

atender a las necesidades de la época en que se publican las historias. En el cine, es un ente poderoso al que obedecen las personas con súper poderes.

Este S.H.I.E.L.D. funciona en una realidad que funge como símil del mundo contemporáneo¹¹. En un universo cinematográfico que representa la guerra, el poder de las grandes corporaciones y una ideología que respalda a ambos (Lintala, 2017), la agencia que cruza entre historias debería ser una pieza específica de la realidad.

A continuación, se presenta un análisis que busca exponer cómo este elemento de las películas representa la industria de las milicias privadas y muestra un discurso a favor de los intereses de éstas en Estados Unidos. Este símil cinematográfico alude a una realidad de la guerra contemporánea y busca promover una idea que favorece a esta industria y sus intereses.

Metodología

El análisis seguirá la metodología propuesta por Jowett y O'Donnell (2017). La propaganda es un intento de moldear la percepción y el comportamiento de los individuos, y su estudio requiere un análisis que abarque no sólo un objeto en específico sino un estudio en un periodo más extenso para entender su verdadero objetivo.

El método consta de 10 pasos:

1. Identificar la ideología y el propósito de la campaña de propaganda.
2. Identificar el contexto en el cual ocurre la propaganda.

¹¹ El mundo de los comics está compuesto por una serie de *universos* distintos que ordenan las diferentes versiones de las historias de los superhéroes. Incluso en el universo *live-action* creado por Marvel tiene diferentes modalidades (comics, series, etc.), pero la trama de las películas puede entenderse sin necesidad de revisar otra fuente. A este universo de le conoce como Earth-199999.

3. Identificación del propagandista.
4. La estructura de la organización de propaganda.
5. Identificar el público objetivo
6. Técnicas de utilización de medios.
7. Técnicas especiales para maximizar el efecto.
8. Reacción del público ante diversas técnicas.
9. Contrapropaganda, si está presente.
10. Efectos y evaluación.

Jowett y O'Donnell reconocen que no es posible cumplir con cada uno de los puntos, ni el orden, en la mayoría de los casos. Primero, si se estudia propaganda que está en marcha justo en el momento del estudio, es probable que no sea posible estudiar la reacción del público y los efectos y evaluación puesto que esto resulta ser visible en el largo plazo. Tampoco es siempre posible analizar la estructura de la organización puesto que, hay casos en donde la misma naturaleza de la organización implica que ésta quede oculta. Es necesario que el investigador se adapte al caso que estudia para obtener resultados.

Ese es el caso de este estudio. Se analiza un elemento específico que cruza la saga de las películas de Marvel. El patrocinio e intereses que se encuentran detrás de una película no son visibles para el público. Así que es necesario desentrañar el mensaje que queda plasmado en las películas para entender su verdadero significado y a quién beneficia.

Las películas de Marvel desde el 2008 mantienen como temas constantes la guerra y el terrorismo, citamos tres que aluden a este estudio: *Iron Man* inicia con la guerra en Afganistán, el *Capitán América* con la Segunda Guerra, cuando el martillo de *Thor* cae en la Tierra se le ve como amenaza a la seguridad. Como se explicó con anterioridad, la industria

de milicia privada ha crecido de tal forma que ha tomado control de actividades que antes estaban bajo el mando del ejército nacional. Este hecho se ve reflejado, y se mostrará el paralelismo, en las películas a través de la agencia S.H.I.E.L.D., de quien dependen los superhéroes (Apéndice 1).

Más adelante se exhibirá que la campaña busca mostrar a las agencias dedicadas a la seguridad y protección privadas como eficientes, capaces, y que no necesitan vigilancia, y son mejores en su trabajo que el propio gobierno. Esta campaña inicia en un momento en donde la industria de milicia privada crece y el gobierno americano se preocupa por su influencia y la poca información que hay al respecto. La misma industria busca protegerse y seguir operando como lo ha hecho hasta ahora: sin estar en el debate público y sin tener que rendir cuentas.

El cine es un medio masivo que llega a millones de personas. Las películas de superhéroes son de las más taquilleras, así que son las que más audiencia tienen. Esto las hace un escaparate idóneo (Apéndice 2). El 49% de la población de Estados Unidos entre 18 y 34 años ha visto al menos una película del *Capitán América*; el 54%, al menos una de *Avengers*. De la población, entre 35 y 54, el 46% al menos vio una película del *Capitán América* y el 48% de *Avengers*. De la población mayor de 55 años, el 28% vio al menos una película del *Capitán América* y el 26% de *Avengers*. (Watson, 2019)

Estos grupos de edad representarán el 62% de la población en edad de votar en el 2020 (United States Census Bureau, 2018). Contar con el apoyo de este porcentaje de la población sería favorable en caso de que se presentará alguna iniciativa que afectará de forma

negativa a la industria, como se intentó hacer en el 2008 (Schwartz, 2011)¹². El público objetivo sería la población en edad de votar.

Finalmente, queda el análisis del medio. Como se estableció en capítulos anteriores, el cine ha sido utilizado con fines propagandísticos desde hace décadas. No es nada nuevo que se utiliza para promover intereses específicos. Se analizarán películas basadas en comics, los cuales también tienen historial de ser utilizados como propaganda desde hace tiempo.

Cabe mencionar, que hasta ahora no hay contrapropaganda que enfrente las ideas plasmadas en estas películas. Es decir, que en algún medio de igual magnitud se presente un discurso o contradictorio. El hecho de que sean películas de “entretenimiento” las hace un perfecto caballo de Troya. La crítica cinematográfica, en general, habla de la calidad de los efectos especiales, el toque cómico y la previsibilidad de la trama y los personajes, mientras que la academia, en la mayoría de los casos revisados, habla desde una perspectiva en la que el contenido queda fuera del análisis. Eso en la actualidad, puesto que la producción, tanto de películas como comics de otras etapas, ha sido analizada a fondo en cuanto a lo ideológico se refiere, como lo producido durante la Segunda Guerra Mundial.

En este caso se analizarán la narrativa y representación visual que se utiliza en la serie de películas de Marvel para representar a S.H.I.E.L.D., así como sus inicios en el cómic, donde se observa cómo la agencia se ha adaptado al momento histórico determinado. Hay que tener en cuenta que la forma de hacer propaganda ha cambiado mucho desde lo visto a

¹² El Congreso pidió a la Secretaría de Defensa que prescribiera reglas relacionadas con la detección, equipamiento y gestión del personal de seguridad privada en áreas de operaciones de combate. Estas regulaciones debían incluir el seguimiento de los empleados del contratista de seguridad privada, la autorización y la contabilidad de las armas utilizadas por los PSC, y los requisitos de informe cada vez que un contratista de seguridad descargara un arma, matara o hiera a otra persona, o fuese asesinado o herido.

mediados de siglo XX (Jowett, O'donnell, 2012). La forma en que se utilizan los medios no es la misma que lo que se acostumbraba en la época de la Segunda Guerra Mundial por lo que no se esperarían observar el mismo tipo de secuencias.

A continuación, se analizará el estado actual de las milicias privadas. Su crecimiento, relevancia y la preocupación del gobierno americano respecto a la falta de información y control.

Después se mostrará cómo S.H.I.E.L.D. es una metáfora de la industria militar privada y en las películas muestra un discurso. Este discurso se ha desarrollado en una dirección y promueve los intereses de la industria que representa.

El crecimiento de la milicia privada

La presencia de empresas privadas que prestan servicios militares no es nueva. En el período anterior al surgimiento del estado moderno, los contratistas militares eran comunes. Incluso en el período moderno, algunos estados, como los Estados Unidos, han subcontratado muchos servicios. Lo que es nuevo, en las últimas décadas, es el número de contratistas trabajando para el Estado. Por ejemplo, en Estados Unidos, la relación entre contratistas y personal en servicio activo durante la primera Guerra del Golfo (1990) fue de 1 a 50; en la Operación Iraq Freedom (2010), fue de 1 al 10. (Kinsey, 2006)

En *Markets for Force* (2005), Deborah Avant explica cómo los contratistas de seguridad ahora brindan más servicios, incluyendo algunos que han sido considerados como actividades militares básicas. Algunas empresas incluso proporcionan personal armado que opera con tropas en el campo de batalla, además de proporcionar servicios de logística, tecnología, brindan asesoramiento y capacitación, seguridad del sitio y servicios de vigilancia

policial a Estados y actores no gubernamentales. Lo anterior implica que el Estado ya no posee el monopolio legítimo de la fuerza, puesto que estas fuerzas no son estatales y, aunque son contratadas por el Estado, absorben las responsabilidad y riesgo en el campo de batalla. Así, el gobierno permanece seguro, pero pierde control sobre las acciones de las empresas subcontratadas. Lo anterior altera el equilibrio político del tradicional estado nación.

La seguridad privada es un fenómeno global. Desde 1990, las operaciones de paz multilaterales conducidas por la ONU se llevaron a cabo por la presencia de empresas militares o de seguridad privada. Los cambios en la naturaleza de los conflictos han jugado un papel en este fenómeno. Acciones como la vigilancia policial y el soporte técnico y tecnológico, han servido para posicionar a las compañías privadas no solo en la zona del conflicto, sino al frente del campo de batalla. Otra herramienta clave que abre la puerta a la presencia de fuerza privada en los conflictos es la Policía Civil Internacional. Una organización subcontratada por los gobiernos para ofrecer servicios de seguridad y legales en todo el mundo.

Una pieza clave en la discusión acerca de la privatización del uso de la fuerza es el financiamiento. Los Estados no son los únicos que financian la seguridad privada. Cada vez es más común que los actores no estatales, como ONG's, corporaciones multinacionales, entre otros, pagan por seguridad y servicios relacionados con el fin de impulsar sus metas. (Wulf, 2011)

Toda la situación lleva a diversos planteamientos sobre el futuro de la privatización de la fuerza (Wulf, 2011). Wulf menciona que hay dos visiones. Por un lado, la visión optimista opina que la privatización traerá beneficios para el Estado. Las compañías pueden ofrecer servicios de seguridad a menor costo y con mayor flexibilidad que lo que puede

ofrecer el gobierno. Estas nuevas formas podrían mejorar la seguridad y la gobernanza. Por otro lado, los más pesimistas, argumentan que la privatización será costosa para los Estados, aumentarán y crearán nuevos conflictos como la situación de la rendición de cuentas por parte de estas fuerzas armadas. Por lo mismo, terminarán por desafiar la gobernanza local y global.

La rendición de cuentas es uno de los principales problemas que han surgido alrededor de la privatización. Las herramientas y mecanismo establecidos no son suficientes e incluso son erosionados con la participación de fuerzas privadas. Por ejemplo, en Estados Unidos, la contratación externa ayuda a la centralización del poder en manos de los tomadores de decisiones del poder ejecutivo. Además, contribuye a reducir la información disponible para el Congreso, lo cual reduce las posibilidades de influir en la política. Aunque el Congreso aprueba el presupuesto militar, no aprueba decisiones individuales y ni siquiera tienen acceso a los informes consolidados sobre la asistencia militar. La subcontratación también reduce la información disponible para el público en general al entorpecer la cobertura por parte de los medios.

Éste es un debate difícil de resolver, las instancias de seguridad privada pueden mejorar y al mismo tiempo menoscabar el poder de los Estados. También pueden plantear retos ante una nueva forma de integración de la violencia en la sociedad. No se pueden evitar los cambios en los mecanismos mediante los cuales se controla la fuerza y se redistribuye el poder. El cambio en el control de la violencia hace que el poder se disemine de forma diferente entre los Estados y potencia la influencia de personas y grupos fuera del Estado.

Además de ser una herramienta útil para los gobiernos y las ONG's, la seguridad privada permite la acción rápida, lo que evita debates políticos ante situaciones de

emergencia. Esto reduce la necesidad de trabajar a través de procesos políticos por medio de instituciones y vías de comunicación establecidas.

La evolución de S.H.I.E.L.D.

S.H.I.E.L.D., siglas de *Supreme Headquarters, International Espionage and Law Enforcement Division*, es el nombre de la agencia que aparece en el UCM con frecuencia. El primer comic en el que apareció fue el número 135 de *Strange Tales*, publicado en agosto de 1965 y escrito por Stan Lee.



Portada de *Strange Tales* #135. (1965).

Esta historietta fue titulada *Nick Fury, agente de S.H.I.E.L.D.* Fue la primera aparición del personaje, quien era coronel y veterano de la Segunda Guerra Mundial. Que el personaje sea ex soldado ayuda a contextualizar la narración dentro de un tiempo político determinado. Fury combatió a los nazis, el enemigo natural de Estados Unidos (y en general de los aliados) en la Segunda Guerra. Ahora, veinte años después, el enemigo ya no es Alemania sino Rusia.

En 1947 dio inicio la Guerra Fría entre Estados Unidos y el país soviético¹³. En 1962 llegó a un punto álgido después de la Crisis de los misiles en Cuba. En el 65, Marvel Comics respondió de forma directa a la situación política con la creación de dos agencias que representan ambos bandos.

S.H.I.E.L.D., en el cómic, reporta directamente con el Pentágono, es una agencia que sirve de forma directa al Departamento de Defensa. En el cine se maneja como algo independiente y no responde a las órdenes del gobierno o milicia americanos.

El enemigo de la agencia es HYDRA. Nick Fury resuelve el problema y es felicitado por Tony Stark, Iron Man¹⁴. Además, éste le ofrece el trabajo de director de la agencia. Desde entonces, este hombre es el director de la agencia, la cual ha cambiado mucho desde los años sesenta.

HYDRA es la agencia antagonista de S.H.I.E.L.D. El nombre alude a la criatura mítica de varias cabezas que es vencida por Heracles. La organización se refiere a sí misma como inmortal, que la derroten una vez no significa que no volverá. Desde sus inicios, los miembros repiten la frase “si cortan una cabeza, crecerán dos más” Lo anterior retoma la misma mitología de la criatura. La hidra fue la bestia que Heracles venció en su segunda tarea. Un animal con cuerpo de perro y cabezas de serpiente. Cada vez que Heracles cortaba una cabeza, una nueva crecía en su lugar (Graves, 1999). HYDRA presenta una ideología

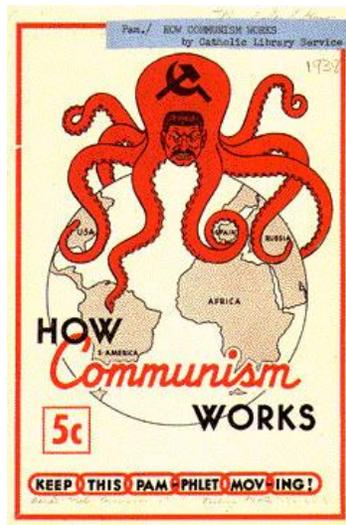
¹³ Fue en ese año cuando Estado Unidos puso en marcha el Plan Marshall para ayudar a la reconstrucción de Europa Occidental y evitar la propagación del comunismo. Esto provocó que la Unión Soviética tomara sus propias medidas como el cierre de caminos en Berlín Oriental.

¹⁴ Iron Man en un personaje de Marvel. Su primera aparición fue en *Tales of Suspense* #39 en 1963. Es no de los integrantes del grupo Avengers.

antiliberal que busca la dominación mundial. Los tentáculos en el logotipo hacen eco a una imagen popular del comunismo esparciéndose por el mundo (Payne, Spaeth, 2012).



Insignia de HYDRA. (1965).

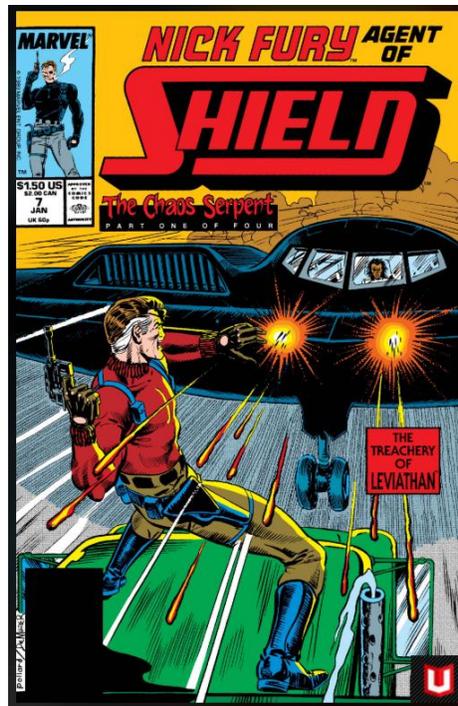


Portada de *How Communism Works*. (1938).

La primera vez que aparece es en mismo tomo de *Strange Tales* #135. Ambas agencias nacen juntas, una contra la otra, y representaron la oposición entre Estados Unidos y la Unión Soviética. Una lucha menos personal que las de superhéroes contra villanos, pero ad hoc para representar la guerra sucia entre bloques económicos.

Después, el significado de las siglas de S.H.I.E.L.D. cambio a *Strategic Hazard Intervention Espionage Logistics Directorate*. El nombre se cambió en el arco titulado *Nick Fury, Agent Shield* publicado en enero de 1989 y escrito por Dan Chichester. Nick Fury reaparece como un hombre blanco, en vez de afroamericano como en el comic del 65¹⁵.

¹⁵ Nick Fury volvió a ser negro en el 2001 en el arco titulado *Ultimate Marvel Team Up* en el número 5 publicado en agosto del mismo año. Este comic está basado en una saga que inició en 1972 titulado *Marvel Team Up*. La nueva versión utiliza los personajes de la primera por lo que retoma al Fury de raza negra.



Portada de *Nick Fury Agento of S.H.I.E.L.D. # 7*. (1990).

En este arco reaparece el villano Baron von Strucker, miembro del ejército Nazi. Su primera aparición fue en la historieta *Sgt. Fury and his Howling Commandos # 5*, publicada en enero de 1964. Para 1991, continúa como líder de un grupo terrorista de ideología nazi que ataca las instalaciones de S.H.I.E.L.D. con tecnología alienígena. La historia termina con la desaparición de la agencia como se conocía. La siguiente saga, *Fury of S.H.I.E.L.D.*, publicada en 1995, lidia con Nick Fury y la reestructuración de la organización.



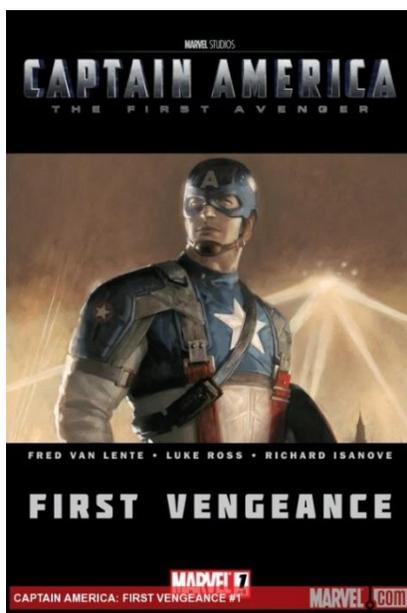
Portada de *Fury of S.H.I.E.L.D.* #3. (1995).

S.H.I.E.L.D. volvió a cambiar el significado de sus siglas al aparecer en la serie de películas que comenzó en 2008. Las siglas ahora pertenecían al nombre *Strategic Homeland Intervention, Enforcement and Logistics Division*¹⁶. En este nuevo universo, la agencia tiene una historia diferente. HYDRA era una agencia nazi encargada de investigar lo paranormal. Johann Schmidt, el súper villano Red Skull, estaba al frente. El Capitán América se enfrenta a él.

La historia de la agencia en el universo cinematográfico es diferente. El comic que funciona como precuela oficial titulado *Captain America: First Vengeance* (2011) muestra los orígenes. El antecedente de S.H.I.E.L.D. es la *Strategic Scientific Reserve*, fundada en 1940

¹⁶ El nombre anterior hacía alusión a la intervención en situaciones de riesgo y donde el espionaje estaba involucrado. El nombre que tiene en las películas sólo hace alusión a logística, aplicación o ejecución e intervención sin referirse a una situación en específico. Esto implica que las funciones de la agencia tienen menos límites que antes.

por el presidente Roosevelt. En ese momento, Estados Unidos no había entrado formalmente a la guerra pero se crea la S.S.R. para combatir a los nazis. El oficial al frente fue el Coronel Chester Philips. Él convence al empresario industrial Howard Stark, padre de Iron Man, de unirse al proyecto.



Portada del comic *Captain America First Vengeance*. (2011).

La S.S.R. es la responsable de *Operation: Rebirth*, proyecto de investigación para crear súper soldados para el ejército norteamericano¹⁷. El resultado del proyecto es la creación del Capitán América. El surgimiento de S.H.I.E.L.D. no se muestra claramente. Sólo se sabe que Howard Stark fue su principal impulsor.

En la serie de películas la agencia aparece desde la primera entrega: *Iron Man* (Favreu, 2008). En la escena extra se presenta Nick Fury ante Iron Man, y le habla de la

¹⁷ Este comic refleja las propias políticas eugénicas, alianzas políticas y la ganancia de las corporaciones privadas que prevaecían en Estados Unidos desde antes de la Segunda Guerra Mundial. (Hack, 2000).

Iniciativa Avengers. Desde entonces, la agencia muestra su presencia en cada película desde *Iron Man* hasta *Avengers* (2012).

S.H.I.E.L.D. tiene su primera intervención importante en *Iron Man 2* (Favreau, 2010). Nick Fury envía a una agente encubierta a vigilar a Tony Stark. En *Thor* (Branagh, 2011), la agencia encuentra y asegura el martillo del dios que viene de otra dimensión. En *Capitan America* (Johnston, 2011), al final de la película, es la agencia quien encuentra a Steve Rodgers, el Capitán América, congelado por décadas después de su lucha contra HYDRA, lo despierta y le avisa que el mundo lo necesita de nuevo. En *Avengers* (Whedon, 2012), Nick Fury y su organización son los que ensamblan al grupo de superhéroes conocido como Avengers. Es la primera vez que se ve su vehículo volador conocido como *Hellicarrier*¹⁸. Una nave que sirve como base militar y portaviones.



Cartel de la película *Avengers*. (Whedon, 2012).

¹⁸ La primera vez que se vio este vehículo fue en *Strange Tale* #135.

La película que pone a S.H.I.E.L.D. en el centro del conflicto es *Capitán América: El soldado de invierno* (2014). En este filme, la agencia resulta blanco de un ataque de HYDRA. Al final se conoce que la agencia fue infiltrada y ha sido corrompida, lo que lleva a su desintegración como se conocía y los miembros fieles se esconden para continuar con las misiones de salvar al mundo desde un lugar secreto.



Cartel de la película *Captain America: The Winter Soldier*. (2014).

El recorrido de S.H.I.E.L.D.

El origen de S.H.I.E.L.D y sus antecedentes quedan fuera de las películas, esto sólo se conoce a través de otros medios, pero no es lo que la mayoría del público, el que sólo ve las películas, conoce,.

Sin mencionar sus antecedentes u origen de los recursos, S.H.I.E.L.D. es vista por este público como un ente organizado que funciona de manera eficaz. De esta forma

permanece la idea de que esta organización es amiga, protege a la gente común, y sus intereses no contradicen los de una sociedad pacífica y próspera.

¿Cómo se presenta S.H.I.E.L.D ante la gran audiencia? La primera vez que aparece la agencia es la escena extra de *Iron Man*. Nick Fury tiene el poder de invadir la mansión protegida de Tony Stark, se oculta entre las sombras y presenta una iniciativa con vistas hacia el futuro. Establece que Iron Man es sólo pieza de un plan más grande que S.H.I.E.L.D. está ejecutando. Volverán a vigilar a Stark en *Iron Man 2* debido a que no confían en que podrá ser miembro del grupo que planean formar.

S.H.I.E.L.D. es una agencia con muchas subdivisiones y una gran organización. El agente Coulson representa una de ellas. Vestido de traje negro, apegado a las reglas, busca ser el contacto entre la agencia e Industrias Stark. Por otro lado, está la espía infiltrada, Natasha Romanoff, mejor conocida como Black Widow. Ella representa la parte de la agencia que se esconde, no se muestra abiertamente, engaña y utiliza la violencia y la sexualidad, para lograr sus fines¹⁹. Ambos personajes responden ante el mismo hombre, Nick Fury. También están los soldados entrenados para actuar en diferentes situaciones como misiones de asalto, combate abierto o combate aéreo.

En *Thor* (Branagh, 2011), la agencia muestra su capacidad de respuesta al desplegar sus fuerzas para asegurar el martillo que cae en el planeta Tierra²⁰. De inmediato cierran y toman control de la zona para permitir que sus científicos y gente de confianza analicen el objeto. Incluso improvisan una instalación tipo fortaleza en el desierto para resguardarlo.

¹⁹ También representa un estereotipo de mujer: la femme fatale. Es fuerte, seductora y en *Avengers 2* (2015) se sabe que es estéril.

²⁰ En la película de *Thor*, el héroe es castigado por su padre y él, junto con el martillo místico que usa como arma son enviados a la Tierra.

En *Avengers* (Whedon, 2012), se observa el cuartel móvil con el que pueden llegar a cualquier parte del mundo. No sólo tienen agentes y espías, tienen una flota de F22. S.H.I.E.L.D. no sólo se muestra como una agencia de inteligencia, investigación y espionaje, aquí se muestra como poseedora de capacidad militar considerable.

Es hasta el *Capitán América: El soldado de invierno* (Russo, 2014) que el público conoce las instalaciones generales de S.H.I.E.L.D.

El Triskelion

El Triskelion²¹, en el cómic, es una fortaleza que sirve como cuartel conjunto de S.H.I.E.L.D. y el grupo de súper héroes conocido como los Ultimates. Fue creado por Mark Millar y Bryan Hitch en el arco llamado *Ultimates*. La primera vez que apareció fue en el volumen dos de esta serie. La construcción es un lugar central de este universo conocido como *Ultimate Universe*²² o *Earth-1610*.

Este complejo servía como prisión, centro de investigación donde se desarrolla ciencia y tecnología con el objetivo de usarse para armamento, principalmente. También es el lugar en donde se guardan vehículos y armas. Algunos de los miembros residen en el mismo complejo. El hecho de que este en medio del agua implica que tiene una posición segura, con pocas entradas y salidas, las cuales pueden ser custodiadas con facilidad.

²¹ Viene del griego *tri* (tres) y *skelos* (piernas.) La construcción parece tener tres piernas que se unen en un cuerpo mayor.

²² En este universo, S.H.I.E.L.D. es una organización global con soberanía mundial con presupuesto ilimitado que viene de diversos países. Su principal financiador es Estados Unidos.



El Triskelion en *Ultimates*. # 3.

En este universo, el complejo se ubicó en la bahía de Manhattan, en Nueva York. Dentro del mundo de ficción fue construido por los arquitectos Frank Gehry y Norman Foster (*Ultimates*, vol.1, #2, 2002) ambos, grandes arquitectos del siglo XX. Entre los proyectos de Gehry se encuentra el Museo Guggenheim en Bilbao. Mientras que Foster diseñó el edificio *30 St. Marie Axe* en Londres.

En el UCM, el Triskelion está ubicado en la capital de Estados Unidos, localizado en la isla Theodore Roosevelt, en el río Potomac.



El Triskelion. Arte para el *Capitán América: el Soldado de Invierno*. (2014).

La construcción inició en la década de los ochenta. El dato se da a conocer en la película *Antman* (2015). La película inicia en las instalaciones en construcción de S.H.I.E.L.D. en 1985. Se observa que los cimientos y la base ya están terminados. Las tres torres se construyen de manera simultánea.



El Triskelion en construcción. *Ant-Man*. (2015).

Aunque están ubicados en lugares distintos, la idea de poderío y aislamiento se mantiene en las dos versiones del complejo. El dominio sobre el paisaje que lo rodea y la posición de seguridad y ventaja estratégica en caso de un ataque del exterior. Como se verá más adelante el cambio de sede que se ve en el cine tiene implicaciones en lo que a la situación política se de S.H.I.E.L.D. se refiere.

El papel de S.H.I.E.L.D en el universo cinematográfico

La forma en que las películas representan los elementos de los cómics es muy diferente. Por ello, se hace la diferencia entre el Universo Cinematográfico y el resto de las fuentes, puesto que las historias, eventos y formas de representar cambian de un medio a otro²³. Una de las diferencias es que, en el cómic, S.H.I.E.L.D. surge como una agencia del gobierno durante de la Guerra Fría. En la saga de películas que inicia en 2008, S.H.I.E.L.D no sólo tiene una historia diferente, sino que es presentada de una forma distinta.

Antes, de describir las situaciones en donde se muestra la agencia, es importante especificar el ambiente en donde se desempeña. Hay que contextualizar el momento en donde aparece el director de S.H.I.E.L.D. por primera vez. En *Iron Man* (Favreau, 2008) se cuenta la historia de cómo el millonario productor de armas, Tony Stark, se convierte en el superhéroe Iron Man. Él es secuestrado por un grupo terrorista de Medio Oriente que busca que construya un arma para ellos. Logra escapar, pero con heridas y construyendo la primera versión del traje que lo convertirá en superhéroe. Al avanzar la trama, se descubre que uno

²³ Las películas son una adaptación de historias y personajes que se desarrollan en los comics. Es común que cambien lugares, tiempos históricos, relaciones entre los personajes, incluso el origen de los héroes presenta variaciones entre medios.

de los directivos de la compañía del mismo Stark es quien planeó el secuestro con los terroristas y les vende armas de manera ilegal.

Iron Man (Favreau, 2008) plantea un mundo corrupto y caótico en donde la figura del superhéroe llega a poner orden. De hecho, la película va al extremo de plantear a las instituciones tradicionales como insuficientes: el ejército norteamericano, para ser más específico. La primera secuencia muestra un ejército desorganizado, ineficiente e incluso, inepto.

La película inicia planteando la decadencia del ejército americano. En la primera secuencia, se introduce al personaje y la situación con la que deberá lidiar. En ella se observa al protagonista Tony Stark (Robert Downey Jr.) transportándose en un convoy militar en una provincia afgana. El grupo es atacado y Tony resulta herido.

Antes del ataque, dos de los soldados a bordo del tanque en que viaja Stark se sienten intimidados por él, la mujer que los acompaña no se siente igual y empieza a bromear con el pasajero. Los soldados no están alerta como deberían en el territorio enemigo.





Secuencia inicial de *Iron Man*. (2008).

Los juegos son interrumpidos cuando el convoy es atacado. En este momento, la milicia no muestra ningún tipo de estrategia. Los soldados salen uno por uno del tanque blindado y son heridos al hacerlo.





Secuencia inicial de *Iron Man*. (2008).

Tony queda solo. Es el último en salir del vehículo. Es en este momento cuando un misil cae cerca de él y lo hiere de gravedad. Después de la explosión, despierta en la guarida de los terroristas, donde crea la primera versión del traje de Iron Man. Él escapa con sus propios medios, puesto que el ejército nunca llega a su rescate.





Secuencia inicial de *Iron Man*. (Favreau, 2008).

Tony Stark, bajo su nuevo papel, es quien pone orden al mundo caótico. Sin embargo, él mismo sigue conductas impredecibles y poco confiables. S.H.I.E.L.D. aparece como la organización que se posiciona por encima de Stark, quien va a vigilarlo, dirigirlo, y quien se encargará de los problemas en caso de que se encuentre fuera de control.

Al final de la película, Stark parece estar fuera de control. Decide hacer público que es Iron Man y disfrutar de la fama que eso le trae. Sin embargo, en la secuencia extra aparece Nick Fury, quien le hace notar que se comporta como niño. Además, le presenta la iniciativa *Avengers*. En uno de los planos, Fury se encuentra en el departamento de Stark. Está en las sombras cuando empieza a hablar. Stark se queda paralizado en un plano americano mientras escucha. Fury camina hacia la luz hasta quedar en *close up*. Fury mantiene la posición dominante. La implicación de lo anterior es que Fury está por encima del superhéroe protagonista de la película. El director de S.H.I.E.L.D. no sólo no está impresionado y menos

intimidado, como muchos de los personajes del filme, ante Stark, sino que él es la figura intimidante y dominante a quien Iron Man debe respetar y obedecer.



Escena extra de *Iron Man*. (Favreau, 2008).

Bajo esta iniciativa, S.H.I.E.L.D. plantea reunir a los seres con súper poderes bajo su mando y hacer un grupo de ataque que proteja a la humanidad en caso de que las fuerzas convencionales no sean suficientes. Así surge la iniciativa *Avengers*. Identifican y reclutan a personas con habilidades sobrehumanas con el fin de utilizar sus poderes para la protección de la humanidad. Sin Fury y la agencia, los superhéroes no se hubiesen juntado ni aprendido a trabajar en equipo. De hecho, Stark, Rogers, Thor y Banner son manipulados y engañados con el fin de unirlos en *Avengers*, (Whedon, 2012)²⁴.

La agencia privatizó los super poderes, reclutó a los dueños y los puso a su servicio. Cuando los necesita, los llama. El Capitán América trabaja de tiempo completo con ellos²⁵. Este es el S.H.I.E.L.D. del universo cinematográfico: una fuerza poderosa capaz de controlar o enfrentar a seres con poderes sobrenaturales, sean del planeta Tierra o no.

La organización obtiene su poder a partir de vastos recursos económicos, cuya procedencia se ignora, la tecnología más adelantada, y una red que le permite obtener información de todo tipo. El financiamiento de todo lo anterior queda oculto y no es un tema que sea tratado durante ninguna de las películas. S.H.I.E.L.D. también tiene acceso a información privilegiada que le permite actuar antes que los mismos superhéroes.

En *El Capitán América 2: El Soldado de invierno* (Russo, 2014), S.H.I.E.L.D. se encuentra en el centro de la trama. Inicia con el desarrollo y próximo lanzamiento del proyecto *Insight*, el cual consiste en el lanzamiento de naves que se alinearán con un grupo

²⁴ Se les miente sobre la muerte de un agente querido para todos los personajes, el agente Coulson.

²⁵ Al ser descongelado (*Capitán América*, 2009), Steve Rodgers, a pesar de ser militar de carrera, no decide enlistarse de nuevo en el ejército norteamericano, sino que prefiere trabajar con S.H.I.E.L.D. El único personaje del grupo que es un miembro activo del ejército, y por lo tanto sigue sujeto a las órdenes de la milicia es War Machine.

de satélites que ayudarán a la vigilancia y a mantener el orden en el mundo. Sin embargo, la organización fue infiltrada por su contraparte, HYDRA.

HYDRA desea usar el sistema de vigilancia para identificar y aniquilar a todas las personas que son, o podrían ser, un obstáculo para sus planes²⁶. Es decir, busca acabar con sus enemigos o posibles enemigos antes de que representen una amenaza. Las personas serían identificadas por un algoritmo. Nick Fury tiene sospechas de la infiltración y desea retrasar el proyecto, lo que lleva a un atentado contra él. El Capitán América, como soldado fiel de Fury, inicia una investigación junto con la agente Natasha Romanoff, para averiguar quién está detrás de todo. Resulta que Alex Pierce, uno de los miembros del Consejo de S.H.I.E.L.D., era el líder de HYDRA.

Los héroes toman el papel de rebeldes contra la institución y luchan contra el mal que la aqueja. Al final, Fury se queda nuevamente en las sombras para reconstruir S.H.I.E.L.D fuera del ojo público, para que nada pueda corromper sus filas y sigan con la misión de proteger a la humanidad.

Representación

A lo largo de la saga, S.H.I.E.L.D. *aparece* cuando se necesita y con los instrumentos necesarios para resolver los problemas específicos de cada película, incluso el personal que requiera, ya sean espías, soldados, científicos o superhéroes.

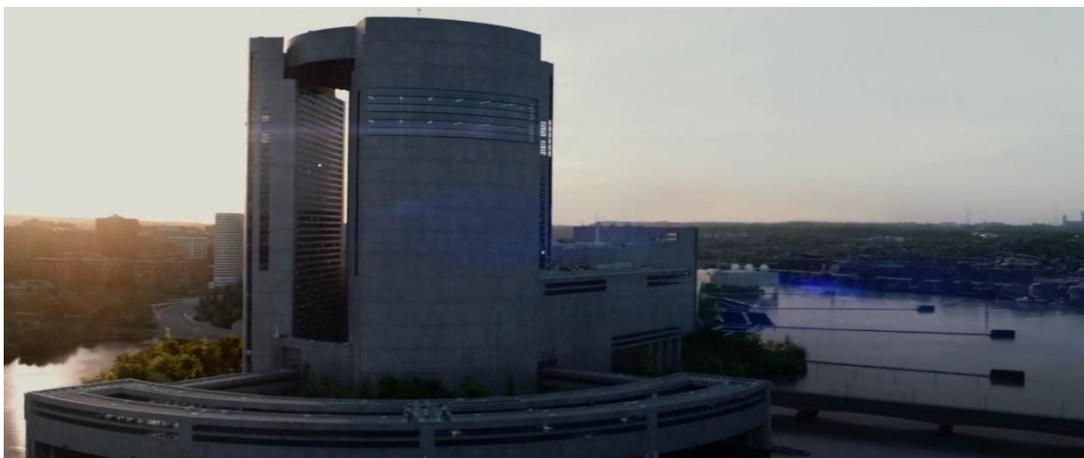
²⁶ Desde sus inicios, a pesar de estar vinculada a los nazis, HYDRA tenía su propia agenda sobre el dominio mundial la cual ha evolucionado.

Es en *Avengers* la primera vez que se ve la nave que funciona como base. Esta nave, llamada *Hellicarrier*, puede acuatizar y volar, tiene modo invisible, funciona como portaviones. En *Thor* (Branagh, 2011), se ve cómo es capaz de crear una base temporal de la nada en medio del desierto. *Capitán América 2* (Russo, 2014) es interesante en cuanto al desarrollo de S.H.I.E.L.D. puesto que es la única película en donde la agencia está en el centro del conflicto y se ve más de su funcionamiento e infraestructura.

El desarrollo visual físico de la agencia, en un inicio, está marcado por una característica: la invisibilidad. No se conoce el lugar de su base, sólo algunos de sus agentes. Desde *Iron Man* (Favreau, 2008), S.H.I.E.L.D. está envuelta en el misterio a través de ocho películas²⁷. Sus centros de trabajo están ocultos. Los agentes aparecen cuando y donde es necesario. Se puede ligar la agencia a la posesión de tecnología muy avanzada, pero no se dan pistas respecto a su lugar en el espacio físico, como el centro de mando fijo, o público, ni su lugar como organización en el panorama político social. Esta situación cambia en la película *Capitán América 2: El soldado de invierno* (Russo, 2014).

En esta película, la novena de la saga, al fin conocemos la ubicación central de la agencia. Como ya se mencionó, el edificio principal es una gran construcción en medio de una isla en Washington. Todo el misterio que rodeó a sus agentes en las películas anteriores se contrapone con la monumental visibilidad de este edificio.

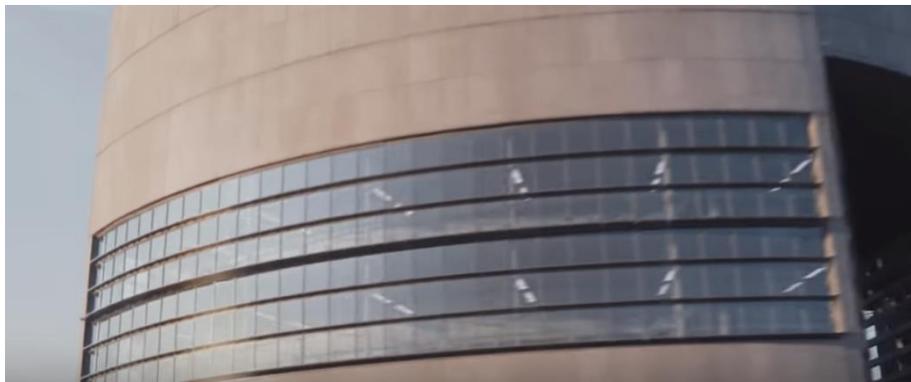
²⁷ *Iron Man* (2008), *The Incredible Hulk* (2008), *Iron Man 2* (2010), *Thor* (2011), *Capitán América* (2011), *Avengers* (2012), *Iron Man 3* (2013), *Thor: The Dark World* (2013).



El Triskelion en *Captain America: the Winter Soldier*. (2014).

S.H.I.E.L.D. deja de ser un misterio para ser un edificio llamativo que se impone a la mitad de un río en la capital norteamericana. La secuencia que lo muestra por primera vez no sólo hace gala de su magnificencia, también muestra cómo se aleja de otras construcciones y domina el espacio. La toma inicia con el enfoque de las construcciones a orilla del río. La cámara se aleja hasta enfocar una pared. La cámara rodea la pared hasta que se ve que es parte de algo más grande. Es uno de las tres torres que conforman el Triskelion.





Secuencia de la película *Capitán América 2*.

Sin mostrarlo por completo, se ven las ventanas de una torre. Hasta que la cámara, con un movimiento hacia atrás, muestra las tres columnas, aún no por completo. En ese momento aparece el nombre del lugar: Triskelion, S.H.I.E.L.D. Headquarters (cuartel general), con sus respectivas coordenadas. Es entonces cuando al fin se ve el edificio completo.



La toma se sigue abriendo hasta dejar ver no sólo las instalaciones completas sino también que están alejadas de todo. El agua es lo único que rodea al complejo. Nada compite con su altura o tamaño. Existe un juego con el encuadre de la cámara. Empieza con un acercamiento que no permite ver la construcción completa. Al abrirse la toma, se deja de ocultar el edificio y se muestra con toda su magnificencia. Esta forma de mostrar el cuartel podría servir como metáfora de la invisibilidad de S.H.I.E.L.D. hasta este momento y como se hace visible al fin en esta película.



De ahí, se hace un corte al interior. Se observa un amplio vestíbulo bajo un domo. En el centro, la insignia de S.H.I.E.L.D., un águila²⁸ de varios metros de alto adorna el centro del lugar.



Interior del Triskelion en *Capitán América 2*.

Además de albergar oficinas, este edificio cuenta con hangar visible y esconde uno secundario bajo el agua donde almacena docenas de naves de combate.

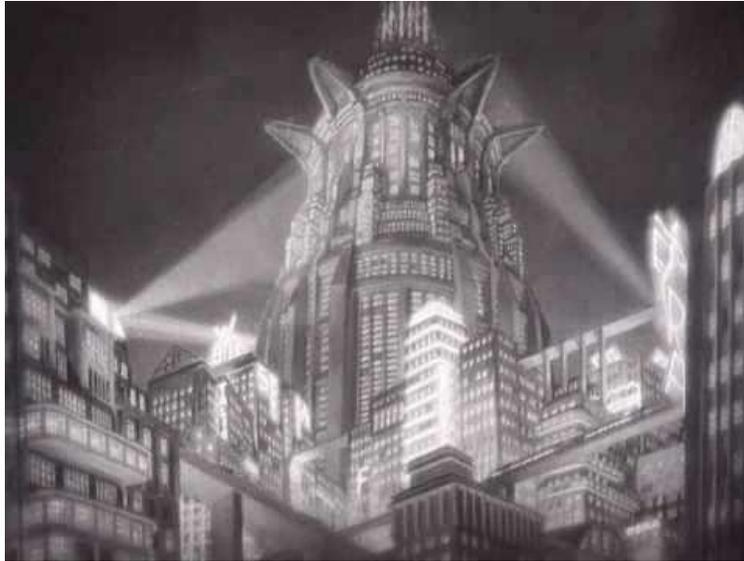
²⁸ Es común encontrar el águila en heráldicas, escudos, banderas y símbolos. Los Estados la han usado como insignia: México, Estados Unidos, Alemania, entre otros. El águila es reconocida como una de las aves depredadoras más majestuosas. Se tiende a poner en distintas posiciones, los gobiernos americano y alemán la muestran con las alas abiertas.



Hangar subterráneo del Triskelion en *Capitán América: the Winter Soldier*. (Russo, 2014).

La arquitectura es un medio para establecer el dominio de un grupo o institución sobre otros, de forma más directa, establecer su dominio sobre el espacio. Dentro del simbolismo de la arquitectura, las torres en el mundo contemporáneo se consideran un símbolo de poder. En primer término, está la ostentación del poder económico, en segundo, como parte de la retórica política que sirve como demostración de poder. En el siglo XX y hasta la fecha, la construcción de torres simboliza bienestar, riqueza y superioridad, es por ello que las ciudades en crecimiento en la lucha por establecer o mantener su dominio invierten en este tipo de construcciones. (Huriot, 2012)

El cine ha usado este tipo de arquitectura para la representación del poder dentro de las historias. Un claro ejemplo es el edificio central en la película *Metropolis* (Lang, 1927). El edificio de gobierno se encuentra en el centro de la ciudad y es una torre que se impone al resto.



Edificio Central en *Metropolis*. (1927).

De la misma forma, en *Capitán América 2*, S.H.I.E.L.D cuenta con una torre que se impone en la capital (a diferencia del comic que se encuentra en Nueva York), lo que coloca a la agencia justo en el centro del poder político del país. La industria de la milicia privada representa más que poder económico, poder político, no sólo en Estados Unidos sino como su representante en los lugares a donde sus fuerzas son enviadas. Ubicar a S.H.I.E.L.D. en el centro político, es una forma de darle la importancia que ostenta en términos de poder.

El *Trikselion* está aislado. Al estilo de una fortaleza, se encuentra rodeado por agua. Está en la capital, pero en vez de estar al lado de otros edificios o competir, en el plano espacial o visual, la edificación parece independiente al discurso urbano. Se separa del resto, como si no tuviese nada que ver con el resto de las construcciones en el lugar.

Se podría decir que tiene cierta similitud con el edificio de la Organización de las Naciones Unidas que también goza de un amplio espacio que, desde algunos ángulos parece separarse del resto de las otras edificaciones. De esta forma, da la impresión de un lugar con

mayor importancia. La agencia hace lo mismo, además del espacio que necesita para el hangar subterráneo, en el ámbito visual no hay nada que haga competencia a su grandiosidad. Domina el paisaje por completo.

Sin embargo, a pesar de que ambas construcciones buscan imponerse en el paisaje, simbolizan ideales opuestos. Mientras que la ONU es una organización que busca mantener la paz y el derecho internacional por medio de la ley y la diplomacia, S.H.I.E.L.D. es una agencia que se responsabiliza de la seguridad del mundo a través del uso de la fuerza.

La ONU es la mayor organización internacional y su meta es lograr la cooperación de los países. Su financiamiento es público y viene de los países miembros. A veces, escoge la fuerza para llevar a cabo esta tarea. Con respecto a S.H.I.E.L.D. se desconoce de dónde viene el dinero, pero a juzgar por su relación o escasa relación entre la agencia y la fuerza pública, se sugiere que su financiamiento es privado. En el cómic, ambos complejos se localizan en la ciudad de Nueva York²⁹. En las películas, S.H.I.E.L.D. se traslada a Washington, el centro político y militar de Estados Unidos. Esta localización hace referencia a la posición que ostenta como potencia militar.

²⁹ La sede del ONU fue un debate a finales de la década de los cuarenta. Había países que preferían dejar la sede en Suiza. Sin embargo, los enviados norteamericanos ejercieron presión para que se escogiera Estados Unidos. Después vino el debate por la ciudad. Nueva York ganó por la donación que hizo John D. Rockefeller para comprar el terreno donde hoy se ubica el recinto.



Edificio de la ONU. Nueva York.

En *El Soldado de Invierno* (Russo, 2014) hay una aparente contradicción entre la representación y la narrativa de la película. Aunque vemos la grandeza y el poderío de S.H.I.E.L.D. a través de sus instalaciones, también vemos que es una agencia que ha caído en la corrupción. La tecnología que se desarrollaba con el fin de ayudar a proteger a la población, ahora se planea usar para acabar con aquellos que sean una amenaza para HYDRA. De hecho, las naves que se construyeron para el proyecto *Insight* quedan deshabilitadas para su uso al final de la película.

La visibilidad de la institución está ligada con su corrupción interna. Lo que contrasta con las otras películas en donde la agencia se presenta como un indudable aliado y protector de la humanidad. En estas películas, S.H.I.E.L.D. es un ente misterioso que aparece para poner orden e invertir recursos para solucionar los problemas inmediatos.

A pesar de la grandeza visual de que goza la agencia, la narrativa va en otra dirección. El villano no es un sujeto externo que busca destruir el *status quo*, sino que está dentro del mismo S.H.I.E.L.D. y en todos sus niveles, desde los más bajos hasta lo más alto. Incluso se ve que hay un senador coludido. HYDRA toma control. Fury, Steve Rogers y la agente Romanoff se convierten en los externos. Ellos deben buscar nuevos medios para frustrar los

planes. El *Triksealion* pasa de ser un símbolo de protección y seguridad, a uno de corrupción y maldad. El centro del poder que protege la Tierra es el cuartel de donde despegarán las naves que aniquilarán a millones de personas.

Mientras S.H.I.E.L.D. se mueve en las sombras, sus maniobras y recursos están orientadas a la protección y es por completo confiable. En cambio, cuando deja de ser una agencia misteriosa para ser un ente público y visible, resulta que se convierte en un ente en el que no se puede confiar. Como si la visibilidad hiciera que las personas perdieran el objetivo inicial. De hecho, al final de la película no se vuelve a ver una instalación dedicada a la agencia. Sólo se conoce la base de los Avengers la cual está lejos de la vista pública.



Base de los Avengers en *Ant-Man*. (Reed, 2015).

Al final de la película, con las instalaciones perdidas, Nick Fury debe empezar de cero. Por una parte: a buscar a los aliados confiables, por otra: reestructurar la agencia. Ya no será un ente público fácil de identificar en el mapa, sino algo escondido, lejos de los enemigos y el ojo público, donde podrá dedicarse a la protección de la humanidad sin obstáculos. Además, con el Consejo destruido, tampoco tendrá que rendir cuentas a nadie.

Gracias a su tecnología, recursos, personal, e incluso el casi monopolio de la gente con súper habilidades, son los únicos a los que se les puede confiar la tarea de la protección de la gente.

Esta invisibilidad, que se relaciona con la eficacia, e incluso lo *bueno*, de S.H.I.E.L.D. se liga de forma directa con un tema de la política militar de Estados Unidos. Como ya se mencionó, el uso de milicia y empresas de seguridad privadas son un importante instrumento en la política militar de Estados Unidos. Sin embargo, no hay información pública disponible para evaluar los costos y beneficios de la privatización de estas subcontrataciones. Debido al aumento de la presencia de estas fuerzas en lugares como Afganistán e Irak, el debate de hacer pública la información de estas empresas vuelve a la mesa (Crosbie, Swed, 2019).

El punto está en que es difícil obtener datos sobre estos contratistas debido a la naturaleza de las mismas compañías, puesto que la información se maneja como secretos corporativos. A pesar de que los contratos que se firman son con el Estado y actúan como representantes del mismo, no están obligadas por vía legal para hacer pública la información sobre acciones, organización o fuerza laboral. Ni el mismo Congreso tiene acceso a la información completa, ni de las empresas o de las misiones que realizan.

En el 2008, el Congreso instruyó a la Secretaria de Defensa para empezar a recolectar todos los datos de las empresas, así como contratos e incluso quejas. Sin embargo, se calcula que sólo tiene entre el 10% y 20% de la información. (Schwartz, 2011).

Como ya se mencionó, la industria militar y de seguridad se han convertido en un instrumento complementario en las operaciones militares. Esto ha levantado preguntas sobre el papel de estas compañías en las relaciones internacionales y las implicaciones legales y políticas que traen consigo. Además de que existen otras preguntas que se relacionan con la

efectividad en comparación al desempeño del ejército nacional y el costo de este tipo de contratos.

En la narrativa

Como se ha mencionado desde el principio, S.H.I.E.L.D. es la entidad que une a los superhéroes, está al frente de las misiones, y tiene la información y medios para resolver los problemas. Sin S.H.I.E.L.D. no hay *Avengers*. Mientras que en lo visual la agencia muestra recursos ilimitados y lo último en tecnología, en la narrativa es un ente necesario para la supervivencia de la raza humana.

No sólo es la línea que se sigue a lo larga de la saga de películas, sino que el diálogo lo comprueba. Al final de *Capitán América 2*, la Viuda Negra defiende la agencia ante el Congreso de Estados Unidos. Dado el intento de HYDRA de asesinar a miles de personas, el gobierno considera la posibilidad de encarcelar a todos los relacionados con S.H.I.E.L.D.

Natasha Romanoff : You're not gonna put me in a prison. You're not gonna put any of us in a prison. You know why?

No me van a llevar a una prisión. No pondrán a ninguno de nosotros en prisión. ¿Saben por qué?

Member of the Committee : Do enlighten us.

Ilústrenos.

Natasha Romanoff : Because you need us. Yes, the world is a vulnerable place, and yes, we helped make it that way. But we're also the ones best qualified to

defend it. So if you want to arrest me, arrest me. You'll know where to find me.

Porque nos necesitan. Sí, el mundo es un lugar vulnerable, y sí, ayudamos a mantenerlo así. Pero también somos los mejores calificados para defenderlo. Así que si quiere arrestarme, arrésteme. Saben dónde encontrarme.

De forma abierta, la agente Romanoff reta al gobierno americano a que arreste a los relacionados con el incidente³⁰. Sin embargo, ella misma establece que no lo harán porque, aunque ellos son parte del problema, son los mejores para defender al mundo. Lo anterior puede relacionarse con lo que la industria trata de defender: que son más eficaces que la milicia nacional para hacer el trabajo: quien detenta los avances tecnológicos, detenta el control y el poder.

En este diálogo, S.H.I.E.L.D. se coloca de forma clara por encima del gobierno y la ley. Ellos pueden hacer lo que quieran porque hacen lo necesario por el bien de todos. Nadie debe entrometerse ni entorpecer su trabajo. Ellos saben lo que hacen y son los únicos que pueden velar por la seguridad.

Este fragmento podría formar parte de una campaña a favor de los privilegios de los contratistas militares, quienes piden independencia y privacidad para sus acciones e información. Se muestran como la mejor opción para mantener la seguridad. S.H.I.E.L.D. es una agencia que defiende este discurso y que muestra cómo es la única que puede hacer el

³⁰ La rebelión contra HYDRA causó disturbios y daños a propiedad pública. No está demás que se busquen responsables legales por los daños.

trabajo, incluso es quien controla a los superhéroes para que ellos utilicen sus habilidades en pro del bien y del bienestar de la sociedad.

Además, en *Capitán América 2* (Russo, 2014), se muestra cómo en la agencia, aunque puede ser corrompida, los elementos más valiosos son capaces de arreglar el problema. La agencia es capaz de autorregularse. Lo que implica que no necesita vigilancia externa. Es más, la vigilancia externa, además de estorbar, implica un riesgo. Demasiados intereses hacen que se pierda el objetivo principal: proteger.

Conclusión

Las películas de superhéroes son consideradas por el público en general, y gran parte de la crítica, como mero entretenimiento. Millones de adultos y niños se divierten con las aventuras de personajes con grandes poderes y a la vez preocupaciones comunes sin reparar en que no es lo que miran.

Al ser proscritas como vanas y superfluas, estas películas se vuelven inofensivas. En la mayoría de los casos, la academia las critica bajo una anquilosada visión de colonialismo y nacionalismo, estadounidense, claro. Sin embargo, esta aparente inocencia las convierte en una herramienta ideológica capaz de influir en la opinión pública, no sólo de Estados Unidos, sino a nivel global.

S.H.I.E.L.D. es tan sólo un elemento en este universo de más de veinte películas. Su representación narrativa y visual alude a la industria de la milicia privada con un discurso que defiende los intereses de la misma.

El misterio que rodea a S.H.I.E.L.D. en la mayoría de las películas es una de sus características esenciales. El no conocer el origen de los recursos, así como las acciones para

adquirir información forma una barrera entre la agencia y el resto de los personajes, y también para el público. Así se distancia, lo cual hace que sea percibida como algo distinto. Al ser algo *distinto* accede a un nivel donde goza de privilegios, lo cual no sólo le benefician, sino que le ayudan a hacer su trabajo y los hace intocables. Como dice la Viuda Negra, “somos los únicos que lo pueden hacer y por lo tanto no nos van a arrestar”.

El Congreso de Estados Unidos ha pugnado porque las milicias privadas hagan pública su información para impulsar la rendición de cuentas. Como se mencionó, desde hace una década han intentado obligar a estas empresas a entregar informes y compartir información financiera y operativa. El debate tomó fuerza en 2011.

Como respuesta a esta solicitud, la película del *Soldado de invierno* (Russo, 2014), en el 2012, muestra cómo la milicia privada, al ser pública, lo que consigue es la corrupción. Por lo mismo, se tiene que regresar a la privacidad para restablecer la eficacia de una empresa de este tipo.

Si pensamos en la idea popular democrática sobre lo benéfico que resulta la rendición de cuentas y la transparencia, la asociación de visibilidad y corrupción resultaría contradictoria. Sin embargo, la narrativa de S.H.I.E.L.D. presenta la tesis. Mientras que es eficiente y precisa cuando todo el aparato que la compone está oculto, en el momento en que es expuesta físicamente se vuelve ineficiente, los planes son un fracaso y en vez de proteger termina por ser la amenaza. Además, queda claro que la politización es una de las principales causas de la corrupción. Los miembros con preocupaciones políticas son los traidores y tienen tratos con políticos traidores. El exponerse a ese ambiente es negativo y hace que se pierda la visión y los objetivos. Por ello, la solución es que los miembros leales se escondan

y reorganicen sin que nada pueda corromperlos. Así volverán a la línea original y podrán cumplir con su deber.

La falta de una base fija hasta el gran edificio lleno de corrupción, más la relación con la politización de sus miembros, apoya el discurso de la industria militar y su *status quo*. Lo irónico es que la apertura y transparencia muestran a S.H.I.E.L.D. como vulnerable. Sus miembros son humanos y susceptibles al error y a ser corrompidos.

La gran audiencia que tienen estas películas expone el discurso ante un gran público, más de la mitad de los votantes. Así, las empresas mantienen la opinión pública a su favor para evitar la popularización de los debates en el congreso. Gracias a la historia del cómic y el cine como ventanas para difundir ideologías y manipular comportamientos, no resulta difícil para estas empresas acceder a ellos con el fin de usarlos a su favor.

Las películas reciben pagos por hacer anuncios de todo tipo de productos: carros, dulces, refrescos, marcas de ropa, etc. Pueden recibir pago por promover una visión o incluso promover las ideas de los inversionistas originales. El desglose del origen del dinero no es público, la productora Disney es quién de forma oficial asigna el dinero a los proyectos.

La película no sólo tiene una postura respecto a la milicia privada, sino que tienen posturas políticas, muestran estilos de vida, jerarquizan los valores sociales. Por un lado, son complacientes con la audiencia y a la vez imponen una visión del mundo en todo sentido. Esta imposición es sutil y, por lo mismo, agresiva y exitosa.

La propaganda no está en ver ondear una bandera o ver a un país salvar al mundo. Sino en los diálogos y decisiones de los personajes, así como en las imágenes que crean el discurso. S.H.I.E.L.D. al menos es un elemento que se identifica en cada película con

facilidad, pero quedan todos aquellos elementos que son más sutiles y que son pilares de la retórica de cada narrativa.

Esta tesis expone la necesidad de hacer un análisis más profundo de este tipo de películas. Dejarlas de ver como algo superficial y predecible para tomarlas en serio como objetos de estudio. Sólo así se podrá conocer el mensaje que en realidad transmiten y los resultados de una presunta manipulación a los espectadores.

Apéndice 1

La presencia de S.H.I.E.L.D. en la saga de Marvel

Año	Título
2008	Iron Man
2008	The Incredible Hulk
2010	Iron Man 2
2011	Thor
2011	Captain America: The First Avenger
2012	The Avengers
2013	Iron Man 3
2013	Thor: The Dark World
2014	Captain America: The Winter Soldier
2015	Ant-Man
2016	Captain America: Civil War
2015	Avengers: Age of Ultron
2018	Avengers: Infinity War
2018	Ant-Man and the Wasp
2019	Captain Marvel
2019	Spider-Man: Far From Home

Apéndice 2

Ganancias en la taquilla mundial de las películas de Marvel

Lugar	Año	Título	Recaudación
1	2019	Avengers: Endgame	\$2,797,800,564
2	2018	Avengers: Infinity War	\$2,048,359,754
3	2012	The Avengers	\$1,518,812,988
4	2015	Avengers: Age of Ultron	\$1,405,403,694
5	2018	Black Panther	\$1,346,913,161
6	2013	Iron Man 3	\$1,214,811,252
7	2016	Captain America: Civil War	\$1,153,304,495
8	2019	Spider-Man: Far From Home	\$1,131,845,802
9	2019	Captain Marvel	\$1,128,274,794
11	2017	Spider-Man: Homecoming	\$880,166,924
12	2017	Guardians of the Galaxy Vol. 2	\$863,756,051
13	2017	Thor: Ragnarok	\$853,977,126
14	2014	Guardians of the Galaxy	\$773,328,629
15	2014	Captain America: The Winter Soldier	\$714,264,267
16	2016	Doctor Strange	\$677,718,395
17	2013	Thor: The Dark World	\$644,571,402
18	2010	Iron Man 2	\$623,933,331
19	2018	Ant-Man and the Wasp	\$622,674,139
20	2008	Iron Man	\$585,174,222
21	2015	Ant-Man	\$519,311,965
22	2011	Thor	\$449,326,618
23	2011	Captain America: The First Avenger	\$370,569,774

Películas más taquilleras del mundo

Cuatro de ellas son de Marvel, en todas salen miembros o ex miembros de S.H.I.E.L.D. En tres de ellas S.H.I.E.L.D. como tal tiene una participación importante.

Lugar	Año	Título
1	2019	Avengers: Endgame
2	2009	Avatar
3	1997	Titanic
4	2015	Star Wars: Episode VII
5	2018	Avengers: Infinity War
6	2015	Jurassic World
7	2019	The Lion King
8	2012	The Avengers
9	2015	Furious Seven
10	2015	Avengers: Age of Ultron

Bibliografía

- Anderton, E. (2011). Marvel's Joe Quesada dishes on 'Captain America', 'Thor', & 'Avengers'. *First Showing.net*.
- Avant, D. (2005). *The market for force: The consequences of privatizing security*. Cambridge University Press.
- Bendis, B. (2001). *Ultimate Marvel Team Up*. Nueva York: Marvel.
- Benjamin, W. (1989). El arte en la era de su reproductibilidad técnica. *Discursos Ininterrumpidos I*.
- Benjamin, W. (1979). "Theories of German Fascism". *Theories of German Fascism: On the Collection of Essays War and Warrior*, Edited by Ernst Jünger. *New German Critique*, 120-128.
- Boggs, C., Pollard, T. (2017). *The Hollywood war machine: US militarism and popular culture*. Routledge.
- Burch, N. (1969). *Praxis du cinéma* (Vol. 62). Gallimard.
- Chaykin, H. (1995). *Fury of S.H.I.E.L.D.* Nueva York: Marvel.
- Chichester, D. (1989). *Nick Fury Agent of S.H.I.E.L.D.* Nueva York: Marvel.
- Combs, J., & Combs, S. T. (2013). *Film Propaganda and American Politics: An Analysis and Filmography*. Routledge.
- Crosbie, T., Swed, O. (2019). "Inside look at the invisible military force contractors". *PRI*. Revisada en septiembre de 2019 <<https://www.pri.org/stories/2019-03-14/who-are-private-contractors-fighting-iraq-and-afghanistan-inside-look-invisible>>
- Devereaux, M. (1998). Beauty and evil: the case of Leni Riefenstahl's Triumph of the Will. *Aesthetics and ethics: Essays at the intersection*, 227-56
- DiPaolo, M. (2014). *War, politics and superheroes: Ethics and propaganda in comics and film*. McFarland.
- Eisenstein, S. (1977). *Film Form: Essays in Film Theory*. Jay Leyda. London, New York.
- Graves, R., & Serrat, C. (1999). *Dioses y héroes de la antigua Grecia*. Millenium.
- Hack, B. E. (2000). Spartan Desires: Eugenics and the Sculptural Program of the 1915 Panama-Pacific International Exposition. *PART: Journal of the CUNY PhD Program in Art History*, 6.
- Huriot, J. M. (2012). Towers of Power. Retrieved November, 25, 2012.

Johnston, R. (2018). "Why Can't Marvel Keep Politics Out of Their Comics?". *Bleeding Cool News And Rumors*.

Jowett, G. S., & O'donnell, V. (2012). *Propaganda & persuasion*. Sage Publications.

Kinsey, C. (2006). *Corporate soldiers and international security: The rise of private military companies*. Routledge.

Klein, Naomi. 2007. *The Shock doctrine: the rise of capitalism disaster. Shock Economy*. Milano: Rizzoli, RCS Libri S.p.A.

Kornweibel, T. (1981). Humphrey Bogart's Sahara: Propaganda, Cinema and the American Character in World War II. *American Studies*, 22(1), 5-19.

Kuipers, G. (2011). Where was King Kong when we needed him? *Public discourse, digital disaster jokes, and the functions of laughter after*, 9(11), 20-46.

Lee, S. (1964). *Sgt. Fury and his Howling Commandos*. Nueva York: Marvel.

Lee, S. (1965). "Nick Fury Agent of S.H.I.E.L.D.: The Man for the Job". *Strange Tales*, vol. 1, #135. Nueva York: Marvel.

Lintala, E. (2017). From propaganda to a blockbuster: The role of nationality in the reinterpretation of Captain America for modern, international audiences.

Perez, J. (2013). "El Imperialismo Estadounidense". *El Orden Mundial - EOM*. <<https://elordenmundial.com/imperialismo-estados-unidos>>

Sánchez-Escalonilla, A. (2010). Hollywood and the rhetoric of panic: The popular genres of action and fantasy in the wake of the 9/11 attacks. *Journal of Popular Film & Television*, 38(1), 10-20.

Schwartz, M. (2011). *The department of defense's use of private security contractors in Afghanistan and Iraq: Background, analysis, and options for congress*. Library of Congress Washington DC Congressional Research Service.

Spaeth, P. J., & Payne, P. G. (2012). *Jack Kirby's Captain Americans*.

Thomas, R. (1972). *Marvel Team Up*. Nueva York: Marvel.

United States Census Bureau. (2018) "Decennial Census of Population and Housing". Washington, D.C.: Government Printing Office.

Warner, M. (1994). *Six myths of our time: Little angels, little monsters, beautiful beasts, and more*. Vintage.

Watson, A. (2019). "Marvel Studio viewership in the U.S. 2018 by age". *Statista*. Revisado en septiembre de 2019.

Westwell, G. (2006). *War cinema: Hollywood on the front line* (Vol. 32). Wallflower Press.

Wulf, H. (2011). The Privatization of Violence: A Challenge to State-Building and the Monopoly on Force. *The Brown Journal of World Affairs*, 18(1), 137-149.

Películas

Auer, J. (1940). *Woman in War*. Estados Unidos: Republic Pictures.

Bacon, L., Walsh, R., Haskin, B. (1943). *Action in the North Atlantic*. Estados Unidos: Warner Bros.

Branagh, K. (2011). *Thor*. Estados Unidos: Marvel Studios.

Eisenstein, S. M. (1925). *El acorazado Potemkin [Bronenosets Potemkin]*. URSS: Goskino.

Favreau, J. (2008). *Iron Man*. Estados Unidos: Marvel Studios.

Johnston, J. (2011). *Captain America: The First Avenger*. Estados Unidos: Marvel Studios.

Korda, Z. (1943). *Sahara*. Estados Unidos: Columbia.

Lang, F. (1927). *Metropolis*. Alemania: UFA.

Milestone, L. (1945). *A walk in the Sun*. Estados Unidos: Superior.

Miller, D. (1941). *Flying Tigers*. Estados Unidos: Republic Pictures.

Reed, P. (2015). *Ant-Man*. Estados Unidos: Marvel Studios.

Riefenstahl, L. (1935). *Triumph des Willens. Reichsparteitagfilm der LR Studio-Film*.

Ridely, S. (2001). *Black Hawk Down*. Estados Unidos: Revolution Studios.

Russo, J. (2014). *Captain America: The Winter Soldier*. Estados Unidos: Marvel Studios.

Whedon, J. (2012). *Avengers*. Estados Unidos: Marvel Studios.