
Álvaro A. Fernández (2012). *Santo. El Enmascarado de Plata. Mito y realidad de un héroe mexicano moderno*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara / Red de Investigadores de Cine / El Colegio de Michoacán, A. C. [2ª edición].

Santo, el Enmascarado de Plata tiene una comunidad de seguidores que traspasa fronteras y hace que el héroe reviva con cada actividad y tributo. Inmerso en la cultura de la mercadotecnia, de los actos-homenaje, de las *websites* dedicadas al personaje y del coleccionismo de todo tipo de *memorabilia*, Santo se ha convertido en un representante global de la cultura mexicana que, a lo largo de su historia, ha sufrido multitud de transformaciones y adoptado una amplia diversidad de atributos y funciones.

El volumen de Álvaro A. Fernández, *Santo. El Enmascarado de Plata. Mito y realidad de un héroe mexicano moderno*, da cuenta de los procesos por los que este personaje, surgido en el seno de la lucha libre mexicana, fue conformándose en un héroe multimedia (presente en la historieta, el cine y la televisión) y alcanzó la cualidad de mito moderno. Partiendo de Umberto Eco y de Gillo Dorfles, el autor presta atención a diversos aspectos, espacios y constituyentes del tejido sociocultural para entender el proceso de configuración de la figura de Santo como mito desde sus inicios en la lucha libre. No en vano, Santo será un símbolo en el que confluyen pasado y futuro: a lo largo del paso del tiempo, la figura del luchador sufrirá variaciones, pero en cualquiera de los casos “será

la punta de lanza hacia un futuro con las nuevas tecnologías en calidad de sinónimo de modernidad, y será la promesa que vincula el pasado con un presente; será, pues, un mito” (191). Es así que, frente a una lectura ideologizante del mito, que relega a los productos de la cultura popular al lugar de meros instrumentos de control por medio del entretenimiento, Álvaro A. Fernández opta por una visión integradora, que lo considera un “ejercicio de la imaginación que produce y reproduce símbolos representativos de la sociedad contemporánea” (25). Es esta perspectiva la que le permite emplear una mirada desprejuiciada hacia su objeto de estudio, apartada tanto de la condena como de la admiración (la otra cara de la moneda en los textos que se centran en manifestaciones culturales populares); y la que le hará transitar por lugares imprescindibles para entender la longevidad de este.

Derivado de ello, el autor encuentra en los efectos de la progresiva y desigual modernización de la ciudad de México, entre 1920 y 1960, un terreno fértil para la aceptación del rito que los héroes enmascarados desplegarán en la arena y, ya desde los 50 y en otro contexto muy distinto, en la historieta y el cine.

Tal y como el autor explica en el capítulo I (“La ciudad de México: una ciudad mítica”), es en la década de los 20 cuando aparece, en el seno de una población eminentemente migrada, una nueva simbología identitaria que encuentra en determinadas prácticas (la lotería nacional, la Virgen de Guadalupe, la radio) el punto de unión de una comunidad que conserva sus tradiciones, pero que ha de adaptarse a un

contexto nuevo. Más concretamente, la llegada masiva de familias provenientes del ámbito rural en los años 20 (entre las que se halla la del propio Santo) encontrarán en la lucha libre un lugar de esparcimiento, de confluencia (la máscara ejerce de punto de unión nacional y cultural pese a los diferentes orígenes geográficos de los asistentes) y para exorcizar las propias frustraciones.

Coincidiendo con la modernización de la ciudad (gracias a la industrialización y la urbanización acelerada) y con el aumento progresivo de la clase media, entre 1940 y 1960 se produce un cambio en las mentalidades que tendrá su manifestación más clara en el diálogo no exento de tensión, presente en las expresiones culturales de la época, entre tradición y modernidad y entre lo local (folklorismo y nacionalismo) y lo foráneo (cosmopolitismo cautivado por el *American way of life*). Tal y como Álvaro A. Fernández demostrará a lo largo de los capítulos II (“Santo, el héroe multimedia”) y III (“La época de plata”), es en estos momentos en los que los medios de comunicación, que se diversifican y se convierten en abanderados de la modernidad, serán lugares propicios para la configuración y consolidación de una determinada mitología moderna (54). Es entonces cuando se produce el desplazamiento de iconos de raigambre nacionalista como el charro o el indio por otros como el luchador. Surgido en el seno de la lucha libre, este personaje pronto se convertirá en el protagonista de un espectáculo que congrega a un sector cada vez más amplio de la población y que de manera progresiva se irá alejando del deporte para acercarse más al teatro. Su trasvase al ámbito de

la historieta (de la mano de José Cruz, en 1952) y del cine (de René Cardona, también en 1952¹) no haría más que certificar la aceptación de un personaje cada vez más admirado, capaz además de ejercer de representante de una cierta mitología nacional.

El éxito cinematográfico de Santo es examinado por Fernández en el capítulo IV (“El Héroe de celuloide”), donde estudia la construcción morfológica del héroe y cómo este fue capaz de adaptarse a los nuevos tiempos sin perder su conexión con una determinada tradición. Es entonces cuando el personaje pasa de luchador enmascarado a “agente technicolor” y combina su máscara con el traje, al estilo del por entonces popular James Bond. Al parecer de Fernández, estos cambios estilísticos e iconográficos (aparecen científicos, traficantes, mafias internacionales, extraterrestres y chicas en bikini) respondieron a la necesidad de amoldarse a las exigencias de una sociedad cambiante si bien apenas afectaban a la forma narrativa, que se basaba en la repetición de fórmulas precedentes (incluido el *happy end*); el cambio, por tanto, no sería consecuencia del compromiso con una verdadera renovación expresiva sino más bien resultado de la “puesta al día” con vistas al rendimiento comercial (181).

El paisaje que el autor traza sobre el personaje de Santo en calidad de héroe mexicano moderno resulta revelador, no ya sólo por ser un acercamiento acreditado a la figura de Santo en las diferentes producciones culturales en las que este desplegó su universo, sino sobre todo porque aporta claves para entender cómo se forjan los mitos en el ámbito de la cultura popular contemporánea. Es por eso mismo que,

aun cuando somos conscientes de que el autor ha contemplado un marco cronológico amplio (que convenientemente parece tomar como referencia la biografía de la persona –Rodolfo Guzmán Huerta, nacido en 1917- más que la del personaje –Santo–) y dedicado parte de las conclusiones a la presencia del mito más allá de 1982, se echa en falta en esta segunda edición un apartado específico dedicado a analizar cómo este ha sobrevivido a la persona que lo encarnaba (no en vano, esta es la principal cualidad del mito); este sería el espacio ideal para comprender de qué manera determinadas prácticas de la cultura postmoderna vinculadas al fenómeno *fan* y a las nuevas tecnologías han participado durante estos últimos años en la pervivencia de una figura que sigue viva².

Pese a ello, el volumen aporta una mirada fresca y concienzuda a una figura que forma parte imprescindible del imaginario popular mexicano y es capaz de trazar un recorrido por los elementos que resultan clave para discernir las cualidades cambiantes de un mito (Santo) y las sociedades que lo alimentan.

DOI: 10.7203/KAM.2.3167

LAURA GÓMEZ VAQUERO
UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA. MADRID (ESPAÑA)

¹ Como indica Álvaro A. Fernández (125), *El enmascarado de plata* inicia su rodaje ese año pero no es hasta 1954 que se exhibirá la película.

² Así, por ejemplo, las páginas de Facebook dedicadas al luchador son un lugar privilegiado para rastrear los modos en que la reacción personal se transforma en interacción social, la cultura espectacular en cultura participativa, una de las características centrales del fenómeno *fan* tal y como lo expresa Henry Jenkins en uno de sus primeros ensayos: “*Star Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching*” (*Critical Studies in Mass Communication* 5.2 (1988): 85-107). Un ejemplo: la entrada del 5 de agosto de 2012 de la página Santo, El Enmascarado de Plata, donde se lee: “Clike (*sic*) “like” si tienes una máscara del SANTO y te la pones en las bodas 😊”.