

## **“Salva a la animadora, salva el mundo”: una lectura propagandística de la serie *Heroes***

**Olvido Andújar Molina**

*Prof. Titular de Artes Audiovisuales  
Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales  
Universidad Autónoma de Bucaramanga*

**Resumen:** *La serie de televisión Heroes, estrenada en 2006, contaba la historia de un grupo de personas aparentemente corrientes que, de pronto, comenzaban a desarrollar habilidades especiales, tales como la capacidad de regeneración celular, de vuelo o de manipulación del espacio-tiempo. El desarrollo de la trama televisiva encerraba un gran número de elementos propagandísticos cuyo propósito parecía el de exaltar la imagen de Estados Unidos como país y como cultura. En este artículo se pretende realizar una lectura de algunos de estos elementos propagandísticos. Para conseguir este objetivo, se enfoca el análisis en la primera temporada de la ficción televisiva.*

**Palabras clave:** Estados Unidos, propaganda, series de televisión, *Heroes*, primera temporada.

**Abstract:** *The television series called Heroes, released in 2006, told the story of a seemingly ordinary group of people who suddenly began to develop special skills, such as cell regeneration capacity, flight or space-time manipulation. The development of the plot contained a large number of propagandistic elements whose purpose seemed to exalt the image of the U.S. as a country and as a culture. In this article there is a reading of some of these propagandistic elements. To achieve this goal, the analysis is focused on the first season of the television series.*

**Keywords:** United States of America, propaganda, television series, *Heroes*, first season.

## 1. Introducción.

La serie norteamericana *Heroes* fue creada por Tim Kring, guionista reconocido en el ámbito televisivo norteamericano por haber sido el responsable de *Crossing Jordan*. En *Heroes*, Kring contaba la historia de un grupo de personas corrientes que comenzaban a desarrollar habilidades especiales, tales como la capacidad de volar, la regeneración celular o la manipulación del espacio-tiempo. La ficción televisiva comenzaba, por tanto, con esta idea central de un reducido grupo de personas, alrededor del ancho y largo mundo, distintas entre sí, de diferente procedencia, religión, clase social y raza, que empezaban a desarrollar una serie de destrezas extraordinarias que les harían quedar unidas entre sí por esta extraña capacidad común. Este era, al menos, el planteamiento de partida del episodio Piloto, *Genesis*, estrenado en la NBC el 25 de septiembre de 2006. El espectador asistía entonces al comienzo de una historia de superhéroes llevada a la pequeña pantalla. Y también esperaba con el desarrollo de esta nueva historia de ciencia-ficción, tal como prometía su primera entrega, encontrar héroes en diferentes países y continentes. Sin embargo, tal y como se verá más adelante, esto no sucedió exactamente así.

La primera temporada consiguió una media de 13,5 millones de espectadores semanales solo en Estados Unidos, lo que le confería uno de los mayores índices de audiencia para un estreno dramático de la cadena.<sup>1</sup> Esta primera temporada de *Heroes*, formada por 23 episodios, situaba al espectador ante la gran misión que habrían de cumplir los diferentes personajes gracias a sus correspondientes habilidades. Puesto que la ficción no dejaba de ser un cómic llevado a la pequeña pantalla y el mismo mundo del cómic aparecía en la serie por medio del personaje de Hiro Nakamura, era previsible que compartiera con este género algunos de sus elementos principales.<sup>2</sup> De esta manera, y al igual que ocurriera en el ámbito del

---

<sup>1</sup> Consultado en <http://money.cnn.com/2006/10/16/news/companies/tv/index.htm> (18 de diciembre de 2012).

<sup>2</sup> El éxito de la serie ha llevado a la aparición de una serie de novelas gráficas oficiales. Pueden consultarse en <http://www.nbc.com/Heroes/novels> ((18 de diciembre de 2012).

cómic, habría unos humanos convertidos a héroes, villanos contra los que luchar y una gran misión que cumplir para poder así salvar el mundo.

En este sentido, durante la primera temporada de la serie –en la que se centra el contenido de esta publicación– aparecían unos héroes protagonistas de la acción o, al menos, con una mayor carga dramática, tales como Hiro Nakamura, Peter Petrelli o Claire Bennet. También héroes secundarios, que aparecerán esporádicamente, más por rellenar páginas del guión que por una necesidad imperiosa al desarrollo de la trama. En este sentido se encontraban Dale Smither, una mujer que trabajaba en un taller mecánico y que únicamente aparecía en el capítulo decimosexto, *Unexpected*, y que poseía el mágico poder de un oído superdesarrollado. También Brian Davis, cuya habilidad era la telequinesis, quien intervenía únicamente en el décimo episodio, *Six Months Ago*, y cuya importancia en la trama se limitaba a encarnar a la primera víctima de Sylar. Este personaje indicaba que, por supuesto, también había villanos. A veces encarnados por héroes que habían cruzado al lado del mal, como Gabriel Gray, quien adoptaba el nombre de guerra de Sylar. Otras veces, humanos sin ningún tipo de destreza heroica, como Noah Bennet, quien trabajaba para la oscura “Compañía”. Esta organización guardaba, dicho sea de paso, una semejanza extraordinaria con la CIA, tanto en nomenclatura, como en estructura y funcionamiento. La organización televisiva parecía tener la misión principal de frenar y controlar las habilidades especiales de estos héroes. El sombrío Noah Bennet iría humanizándose con el desarrollo de la trama, dejando de ser villano para convertirse en bienhechor de la causa heroica.

Pero si *Heroes* situaba al espectador ante una historia propia del cómic, con un lenguaje y elementos comunes, además de los héroes y villanos hacía falta una gran misión que cumplir para así salvar a la humanidad. En el caso de *Heroes* habría pequeñas tareas cuyas resoluciones llevarían a los personajes hasta la última gran gesta. Así se sucedían los cometidos, tales como conseguir una espada para Hiro o salvar a la animadora, necesarios para lograr el éxito en la obra final y más

importante: conseguir evitar que una bomba nuclear estallase en la ciudad de Nueva York.

## **2. Una aproximación al concepto de propaganda.**

Es bien sabido que la propaganda no es una ciencia joven, ni siquiera exclusiva del siglo pasado, cuando nazis, comunistas y defensores de la democracia capitalista pusieron esta disciplina al servicio de sus ideas, por más que fuera entonces cuando pasó por uno de sus momentos más trascendentales. La propaganda, entendida como intento de propagar una idea e influir a una audiencia concreta, es casi tan antigua como el propio ser humano. Así, desde los mismos orígenes de la humanidad, ya existen vestigios de estas prácticas. A este respecto señala James Alexander Campbell Brown que “los intentos de cambiar las opiniones de los demás son más antiguos que la historia y se originaron, debe suponerse, con el desarrollo del lenguaje” (Brown, 1991: 9). Sin embargo se ha escrito mucho sobre qué es la propaganda y los valores negativos que encierra, tanto es así que en el ideario colectivo se asocia el término a una suerte de manipulación perversa. Si bien es cierto que al hablar de propaganda debe tenerse en cuenta su cercanía a la publicidad. En esta línea se manifiestan Patricio Bonta y Mario Farber, quienes alegan que la propaganda no es más que “el uso de técnicas de publicidad aplicadas a fines políticos” y recuerdan que el término viene del verbo propagar, que significa difundir. Esto es, la propaganda no sería más que una difusión publicitaria de ideas políticas (Bonta y Farber, 1994: 109).

Con respecto a esta finalidad política, o al menos ideológica, se pronuncia Antonio Pineda al definir la propaganda como “un fenómeno comunicativo de contenido y fines ideológicos mediante el cual un Emisor (individual y colectivo) transmite interesada y deliberadamente un Mensaje para conseguir, mantener o reforzar una posición de poder sobre el pensamiento o la conducta de un Receptor (individual y colectivo) cuyos intereses no coinciden necesariamente con los del Emisor” (Pineda, 2006: 228). En otra dirección hablaba Kimball Young, cuando afirmaba que “la

propaganda es el uso sistemático más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares, con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas [y] valores” (recogido por Brown, 1991: 19).

Si se realiza un compendio de todas las definiciones anteriormente expuestas, podría convenirse que la propaganda se explica como un fenómeno comunicativo basado en la difusión publicitaria de ideas. También que su finalidad es conseguir, mantener o reforzar una posición de poder. Y finalmente que este proceso comunicativo se realiza mediante símbolos, sugestión y técnicas psicológicas similares con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas y valores. Es en este sentido de la propaganda en el que se centra este artículo. Dicho de otro modo, la lectura y análisis del mensaje transmitido durante la primera temporada de la serie *Heroes*.

### **3. Usos propagandísticos en la industria audiovisual norteamericana.**

La utilización de mensajes propagandísticos en productos audiovisuales era una experiencia bien conocida por la industria cinematográfica y televisiva estadounidenses desde mucho antes del estreno de la serie televisiva *Heroes*. Basta con repasar la historia de la producción fílmica de la industria audiovisual norteamericana para encontrar películas cuyo metraje total está realizado al servicio propagandístico. Son multitud de ejemplos los que pueden citarse en referencia a la satanización que el cine norteamericano ha hecho de sus principales enemigos. Desde los nazis al bloque soviético, pero también los carteles de la droga y, más recientemente, los terroristas islámicos. Todos ellos han desfilado con asiduidad como los grandes villanos fílmicos.

Probablemente fue durante la Segunda Guerra Mundial cuando los cineastas se pusieron por primera vez de manera absoluta al servicio del gobierno para alcanzar estos fines propagandísticos. Basta con recordar los nombres de Frank Capra, John Ford o William Wyler, entre otros, quienes pusieron su talento al servicio del ejército

norteamericano.<sup>3</sup> En pleno desarrollo de la guerra, un grupo de cineastas empezaron a realizar piezas fílmicas con la intención de servir de ayuda a su país. Muchos son los ejemplos que ha dejado este cine: la serie de documentales *Why we fight*, dirigida por Frank Capra entre 1943 y 1945, o *The Battle of Midway*, realizada por John Ford en 1942, serían buenas pruebas de ello. Pero también hay otras muchas películas que, si bien no fueron concebidas como productos exclusivamente propagandísticos, sí tenían una clara intención de alterar y controlar opiniones de corte político. Sin ir más lejos, David W. Griffith, uno de los padres del cine, en *The Birth of a Nation* de 1915 ya incluía una apología del Ku Klux Klan y, aún más, se decantaba por los valores del bando sureño en la Guerra de Secesión. Más tarde, el cine realizado durante la Segunda Guerra Mundial dejaría constancia de cómo Hollywood decidía luchar, a su manera, contra el nazismo. Así lo hicieron *The Great Dictator* (Charlie Chaplin, 1940); *Casablanca* (Michael Curtiz, 1942) e incluso algunos cortometrajes de la factoría Disney, tales como *Der Fuhrer's face* (Jack Kinney, 1942); *The Spirit of 43* Jack King, 1943) o *Education for death* (Clyde Geronimi, 1943).

Tras acabar la Segunda Guerra Mundial, el comunismo pasaba a convertirse en el enemigo público número uno de Estados Unidos. Por consiguiente, también Hollywood tomó partido contra el bloque del este. En este sentido se pronunciaron películas como *The woman on pier 13* (Robert Stevenson, 1949) y *One, Two, Three* (Billy Wilder, 1961). En su lucha contra el narcotráfico, la industria audiovisual norteamericana también colmó de muestras su filmografía. Basta con recordar títulos como *Scarface* (Brian de Palma, 1983) y *Romancing the Stone* (Robert Zemeckis, 1984) para darse cuenta de ello.

El que parece ser, hasta el momento, el último gran enemigo de Hollywood, el terrorismo internacional, también ha dejado en los últimos años una buena muestra de películas, tales como *War of the worlds* (Steven Spielberg, 2005) y *United 93* (Paul Greengrass, 2006). En todas estas películas aparecían elementos propagandísticos que

---

<sup>3</sup> En este sentido puede consultarse la conversación entre el cineasta Frank Capra y el Jefe del Estado Mayor George C. Marshall para trabajar en pro de la causa contra los nazis (Altares, 1999: 312).

exaltaban el modo de vida norteamericano, su cultura, economía o política, en detrimento del de sus enemigos.

Pero no solo en el cine podía encontrarse el empleo de elementos comunicativos con fines persuasivos. También en las series de televisión aparecían estos usos. Valgan como ejemplo *Miami Vice* (Anthony Yerkovich, 1984), que suponía una lucha ideológica contra las drogas y una exaltación del gobierno estadounidense. También *24* (Robert Cochran y Joel Surnow, 2001), tal vez uno de los ejemplos menos sutiles en cuanto a la difusión de los ideales del gobierno estadounidense tras los acontecimientos ocurridos el 11 de septiembre de 2001. Cascajosa apunta al respecto que “el mundo creado por la Guerra Fría había acabado, era ahora el turno de la guerra contra el terrorismo. Y en esa situación la serie de televisión '24', que había nacido como una fantasía escapista en una sociedad confiada, se iba a convertir en un reflejo libre de prejuicios ideológicos del mundo nacido del 11-S” (2003). También otras series de televisión mostraban símbolos propagandísticos de la sociedad, la política y la cultura estadounidenses. Puede pensarse en *The West Wing* (Aaron Sorkin, 1999), como muestra de las decisiones políticas norteamericanas; o en *CSI: Crime Scene Investigation* (Anthony E. Zuiker, 2000), como difusora de algunas de las políticas de la policía post 11-S.

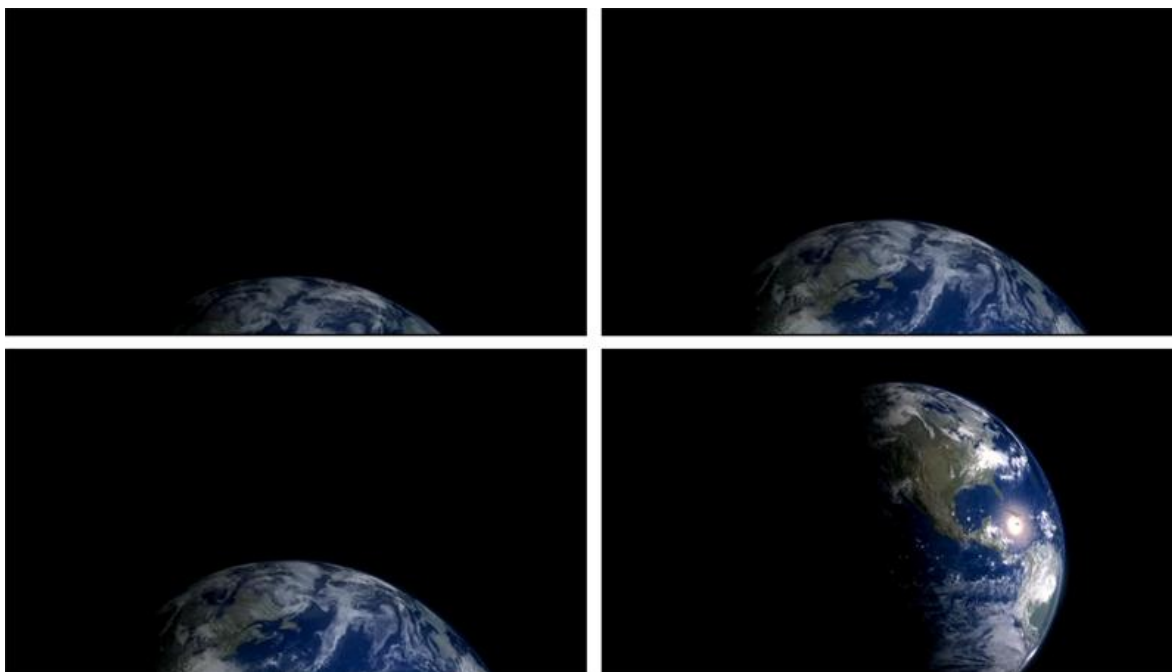
Finalmente y en lo referente a la serie que ocupa este artículo, *Heroes*, que se estrenaba en el contexto de ese “mundo nacido del 11-S” que apuntaba Cascajosa, también difundía toda una serie de símbolos estadounidenses que, recurriendo a las definiciones de propaganda anteriormente expuestas, tendrían como finalidad la intención de alterar y controlar opiniones, ideas y valores.

#### **4. Usos propagandísticos específicos en *Heroes*.**

Tras el visionado y posterior análisis de la primera temporada de *Heroes* podía concluirse la existencia de una serie de elementos de fines claramente propagandísticos. Si bien es cierto que toda la serie estaba repleta de imágenes y

símbolos de intencionalidad persuasiva, se han seleccionado para este artículo aquellos que resultaban más evidentes y llamativos. Para una mejor exposición, se han agrupado y resumido en cinco grandes bloques.

El primero de estos elementos podía observarse desde antes incluso del comienzo de la trama de la serie. Dicho de otro modo, los títulos de crédito ya albergaban un elemento de persuasión que destacaba la magnificencia de Estados Unidos como país. Así, el planeta Tierra, que servía como imagen central para la entrada de la serie, serviría para realzar la imagen de este país. Esto es, en la entrada podía verse una imagen de la Tierra que giraba de izquierda a derecha, hasta detenerse en una imagen fija. En este fotograma podía verse un fragmento de la Tierra, oscurecida casi en su totalidad, de modo que solo podía distinguirse un lugar físico. Este lugar correspondía con un país, Estados Unidos.



Figuras 1 a 4. Entradilla de la serie televisiva *Heroes*.

Apenas unos instantes más tarde la oscuridad llenaba, recurriendo al recurso de un eclipse, todo el planeta en lo que parecía indicar un símbolo de un cambio que



afectaría a todo el mundo. “El eclipse es la imagen que se usa para mostrar un evento que va a ser global y que va a afectar a personas de todo el mundo. Es el recurso que se utiliza para relacionar a varios personajes de distintos lugares en un mismo momento, uniéndolos. A menudo el eclipse se interpreta como símbolo de regeneración, de cambio que se acerca” (de la Torre, 2007: 127).

Cabía entonces preguntarse si realmente la serie iba a situar al espectador ante un fenómeno “global” o si por el contrario su trama iba a estar centrada en el único lugar físico que podía verse en la entradilla. Dicho de otro modo, si el foco sería hegemoníicamente Estados Unidos.

Partiendo de este cuestionamiento acerca de la naturaleza de globalidad del argumento, el espectador se encontraba en seguida expuesto a un segundo elemento propagandístico. Tras el visionado de la primera temporada de *Heroes*, podía deducirse que la inmensa mayoría de los héroes importantes para el desarrollo de la trama –esto es, los protagonistas– eran norteamericanos, existiendo una única excepción: el héroe japonés Hiro Nakamura, procedente de Tokio. Por otra parte podría apuntarse la significativa admiración que este personaje asiático mostraba hacia la cultura norteamericana. Si bien Hiro Nakamura era japonés, podría ser fácilmente considerado un “estadounidense” de adopción o corazón. Más aún cuando viajaba a “la tierra de las oportunidades” para, desde allí, “salvar el mundo”.

En este punto podría recurrirse a la página web oficial de la serie creada por la cadena televisiva NBC, donde se consideraba a dieciocho los personajes principales o protagonistas. Así, el porcentaje de presencia no estadounidense era cuanto menos desolador: diecisiete a uno. El espectador habría de dar un paso más y buscar entre los personajes secundarios otros héroes con otras nacionalidades y procedencias. Tampoco en esta búsqueda obtendría mucho éxito y comprobaría que tampoco entre los secundarios abundaban los héroes nacidos fuera de las fronteras estadounidenses. También en esta ocasión sería un solo ejemplo el que aparecería en pantalla: “El Haitiano”, un personaje enigmático que trabajaba para la Compañía.

En cuanto a personajes sin habilidades especiales, pero con importancia en la trama, podemos sumar al científico Mohinder Suresh –quien trataba de ayudar a las personas con habilidades– y al amigo y fiel escudero de Hiro Nakamura, Ando Masahashi, también procedente de Japón. Sin embargo, estos dos personajes adicionales no compensaban la balanza de presencia “global” en la serie. Para encontrar esta “globalidad”, el espectador debía conformarse con personajes que aparecían esporádicamente durante el desarrollo de la trama. En este sentido, podían servir los ejemplos de Chandra Suresh, el padre de Mohinder y el científico genetista creador de la teoría de la evolución que permitía a un reducido grupo de humanos desarrollar una serie de habilidades especiales. Si bien es cierto que se mencionaba a este personaje durante todo el desarrollo de la serie, solo aparecía físicamente en tres episodios: el octavo, *Seven Minutes to Midnight*; el noveno, *Homecoming*; y el décimo, *Six Months Ago*.

Algo similar ocurría con Kaito Nakamura, padre de Hiro, que si bien aparecía en cinco capítulos de esta primera temporada, no era uno de los personajes principales de la trama. Sin embargo, sí tendría a su cargo una misión que influiría decisivamente en la consecución de la gran gesta de los héroes. Kaito era el encargado de enseñar a su hijo a usar la espada en el capítulo vigésimo segundo, *Landslide*. Sin esta pequeña tarea, Hiro no podría lograr salvar al mundo. En esto sentido si podría apuntarse a un personaje secundario sobre el que recaía cierto peso de la trama. Y no es menos cierto que este personaje adquiriría en temporadas posteriores una mayor importancia y justificación.

Otro ejemplo lo aportaba el personaje de Hana Gitelman, una mujer procedente de Israel que era reclutada por la Compañía. Sin embargo, hay que destacar que solo aparecía en dos episodios, el decimosexto, *Unexpected*, y el vigésimo, *Five Years Gone*.<sup>4</sup> Finalmente aún podía mencionarse a un personaje más no estadounidense, que si bien

---

<sup>4</sup> El personaje de Hana Gitelman, que pasa por la serie sin demasiada presencia, tiene sin embargo un fuerte desarrollo en las novelas gráficas oficiales de la serie. Estas pueden consultarse en <http://www.nbc.com/Heroes/novels/> (18 de diciembre de 2012).

tampoco era protagonista, al menos ayudaba –como Kaito Nakamura–, al correcto desarrollo de los acontecimientos. Se trataba de Sanjog Iyer, un niño de la India con la habilidad de alterar los sueños. Sería este el responsable de convencer a Mohinder de que retomara la investigación una vez que ya la había abandonado. Sin embargo, todos estos personajes, además de no ser protagonistas, conformaban un porcentaje muy reducido dentro del número total de personajes que conformaban la plantilla total de la serie.<sup>5</sup> Es por esto por lo que podía considerarse la primacía de presencia estadounidense como el segundo elemento propagandístico de la ficción televisiva.

El tercer elemento de persuasión podía encontrarse en el lema “Salva a la animadora, salva el mundo” (“Save the cheerleader, save the world” en el idioma original), dado por un Hiro Nakamura del futuro a Peter Petrelli. Esta consigna, que encerraba ya una primera tarea que permitiría la resolución feliz de la empresa final, era en sí misma uno de los mayores lemas propagandísticos de la serie. En un primer análisis podía concluirse que, para salvar al mundo –dicho de otro modo, a toda la humanidad al completo–, primero era necesario salvar a la animadora. La persona a salvar, Claire Bennet, era en efecto una animadora de una escuela de secundaria de Texas. Ahora bien, habría que puntualizar que la animadora funcionaba aquí como uno de los arquetipos básicos culturales norteamericanos. Puede establecerse que en el ideario colectivo se asocia a la figura de una animadora con la cultura estadounidense. Por tanto, la animadora Claire Bennet funcionaba en la serie como metáfora de los Estados Unidos. Dicho de otro modo, el lema “Salva a la animadora, salva el mundo” podía ser traducido como “Salva a Estados Unidos, salva el mundo”.

Pero aún había otra característica de Claire Bennet que funcionaba como propaganda de Estados Unidos. Recuérdese que la serie *Heroes* versaba sobre una serie de personas que desarrollaban una serie de habilidades especiales. Claire Bennet, que por tanto también poseía una habilidad, era la beneficiaria de “la regeneración

---

<sup>5</sup> En el casting de la primera temporada, encontramos a más de treinta personajes entre protagonistas y secundarios. Datos consultados en <http://www.imdb.com/title/tt0813715/epcast> (18 de diciembre de 2012).

celular”. Esto es, Claire podía arrojarse desde un puente de altura más que considerable, podía inmolarse e, incluso, sufrir un accidente de tráfico que para cualquiera habría sido mortal. Sin embargo, gracias a su habilidad, Claire resultaba invencible, ya que siempre podía regenerarse. Si se acepta que el personaje de la animadora funcionaba como una metáfora de Estados Unidos, ha de aceptarse también la difusión de la idea de que Estados Unidos –al igual que sucedía con Claire– también era invencible. En otras palabras, nada podía acabar con este personaje –ergo con este país– porque tenía la capacidad de regenerarse a sí mismo. Además de ser invencible, contaba con la ayuda añadida de ser el centro de la primera misión de los héroes. Salvarla a ella para poder, así, salvar el mundo.



Figuras 5 a 7. El personaje de Claire grababa este vídeo para demostrar su capacidad de regeneración.

Como cuarto elemento propagandístico, y también personificado en un héroe concreto, podía hablarse de Nathan Petrelli. En primer lugar, no resultaba casual que, con el transcurso de la trama, se descubriera como el padre biológico de la animadora Claire. Nathan Petrelli encarnaba al arquetipo del político. No solo esto, el espectador sabía –por las pinturas futuristas de Isaac Mendez y, de forma más concreta, por lo que acontecía en el episodio número veinte, *Five Years Gone*–, que llegaría a ser presidente del país. Esto es, el presidente de Estados Unidos representaba en la ficción televisiva a la figura paternal, protectora y mentora. Por supuesto, como ya ha quedado apuntado, no de Claire, sino del propio país. Además, su habilidad especial era la de volar. Dicho de otro modo, solo desde la altura, el político, el presidente, el padre, podía vigilar y cuidar a su pueblo.

Pero aún había otras características específicas del personaje utilizadas con fines propagandísticos. El político-padre-presidente estaba construido de manera positiva. Dicho de otro modo, los guionistas de la serie recurrían al imaginario colectivo para crear el personaje de un político en condiciones de obtener el beneplácito de la audiencia. Entre todos los presidentes de los Estados Unidos, quizá sea la figura de John Fitzgerald Kennedy una de las más valoradas, tanto por ciudadanos norteamericanos como de otros países –al menos hasta el año 2006, cuando se estrenaba *Heroes*–. Por esto, tampoco parecía casual que las características físicas y sociales asociadas al personaje recordaran, y mucho, a las del presidente JFK. Con respecto a su apariencia física, tanto su fisonomía, como su ropa –e incluso hasta su peinado–, eran en extremo similares a los de John Fitzgerald Kennedy. No solo él, su círculo entero también se construye bajo la misma hipótesis de partida. De este modo, la esposa de Petrelli también guardaba un enorme parecido con la mujer de Kennedy. Heidi Petrelli aparecía en escena con la misma estética que tenía la Jacqueline Kennedy joven.



Figuras 8 a 11. El personaje de Nathan Petrelli parecía construido como un homenaje a la figura de JFK.

El homenaje a Jackie no solo podía verse en el personaje de la esposa del héroe. Otro personaje femenino cercano a Nathan Petrelli también recordaba enormemente a la que fuera viuda del presidente Kennedy. Se trataba de su madre, Angela Petrelli, que también era construida a imagen y semejanza de Jacqueline Kennedy. Esto es, si la mujer de Petrelli hacía al espectador recordar a la joven Jacqueline, su madre le hacía recordar a la Jackie un poco más madura.



Figuras 12 a 16. Angela Petrelli estaba construida a imagen y semejanza de Jacqueline Kennedy.

Pero si todo esto no era suficiente para crear en el espectador el paralelismo entre Nathan Petrelli y JFK, aún existía otro elemento que ayudaba a la perfecta identificación. Sin duda, una de las historias más conocidas de la vida personal de John Fitzgerald Kennedy fue su romance con la actriz Marilyn Monroe, que originó páginas y páginas de rumores e, incluso, de diversas teorías de complot. Así, también esta historia –o una adaptación de esta– aparecía asociada al político de la ficción televisiva. Nathan Petrelli vivía un romance extramatrimonial con una atractiva mujer que, a su manera, también recordaba al mito de Marilyn. Se trataba de Niki Sanders, otra heroína que, al igual que la actriz, también era muy atractiva, también era rubia y

también se ganaba la vida con el mundo del espectáculo. En su caso, haciendo striptease.



Figuras 17 a 20. Sin duda, el aspecto físico de Niki Sanders recordaba al de Marilyn Monroe.

Como quinto y último gran elemento propagandístico, se encontraba la simbología utilizada para referir el futuro oscuro durante esta primera temporada de la serie. En una estrecha relación con la gran misión que los héroes debían llevar a cabo, el espectador asistía a la visión de un futuro protagonizado por la apocalíptica imagen de



un Nueva York devastado tras la explosión de una bomba nuclear. Así ocurría en el vigésimo episodio, *Five Years Gone*, cuando los personajes de Hiro y Ando visitaban el apocalíptico destino del año 2011. El episodio narra lo que ocurría cuando los héroes no conseguían resolver su tarea principal, la de salvar al mundo, y cómo la bomba finalmente había explotado en Nueva York. Tampoco en esta ocasión parecía casualidad que fuera precisamente Nueva York la ciudad elegida para la devastación. Las imágenes que la serie mostraba sobre la tragedia, desde la explosión misma a los homenajes realizados para recordar a las víctimas, resultaban un calco de las imágenes sucedidas tras los atentados del 11-S.



Figuras 21 a 24. El futuro parecía inspirado en los atentados del 11 de septiembre de 2001.

El espectador de *Heroes* tenía que recordar, sin remedio, lo sucedido en la realidad del año 2001. Yendo un paso más adelante podía destacarse que los números que componían el año en el que se situaba ese futuro siniestro, 2011, recordaban –y mucho– al año en el que dos aviones de Al-Qaeda impactaron contra las Torres Gemelas de Nueva York.



Figuras 25 a 27. Los atentados reales del 11-S pudieron inspirar el futuro apocalíptico de *Heroes*.

## 5. Conclusiones.

La primera temporada de *Heroes*, como ya se ha apuntado, estaba repleta de elementos propagandísticos que tenían la finalidad de exaltar la imagen de Estados Unidos. No solo esto, también afianzar su posición de poder, transmitir la idea de que, a pesar de los atentados sufridos y los enemigos existentes, seguía siendo indestructible.

En la serie de televisión creada por Tim Kring, heredera de la psicosis post 11-S, los elementos que recordaban a la tragedia real eran son recurrentes. Pero la propaganda explícita de la serie no solo hacía referencia a los atentados perpetrados por el grupo terrorista Al-Qaeda en 2001, sino que se centraba, principalmente, en mejorar la imagen de los Estados Unidos como país, como cultura y como sociedad.

En primer lugar, la mayoría de personajes de Estados Unidos, junto a las imágenes del propio país, guiaban al espectador hacia una opinión favorable de este país. A esto ayudaba, sin duda, el hecho de que dos de los personajes que funcionaban como

símbolos de Estados Unidos, fueran personajes protagonistas y que estuvieran contruidos con la intención de agradar al espectador.

Así sucedía con los personajes de Claire Bennet y Nathan Petrelli, que simbolizaban, respectivamente, al país y al gobierno de los Estados Unidos. Ambos eran personajes protagonistas, héroes y que luchaban para salvar el mundo. Esto les llevaba, sin duda, a una buena aceptación primero y a la identificación después, por parte de la audiencia.

Finalmente puede apuntarse que el recuerdo recurrente a la tragedia del 11-S ayudaba, sin duda, a que en el espectador surgiera una sensación de empatía hacia la sociedad y el gobierno norteamericanos.

### **Referencias bibliográficas**

Altares, Guillermo (1999): *Esto es un infierno. Los personajes del cine bélico*. Alianza Editorial, Madrid.

Bonta, Patricio y Mario Farber (1994): *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Editorial Norma, Bogotá.

Brown, James Alexander Campbell (2004): *Técnicas de persuasión: de la propaganda al lavado de cerebro*. Alianza Editorial, Madrid.

Cascajosa Virino, Concepción (2003): "A través del espejo: el mundo después del 11-S en '24'", en *Revista Latina de Comunicación Social* nº 56, julio-diciembre de 2003. [Consulta: 11 de diciembre de 2013]: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20035632cascajosa.htm>.

De la Torre, Toni (2007): *Héroes. Salva la animadora, salva el mundo*. Ara Llibres, Badalona.

Kring, T. (creador/productor ejecutivo) (2006-2010). *Heroes. Temporada 1*. EEUU, NBC.

Pineda, Antonio (2006): *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda*, Ediciones Alfar, Sevilla.

### **Bibliografía web**

«Heroes Official Graphic Novels»: <http://www.nbc.com/Heroes/novels>

«NBC's 'heroic' return»:

<http://money.cnn.com/2006/10/16/news/companies/tv/index.htm>

«The Internet Movie Database. Heroes Cast»:

<http://www.imdb.com/title/tt0813715/epcast>