

# LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA REALIDAD Y SU ESTETIZACIÓN DE LO COTIDIANO

MASTER EN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA  
Valencia, Noviembre, 2007



DIRECTOR: Chema López Fernández  
AUTORA: Violeta Esparza Parra



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

**LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA REALIDAD  
Y SU ESTETIZACIÓN DE LO COTIDIANO**

## RESUMEN

Desde que se elaboraron los primeros discursos con respecto al surgimiento y crecimiento de la sociedad de masas, los elementos que la construyen han ido variando. El uso del individuo como producto de entretenimiento, ha sido una constante a lo largo de toda la historia de la humanidad; de hecho, su presencia es determinante a fin de que el espectáculo se produzca. La esencia del espectáculo se conforma mediante los planteamientos de entretenimiento y atracción del público, además de contar con los recursos necesarios para que establezca una relación de semejanza entre las masas y el producto con el que se las obsequia. Situándonos en estos preceptos, observamos que la figura del ciudadano anónimo que circunda entre la producción mediática actual, se ha convertido en una constante. Atrás quedaron los primigenios y artificiosos modos de conexión entre el público y el que se exhibe ante él. La demanda de realidad es inherente a la contemporaneidad, por tanto a la producción de los medios, quienes rebasando las paredes del ámbito privado de la realidad, nos ofrecen una proyección prefabricada del mundo, como si de la realidad misma se tratase, parece que sin percatarse de que su producto pertenece a otra esfera. ¿De qué modo nos transfieren los medios esa realidad prefabricada?

PALABRAS CLAVE: Ciudadano medio, telerrealidad, medios de masas, cultura media.

## ABSTRACT

Since the first speech about the birth and development of mass society was made, its inner elements seem to have been changing. The use of the individual as an entertainment product, has been a constant in human history; in fact, his presence is required for the spectacle to become real. The essence of spectacle is built through entertainment and public attraction codes, besides the necessary resources for a similarity relation to be generated between the masses and the offered product. We can observe the anonymous citizen going through the actual media production as a constant. Far behind rest the primitive ways of connecting the viewer and the object that displays before him. The demand for reality is inherent to the contemporary times, and to the media industry, which, tearing down the walls of private life, offer a pre-fabricated projection of the world, as the real thing, almost if it couldn't realize that the product belongs to a different area. What methods are being used by the media to transmit us that pre-fabricated reality?

KEY WORDS: Average citizen, reality TV, mass media, mid-cult.

## ÍNDICE

### 1. INTRODUCCIÓN

1.1 TEMA GENERAL DE ESTUDIO O TRABAJO.....3

2. RELACIÓN: (EDAD MEDIA) BUFÓN – (ACTUALIDAD) MEDIOS DE MASAS.....7

3. LOS PRECEDENTES DE LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO: EL CIRCO Y EL MUSEO HUMANO.....16

3.1 SURGIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LOS FREAK SHOWS EN AMÉRICA.....18

### 4. PERFILES MEDIÁTICOS, LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA REALIDAD

4.1 SOBRE EL PASTICHE Y LA ESQUIZOFRENIA (Jameson).....28

4.2 SOBRE EL GRAN HERMANO-HIPERVISIBILIDAD (Bauman).....33

4.3 PÉRDIDA DE LA DISTANCIA ENTRE CULTURAS (ALTA Y BAJA) FALSOS HÉROES.....38

4.4 EL USO O ABUSO DE LA CONDICIÓN DE INDIVIDUO COMO PRODUCTO.....44

4.5 SOBRE LA EXTENSIÓN DE LOS FORMATOS MEDIÁTICOS.....46

5. CONCLUSIONES .....48

### 6. SOBRE EL PROYECTO

6.1. PARTE CONCEPTUAL .....50

6.2. PARTE PLÁSTICA .....53

6.2.1. PROCESO DE RECOPIACIÓN DE DATOS .....56

#### 6. 3. PARTE FORMAL

6.3.1 SOBRE EL VACÍO .....79

6.3.2 SOBRE LA DIAGNOSTICACIÓN DEL KITSCH .....80

6.3.3 SOBRE EL TIPO (Su eliminación) .....80

6.3.4 ACTITUD Y POSE DEL RETRATADO .....82

7. UBICACIÓN Y MONTAJE DE LA OBRA .....85

8. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS, TÉRMINOS Y TECNICISMOS .....87

9. BIBLIOGRAFÍA .....89

La estructura del siguiente texto, se dividirá en varias partes. En primer lugar, hay una introducción, donde se exponen las cuestiones fundamentales que pretendo analizar. En los puntos siguientes, se observará un recorrido histórico, donde se recogen algunos de los precedentes con respecto al tema principal y ciertos puntos de vista o análisis de diversos autores de los que me sirvo, con la finalidad de otorgar el tema expuesto con una perspectiva más amplia. Cada uno de los capítulos dedicados al análisis historiográfico del tema a tratar, no sólo recogen información histórica sino que además se relaciona mediante el símil entre la revisión histórica del pasado y la actualidad. El símil, no sólo será el recurso que coordina la estructura del texto, sino que además es el sustento de la parte plástica del proyecto. Finalmente, se recogen las conclusiones, además de la definición de términos o tecnicismos que no son explicados en el momento en que se citan en el texto.

## **1. INTRODUCCIÓN:**

### **1.1 TEMA GENERAL DE ESTUDIO O TRABAJO:**

El contexto por el que se extiende el tema principal de la propuesta será el ámbito del espectáculo, concretamente se reparará en el uso cosificado que se hace del ser humano dentro de dicho ámbito. Para ello, atenderé a diversas cuestiones; por un lado, haré hincapié en el ensalzamiento del sujeto anónimo a través de las artes; por otro, a las ferias de anatomía del pasado, además de la estetización de la realidad, transcrita hoy a través de los medios de masas. Entre los caracteres que profundizaré, se encuentran:

El individuo anónimo convertido en héroe mediático, el uso industrial del ciudadano medio entre los diversos sectores del arte; la cultura del “mal gusto” o

subcultura, convertida en cultura oficial o de masas; la transparencia con que se muestra mediáticamente la representación de la realidad y los caracteres que componen a los medios de masas, según diversos autores.

La evolución en el mundo del espectáculo desde sus primeras manifestaciones, es evidente. Si el ámbito del espectáculo se nos mostraba ajeno o como parte componente de la vida, pero desde un ángulo paralelo, hoy con la telerrealidad y la intrusión del voyeurismo en la vida ajena, se propugna el fin de la separación del espectáculo como categoría, para quedar instaurado en la cotidianeidad. Guy Debord en su libro La sociedad del espectáculo, publicado en 1967, ya vislumbraba dicha desintegración de barreras con frases como: “El espectáculo, comprendido en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producción existente. No es un suplemento al mundo real, su decoración añadida. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real”<sup>1</sup>. Si tuviésemos que determinar las características del mundo del espectáculo actual, lo podríamos hacer a través de términos como “hipervisibilidad” o “desespectáculo”<sup>2</sup>. La transparencia con que se nos muestra el alma y la flaqueza humana, es determinante en la actualidad a través de la presencia de falsos héroes que recorren nuestra casa mediante los diversos canales televisivos, personajes que no se configuran como intérpretes, sino como personas que muestran sus singularidades o sus intimidades con toda desinhibición. Ya no es necesario ser profesional o diestro en la interpretación para acceder a la cúpula del estrellato mediático, solamente ser uno mismo, mostrar tu alma, tu intimidad. De ahí el término hipervisibilidad, de la fractura entre lo recóndito y lo público en el ámbito televisivo. De este modo deja de existir la actuación teatral y la sobreinterpretación caricaturizadora del que se exhibe; el individuo que aflora en los medios, sólo debe ser quien es, de ahí el concepto “desespectáculo”, de la pérdida de los códigos empleados en éste, a lo largo de la historia.

1. Debord Guy, La Sociedad del Espectáculo. Pre-textos, Madrid, 2005. La separación consumada, nº 6

2. Imbert Gerard, De lo espectacular a lo espectacular (apostilla a la Sociedad del Espectáculo) CIC, 2004. pp. 69-81.

El deseo de presente y la demanda de realidad, se antepone como una demanda colectiva; la hiperrealidad se convierte en el nuevo código del espectáculo, más que se muestra, se exhibe de un modo indiscreto, diluyéndose las distancias entre imagen y espectador<sup>3</sup>. Por otro lado, la necesidad incesante de mostrar la parte más recóndita del mundo, propicia una amplia producción de imágenes, que rozando los límites de la curiosidad humana, se convierten en representaciones sintéticas del mismo, que si bien se caracterizan por ser reales, la naturalidad suburbana que las define o el modo descarnado con se muestran, las posiciona en el rango de lo extravagante. Cuando hablo de telerrealidad no lo hago sólo desde el punto de vista de un *reality show*, sino englobando a la producción televisiva en general. Agustín García Calvo lo define claramente en esta cita: “El respeto de la privacidad, garantiza la vigencia de la tiranía. Por eso, desde este otro lado, del de abajo es ésta la operación primera: ¡que la casa se abra! Que no haya más vida privada, que no haya una sólo gesto ni trato, ni hacienda ni amor, que no sea (Como lo es aunque no quiera) público y político, y que la desgracia o gloria personal no sirva más que como muestra de lo común.”<sup>3</sup>

Tras este texto introductorio, donde lo que se pretende es hacer mención mediante rasgos generales, a los contenidos sobre los que versará el texto en su totalidad, proseguiré con el mismo, estableciendo asociaciones con algunos antecedentes a la sociedad del espectáculo en relación con la retransmisión mediática de la actualidad. Tal como ya he mencionado, el tema principal de la propuesta, versa sobre el uso del individuo anónimo como producto de entretenimiento. Por ello, a fin de centrar la idea principal del texto, recogeré dos momentos clave en la historia, donde el uso del individuo en relación con el espectáculo es esencial. De este modo, se podrán observar, los paralelismos o antagonismos que acontecen en el mismo ámbito, pero en situaciones históricas diferentes.

3. Imbert, G., op. cit., pp. 69-81

4. García Calvo, Agustín; Análisis de la Sociedad del Bienestar. Lucina, Zamora, 2007, p. 147

Los puntos que proseguiré a mencionar son: El bufón en la Edad Media y Los museos de anatomía de finales del XIX.



Fig. 1



Fig. 2

La selección de estos dos acontecimientos y no otros, se debe a que entre éstos y la representación mediática del individuo en la actualidad, hay diferencias notables, que si bien distan en forma, no lo hacen en esencia. La primera diferencia es, que la imagen del bufón o del freak estadounidense, se vincula más con lo que se sale de lo común que con lo cotidiano. Las anomalías físicas o psíquicas que caracterizan dicha imagen, sirven para procesar la ironía del espectador y exaltar por comparación, la figura cotidiana del que se sitúa a su lado. Con respecto al uso del individuo mediático de hoy, la conexión que se produce entre éste y el espectador, juega más con la identificación que se origina entre ambos, que con las distinciones. La segunda diferencia perceptible, se refiere a la correspondencia entre el individuo producto de entretenimiento y las fuerzas de poder.

Fig. 1: Foto perteneciente a los archivos de un freak show. En ella se establece una relación comparativa entre el freak (Enfermo de gigantismo) y el ciudadano medio.

Fig. 2: Velázquez, 1631; El príncipe Baltasar Carlos y un Enano. Al igual que en la imagen anterior, en ésta pintura se establece una comparación, en este caso entre el rey y el bufón (Enfermo de acondroplasia)

Si en la Edad media, la imagen del bufón se vincula estrechamente con la del rey, que es quien posee el poder; con el surgimiento de la sociedad del espectáculo, la imagen del *freak* y del individuo mediático se relacionará con las audiencias, que son las poseedoras del poder de aceptar o no dicho producto.

## 2. RELACIÓN: (EDAD MEDIA) BUFÓN – (ACTUALIDAD) MEDIOS DE MASAS:



Fig. 3



Fig. 4

El recorrido conceptual con el que dispondré los rasgos que definen los media, servirá como elemento metodológico que permita establecer similitudes entre los medios de masas, la globalización y la estetización mediática del individuo anónimo. Así pues, proseguiré introduciendo las peculiaridades del ámbito del espectáculo situando el texto previamente en la Edad Media. El hecho de que dicho recorrido se inicie históricamente en la Edad Media y no en un momento anterior, se debe a que este período es crucial debido a la presencia de individuos que por sus anomalías físicas son usados con fines lúdicos, seres comunes al resto cuya única cualidad para procesar humor y glorificar la imagen del poder, es su físico.

Fig. 3: Velázquez, 1636; Bufón Barba Roja.

Fig. 4: Típica imagen de familia americana frente al televisor (1940-50)

Sin embargo, se sabe que la figura del bufón ya existía hace unos cuatro mil años en China, pero dicha figura hacía uso de recursos teatrales para el entretenimiento del emperador, no era usado por sus características físico-psíquicas, sino por ser diestro en acrobacias y actuaciones. De ahí que no inicie el texto en los antecedentes primigenios del espectáculo sino en una época que conlleva unas consideraciones más vinculables con el tema del que se habla.



Fig. 5



Fig. 6



Fig. 7

Estableciendo analogías entre el juglar de la Edad media y la actualidad, diremos que la información que procesan hoy los medios de masas se dirige hacia diversas latitudes del mundo, al igual que ocurría con las intrigas reales e historias que propagaba el juglar. Sin embargo hoy se presume una mayor difusión informativa y alcance territorial que el se pudiese procurar en el Medievo. Los medios de comunicación difunden información, que gradualmente se incorpora a nuestra vida cotidiana, al igual que en otro momento lo hiciese el juglar o actor de antigüedad, personajes encargados de desenmascarar las intrigas reales y trasladarlas al contexto público-social. Por supuesto, existen diferencias notables entre el juglar, el bufón y el actor teatral, a pesar de que estos, conformasen el conjunto del espectáculo medieval. Sin embargo, existe un vínculo entre ellos, que los hace perfilarse como eslabones de una misma cadena.

Fig. 5: Bufón y dos mujeres bañándose, grabado ca. 1541.

Fig. 6: La danza de los juglares, s.IX

Fig. 7: Ilustración de 1600 de Pulchinella, uno de los personajes arquetípicos de la Comedia del arte.

De este modo, relacionando los componentes del espectáculo de la Edad Media con los de la actualidad, desprendemos que: En el Medievo, el bufón se corresponde con la corte y con el espectáculo privado; mientras el juglar y el actor se mueven entre la parte pública de la sociedad. Por lo que en la actualidad, el bufón cortesano se correspondería con el ciudadano anónimo que aparece en los medios entre los actores de profesión; mientras el rey del feudalismo, se configura como la mano ejecutora, los filtros por los que pasa la información antes de ser emitida; de este modo, el juglar de la Edad Media, sólo puede constituirse hoy como el encargado de difundir la información, la lengua que acerca las intrigas privadas al contexto público, es decir, el soporte técnico mediante el cual se nos transmite la información.

Retomando la imagen del bufón, podemos entrever cómo dicha figura, constituye un precedente claro al uso que se sigue dando al individuo mediático. Si bien su imagen y sus chanzas procuran humor al resto, sus privilegios y estatus se sitúan sobre los de la masa. No llega a la categoría de rey, sin embargo, vive en la corte y disfruta de las distinciones que ésta le proporciona. Del mismo modo, ocurre con el famosillo televisivo, que si bien no llega a poseer un estatus elevado, ni el entero respeto popular, ya que constituye únicamente un elemento simbólico de disuasión pública, deja de ser anónimo mediante la difusión de sus habilidades, para situarse en una especie de limbo escénico en el que se debe mantener. No podrá escalar socialmente, sin embargo, sí que podrá hacerlo económicamente, incluso caer de nuevo en el anonimato, al igual que ocurre con el bufón cortés.

Con respecto a los artificios escénicos, usados en el espectáculo, se debe señalar que en la antigüedad, tanto en Oriente como Occidente, la máscara y el maquillaje proporcionaban al espectador, la aparición ante sus ojos de personajes grotescos y horripilantes. Hoy en día, tanto el propio físico natural como la cirugía y el látex suplen a los anteriores recursos con aumento de verosimilitud. Por otro lado, dentro de los códigos teatrales del pasado, nos encontramos ante las tipificaciones formales del individuo, como: El tonto, el loco, el avaro,

generalmente sujetos a normas de moralidad, además de cómicas. Sin embargo, este es un hecho con el que el espectáculo contemporáneo difiere, ya que las anteriores tipificaciones desaparecen, para extenderse formalmente a la imagen del ciudadano medio, de la persona convencional a la que se desnuda, ensalza o se hunde a través de los medios; en definitiva, a la que se expone con verosimilitud al contexto público.



Fig. 8



Fig. 9

La imagen del bufón medieval se constituye como la yunta necesaria, en antítesis con la imagen del rey. Las representaciones cómicas y degradantes se ejecutaban con amparo de los monarcas, quienes veían en sus bufones un alter ego denostado, que al tenerlo cerca exaltaba su grandiosidad como soberano y ser divino. De modo similar, nos ocurre hoy con el sujeto mediático. Éste nos cuenta sus tropiezos cotidianos, mezcla de melodrama y credibilidad, hechos que se asemejan con el de cualquier mortal; sin embargo, con un incentivo teatral que los adereza y convierte en apetecibles para las fauces del público. Dicha antítesis entre el poder real y el cómico de la corte difiere en forma, sin embargo, el fondo sigue siendo el mismo que en el contexto del espectáculo actual. Cualquiera se siente afortunado tras reparar en las vicisitudes que le acontecen a su semejante mediático; o bien, se siente equiparado a éste, pues su vivir cotidiano no difiere tanto de las andanzas del personaje televisivo.

Figs. 8 y 9: José de Ribera, 1622; Pequeña cabeza grotesca/ Cabeza grotesca.

De este modo se observa, que en el espectáculo, se establece una relación comparativa o de identificación entre el público y éste, es decir, entre el espectador y los que hacen posible la representación.

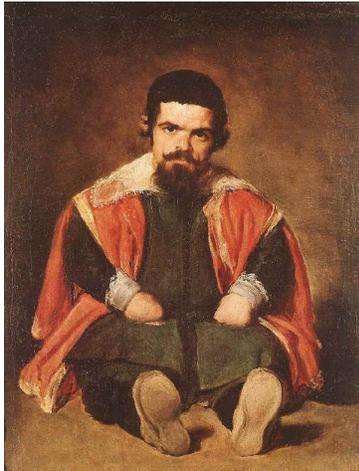


Fig. 10



Fig. 11

Cabe resaltar que la imagen del bufón como individuo con caracteres reconocibles y propios, carece de ilustraciones y representaciones pictóricas hasta el Barroco. Será en el sXVI, cuando se comiencen a retratar a los singulares personajes que rondan en la corte con identidad propia, con caracteres reconocibles, como ser individual y no como grupo. Además, será en este momento donde la pintura cobre altivez. En la España del XVII, la pintura se eleva como género, se toma en consideración y con ello, se eleva la categoría social del artista, que ya nunca volverá a ser un artesano. Junto a esto, el arte pictórico participa y se ve influenciada por los cambios ideológicos y sociales, utilizándose como mecanismo de adoctrinamiento, hecho que definirá sus contornos. Sin embargo, la pintura barroca se usa como un artefacto pedagógico, no con el fin de procurar la sátira con respecto al retratado.

Fig. 10: Velázquez (1643-44) Sebastián de Morra.

Fig. 11: Carreño de Miranda (1684-1685) Bufón Francisco Bazán.

El hecho de que en el género del retrato se acceda a plasmar los fenómenos humanos de la sociedad, se sustenta más en la noción de crónica de una época que en la idea de que el artista persiguiese procesar humor. Sin embargo, existe una parcela de la producción pictórica donde sí que se vislumbra cierta intención caricaturizadora. Y esta situación se va a dar dentro de la corte mediante los retratos de fenómenos humanos y bufones de palacio. Estas características, son perceptibles en las pinturas proyectadas por diversos artistas de cámara como Velázquez, José Ribera o Carreño de Miranda, donde los bufones, a los que representan con la misma dignidad del rey, son expuestos a modo de curiosidad humana.



Fig. 8



Fig. 9



Fig. 10

Semejante a ello, ocurre en la contemporaneidad, los mass media promulgan el adoctrinamiento mediante artificios escénicos. Por otro lado, parece que enaltecen a ciertas personalidades que surgen diariamente del anonimato, como si por generación espontánea se tratase; las tornan reconocibles, distinguibles del resto de la masa, las presentan como producto recreativo y como peculiaridad mundana, pero con la distinción de quien no pertenece a la muchedumbre.

Fig. 8: José de Ribera, 1631; Mujer barbuda.

Fig. 9 y 10: Juan Carreño de Miranda (1674-??); La Monstrua vestida/ La Monstrua desnuda.

Sin embargo, tal como se citó anteriormente, los medios de masas, debido a su estatus de medio tecnológico, consiguen promover una mayor difusión de información e imágenes. Los componentes técnicos de los que estos están dotados, son capaces de derribar las barreras del espacio y del tiempo. Por lo que como consecuencia, cada imagen o información tiene un alcance mayor con respecto a la difusión informativa que pudiese acaecer en un momento como el Medievo a través de la sagacidad oral del bufón. De este modo, se podría decir, que los diversos medios tecnológicos se comportan como el juglar contemporáneo que capaz de derribar las barreras sensoriales, llevan inscrito entre sus códigos, una propagación de la información de alcance casi ilimitado. Los medios de masas suponen una innovación por la que se introducirá a la vida pública en las esferas privadas del ser humano, en nuestra casa. De este modo, lo público ingresará en las áreas privadas y lo privado se convertirá en público. Así pues, la privacidad se convierte en el objetivo perseguido por los medios. Mientras, se observa una exaltación de ciertos personajes que actúan excéntricamente para el público, alejándose de la postura aceptada socialmente. Tales personajes, se muestran según ciertas pautas mediáticas, pertenecientes a cánones que se imponen desde los propios medios. Así pues, incluso la excentricidad está sujeta a una normativización mediática.

Lo mismo ocurre en el ámbito de la política, que en conjunción con los medios nos ofrece su afán de proselitismo. Con el desarrollo de las nuevas tecnologías mediáticas, muchos han sido los políticos que han sabido ver en ellas una forma inmejorable de influir en la opinión pública. Entre los líderes mundiales que actualmente usan los medios para enviar su discurso político en consonancia directa con el afán de realizar espectáculo, destacan Hugo Chávez o Berlusconi. Ambas figuras políticas, perpetran diariamente en la privacidad de la casa, se presentan comunes a la masa, difundiendo su doctrina a través del mero espectáculo, llegando al pueblo como producto de entretenimiento. No sólo politizan, sino que se sirven de éstos para recrear un espectáculo familiar, cercano y común a la colectividad.

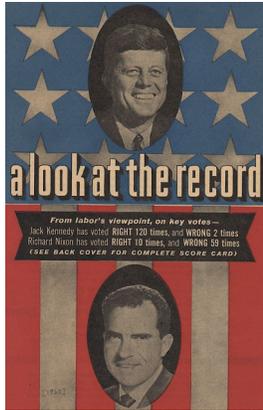


Fig. 11



Fig. 12

Sin embargo, dicha aparente cercanía mediática entre el líder político y el ciudadano medio, se ha acrecentado de un modo más contundente dentro de nuestro ámbito nacional. El político no solamente se acerca al ciudadano desde la distancia del plató televisivo, sino que además es enjuiciado por el propio ciudadano en un espacio compartido por ambos y desarrollado en directo. Así pues, el espectador puede comprobar si el dirigente del Estado conoce el precio de un café o se atreve a revelar los detalles de su nómina. Mediante tales recursos, no sólo podremos observar el discurso impersonal con que obsequia un político a la ciudadanía; sino que además éste es cuestionado y enjuiciado por diversos representantes de la colectividad. El individuo anónimo se enfrenta cara a cara con el político, mediante preguntas embarazosas, con el fin de ver la soltura y fluidez con la que el político las afronta, mientras se pone en duda su fiabilidad. Desenmascarando a la figura político-mediática y dejando al descubierto la figura humana del mismo, observamos cómo la comparativa entre iguales es objeto de consumo. La figura altiva del poder se desliga de su elevada y alejada imagen para mostrarse como semejante, para destapar sus debilidades ante la masa.

Figs. 11 y 12: Póster e imagen del debate televisivo entre John F. Kennedy y Richard Nixon en 1960. Fue el primer debate televisado de la historia de la política en EEUU. Se demostró que un político sin buena presencia en cámara no ganaría nunca un debate en televisión y por consiguiente, unas elecciones. Nixon, dominó la oratoria, pero su barba vespertina le dio una imagen sórdida en pantalla.

De este modo, desprendemos, que si en tiempos memorables, la figura del bufón estaba vinculada intrínsecamente con la del monarca a fin de afirmar su autoridad; en la actualidad, se hace un uso inverso. El poder político en este caso, compone y participa del espectáculo. El antiguo poder real, hoy se ha desplazado a los medios, mientras la figura política se halla inserta en la exhibición, forma parte de ésta. El poder político discurre entre la audiencia, se halla en la misma latitud que ésta, ya no requiere del enaltecimiento de su imagen en comparación con su tosco acompañante, sino ser uno más. De este modo, extraemos que: Si bufones existen en todos los ámbitos, las bufonadas a través de los medios de comunicación pueden ser la clave para ganar adeptos.

Por otro lado, el humor o la ironía que puede procurar el bufón en el público ha sido mutable a lo largo de la historia de la humanidad; sin embargo, las singularidades del ser humano han sido algunas de las condiciones perdurables en todos los tiempos y determinantes, para la constitución de un ser, capaz de convertir sus señas de identidad en sarcásticos méritos para la sociedad. Es obvio, que los artificiosos métodos de procurar espectáculo han ido siendo sustituidos o modificados, pero la esencia que construye la magnificencia del mismo, sigue siendo similar.

Avanzando en la historia, trasladamos la noción de uso del individuo como objeto expositivo y generador de espectáculo, hacia un momento histórico más cercano a la contemporaneidad. Nos situamos en la Modernidad, período convulso, que promulga cambios sociales y culturales, el surgimiento del capitalismo y la emancipación del individuo frente a la tradición. Se atiende a un auge de la expansión informativa, que llega a cualquier contexto social y por tanto, a los precedentes de los actuales medios de masas.

Ubicándonos de lleno en el ámbito del espectáculo, nos adentramos en el circo y concretamente, en el museo humano; medio que representa una amalgama de los elementos de cultura superior con los de la cultura de masas y que anticipa con acierto, los rasgos que definirán el espectáculo mediático actual.

### 3. LOS PRECEDENTES DE LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO: EL CIRCO Y EL MUSEO HUMANO

Si pensamos en el circo, nuestra mente nos trasporta hacia imágenes de charlatanes, habilidades atléticas, representaciones grotescas y chocarreras, además de prodigios humanos; ya sea por la presencia de un fornido y hercúleo ser que despierta la fascinación de quien lo observe, ya sea por la quimérica deformidad humana que se nos muestra como un hecho antinatural y misterioso. Así pues, nos adentramos en el ámbito de lo insólito; iluminado, publicitado y difundido a fin de crear expectación. Hablamos de los humanos exhibidos en los antiguos circos y ferias errantes, los mediatizados por su aspecto físico o sus habilidades sobrehumanas. Entre los más conocidos están: La mujer barbuda, los humanos gusanos, los enanos, las microcefalias, etc. Todo un muestrario de personalidades anómalas y fascinantes... Personajes, que si bien pertenecen a la esfera de lo real, el espectáculo circense se encarga de enaltecer hacia lo antinatural, elevando los insólitos atributos que caracterizan a cada uno de los personajes a la categoría de lo raro, pero apetecible para la sociedad.



Fig. 13

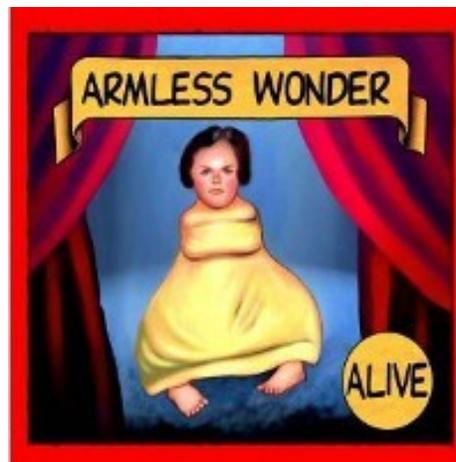


Fig. 14

Fig. 13: Fotografía de Martha Morris, mujer sin extremidades, perteneciente a una Feria de Anatomía.

Fig. 14: Cartel que hace referencia a la anterior imagen, a fin de publicitarla.

Desfile que sacia la curiosidad humana, además de generar grandes audiencias, que dispuestas a pagar para sentirse mejor, requieren observar, al igual que en un zoológico, la enigmática imagen del ser exhibido a modo de producto. Por un lado, la exhibición explícita del inusual ser humano genera animadversión; por otro lado, cautiva.

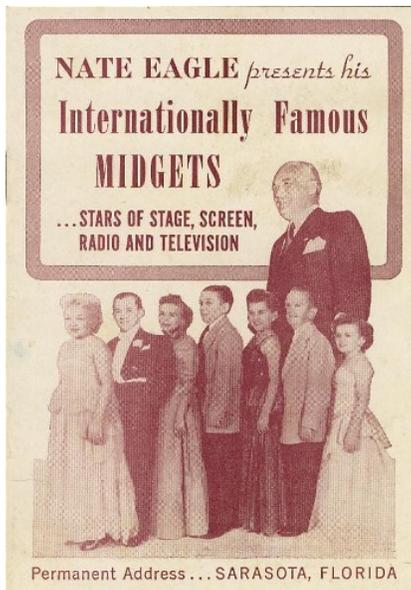


Fig. 15

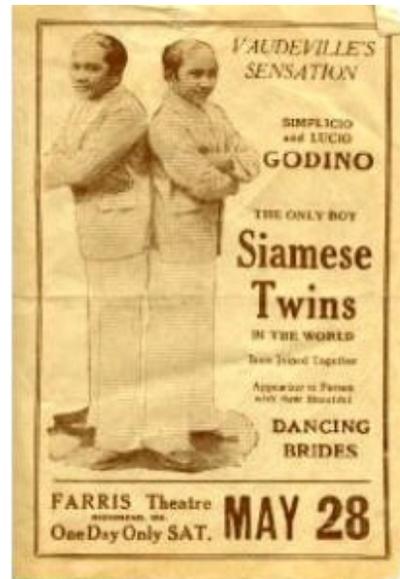


Fig. 16

Todo este tipo de fenómenos no hubiesen tenido la misma acogida e interés de no ser por la existencia de uno de los primeros medios de difusión, dispuesto a despertar el interés de las masas, el cartel. La función del cartel y de todos los mecanismos de publicidad no van a hacer, sino acrecentar la expectación del que lo observa, que ansioso, imagina a través de las ilustraciones como se puede traducir esa suculenta imagen a la realidad: Lo increíble se vuelve real tras su incursión pública y directa con el entorno del observador.

Fig. 15: Cartel anunciador de un espectáculo compuesto por un grupo de enanos, alguno de los cuales participó en la película *Freaks* de Todd Browning.

Fig. 16: Cartel que anuncia la actuación de una pareja de siameses.

Así pues, nos encontramos ante los primeros momentos de los medios de masas en relación intrínseca con el mundo del espectáculo y ante la persuasión que éstos producen en la masa, haciendo uso así, de las áreas más enigmáticas de la humanidad con el fin de rentabilizar al poder organizador, al Gran Hermano del que más tarde procederé a hablar.

### 3.1 SURGIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LOS FREAK SHOWS EN AMÉRICA

Hay un clásico cinematográfico que muestra si no con fidelidad, al menos con brillantez, el mundo del circo y de los diversos tipos humanos que sobreviven de mostrar sus anomalías. Se trata de la película *Freaks* de Todd Browning, filmada en los años 30. Película que no consigue un público hasta 30 años más tarde, dado el escaso interés que se tenía por lo que se sale de la norma.

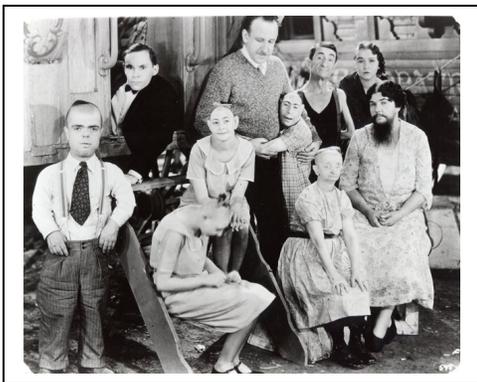


Fig.17



Fig. 18

La parada de los monstruos está basada en una realidad histórica que se ubica en la Norteamérica comprendida entre los siglos XIX y XX. Hablamos de las ferias de monstruos o espectáculos conocidos como *Freak Shows*, *Side Shows*, *Museum of Nature's Mistakes* o *Congress of human Oddities*.

Figs. 17 y 18: Fotogramas pertenecientes a la película *Freaks* de Todd Browning, 1932.

Existen diferencias entre el *Dime Museum* y el *Freak Show*, nacido a mediados del XIX. El *Dime Museum* apareció como un espectáculo novedoso en el mundo del entretenimiento.

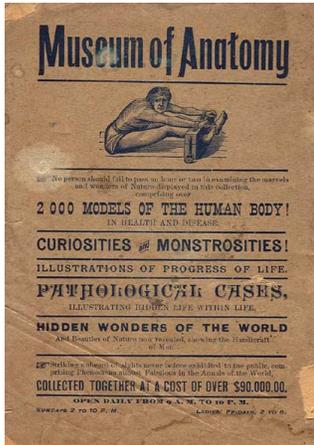


Fig. 19



Fig. 20



fig. 21

Ningún espectáculo anterior había atraído a tanto y tan diverso público, ni había incluido tanta variedad de números en un mismo espacio. Los *Freak Shows*, formaban parte de los *Dime Museums*. Se les llamaba museos, porque que éstos combinaban los contenidos de los museos tradicionales (arte, historia, antropología) con elementos pertenecientes al espectáculo. Lo que hizo que los *Dime Museums* creasen tal expectación fueron sus actuaciones. Además de mostrar las actuaciones circenses, elaborados por profesionales; muchos de estos museos exhibían una serie de extrañezas humanas que se ubicaban en diferentes plataformas a modo de zoológico. Ambos espectáculos eran exhibiciones que presentaban ante el público a gente con diversas anomalías (físicas, mentales o físico-mentales) en circos, ferias, carnavales y otros tipos de parques de entretenimiento. El Dime Museum se convirtió en un espectáculo sugerente para las masas, llegando a generar grandes beneficios, lo que hizo que en muchos casos, los propietarios trataran bien a sus quiméricas estrellas.

Figs. 19, 20 y 21: Cartel que publicita un freak show, ticket de entrada de Humbert's museum, uno de los Dime Museums más conocidos de la época e imagen de la fachada de un freak show.



Fig. 22



Fig. 23

Cabe que nos preguntemos por qué la industria del museo humano se convirtió en reclamo para las masas en un país como Estados Unidos. Sin duda alguna, en el Dime Museum de Norteamérica, pervive la noción comparativa que trata de enaltecer al individuo mediante acentuadas diferencias con su semejante. Sin embargo, el que esta tramoya se conformase como industria y consiguiese culminar como espectáculo masivo no se debe a otra cosa que a las conciencias de la sociedad del momento. Mientras en países como España, los espectáculos humanos habían sido confinados al ámbito de la corte y se seguían considerando popularmente en comunión con la monarquía y con el arte cortesano; en la época Victoriana en Inglaterra, perviviría el mismo interés por lo que se sale de lo común. Sin embargo, la tradición monárquica y los dictados morales de Europa promovieron una fascinación diversa por las mismas extrañezas. En la Europa de finales del s.XIX las leyes acerca de la exhibición de personas con deformidades eran muy severas. De esta época, encontramos un ejemplo clarificador si indagamos en la historia de Joseph Merrick, más conocido como el *Hombre Elefante*, historia que posteriormente se trasladaría al cine. Su exhibición en las ferias fue incomprensida por las autoridades, quienes la tachaban de inmoral, hecho que terminaba, con la clausura de su actuación.

Fig. 22: Joseph Merrick, el Hombre Elefante.

Fig. 23: Annie Jones, una conocida mujer barbuda de la época.

En el mismo momento en que los Dime Museum cobraban altivez en Estados Unidos, la nobleza inglesa se reunía privadamente a presenciar el mismo muestrario antropológico. No obstante, tal interés se disfrazaba de una vocación científica perteneciente al ámbito de la cultura superior, no apta para las masas. En consecuencia, esta tradición de consanguinidad aunada a la prohibición de tales exhibiciones por parte de las autoridades, serán las que alejen dichas experiencias de la colectividad. Mientras, la sociedad norteamericana, carente de una monarquía para la que preservar tal realidad suburbana, se apoya en las masas, en un pueblo que se ha hecho a sí mismo y que convive moralmente con un afán de auto-superación tal, que requiere compadecer al desdichado que se muestra ante él. Poco a poco los Dime Museums fueron perdiendo fuerza en el mundo del espectáculo popular. Estos surgirían en torno a 1840 y perdurarían hasta cerca de 1940.<sup>5</sup>

Volviendo a la imagen del bufón, que es de la que parte la propuesta, diré que ésta persiste entre los escenarios del museo humano. La notable diferencia es que la misma imagen del ser denostado, se exhibe públicamente y llega a todos los ámbitos, no queda relegada al disfrute privado del poder. Del mismo modo y aunando los conceptos mencionados, se desprende, que la muestra a modo de escaparate de cada uno de los freaks, se asemejaría claramente a la usada hoy en televisión, donde mediante el primer plano de una cámara, se fragmenta la totalidad del escenario, a fin de centrar la atención del espectador en los atributos que se consideren oportunos. La pertenencia del sujeto mediático a otra esfera, es inevitable, ya esté situado en la corte, en una feria o en un plató televisivo. Lo que éste debe hacer es crear expectación desde su parcela, hasta que deje de ser apetecible, momento en el que será relegado de su esfera, para ser intercambiado por otro.

5 (En este sentido, se aprecia como los elementos de cultura superior y los de baja cultura, se comienzan a aunar con fines lucrativos, elevando unos a la altura de otros o reduciendo los elementos superiores al mero espectáculo, creando así una cultura media al alcance de todos los sectores sociales).

5. Eco, Umberto, Apocalípticos e integrados. Lumen, Barcelona, 2004.

El público, una vez está saciado, requiere de un imaginario novedoso, afín a sus intereses. La pérdida de curiosidad ante lo visto en multitud de ocasiones solicita un nuevo despertar sensorial, que aunado a la técnica, emancipe al individuo de la rutinaria normalidad. Así pues, nos adentramos en los intereses de la sociedad de masas definidos por las audiencias, en la proyección mediática de la realidad y en la versión tecnificada de la percepción sensorial.

Tras realizar un breve recorrido por dos momentos históricos, en los que destaca el uso que se da a las figuras mencionadas, en comunión con el ámbito del espectáculo. Se indicarán los rasgos destacables de la esfera de la cultura en la creciente sociedad de masas o sociedad del espectáculo, bien desde el punto de vista de diversos autores, bien atendiendo a algunas tendencias mediáticas. Por lo tanto, si la inclusión del individuo-producto de entretenimiento, siempre ha estado ligado al uso de sí mismo por el poder. Vemos como según avanzamos en la historia, el poder se desplaza de la figura del rey a los medios de masas. Durante el feudalismo, la figura del bufón es crucial en relación con el poder real, éste se exhibe y potencia sus singularidades, mientras recibe favores, impunidad o aversión del poder. Su pervivencia o supresión del limbo teatral, dependerá de la decisión del poder real que es quien enjuicia y valora. De modo similar ocurre con el museo de anatomía o en la actualidad con la programación televisiva; mientras los medios ofrecen al público una selección de lo que se debe conocer; el aparente poder de enjuiciamiento que éstos delegan en las audiencias, al igual que en otro tiempo fuese el del rey, decide la permanencia o aniquilación de ciertos contenidos del ámbito público-mediático. Por lo que, mientras los medios se comportan como el cerebro que selecciona y filtra los temas que se pueden o no difundir, a la audiencia se le concede el papel ficticio de decretar la permanencia o no de dichos contenidos. Así pues, el poder real del feudalismo, no es solamente un homónimo de los mass media, sino de todo lo que éstos comportan (Contenidos y público).

En el arte, encontramos ejemplos similares sobre las producciones de artistas quienes obsequian al público en sus exhibiciones con retazos de realidad; con muestras de naturaleza humana, en las que impera la extracción del individuo de su privacidad, para situarlo en la oficialidad. Susan Sontag alude a ello en su libro Sobre la fotografía, en el que menciona las cualidades que hacen que un retrato fotográfico se convierta en una descripción veraz de los fragmentos del mundo que no se conocen o de los que se eluden colectivamente. Esto lo ejemplifica contrastando la producción de dos autores; por un lado, nos habla de la obra de Steichen a la que considera estimulante en relación a la de Diane Arbus, artista que otorga a sus retratos un aire decadente. Sin embargo, según Sontag ambas producciones obstaculizan la comprensión histórica de la realidad. Por un lado, Steichen nos presenta a la naturaleza humana compartida por todos, la cotidianidad, lo conocido; por otro lado, Arbus simplifica el mundo mediante la representación de seres aislados, que se configuran como ejemplos del patetismo humano; sin embargo, seres que nunca suscitan compasión, que se muestran abiertamente ignorando su fealdad. La intención de configurar en el ámbito de la fotografía la presentación de una humanidad universalizada y con atractivo artístico, pero tamizada por la intención del autor, se observa claramente si proseguimos con los ejemplos a los que apunta Sontag. Comencemos pues haciendo alusión a una exposición organizada por Steichen, en 1955, llamada "La familia del hombre". Sobre ésta, dirá Sontag, que aún mostrándose quinientas tres fotografías, pertenecientes a doscientos setenta y tres fotógrafos de diferentes países, la visión sobre la humanidad que se desprende de la muestra, es sólo una, aún nutrida de las variantes físicas de cada uno de los retratados; sin embargo, válida para que cualquier espectador pudiese sentirse identificado. En cuanto a la exposición retrospectiva de Diane Arbus en 1972, dice que se sitúa opuestamente a la exposición de Steichen, ya que Arbus no nos habla de una y única humanidad compartida por todos, nos habla de otro tipo de humanidad que convive entre la conocida y oficial. Arbus no pretende la identificación del público con el retratado, ni procesar la ironía o la compasión,

sino solamente mostrar un fragmento de la realidad, la parte oculta y desfavorecida de la misma. Arbus toma una posición anti-humanista, en una época donde el culto a la belleza y al glamour hollywoodienses, conformaban el modo de vida añorado por las multitudes. Susan Sontag lo define con estas palabras: “El tema de las fotografías de Arbus es, por usar la solemne etiqueta hegeliana, “la conciencia desdichada”. Pero la mayor parte de los personajes del Grand Gignol de Arbus, parecen ignorar que son feos... Arbus jamás habría fotografiado accidentes, acontecimientos que irrumpen en una vida; se especializó en colisiones privadas y morosas que en su mayoría estaban ocurriendo desde el nacimiento del sujeto.”<sup>6</sup> Diane Arbus es, un claro ejemplo sobre la presentación pública de retratos cotidianos que perviven insertos en la mediocridad. Sin embargo, ésta se configura como un paso más en relación a la estetización del individuo, si añadimos en la anterior relación comparativa a otro artista, August Sander. Sander es un fotógrafo que se sitúa en la Alemania de la República de Weimar.



Fig. 24



Fig. 25

Fotografías realizadas por Edward Steichen alrededor de 1906, donde se refleja tal como cita Sontag, la realidad conocida por todos, el retrato cotidiano, aderezado con tintes idealistas donde no tiene cabida “Lo horrendo” pero también existente.

Fig. 24: Edward Steichen, retrato William M. Chase.

Fig. 25: Edward Steichen, retrato Norma Shearer.

6. Sontag, Susan; Sobre la fotografía. Edhasa, Barcelona, 1981, p. 46.



Fig.26



Fig. 27

Fotos realizadas por Diane Arbus, en las que se retrata la realidad suburbana que no se muestra en la producción de Steichen.

Dada la diversidad de personalidades captadas en su archivo, obtiene una obra de carácter universal. En sus colecciones se pueden observar tanto retratos de individuos pertenecientes a todas las clases sociales como con diferentes ocupaciones. Alemania entera queda confinada en su objetivo, pues su planteamiento, es retratar a cada individuo como tal, a la vez que lo sitúa dentro de la sociedad de su tiempo. Sander excluye de cada toma, el nombre de la persona fotografiada, pero sí señala su oficio, lo que otorga a sus colecciones una amplia visión social, recreado así, un nutrido inventario colectivo de los personajes de su época. Con la ascensión de los nazis al poder, su obra se convierte en objeto de persecución, ya que ésta se entiende como una oposición a la política totalitaria de los mismos. Por otro lado, la estética de las instantáneas de Sander se enfrenta con la ideología unidireccional y generalizadora del nazismo, con respecto a los ideales físicos de los que debe constar la raza aria.

Fig. 26: Diane Arbus, 1972; Child with a toy hand grenade in Central Park.

Fig. 27: Diane Arbus, (1970-1971); Sin título.

Por ello, éste muestra a sus compatriotas (nazis incluidos) tal como son, sin ninguna pretensión de exaltar los caracteres considerados arios, sino rebatiendo tales creencias, mediante la plasmación de la multiplicidad de fisonomías que conforman al ser humano como colectivo y concretamente a la sociedad alemana de aquel instante.



Fig. 28



Fig. 29

Instantáneas realizadas por Sander, mediante las que se presenta la diversidad social de la Alemania nazi, en contraposición a los dictados universalistas sobre los rasgos físicos de los que debía constar la raza aria.

Entre los retratos idealistas de Steichen, los retratos tipo de August Sander y los fragmentos suburbanos de Diane Arbus, encontramos los requisitos que construyen la producción mediática de la actualidad. Tales artistas, presentan al público una fracción de realidad, una realidad perteneciente al propio mundo o interés del creador; mientras los medios de comunicación, basan su producción en unos contenidos condesados y globales, contrarios a los fragmentos de mundo mostrados por el artista.

Fig. 28: August Sander, 1925; Police Officer.

Fig. 29: August Sander, 1925; Country Girls.

Los mass media realizan un compendio de dichos retazos, ya que sustentan su producción sobre opiniones comunes, por lo que requieren que una misma imagen sea apetecible para el público heterogéneo a la que va destinada. La imagen retransmitida debe ser comprendida colectivamente.<sup>7</sup>

Estableciendo un parangón entre los artistas mencionados y la estetización del ser humano que procuran los mass media, observamos que: La idealización de Steichen se podría equiparar al glamour del arte cinematográfico o a los reconocidos profesionales de la interpretación; el individuo-tipo de Sander, se corresponde con las tipificaciones de las que se sirven los medios masivos a fin de recrear su particular versión globalizada de la realidad. Para ello, se requiere de representantes humanos de todas las esferas sociales, por las que cada espectador encuentra a su equivalente. Y finalmente, Arbus, se configura como la representante de las parcelas ocultas de la sociedad, de la plasmación pública del individuo decadente. Dicho escenario, es muy necesario en los medios de masas; pues éste, es el encargado de generar la expectación en el observador, a la vez que le otorga la posibilidad de sentirse superior, aunque sea por un instante.

Tras observar las asociaciones establecidas entre tres ejemplos del ámbito del arte y los requerimientos estéticos de los media; concretaré las ejemplificaciones anteriores, adentrándome entre los intereses de la sociedad del espectáculo y del simulacro, definidos por Debord mediante las siguientes citas: “El espectáculo se muestra a la vez como la sociedad misma, como una parte de la sociedad y como *instrumento de unificación*. En tanto que parte de la sociedad, es expresamente el sector que concentra todas las miradas y toda la conciencia. Precisamente porque este sector está *separado* es el lugar de la mirada engañada y de la falsa conciencia; y la unificación que lleva a cabo no es sino un lenguaje oficial de la separación generalizada”.<sup>8</sup>

7. Eco, U., op. Cit., pp. 64-67

8. Debord, G., op. cit., nº 3.

“El concepto de espectáculo unifica y explica una gran diversidad de fenómenos aparentes. Sus diversidades y contrastes son las apariencias de esta apariencia organizada socialmente, que debe ser a su vez reconocida en su verdad general. Considerado según sus propios términos, el espectáculo es la *afirmación* de la apariencia y la afirmación de toda vida humana, y por tanto social, como simple apariencia...”<sup>9</sup>

Citando a Debord, dejaremos por un momento la imagen del bufón, a fin de contextualizar los rasgos que definen la sociedad de consumo. Para ello, esbozaremos en primer lugar, las definiciones filosóficas propugnadas por Frederic Jameson en torno a los años cincuenta, momento en que la creciente sociedad de masas era ya una realidad en toda la sociedad occidental. Posteriormente, las definiciones de Jameson se ejemplificarán a través de algunas referencias artísticas y de nuevo, se vinculará lo mencionado con el ámbito del espectáculo.

#### **4. PERFILES MEDIÁTICOS, LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA REALIDAD:**

##### **4.1 SOBRE EL PASTICHE Y LA ESQUIZOFRENIA SEGÚN JAMESON**

Frederic Jameson define a la posmodernidad como el período en el cual surgen nuevos rasgos formales en la cultura, por la emergencia de un nuevo tipo de vida social y de un nuevo orden económico. La obra de Jameson se sitúa a finales de los años cuarenta y principios de los cincuenta en Estados Unidos, y a finales de los cincuenta en Francia. Nos encontramos, pues, en un nuevo momento del capitalismo. Momento en el que se establece una sociedad postindustrial o de consumo, una sociedad de los medios de comunicación o del espectáculo.

9. Debord, G., op. cit., nº 10.

Los rasgos que han caracterizado al estilo posmoderno, se comienzan a vislumbrar primeramente en la literatura, el cine y la arquitectura. A partir de los años ´60 surgirán producciones, pertenecientes al ámbito de la cultura, que ya no se corresponden con los preceptos ideológicos de la modernidad, los cuales iban en busca de la novedad y la originalidad. De este modo, uno de las notas que caracterizarán a la posmodernidad, será reelaborar lo ya hecho mediante las operaciones del *pastiche* y de la *cita*. Dentro del ámbito del arte, nos encontramos con dos artistas que además de hacer uso de la múltiple identidad en sus obras, éstas se configuran como reseñas de la historia del arte y del cine, mediante el uso de la alusión de la que nos habla Jameson. Tales artistas, retoman ciertas imágenes del pasado, para configurarlas como un producto del presente. Hablamos de Cindy Sherman y Yasumasa Morimura. Éstos, además de aludir al arte o al cine en sus obras, se presentan ante el público como productores de novedad. En el caso de Morimura, el *pastiche* y la *cita* de Jameson serán el sustento de su trabajo, puesto que crea un arte propio, mediante la imitación y la cita directa a las obras de otros artistas. Por otro lado, Cindy Sherman, retoma la estética y los planos de los archivos cinematográficos, en los que la aparición de una persistente figura femenina se dirige al observador, a fin de divulgar los estereotipados usos de la misma.

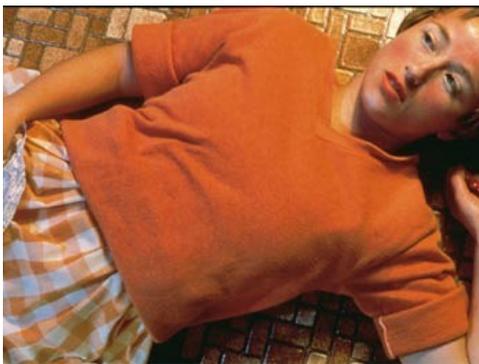


Fig.30



Fig.31

Fig. 30: Cindy Sherman, 1981; Sin título.

Fig. 31: Yasumasa Morimura, 1998; To My Little Sister: To Cindy Sherman.

Tales artistas no sirven sino para ejemplificar visualmente y a través del arte, algunos de los rasgos, ya mencionados, de la Postmodernidad; puesto que el arte de cada época, no es sino la expresión de sus sociedades.

Con respecto al *pastiche* diremos, que Jameson incide en que el éste se convierte en uno de los rasgos más importantes en la cultura de la sociedad postmoderna, quien lo define como “la imitación, o la mímica de otros estilos y en particular de los amaneramientos y retorcimientos estilísticos de otros estilos.”<sup>10</sup> Cuando nos habla del *pastiche*, lo hace atendiendo a que en la posmodernidad, diversos autores se han limitado a tomar o a imitar determinados elementos característicos de la obra de un artista y combinarlos con otros, de modo que dé la impresión de que se trata de una creación independiente (también lo podríamos denominar intertextualidad o apropiación). Por lo que nos encontramos, con una cultura popular, aunada al entretenimiento y otra superior, vinculada al disfrute del entendido, mediante el reconocimiento de las citas que se descubren en una sola obra, que se construye como el compendio de lo popular, lo culto y lo masivo. Sin embargo, cada uno de estos estilos diferenciados entre sí, y donde el concepto de autoría es evidente, poseen un nexo en común, que cada uno de ellos es completamente reconocible e inconfundible con otro. Por tanto, el *pastiche*, además, remite a otra característica del estilo postmoderno, que se relaciona con la noción de *best-seller*, producto que surge de la desaparición de los límites entre la cultura superior y la cultura popular. Frederic Jameson menciona cómo la línea divisoria entre el arte superior y las formas comerciales desaparecen cuando las referencias a los contenidos de cultura popular, dejan de citarse en la literatura culta como un elemento extraño. Éstos se incorporan irremediabilmente, de tal modo que se disipan las diferencias entre ellos. Cuando Jameson acuña al postmodernismo el término de *esquizofrenia*, lo hace desde el punto de vista del modo de tratar el tiempo y no como diagnóstico clínico. Parte de los análisis de Lacan en relación al lenguaje, vinculando el desorden del mismo en los enfermos de esquizofrenia.

10. Jameson, Frederic; El giro cultural. Manantial, Buenos Aires, 1999. “El posmodernismo y la sociedad de consumo” pp. 14-53.

Si por algo se caracteriza este tipo de disfunción es porque se produce una quiebra entre significantes y se pierde la noción de temporalidad, todo es discontinuo e inconexo. Así pues, el término esquizofrenia en relación con la postmodernidad, deviene de que el esquizofrénico no tiene noción del yo ni del tiempo. Según Jameson, lo mismo ocurre con las artes de la postmodernidad, de las que dice que se sustentan en la mirada nostálgica al pasado, sin atender a la noción de presente.

Retomando el análisis de los medios de comunicación, observamos que la idea de *pastiche* y *esquizofrenia*, pervive contemporáneamente en los media. De este modo, el *pastiche* es evidente en las múltiples versiones que se dan de un formato mediático determinado, por el que, si dicho formato se consolida como triunfador; éste se importa a otros canales y a otros países, se hacen múltiples versiones del mismo y se combina con otros, hasta que sucumba con la saciedad del público enjuiciador. De la misma forma, los patrones mediáticos no varían, se sustentan en la revisión constante del pasado y en la amalgama forzada de asir la cultura superior con la popular, mediante formatos como los *reality shows*, que se disfrazan públicamente como estudios sociológicos; o concursos en los que se integran el azar, el ingenio, la cultura y la recompensa. Por otro lado, el espectáculo circense pervive en las competiciones de habilidades, donde aparece de nuevo el *pastiche* que promulga Jameson y en donde se apela a la cita y al referente de forma constante. En nuestro momento postmoderno, no se pretende conseguir la autenticidad que se perseguía en la Modernidad, coexisten el cliché y la cita con la alusión constante al pasado. Por otro lado, la esquizofrenia definida por Jameson aún es más clarificadora, con respecto a los cambios sensoriales producidos en el ser humano en comunión con los avances tecnológicos. La noción espacio-tiempo tal como se concebía, fue quebrantada por la aparición del directo televisivo, la multiplicidad de canales y los efectos especiales usados en el cine; con los que nuestra percepción, puede viajar tanto física como temporalmente en décimas de segundo. Los artificios y técnicas empleadas para

nuestra alteración sensorial, teletransportan con facilidad al observador hacia una realidad elaborada. El observante, viaja grácilmente hasta un directo televisivo en el polo opuesto del mundo, a la era espacial o a la histórica época colonial.

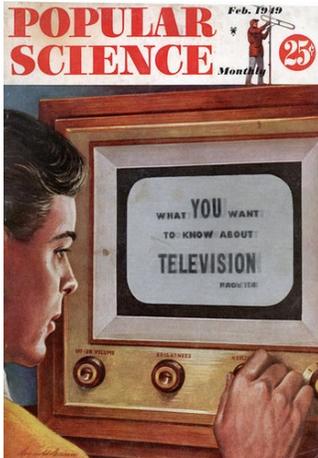


Fig. 32



Fig. 33

Con el fin de sintetizar diremos que: El aunamiento de los diversos grados de cultura es la esencia de la cultura contemporánea. Sin embargo, la difusión de los elementos de cultura superior por todas las esferas sociales, no es determinante para la consecución de una sociedad cultivada; puesto que éstos nos llegan condensados de tal modo, que su captación intelectual es de carácter epidérmico y superficial. Por otro lado, tal difusión de conocimientos está elaborada, convive y es diferida tecnológicamente, por lo que los estímulos que tal información procura en el espectador, también lo están. Además, nos encontramos en un momento donde la revisión constante del pasado compone nuestra realidad. Todo tipo de tendencias sociales, no son sino versiones tecnificadas de modelos anteriores. La consecución de la tan añorada autenticidad, quedó atrás, quizás sea porque no haya nada nuevo que elaborar.

Figs. 32 y 33: Portadas de revistas norteamericanas de divulgación científica, apta para el entendimiento de las masas. Publicadas en 1949 y 1928, son un claro ejemplo de cómo elementos de alta cultura pueden condensarse a fin de generar un producto comprensible por todos los públicos.



Fig. 34

Tras ubicarnos en las fuentes de las que se nutre la contemporaneidad, retomaremos el concepto de sujeto mediático, esta vez emparejado con la noción de hipervisibilidad de los medios de comunicación de masas y de telerrealidad. Para tal empresa descriptiva, se comenzará hablando del Gran Hermano de Orwell, novela de la que más tarde se tomará el título, para denominar a un conocido formato televisivo. Por otro lado, aparecerán referencias a dicha novela, elaboradas por Bauman en La sociedad sitiada.

#### 4.2 SOBRE EL GRAN HERMANO-HIPERVISIBILIDAD

El *Gran Hermano* es un personaje de la novela de George Orwell 1984, así como también de la película del mismo nombre basada en este libro, considerado uno de los personajes más famosos de la literatura universal. El Gran Hermano, es omnipresente y fundador del Partido, que controla la decadente sociedad narrada.

Fig. 34: Eran Cantrell, Reality

Su existencia es enigmática, pues al no aparecer nunca en persona ni decirse su nombre real, puede que éste sea una invención por parte del Partido para ser utilizada como arma propagandística e infundir a la población confianza, temor y respeto.



Fig. 34



Fig. 35

Para crear este personaje, Orwell se inspiró en líderes totalitarios como Hitler o Stalin, cuya autoritaria política se caracterizaba por infundir miedo e idolatría hacia sus personas. La presencia del Gran Hermano es permanente a lo largo de toda la novela, apareciendo éste a través una serie de telepantallas y en enormes murales situados en cada rincón de la futurista y decadente sociedad en la que se sitúa la historia. Debido a la fama de la novela, el término Gran Hermano se popularizó, promoviendo su uso colectivo, para referirse a gobiernos autoritarios o para definir la vigilancia excesiva a la que están sujetos algunos grupos humanos, así como en relación al control de la información que ejercen algunos tipos de gobierno.

Fig. 34: Cartel que aparece en la película *1984*, dirigida en 1956 por Michael Anderson, basada en la novela de Orwell, del mismo título.

Fig. 35: Fotograma de la película, arriba citada

Dicha expresión se ha extendido actualmente debido a la aparición del concurso de televisión Gran Hermano, cuyo nombre hace referencia al personaje literario. Sin embargo, la mayoría de las personas que conocen la expresión de Gran Hermano, desconocen su origen y la carga política que éste conlleva. El Gran Hermano de Orwell, cuya adaptación televisiva se basa en contenidos similares a los que se alude en la novela, no sólo se constituye como el referente de un programa determinado, sino que en mi opinión, abarca la producción televisiva actual.

En el capítulo que dedica Bauman en La sociedad sitiada sobre dicho formato televisivo, se expone claramente el por qué del éxito del *reality show*, cuyo cometido sin embargo se vincula intrínsecamente, con el enjuiciamiento que suscitan las audiencias, el poder de las masas y el uso del objetivo de la cámara a modo de ojo divino que todo lo ve. Según las propias palabras de Bauman, “El mundo que habitamos y recreamos a diario no es, por supuesto, una emisión de Gran Hermano proyectada en la gran pantalla de la sociedad. Gran Hermano no es una fotografía, copia o réplica de la realidad social de estos días. Es, más bien, un modelo condensado, destilado, purificado; podría decirse que es un laboratorio en el que se experimentan con ciertas tendencias de esa realidad social, que de otro modo habrían permanecido ocultas, diluidas o reprimidas, y se las pone a prueba para hacer visible todo su potencial.”<sup>11</sup>



Fig. 36

Fig. 36: Imagen que referencia a la telerrealidad.

11. Bauman, Zygmunt; *La sociedad sitiada*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, Argentina, 2004. *La nueva encarnación del gran hermano*, p. 89.

Así pues, el Gran Hermano no es solamente un tipo de programa, Gran Hermano es la gran masa espectadora, junto con la visión periférica del mundo que la pantalla le proporciona a ésta, un mundo simplificado, condensado eclécticamente y manipulado diestramente a fin de generar no sólo una visión prefabricada de la realidad, sino una visión que se toma como real. Tal como advirtió Elihu Katz, los acontecimientos existen sólo cuando son vistos por televisión, “El mundo se hace presente a la vista como una sucesión de imágenes a grabar, y lo que no puede grabarse en imágenes no pertenece al mundo”<sup>12</sup>. El Gran Hermano, al igual que en la novela de Orwell, sólo observa y dictamina, nunca es visto, no se conoce su apariencia. El Gran Hermano somos todos: A la audiencia se le encomienda el sino de la programación sobre unas reglas preestablecidas, los informativos exhiben cualquier acontecimiento mundial, trátase de un cadáver o trátase de las intimidades de una estrella y el individuo medio, deseoso de emerger del anonimato expone sus cualidades ante el gran globo ocular, bien mediante un concurso, bien a través de un *reality*. Del mismo modo, el espectador puede aprehender en treinta minutos la versión condensada de la dura vida de una familia de mongoles habitantes del desierto de Gobi, mediante una indiscreta y persistente cámara que los acompaña allá donde van y que con detalle acerca al espectador a un mundo, que de no ser por la intromisión técnica, nunca conocería, ni siquiera imaginaría. En relación con lo citado, cabe mencionar a Andy Warhol quien ya auguraba en los setenta el sino de la entonces creciente sociedad de masas, cuando decía que en el futuro, todos tendríamos 15 minutos de fama.

Entonces ¿A qué se debe el éxito de dicha representación de la realidad? Según Bauman, el éxito de tales programas, reside en que en primer lugar, los participantes reproducen con exactitud la historia de vida de quien está mirando, generando en el observador una idea sobre su existencia, muy similar a la que ya poseía.

12. Bauman, Z., op. cit., p. 198

Sin embargo, esta versión de la vida cotidiana, tras la criba televisiva a la que se somete antes de llegar al espectador, aparece ante nosotros reducida a sus elementos mínimos, mostrándose con tal pureza que no da lugar a la imaginación. Los soportes de telerrealidad, no sólo definen los cometidos humanos, sino que a modo de seres divinizados, guían a sus televidentes acerca de qué y cómo deben pensar; también dirigen a las audiencias, hacia el procedimiento que determinará el futuro de los que participan en los medios; y crea sentimientos de impaciencia y curiosidad extrema al espectador, mediante cortes en la emisión, hecho que le obligará a permanecer atento hasta que ésta vuelva y se descifre el enigma mentado. Llamémosles artificiosos medios de procurar la atención, llamémosles comportamiento humano en su conjunto. Sin embargo, la esencia de estos es sin duda alguna, que los medios son quienes definen la representación mediática de la realidad y su cometido entre las masas.



Fig. 37



Fig. 38

Pero ahora bien, centrémonos de nuevo en la imagen del antihéroe, del individuo-producto de entretenimiento o del bufón. ¿Por qué la sociedad se ha servido siempre de la parte ordinaria del ser humano para propiciar humor o crear audiencias en el ámbito del espectáculo?

Fig. 37y 38: Terry Richardson, ca. 1998- 2004; Johnny Knoxville y Steve O.

La inclusión de ambas imágenes, se debe a que las dos figuras que aparecen son una muestra clara del individuo producto de entretenimiento. Se trata de los componentes de Jackass, un reality estadounidense, donde ambos personajes (Entre otros) retransmiten públicamente diversos modos de autolesión.

Si bien, tipologías siempre las ha habido, donde entre los personajes de clave dramática y seria, se nos muestran los burlescos personajes que personifican la mediocridad humana; el individuo-tipo ha dejado de existir entre los telones mediáticos, para consolidarse como el representante de la colectividad a la que pertenece, al ciudadano medio, a las masas. Con la estetización de la cotidianeidad o de lo habitual y la normalización de lo considerado suburbano e incorrecto, se consigue definitivamente la consolidación de una cultura media al alcance de todos. Y este hecho, se percibe con claridad mediante la instauración o normalización de la contracultura o corrientes que emergen a modo de movimientos subversivos, que posteriormente, se insertan en la cultura oficial o fenómenos de masas, para terminar consolidándose socialmente como elementos de alta cultura.

#### 4.3 PÉRDIDA DE LA DISTANCIA ENTRE CULTURAS (ALTA Y BAJA) FALSOS HÉROES

Frank Zappa explicó así la diferencia entre ambos campos: *La cultura oficial sale a tu encuentro, pero al underground tienes que ir tú*. Sin embargo, este culto a los elementos que componen la baja cultura, se ha ido adentrando en las bases temáticas de los medios masivos, convirtiéndose pues, en la clave fundamental para generar audiencias. Así pues, lo que comenzó siendo como un movimiento subversivo y de sectores aislados, se ha convertido en una constante dentro de cualquier ámbito cultural, extendiéndose e imbuyéndose hasta formar parte esencial en la llamada “cultura oficial” o de la “cultura media”. Con frecuencia, artistas y estilos de éxito masivo han comenzado siendo fenómenos subversivos de público reducido que proliferan hasta extenderse a todos los sectores de masas. El camino también se recorre en sentido contrario, fenómenos ayer masivos pueden quedar mañana reducidos a grupos de culto.

Sin embargo, el underground, no sólo muestra el modo en que se aúnan los dos grados de cultura. El underground, simboliza algo más. Con este movimiento se comienza a perfilar el verdadero interés del público. Atrás quedaron los prodigios humanos que desfilaban entre los decorados, elaborados para recrear una parcela exenta a la cotidiana. El requerimiento del espectador es otro, la conexión directa con lo circundante en concomitancia con el entretenimiento. Los autores que pertenecieron al underground, quizás, no representan de modo categórico los componentes mediáticos de estos momentos, pues si bien, éstos se distinguieron por ser un grupo subversivo, exento a la oficialidad, los media encarnan todo lo contrario. Sin embargo, sí que considero a dicho movimiento como el predecesor de la hipervisibilidad mediática que hoy nos acontece. Sin duda alguna, dicha hipervisibilidad es oficial, se acepta socialmente, guste o no, convirtiéndose en líder de audiencias. Los escritos a modo de diario de Burroughs, bien podrían ser la narración de un Reality, o la declaración descarnada de quien regala su intimidad en un plató. La aparente rebeldía del movimiento underground, en oposición directa a los cánones morales de aquel momento; no sólo despertó el interés del sociado público, sino que marcó un comienzo en la aceptación de lo considerado “políticamente incorrecto” y en la exhibición rotunda de las tragedias cotidianas, como elementos de entretenimiento. Un ejemplo con respecto a lo anterior, lo encontramos dentro de la literatura. Existen ciertos autores, que desde una posición exonerada a lo establecido, nos presentan de modo directo, los pormenores del ser alienado por medio de las drogas y nos sitúan en las precarias y sombrías realidades en las que habitan con toda desinhibición. Con su peculiar desconexión narrativa, consiguieron crear seguidores, hasta el punto de convertirse en tendencia, lo que ocasionó que fuesen imitados hasta el punto de crear una nueva estética. Ello simbolizó la banalización de sus principios, lo que hizo que alguno de sus componentes se posicionase ante tal frivolidad. La clave de su éxito, reside en el hecho de no haber sido aceptados por la crítica oficial en sus primeros momentos. Circunstancia que los ha convertido en autores de culto, que con el tiempo, han sido transportados a la oficialidad. ¿El hecho de haber sido aceptados

socialmente diluye la estética inmunda y sórdida que los caracterizaba? ¿El “mal gusto” desaparece? No, la estética sigue siendo la misma, lo único que se colectiviza y se torna aceptable, lo “políticamente incorrecto” ha dejado de serlo, por el hecho de moverse entre la homogeneidad de la masa.



Fig. 39

La música underground, se presentó ante las masas como una alternativa cultural, que hizo del rencor la clave de su éxito. De su oposición a la norma consiguieron ganarse al gran público, hasta el punto de que algunas de sus figuras terminaran siendo veneradas, obsequiando a sus seguidores con unas sórdidas vidas, que no muy tarde dejarían jóvenes cadáveres. Las imágenes de dichas figuras han generado grandes beneficios a sus sucesores, tras la filtrada apariencia del que está enojado con el mundo. De ahí constatamos, que incluso cuando se procesa la fuerte crítica a la sociedad de consumo, se desencadena aún más consumo.

Fig. 39: Imágenes de la campaña publicitaria (2007), para la que se rescató la imagen de cuatro ídolos de la contracultura (De izquierda a derecha): Kurt Cobain, Sid Vicious, Joey Ramone y Joe Strummer.

Las controvertidas imágenes de Kurt Cobain, Joey Ramone, Joe Strummer y Sid Vicious, no sólo perfilan la fructífera unión de la decadencia y del éxito masivo, sino que no se encuentran tan lejos de la imagen del bufón, antes mencionada. Sus excentricidades y destacadas personalidades, en comunión con la exaltación de la actitud propia del que se pasea por su casa, no sólo sirven como muestra del trasvase mediático de la ocultación a la oficialidad o de la privacidad al espacio público; sino de cómo la descarnada actitud del que se exhibe, consigue ser gustosa para el público.

Con respecto a las personalidades arriba mencionadas, no se puede eludir, comentar la indignación pública que trajo consigo el uso de las imágenes de estas figuras del rock, para la campaña publicitaria de una marca de calzado. En la campaña, se mostraba a éstos como si de dioses se tratase, enaltecidos mediante el uso de togas blancas y ubicados en un entorno celestial. Según los publicistas, lo que se pretendía era elaborar un tributo a los desaparecidos líderes del rock, hecho para el que por lo visto debieron olvidar consultar los derechos de imagen a los encargados de su imagen pública. Tal suceso, destapó la ira ideológica de quienes se sentían seguidores de una contracultura que rechazaba los arquetipos de la sociedad de consumo; además de los familiares, quienes ni si quiera sabían que dichas imágenes iban a ser objeto de divulgación comercial. Finalmente, la campaña fue censurada, consumándose tal percance con el despido de los publicistas, por la marca comercial. Con tal hecho, se observan las incongruencias ideológicas que conviven en la sociedad de masas. Por un lado, accedes al estrellato mediante los dictados de la rebeldía; por otro lado, no quieres verte inserto en el circuito comercial del que ya eres partícipe.

Otro ejemplo claro, lo encontramos en la publicación *American Splendor*, que es una serie de cómic autobiográfico creada en 1976 por el guionista estadounidense Harvey Pekar. La mayor parte de las entregas y novelas gráficas fueron dibujadas por su amigo Robert Crumb, pero también intervinieron otros artistas como Gary Dumm, Frank Stack y Joe Zabel. El hecho de que fuesen varios

dibujantes y no uno, quienes relataban en sus viñetas la rutinaria vida de Harvey Pekar denota la intención de sus autores, de dejar patente la multiplicidad de versiones, de los mismos hechos, incluso de la misma persona. De este modo, entre los trazos de cada dibujante se vislumbra una individualidad unitaria, que si bien lo que se plasma es la misma realidad, ésta se proyecta y se abre al público de un modo particular, exento de objetividad. Lo mismo ocurre con nuestra aceptada televisión, con la que nos muestra nuestra realidad, pero proyectada tras pasar los subjetivos filtros del emisor.

Harvey Pekar (Guionista y protagonista de American Splendor) muy influenciado por esa subcultura tan extendida en Estados Unidos busca una alternativa a los superhéroes tradicionales y a los cómics políticamente incorrectos (como los de su amigo Robert Crumb) y pretende contar a quien le interese, las desventuras de un americano medio como él.

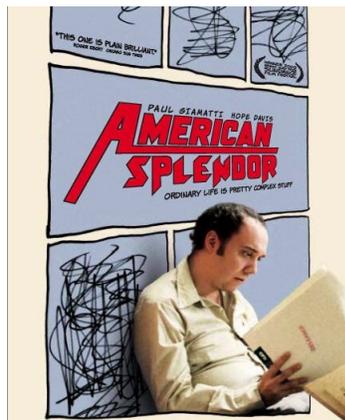


Fig. 40

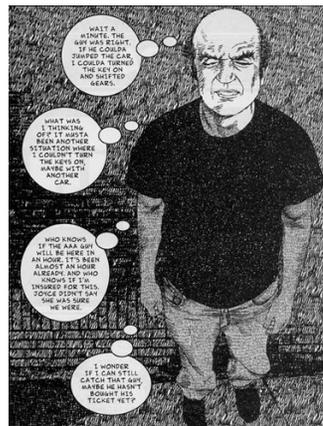


Fig. 41

Y es ahí, donde reside la particularidad de esta obra, que trataba la vida cotidiana de un trabajador americano normal, en una época en que la mayoría de la historieta trataba sobre aventuras fantásticas.

Fig. 40: Cartel de la película American Splendor, basada en los cómics del mismo nombre, dirigida por Shari Springer Berman y Robert Pulcini, 2003.

Fig. 41: Ilustración con la que caracteriza a Harvey Pekar en un número de American Splendor, ca. (1967-1983)

American Splendor, constituye un ejemplo veraz y claro de cómo se colectiviza la rutinaria vida de un ciudadano medio. Como si de un reflejo especular se tratase, el lector no sólo se ve reflejado en su caricaturesco alter ego, sino que siente curiosidad por las futuras aventuras en las que incurrirá el verídico personaje. Quizás, el éxito de este formato, reside en la capacidad de aunar un personaje veraz, en situaciones creíbles, pero con una dosis de exageración, que a modo de Don Quijote, lo convierte en reclamo para las masas.

La presencia de los fastuosos superhéroes, cuyos poderes todo lo pueden han sido desbancados. Quizás, la gestora de estos cambios haya sido la técnica. No solamente por sustituir el soporte en el que se presentan las nuevas narraciones, sino porque en el momento en el que todo ciudadano sabe que realmente la técnica es la que todo lo puede, ya no se requiere de la grandiosa imagen de un ser sobrehumano al que nadie cree. El ensimismamiento perceptivo del espectador se manifiesta ante el héroe cotidiano, que es quien realmente se enfrenta a los problemas reales, a la dura realidad a la que pertenecemos todos.



Fig. 42

Fig. 42: Terry Richardson, ca. (1998-2004)

#### 4.4 EL USO O ABUSO DE LA CONDICIÓN DE INDIVIDUO COMO PRODUCTO

Con respecto al uso que se le da al individuo dentro del ámbito del espectáculo, podemos señalar diversos rasgos.

Por un lado, tal como hemos citado, la noción de conjunto representado a través de las audiencias es determinante para el funcionamiento de los diversos formatos, una parte del poder reside en ellas. Por otro, cabe resaltar la idea de sujeto prefabricado que se nos presenta con la naturalidad que caracteriza a cualquier humano. Incidiendo en la segunda premisa, destacamos que: El individuo anónimo y común al conjunto de la masa es necesario, con el fin de dotar de mayor credibilidad a los medios; las peculiaridades, debilidades, dudas o rasgos que lo hacen ser un humano más, son usadas como símbolo de lo común o como algo que se debe mejorar; de tal modo que se castiga o premia públicamente al sujeto mediático, a través de los dictados morales del conglomerado social.



Fig. 43



Fig. 44

Fig. 43: Toby Radloff, uno de los protagonistas caracterizados en el American Splendor. El uso de esta imagen es debido a que se vincula estrechamente con la noción de individuo producto de entretenimiento.

Fig. 44: Violeta Esparza, 2006; El reflejo. Obra en la que opera la idea de identificación del que observa, con el observado.

Sin embargo, ese trasvase de la vida real a los medios, se corresponde con esquemas prefabricados por los que, la competencia cotidiana entre individuos o los defectos que componen al mismo, se potencia dentro de su representación mediática. La identidad del ciudadano anónimo que aparece en los medios, queda reducida a una ficha personal en la que lo único destacable es; su estado civil, nombre, oficio, edad y lugar donde habita, dejando al espectador que configure la completa identidad de éste, en función de sus demostraciones ante el gran público. Por lo que finalmente, lo que los medios propugnan, es la conformación histriónica de cada una de las identidades que aparecen concatenadamente desnudando su alma, para el esparcimiento del resto. La pervivencia en los medios de dicho producto, depende de hasta donde éste quiera llegar o hasta donde las audiencias se lo permitan. Así pues, el individuo mediático es un ser prescindible e intercambiable, ya que no posee ninguna cualidad que lo configure como único. Lo único que lo construye como diferente a lo común es su existencia dentro de la pantalla, esfera a modo de escaparate donde el espectador podrá hacer de él un héroe o un villano, el representante de la colectividad o un indeseable del que se quiere desprender.

Un ejemplo de individuo mediático dentro de nuestro territorio nacional es Santiago Segura, quien a través de medrar insistentemente entre concursos, en los que se distinguiría del resto por su conducta exacerbada, ha conseguido escalar en los medios de tal modo, que sus producciones se han convertido en las más consumidas de la historia en nuestro país.

Así pues, ante la pregunta de cómo se usa al individuo mediático, responderé que a modo de representante de la colectividad; como ser intercambiable y prescindible, mutable mediante un guión preestablecido, juzgable por el resto, carente de privacidad, caricaturizado y con una identidad prefabricada. La aparente naturalidad con que se nos muestra, corresponde a una criba anterior a su presentación mediática. Todos podemos ser el individuo mediático, sin embargo, no todos lo somos.



Fig. 45

#### 4.5 SOBRE LA EXTENSIÓN DE LOS FORMATOS MEDIÁTICOS:

La alianza información-entretenimiento, es la industria mundial en expansión con más poder. Con el aumento del tiempo libre del ciudadano, se requiere de un elemento de recreo, que a la vez que mantiene a éste distraído, potencia su afán de consumo. La industria del entretenimiento, en sus diversas manifestaciones, subraya hoy el índice de vida de los países y de las personas. La televisión es sin duda, el ejemplo más evidente del aunamiento de las dos culturas; con ella, se consigue crear una nueva cultura oficial capaz de llegar a todos los sectores sociales. El pastiche televisivo no es otra cosa que la intención de captar al mayor número de público, aunando todo tipo de elementos a fin de que no quede ningún recoveco mediático con el que el espectador quede insatisfecho. Cabe señalar, que en el contexto mediático, el sector público se está desplazando hacia el privado, recogido por oligopolios de diversos perfiles, cuyas retransmisiones no son sino manipulaciones al servicio de los intereses que las patrocinan o apetecen.

Fig. 45: Imagen donde posa Santiago Segura junto a José Mota, promocionando su última producción teatral; EFE, 2007

Nos encontramos ante un sistema global de entretenimiento, que dominado por la alianza entre las multinacionales y las fuerzas del poder político-económico, el ciudadano no elige lo que quiere ver, sino lo que se le ofrece para ver. Es cierto, que en los anteriores puntos he alegado que el poder reside en las masas y lo sigo manteniendo, pues aunque la información que se nos procura pasa antes por el filtro del poder directivo de cada cadena, al final es el público el que decide lo que se seguirá retransmitiendo y lo que no; de ahí el poder que le atribuyo. La censura sigue existiendo como mecanismo de dominación de las masas, el efecto narcotizante del entretenimiento mediático consigue mantener la ligazón del público, que ensimismado y agotado por su rutina diaria da a los medios el poder de liberación de sus mentes. Todos los poderes precisan no sólo controlar la realidad, sino la interpretación que se hace de ésta. Todos los poderes requieren, que en algún momento se haga silencio sobre sus quiebras políticas, como manera de conseguir la impunidad que necesitan. Los poderes tratan de que no se publiquen ni difundan las noticias que les perjudican. Sin embargo, lo que no se advierte es que la exasperante unión entre poder y medios de masas, lejos de coaligar las diversas culturas que pueblan el globo terráqueo, nos infunde un modelo de vida tomado de la gran USA. Los modelos y formatos mediáticos devienen de los EEUU, cuya difusión posee un alcance inimaginable. El modo de vida americano, se nos muestra como el modelo válido de convivencia ciudadana, como lo correcto y como lo que se debe hacer. Si viajásemos alrededor del globo y preguntásemos sobre lo que se conoce de la cultura norteamericana, seguramente, en cualquier parte del mundo, mencionarían los mismos patrones que ya sabemos. La hegemonía de los productos “made in USA” son el sustento de la cultura popular.

El avance técnico, favorece dicha difusión, mientras la fuerza global de los medios ya ha perpetrado en nuestras vidas, cuyo cometido es la propagación de unos modelos de conducta importados y la distribución universal de la misma programación, versionada y traducida. El control de los medios sobre el público no se diferencia ya en ningún rincón del mundo, tampoco la necesidad diaria que se

tiene de ellos, son la correspondencia actual del “pan y circo” romano. De este modo, los espectadores se sienten con el poder de elegir con un mando a distancia, mientras entretenidos, fijan sus intereses en los banales y condensados ingredientes que se les muestran del mundo.

## 5. CONCLUSIONES:

Cabe resaltar, que la hipervisibilidad mediática y la estetización de la mediocridad, no sólo se proyecta en el ámbito de los media, sino que sus características se extienden por el ámbito de lo visual, incluyendo al arte. De este modo, no podría concluir sin mencionar que el arte, también hace de sus producciones un archivo colectivo de la esfera de lo común, aunada al espectáculo y a la exaltación de las masas. En este caso, la esfera de lo privado deja de serlo para adentrarse en el campo visual de la colectividad. La idea de la supresión de barreras informativas, cada vez nos acerca más al concepto de la “aldea Global” de McLuhan, el “voyeurismo” no solo permanece detrás del objetivo de la cámara o del estudio del pintor, para proyectarse y abrirse hasta la esfera de lo público, sino que se conjuga con la necesidad que tiene el público de conocer lo oculto. Nada más queda entre telones, que lo que el poder no quiere mostrar y que con soltura suple a través de otras proyecciones.

Así pues, las imágenes son indispensables para crear el impacto visual en las masas, cuanto más osada sea la imagen, más estímulos psicológicos controla, más se exalta lo privado y más se democratiza la imagen. Así se tiene el control de la masa. Lo mismo ocurre con los *talk-shows* televisivos, la *prensa rosa*, los *paparazzi*, los programas donde se entroniza el culto hacia el dolor y el reflejo histriónico de los *reality-shows*. Todo esto, no son simplemente los pormenores de los medios masivos, son la muestra manufacturada del mundo que nos rodea, la esencia conformada de nuestros intereses. La imagen del bufón persiste, se involucra

desde la mediocridad, ha variado desde los primeros tiempos, pero sólo en forma, no en esencia. La aparición del ciudadano medio en la representación mediática de la realidad, se corresponde no sólo con dar mayor verosimilitud a ésta, sino como analgésico, pues la voz popular posee un representante en los medios.

Sin embargo, dicho representante popular se desnuda tras su pérdida de anonimato, exhibe sus humanas imperfecciones dotando al público del aliciente requerido para que exista el espectáculo. El culto hacia lo inédito, existe desde sociedades primigenias; la ironía y la sátira que procesa el grupo homogéneo hacia el simulacro humano, es y será una constante. La pérdida de intimidad, aúna los intereses de quien desde la distancia observa la sucesión de imágenes que instan a que los avatares de los demás, hagan los propios más llevaderos.

Todo este discurso podría reducirse con una cita de Walter Benjamín que aparece en La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica: “La humanidad, que antaño, en Homero, era un objeto de espectáculo para los dioses olímpicos, se ha convertido ahora en espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden...”<sup>13</sup>

13. Benjamin, Walter; La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, Discursos Interrumpidos I, Taurus, Buenos Aires, 1989, p. 57

## 6. SOBRE EL PROYECTO:

### 6.1 PARTE CONCEPTUAL

Tras este recorrido de referentes, nos ubicamos en la parte potencial del proyecto, el concepto. La idea central de éste se sitúa en torno a cómo la sociedad ha hecho y hace uso de las peculiaridades humanas con propósito de consumo; el ser humano como producto y la conformación de una cultura media, apta para las masas.

Como ya hemos podido observar, tras el breve recorrido histórico citado, la exaltación de los caracteres grotescos del ser humano, fue uno de los modos primigenios de ridiculizar nuestra naturaleza, bien a través del maquillaje o por medio de las máscaras; sin embargo, en un contexto alejado de la cotidianeidad, en el cerco de la actuación y del teatro. Tal como se ha dicho anteriormente, los medios de masas se han incorporado inevitablemente en nuestras vidas, forman parte de las mismas, nos sugestionan, nos conducen, nos hacen partícipes de su realidad, que por lo tanto es la nuestra. Así pues, del mismo modo que en el ámbito del espectáculo circense se hizo uso de las peculiaridades del ser humano, hoy los medios televisivos sustentan sus audiencias en los mismos contenidos. Sin embargo, la forma ha variado, si las anomalías físicas de una persona, la invalidaban para convivir entre la homogeneidad de la masa y cuyo único recurso de vida se situaba en su exhibición en las ferias humanas; hoy en día, no se hace tanto uso de la anomalía física como de las cualidades que nos definen a todos. La esencia es la misma, el ser humano exhibido a modo de curiosidad morbosa, el ser humano que airea sus inmundicias, lo oculto, lo privado, sigue pretendiendo formar parte de lo público. El concepto *freak*, ha variado, se ha extendido a otros sectores. Hoy en día, una persona que posea anomalías físicas o psíquicas no está destinada a un carronato de feria, no es ocultado ni detestado, del mismo modo que se hizo en otro momento. Ha dejado de ser *freak*, para

denominarse discapacitado, para estar aceptado y desenvolverse entre la masa como uno más. Mientras que lo físicamente normalizado, lo considerado canónico, propio de la normalidad, busca su parte más excéntrica para distinguirse de la uniformidad social. Las exhibiciones de quiméricos fenómenos antinaturales, ya no se encuentran exclusivamente en el ámbito nómada de la feria, están en la televisión, por lo tanto en nuestras casas, así pues en nuestras vidas. Por otro lado, elementos que podrían tacharse de exóticos y que a comienzos del s.XX serían exhibidos en los museos de anatomía hoy disfrutan de una gran acogida estética, instaurándose como modas y convirtiéndose en símbolos de identidad y en ideales de belleza.



Fig. 46



Fig. 47

Fig. 46: Charles Eisenmann, ca. 1900; Figi Jim and Wife. Imagen perteneciente al muestrario de freaks exóticos en un museo de anatomía.

Fig.47: Anuncio en prensa de los diferentes modelos de un peinado africano, de moda sobre 1960. De este modo, observamos cómo elementos pertenecientes a sectores del espectáculo o de minorías, pueden convertirse en tendencia.

Tal como cita Sontag, con respecto a la obra de Arbus, diremos que: “La década del trabajo serio de Arbus coincide con, y es muy típico de los años '60, la década en que los monstruos se hicieron públicos y se transformaron en un tema artístico seguro y probado. Lo que en los '30 se trataría con angustia... en los '60 se trataría con absoluto descaro y franca complacencia (En los filmes de Fellini, Arrabal, Jodorowsky, en las historietas *undeground*, en los espectáculos de rock).”<sup>14</sup>

“La subversión estética, que se volvería tan típica de los '60, hace la vida como un desfile de horrores un antídoto contra la vida como tedio”<sup>15</sup>. “Lo monstruoso ya no es una zona privada de difícil acceso. Todos los días se ven gentes estrafalarias, sexualmente denigradas, emocionalmente huecas, en los puestos de diarios, en TV, en los subterráneos. El hombre hobbesiano merodea en las calles, a plena luz, con adornos brillantes en el pelo”<sup>16</sup>.

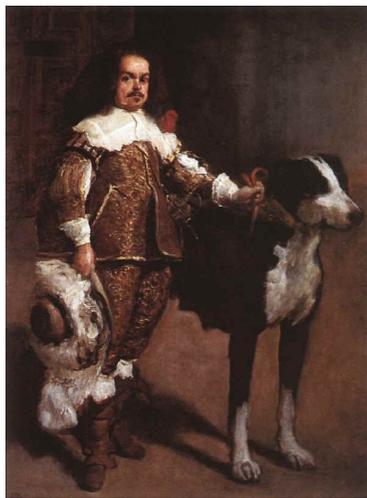


Fig. 48



Fig. 49



Fig. 50

Fig. 48: Velázquez, 1640-45; Don Antonio el Inglés.

Fig. 49: Wood, 1875; Gen. Mite.

Fig. 50: Mad Meg, 2006; Monstre Polydactyle.

14, 15. Sontag, S., op. cit., pp. 53-54.

16. Sontag, S., op. cit., pp. 55-56.

Atendiendo a estas cualidades, lo pretendido en el proyecto, no es otra cosa que establecer una similitud, vínculo o conexión, entre las ferias humanas de antaño y nuestro espectáculo mediático actual, la cotidianeidad.

Por lo tanto, la idea central es que cualquier tipo humano, hoy puede instaurarse en el contexto de lo espectacular haciendo uso de su razón, sin representar, ni actuar, ni siendo profesional o diestro de la interpretación, solamente comportándose tal como es, un producto prefabricado de los medios. La parte oculta de la sociedad ha dejado de serlo, para ser presentada oficialmente ante la humanidad. Para la consecución de tales propósitos, retomaré en los planteamientos conceptuales el pastiche y la cita, señalados en el capítulo cuatro; de este modo, aludiré a las producciones elaboradas por los autores ya mencionados. A la vez que haré uso de una serie de recursos formales que complementarán y elaborarán la lectura que se pretende de la obra.

## **6.2 PARTE PLÁSTICA**

La parte visual del proyecto se compondrá de una serie de siete cuadros (serie que posteriormente se pretende ampliar) en los que aparecen retratadas personas contemporáneas y anónimas. En la parte inferior de cada obra, se dispondrá una ficha identificativa, que aludirá a cada uno de los retratados. Ésta será dibujada a lápiz, sobre el propio muro y mediante plantilla, a fin de que se perciba la mayor similitud posible entre las mismas. La ficha se asemejará a la información que se da de un individuo anónimo, cuando es presentado ante los medios. De él se dice generalmente: el nombre, la edad, el oficio y el lugar de donde procede. Toda una vida y todo un perfil psicológico, queda sintetizado en una ficha técnica. De tal modo que, con la inclusión de ésta debajo de cada una de las obras, obtendremos un significado más preciso de lo que se expone. Por otro lado, el hecho de que la ficha se materialice mediante el grafito y no con otro material, se

debe a que lo que se pretende es conferir un carácter efímero a las mismas. La identidad de cada uno de los representados es provisional, al igual que su permanencia en los medios, sus identidades deben ser precisas y condensadas, a la par que difusas, pues los medios no competen en dar importancia a tales pormenores. El resultado de la aparición pública de cada individuo, vendrá determinada por su actuación en la escena. Actuación que será determinante para configurar una nueva identidad, una identidad pública en concomitancia con su proceder en los medios. De este modo, “un tal Francisco Sánchez de Sevilla”, puede dejar de serlo, para convertirse en “El que ganó el concurso aquel”. Por otro lado, lo que se pretende situando cada una de las fichas en la parte inferior de cada obra y no en el punto de visión del espectador, es completar la noción de escasa importancia que tiene una identidad humana en los medios. De este modo, el espectador deberá acercarse y bajar su mirada casi hasta el suelo, para poder conocer las reseñas del exhibido.

Con respecto al proceso de elaboración de cada retrato, cabe mencionar que su plasmación final viene dada por un proceso de correspondencias formales entre dos imágenes: un retrato fotográfico que sirve de referencia, para elaborar una imagen nueva, entre las que se perciben vínculos de semejanza. Para ello, se seleccionaron una serie de imágenes, pertenecientes a los museos humanos estadounidenses de comienzos de siglo. Tras esta selección, se buscaron los sujetos contemporáneos que pudiesen presentar una correspondencia visual o de contenido con cada una de las anteriores. La semejanza que se establece entre ambas imágenes, con respecto a la vinculación de sus cualidades formales, fue hecha atendiendo a diversas características:

*-Símil por elemento exótico:* Éste se establece tras la observación de que ciertos elementos tribales, anteriormente considerados tan exóticos como para ser exhibidos en las ferias, hoy son usados como elemento estético e identificativo de algunos sectores sociales, que más tarde se colectivizan hasta convertirse en moda.

Ej. Mujer tatuada de circo-Mujer actual que posee un tatuaje, Hombre salvaje de feria-Hombre actual con estética antisistema.

*-Símil por analogías físicas:* Se establece mediante la comparación sutil de los rasgos físicos de dos personas. Con este recurso, encontramos que un físico corriente, llevado al extremo puede convertirse en objeto de exhibición. Como es el caso de un hombre que opte por dejarse una larga barba o una mujer tendente a la obesidad que no pretenda tomar medidas médicas a fin de que su problema no se agrave. Los ejemplos que se usarán serán: Hombre con larga barba que se exhibe-hombre corriente con barba, Mujer gruesa perteneciente a una feria-mujer de mediana edad con ligero sobrepeso.

*-Símil por posición:* El símil por posición, surge de relacionar la imagen de una persona que sufre una anomalía física como una amputación, pongamos por caso, con la imagen de una persona que no sufre ninguna y sin embargo, observada desde el ángulo adecuado, puede parecer que la tenga. Para ello, se ha establecido una similitud entre: Una persona amputada y una persona que no posee amputación alguna, pero que desde el punto de vista en que se representa da la sensación de que carece de alguna extremidad y una pareja de siamesas frente a una pareja de gemelas, que mirando cada una hacia una dirección y vistiendo la misma ropa oscura, desde una visión paralela parece que estén unidas por las extremidades.

*-Símil por suplemento:* Surge de vincular a personas que poseen apéndices corporales de más, con personas que no los tienen; sin embargo, éstas portan un objeto que formalmente alude a la extremidad que su semejante posee de más. Ej. Persona con tres piernas- Persona con bastón, que alude a la posesión de una tercera pierna.

-Ficha técnica de los cuadros:

Los retratos están hechos mediante la técnica del óleo, en un soporte de tela (lino), de dimensiones 195x 130 cm.

## 6. 2. 1 PROCESO DE RECOPIACIÓN DE DATOS:

El proyecto relatado, ha sufrido diversos cambios de rumbo desde su comienzo. En sus orígenes, lo que se pretendía era recopilar imágenes al estilo de Arbus y tras contar con un número considerable de identidades, recrearlas a través de la pintura. En definitiva, de lo que se pretendía hablar era de la parcela clandestina de la humanidad y de su exaltación pública a través de las diversas artes. Sin embargo, al indagar sobre el uso del ser denostado que pervive en los medios, se fueron abriendo vetas que me orientaban hacia otro punto. Lo recóndito de la humanidad ya no es tan inescrutable, puesto que ya se ha emplazado públicamente a través de las artes. Sin embargo, el interés que suscita a las masas, la noción de individuo corriente que ansía mostrarse públicamente; reiteraba en todos los recovecos mediáticos que observaba. Un hecho que no dista tanto de la idea inicial de la que se partía para la conformación de la propuesta. El individuo medio que anhela la exhibición mediática, posee rasgos comunes que lo identifican y lo hacen más común a las excéntricas colecciones de Arbus, de lo que parece. Desechando la idea de retratar y publicar únicamente la excentricidad proveniente de los recovecos sociales, se decidió retratar la excentricidad en sí misma, es decir, el conjunto de excentricidades humanas que coexisten con la aparente normalidad. De este modo, en primera instancia se optó por usar a individuos corrientes que posaban teatralmente, siempre manteniendo el vacío en los fondos y sosteniendo la noción de conjunto y serie de los retratados.

Tras observar los primeros resultados, se decidió prescindir de las poses teatrales, pues éstas, dotaban al individuo de connotaciones histriónicas, a la vez que se

percibía una pérdida de solemnidad en las figuras retratadas. Por ello, se seleccionaron poses convencionales, mediante las que se rescataría la idea de entorno familiar, en concomitancia con el retrato monárquico y burgués, puntos históricos a los que se apuntaba como referentes estilísticos.



Fig. 51



Fig. 52

Para la selección de los modelos que iban a ser fotografiados, junto con el uso de la pose cotidiana, se establecería una relación de semejanza para el proceso de creación y montaje de la obra; relación comparativa que se afianzó de tal modo que ya no sería descartada. Se trata de la ya mencionada relación entre las imágenes de un museo de anatomía de entre 1900-1950 y el modelo posteriormente retratado. En este caso, lo único que diferenciaría este rumbo del que será determinante para la propuesta final, es que ambas imágenes no sólo serían pareja durante el proceso de elaboración, sino que además, funcionarían como díptico en el montaje expositivo de la serie. Tras descartar los esbozos que se consideraron menos apropiados para la propuesta, se perfilaron los intereses de la misma, mediante la elección de los dictados formales que la cerrarían.

51y 52. Ejemplos de las primeras imágenes descartadas para la propuesta.

Los caracteres que la compondrían vendrían dados de seleccionar posados convencionales de modelos anónimos y contemporáneos, mientras que la selección de los modelos resultó de establecer semejanzas entre éste y el *freak* de feria.



Fig. 53

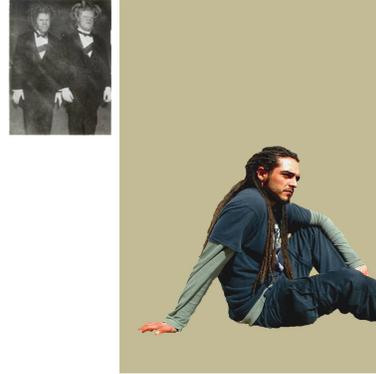


Fig. 54

Así pues, concretamos la idea con la elaboración de unas imágenes cotidianas, elaboradas con la técnica del óleo, a tamaño real y con fondo vacío, bajo las que se descubre una ficha técnica del representado y que aluden al uso que se da del individuo anónimo en los medios de masas.



NOMBRE: Joaquín  
EDAD: 23  
OFICIO: Escultor  
LOCALIDAD: Tenerife

Fig. 55



NOMBRE: Joaquín  
EDAD: 23  
OFICIO: Escultor  
LOCALIDAD: Tenerife

Fig. 56

Figs. 53 y 54: Dípticos descartados para montaje de la propuesta.

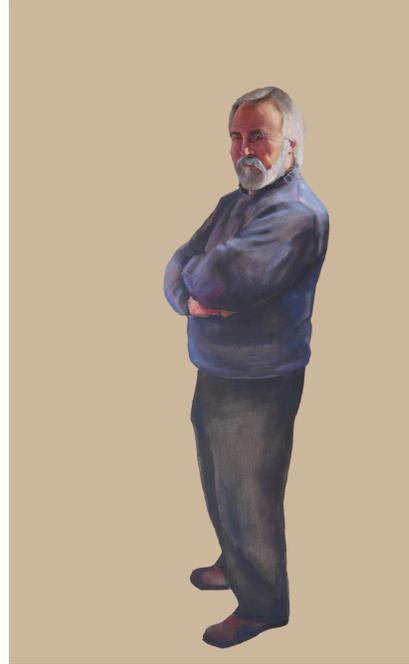
Fig. 55 y 56: Bocetos que sugieren la estructura final de la obra.

**SÍMILES ESTABLECIDOS PARA DESORROLLAR LA PROPUESTA PLÁSTICA**

Símil por elemento exótico



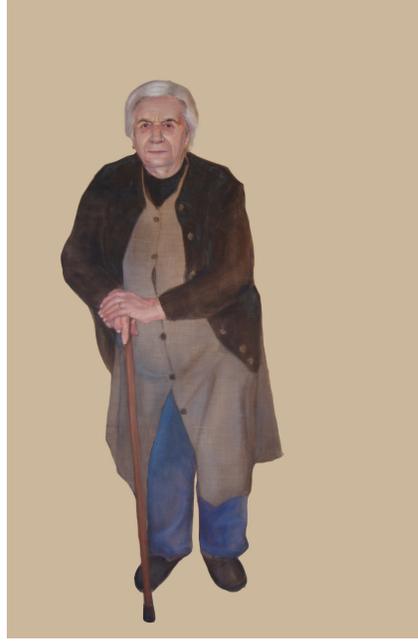
Símil por analogía física



Símil por posición

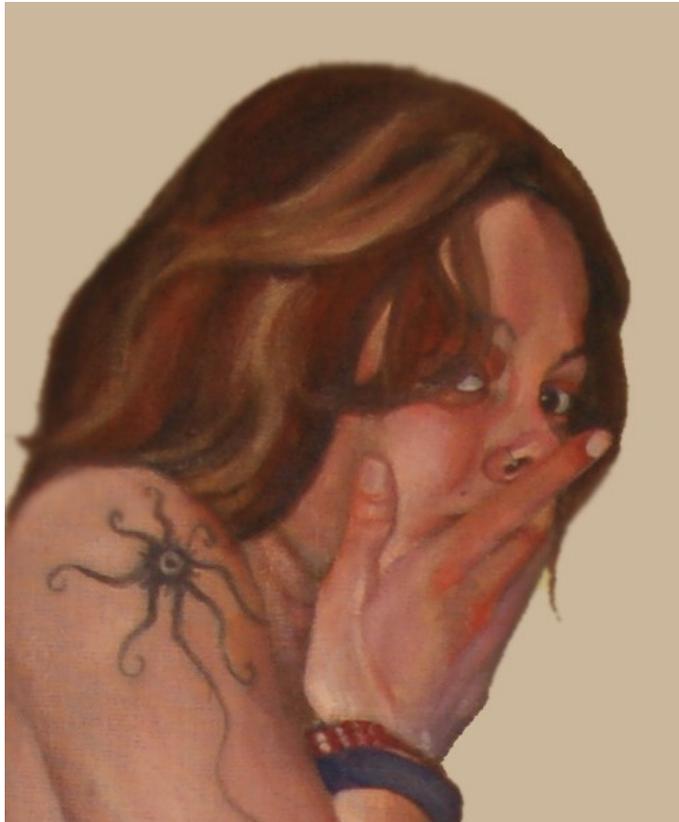


Símil por suplemento



**OBRAS ELABORADAS PARA LA PROPUESTA**





Detalle



Detalle

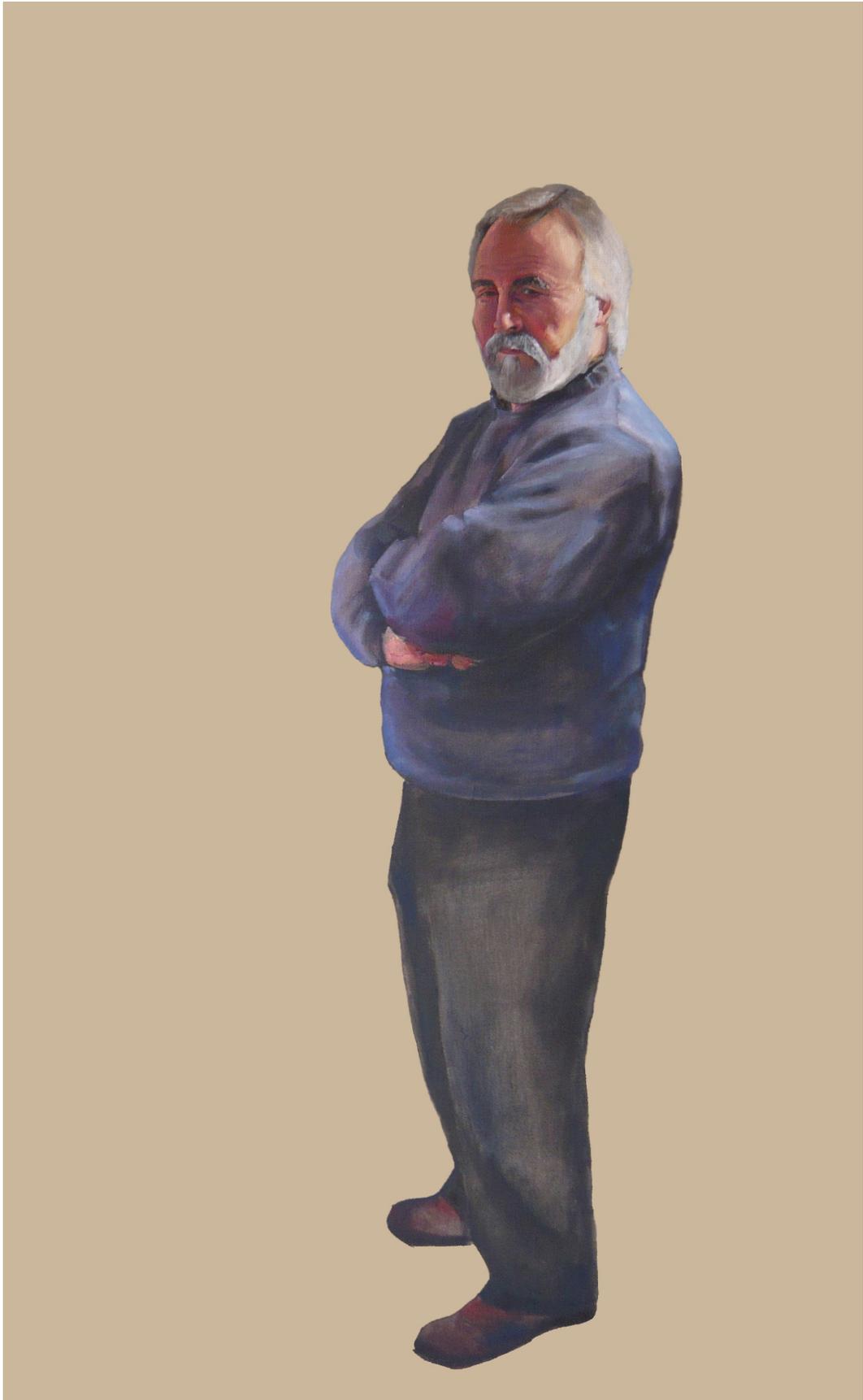


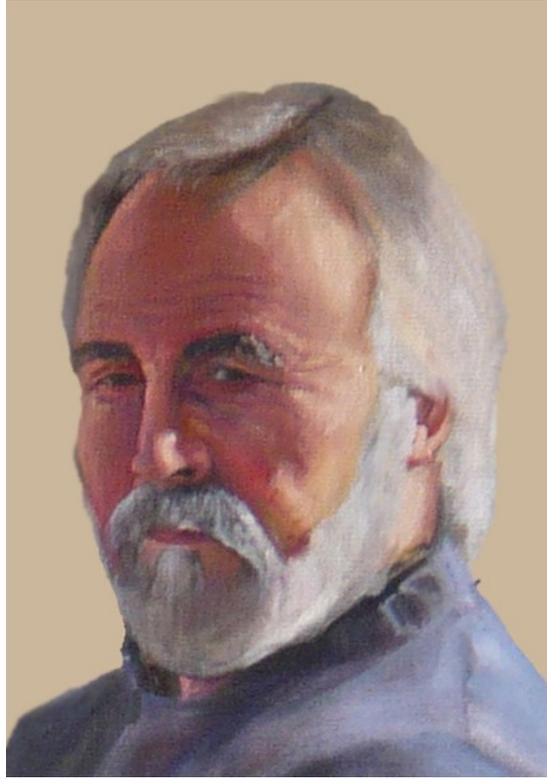


Detalle



Detalle





Detalle



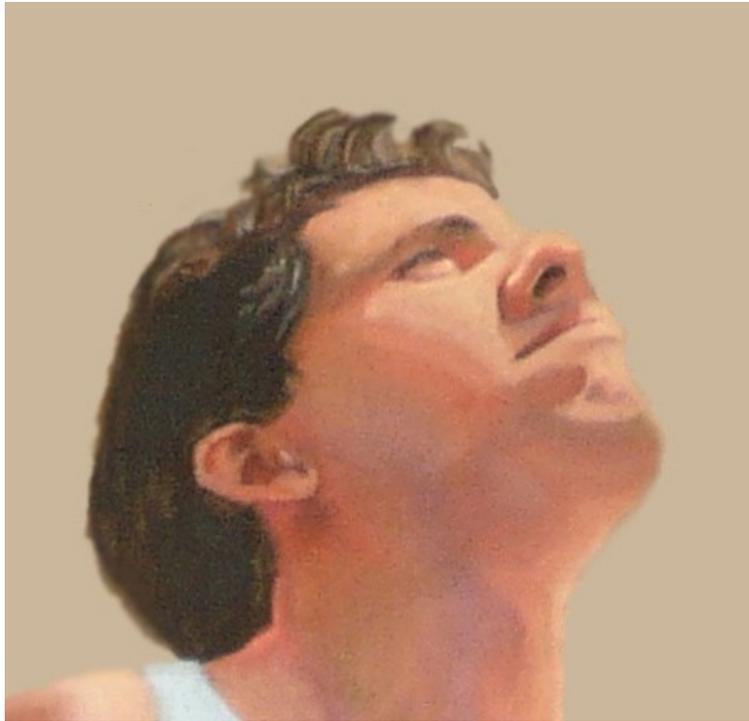


Detalle



Detalle





Detalle

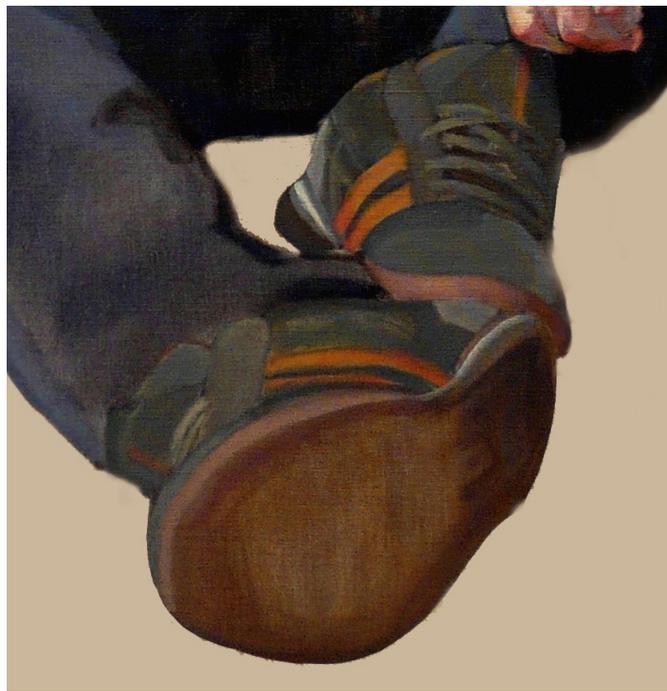


Detalle





Detalle

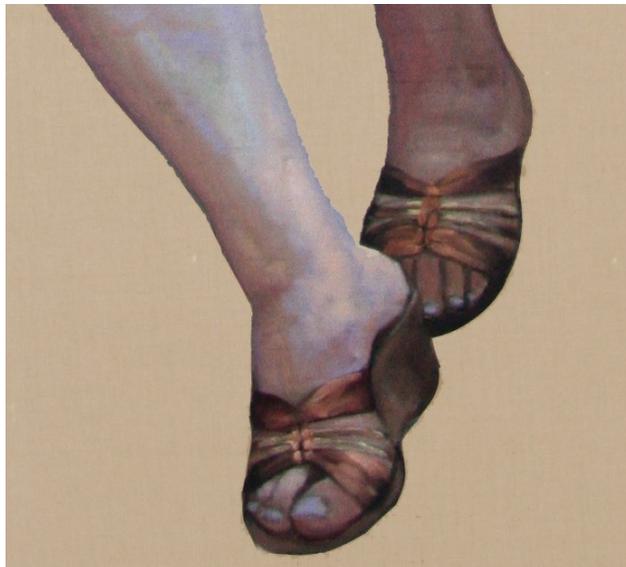


Detalle





Detalle



Detalle

## 6.3 PARTE FORMAL DE LA OBRA:

### 6.3.1 SOBRE EL VACÍO

El retratado, se sitúa en ningún lugar y en todos. El hecho de que no haya ningún referente espacial como fondo de la obra, acrecienta por un lado, la idea de anonimato del sujeto y por otro, la posible ubicación mental de éste en cualquier esfera, ya sea real, virtual o mediática. De este modo, el retratado se despoja de la noción de situación que convierte en narración a la obra. Esto responde al ya mencionado concepto de esquizofrenia acuñado por Jameson, a la desconexión espacio-temporal que caracteriza a los medios masivos, a la postmodernidad. No responde exactamente a la idea de aislamiento, sino a la ubicación del individuo mediático en una esfera común pero separada de la masa. Ello se consigue, mediante la unión de las diversas obras en un mismo espacio y con la presentación de un grupo de individuos, que descontextualizados de cualquier entorno, se vinculan entre ellos, al mismo tiempo que se separan de la colectividad. Desde el punto de vista formal, esta carencia de fondo, además se debe a la estética usada en los referentes de los que parto; tomando como pauta, la escasez de ornamentación en los fondos de los retratos de Velázquez, Carreño de Miranda y José de Ribera, entre otros, y persistiendo en tal ausencia de fondo mediante los retratos fotográficos de comienzos del siglo XX, a los que hago referencia.

En primera instancia, se iba a optar por el uso de un fondo blanco, que emulara a una realidad virtual, más cercana a la noción de ciberespacio; a la vez que se omitiría igualmente el uso de sombras arrojadas. Descartando tal propuesta, se optó por usar como fondo el propio color del lino, color que dota de reminiscencias históricas y de solemnidad a las figuras que en él se ubican.

### 6.3.2 SOBRE LA DIAGNOSTICACIÓN DEL KITSCH

Si se admite la definición del fenómeno *kitsch*<sup>17</sup> como el tipo de comunicación que tiende a procurar el efecto en el espectador, se entiende que éste se haya relacionado con la cultura de masas. En consonancia con lo mencionado y mi proyecto, se pretende la no utilización del efecto, por tanto la ausencia del *kitsch*; así pues, retomar la representación pictórica tradicional como procedimiento y de este modo, hacer uso de la fotografía como mera herramienta, además de como el enclave compositivo de la obra. Para tales fines, se requiere de la imparcialidad del autor, ya que lo que se persigue, es retratar con la mayor fidelidad posible y del modo más objetivo al modelo, salvaguardando por tanto las distancias entre la técnica y la subjetividad del artista. Los únicos efectos utilizados han sido: la iluminación y el picado-contrapicado. Sin embargo, dichos recursos se han aplicado; en el caso de la iluminación como fenómeno natural y como procedimiento técnico que configura volúmenes y en el de los picados, como propiedad ineludible de la herramienta usada (fotografía) o para ajustar las composiciones. Por lo tanto, pretendiendo el alejamiento del efectismo subjetivo.

### 6.3.3. SOBRE EL TIPO (SU ELIMINACIÓN)

A pesar de la vinculación de cada uno de los sujetos retratados con la imagen fotográfica que los acompaña, lo que en realidad se pretende es la supresión de tipicidad. De este modo, cada una de la obras no funciona como retrato (A pesar de que sea la disciplina empleada) pero tampoco como tipo, sino como mera representación plástica del individuo seleccionado para tal labor. Por lo que cada uno de los sujetos es anónimo pero individual, con los rasgos propios que lo caracterizan y lo conforman como tal.

17. Eco, U., op. cit., p. 103.

Cada uno de los retratados no es usado como el representante de un colectivo social determinado, sino como la imagen verosímil de alguien que puede existir. Sin embargo, todos ellos en conjunto, sí que representan a una esfera determinada. Engels insiste en que para que un personaje se comporte como tipo, éste no debe, pertenecer a una media estadística, sino ser uno mismo, con caracteres que lo definen como único<sup>18</sup>. No obstante, la proyección o reconocimiento del espectador en éste, será la actitud que pueda procurar la condición de tipo al personaje. Sin embargo, esa no es mi intención, ya que lo que se pretende no es sino representar al ciudadano medio, sin rasgos excesivamente distintivos, sino con sus propias características, las cuales rozan más la convencionalidad que lo extravagante.

La vocación por representar al individuo medio, deviene del aunamiento de los intereses retratísticos de Arbus, Steichen y Sander. Partiendo de las producciones de estos tres artistas y tomando como bases conceptuales, la consolidación de la cultura media y el uso neutralizado que se da al individuo en los medios de masas, surgen las nociones de mediocridad-individuo-medios. Mientras Steichen reproduce a una humanidad uniforme y oficialista; Arbus, recrea sin tapujos la extra oficialidad de la que prescinde éste. Sin embargo Sander, más localista, capta la heterogeneidad tipificada de la sociedad de una época. Por lo que: Si aunamos la oficialidad de Steichen, con la decrepitud de Arbus y el anonimato de los sujetos de Sander, nos encontramos con la topografía estructural de la sociedad del espectáculo; es decir, con la heterogeneidad de la masa y la individualidad del sujeto; atestiguadas, mediante un archivo colectivo donde lo que impera es el promedio humano, por consiguiente, el ciudadano medio.

18. Eco, U., op. cit., p. 229.

#### 6.3.4. ACTITUD Y POSE DEL RETRATADO (La fotografía y el retrato burgués)

La pose y actitud de los retratados, pretende ser natural, en relación intrínseca con la estampa que puede procurar una cámara fotográfica. Sin embargo, aunque la pose responde a la de cualquier posado cotidiano del ámbito familiar, la elaboración de retratos a escala real, de cuerpo entero y sobre soporte cuadrado con tela de lino, dotan a la imagen de referencias históricas en conjunción con el retrato monárquico o con el retrato burgués. El retrato monárquico no es solo la representación verosímil de una persona concreta, sino la creación de una figura institucional, cuya simbología y carga política son evidentes. El retrato cortesano siguió los pasos de las pinturas que representaban a los reyes y a sus familiares. El género se empezó a independizar de tales exigencias a partir del siglo XVIII, hasta que en el siglo XIX irrumpirá el retrato burgués con toda su fuerza. Sin embargo, esta situación no será definitiva, puesto que la pintura realizada en el siglo XX, se caracterizará por el uso de parámetros diversos a los ya empleados, mientras desarrollará modelos diferentes. En el siglo XIX, la máquina fotográfica se consagrará como el medio retratístico por excelencia, un medio de fácil manejo, capaz de ser usado por todos. Será a partir de este momento, cuando se inicien los fichados fotográficos a gran escala con fines institucionales, a la par que científicos y como recordatorio. Los artistas, rompiendo con esa tradición, se irán alejando del retrato naturalista e irán acentuando el carácter subjetivo de sus obras. Sin embargo, el distanciamiento de la fotografía, de las influencias estéticas procedentes de los lirismos pictóricos; no se produjo en el primer momento en que ésta se presentó socialmente como una novedad técnica, capaz de plasmar fidedignamente la realidad; sino que tal como dice Susan Sontag en Sobre la fotografía: “En las primeras décadas de la fotografía, se esperaba que las fotografías fueran imágenes idealizadas. Esta es aún la meta de casi todos los fotógrafos aficionados, para quienes una fotografía bella es la fotografía de algo bello, como una mujer o un crepúsculo”<sup>19</sup>.

19. Sontag, S., op. cit., p. 38.

De este modo, desprendemos que: La captación fotográfica confiere importancia a lo captado, dota de relevancia a los pormenores diarios mediante la sustracción de éstos de su esfera cotidiana; mientras que el artista, es el encargado de conferir notoriedad a tales menudencias. Ningún elemento o circunstancia tendrán por sí mismos más relevancia que otros, la relevancia vendrá dada por la que atribuya el artista al elemento que considere preferente, dotándolo de autonomía tras apartarlo de su contexto habitual. Mediante palabras de Susan Sontag, concretaremos diciendo que: “Fotografiar es conferir importancia. Quizás no haya modelo que no pueda ser embellecido; más aún, no hay modo de suprimir la tendencia intrínseca de toda fotografía a acordar valor a sus modelos”<sup>20</sup>.

Siguiendo con las directrices de Sontag, cabe mencionar las diversas deducciones que desprende un modelo, con respecto a un posado de frente o de perfil. Estableciendo analogías con los retratos de Diane Arbus; dirá que: “En la retórica normal del retrato fotográfico, enfrentar la cámara significa solemnidad, sinceridad, la revelación de la esencia del sujeto. Por eso las fotos de frente parecen apropiadas para las ceremonias (como bodas y graduaciones) pero no tanto para los cartelones publicitarios de los candidatos políticos. (En los políticos es más común el retrato de tres cuartos de perfil: una mirada que se pierde en vez de enfrentar...)”<sup>21</sup>. Los retratos de Arbus, se caracterizan por su frontalismo, por el enfrentamiento directo con el espectador, alejándose del tradicional y hierático posado fotográfico. Y esa actitud desafiante, es precisamente lo que les dota de realidad y les aleja de ser meras imágenes o representaciones de un ser real. Estos aspectos serán tomados en consideración, para la selección de las imágenes que forjarán mi propuesta plástica; de ahí que los retratos elaborados, pretendan ser directos, aún ausentes. Por ello, la mayoría de las imágenes retratadas aparecerán de frente y cuando no, es porque la pose es casual y espontánea lo que le confiere un carácter más cercano y familiar, pose propia de un entorno privado que sin advertirlo, se exhibe ante el público.

20. Sontag, S., op. cit., p. 38.

21. Sontag, S., op. cit., p. 48.

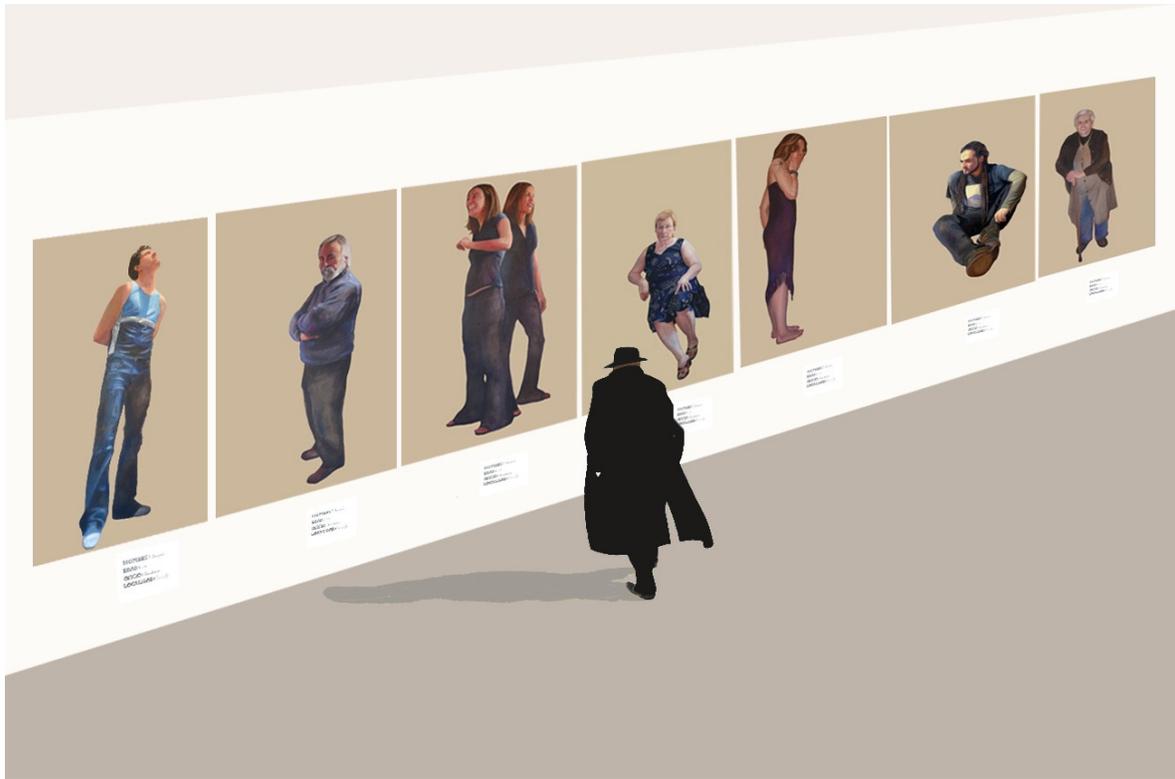
Así pues, lo que pretendí en las obras, con el fin de instaurar a los retratados en otra dimensión, fue: Conjugación los rasgos formales del posado fotográfico cotidiano, en relación con el retrato burgués y aunar la noción de individuo anónimo con la de institución que le otorga la reproducción plástica a escala y elaborada sobre materiales nobles. De este modo, aunque en la obra permanece el anonimato del sujeto, éste exalta su posado convencional, casi privado, mediante la dignidad que se otorgaría a la imagen pública de un noble. Con ello, el retratado sale de su contexto habitual, para mostrarse al gran grupo homogéneo a modo de escaparate, en un estrato diferenciado.

Recopilando pues, los aspectos formales de los que se compone la propuesta, diremos que; el vacío, la omisión de efectismo, la ausencia de tipicidad y el posado fotográfico cotidiano, serán los parámetros que la hagan posible. A ello se une la intención de plasmar mediante el retrato, las imágenes que conforman la estructura de una cultura media, definida por la difusión de sus contenidos a través de los medios de comunicación de masas. El individuo anónimo y perteneciente a la colectividad, se configura como el producto necesario para que se divulgue dicha cultura globalizada. Por ello, será éste el que cobre relevancia en la parte visual del proyecto. El vacío de los fondos representa la escena en la que éste está inmerso, un limbo mediático que le confiere la puntual permanencia en otra esfera. No hablamos de estrellas mediáticas consolidadas, tampoco de individuos totalmente desconocidos; sino de aquellos quienes son transportados a los medios, mediante los preceptos de semejanza con el resto, a fin de propugnar un espectáculo mediático más fiel a la realidad. La finalidad es pues, hacer creíble al espectador la representación prefabricada de la realidad que está observando.

## 7. UBICACIÓN Y MONTAJE DE LA OBRA

Con el fin de que el montaje de la serie de obras presentadas, responda a los conceptos establecidos para su plasmación; la ubicación idónea para ellas, sería en un espacio expositivo amplio, con bastante altura y longitud de muro, además de estar libre de elementos que dificulten su contemplación conjunta desde la lejanía. Lo importante es que la obra pueda entenderse como grupo, puesto que las representaciones, no sólo se comportan como pequeñas porciones sociales, sino que la uniformidad del vacío del fondo de cada una de ellas, representa la correspondencia y el vínculo entre las mismas. Por ello, sería conveniente presentar las obras sobre una misma pared y en un lugar, donde el espectador pueda cobrar la distancia suficiente como para advertir el conjunto de piezas como una sola. Con respecto a la relación que se pretende establecer entre el observador y lo observado, tendremos en consideración dos puntos: Que el tamaño de cada pieza (195x130) es superior a la altura media del espectador, mientras que la figura representada posee medidas reales, por consiguiente, pertenecientes a esa media estadística. Por tanto, si lo que se pretende es establecer una relación comparativa entre el observador y la obra, por la que el retratado estará definido como un individuo perteneciente a la encumbrada esfera mediática; ésta deberá situarse de tal modo que el espectador requiera levantar la cabeza para la contemplación del rostro del retratado. Sin embargo, la ficha identificativa de cada individuo se situará en el espacio existente entre el suelo de la sala y el cuadro, casi a los pies del observador, hecho que propiciará la acción inversa de éste, si lo que pretende es completar información sobre lo observado.

El orden mediante el cual se dispondrán las diversas piezas en la sala, vendrá dado por la alternancia entre los sujetos jóvenes y los de más edad; de este modo, el conjunto queda eximido de la posibilidad de que se establezcan uniones conceptuales, mediante las que se determinen vínculos grupales definidos por edad, género o ideología. Lo que se pretende es plasmar un todo heterogéneo, de ahí que los retratados pertenezcan a diferentes géneros y edades.



Visión periférica del conjunto de obras en su posible montaje.

**NOMBRE:** Joaquín

**EDAD:** 23

**OFICIO:** Estudiante

**LOCALIDAD:** Tenerife

Esbozo de los datos que se incluirían en una de las fichas

## 8. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS, TÉRMINOS Y TECNICISMOS

### Antihéroe:

En la literatura y el cine un anti-héroe hace referencia a un personaje de ficción que tiene algunas características que son anti-éticas comparadas con las del héroe tradicional. Un anti-héroe en los libros y películas actuales generalmente realizará actos que son juzgados "heroicos", pero lo hará con métodos o intenciones que no lo son tanto. Sin embargo, a lo largo del desarrollo teórico elaborado, se ha preferido hablar de "Falso héroe" en lugar de "Antihéroe". El hecho de que se haya preferido la utilización del primer término, viene dada porque la palabra "Antihéroe" suscita significados que se relacionan con la ficción. De este modo, la sustitución de "Antihéroe" por "Falso héroe" clarifica y matiza la noción del encubramiento social de un individuo real, por méritos que en esencia no lo son.

### Freak:

El término freak, originalmente, la palabra freakies era usada para referirse a las personas que se distinguían por tener alguna malformación o anomalía física (mujeres barbudas, hombres elefante, o personas de estatura anormalmente alta o baja), y que eran exhibidas en los circos. Por ello, la palabra freak en inglés también conserva este significado. Luego el término se usó para referirse, aunque en otro contexto, a personajes extravagantes en algún sentido que llegan a ser conocidos por su extravagancia a través de los programas de televisión. Debido a los medios de comunicación, el término freak se dio a conocer en otros idiomas; y con el paso de los años, la palabra freak evolucionó a freaki, friki, frikie o frik, en el idioma español.

### Telerrealidad:

La telerrealidad es un género televisivo en el cual se muestra lo que le ocurre a "personas reales", en contraposición con las emisiones de ficción donde los protagonistas son actores.

Existen tres tipos principales de telerrealidad:

- Observador pasivo: la cámara observa pasivamente las actividades cotidianas de una persona o de un grupo de personas.
- Cámara escondida: la cámara observa a personas que ignoran que son filmadas. Suele utilizarse en programas que hacen bromas o enfrentan a la

gente a situaciones inverosímiles, y filman sus reacciones para entretener a su audiencia.

- **Concurso de telerrealidad:** en este tipo de emisiones un grupo de personas en un ambiente cerrado compiten por un premio, mientras son observados de forma continua por las cámaras.

## 9. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Bauman, Zygmunt; La sociedad sitiada. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, Argentina, 2004.
- Benjamin, Walter; La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, Discursos Interrumpidos I, Taurus, Buenos Aires, 1989.
- Bukowski, Charles; Hollywood. Anagrama, Barcelona, 1994.
- De Azúa, Félix; Ovejas negras. Bruguera, Barcelona, 2007.
- Debord Guy; La Sociedad del espectáculo. Pre-textos, Madrid, 2005.
- Eco, Umberto; Apocalípticos e Integrados. Lumen, Barcelona, 2004.
- García Calvo, Agustín; Análisis de la Sociedad del Bienestar. Lucina, Zamora, 1993: 2ª ed. 1995.
- G. Cortés, J.M.; Orden y caos, un estudio cultural sobre lo monstruoso en el arte. Anagrama, 1997.
- G. W. F. Hegel; Introducción a la estética. Ediciones Península, Barcelona, 2001.
- Imbert, Gérard; De lo espectacular a lo espectacular (apostilla a La Sociedad del Espectáculo) CIC, 2004. 9, pp.69-81.
- Jameson; Frederic (1999) El giro cultural. Manantial, Buenos Aires. Capítulo 1 “El posmodernismo y la sociedad de consumo” pp. 14-53.
- Pérez, David (coord.); Del arte impuro, entre lo público y lo privado. Colección Arte, Estética y Pensamiento. Consellería de Cultura, Educació i Ciència, 1997.
- Rosenkranz, Karl (1853) Estética de lo feo. Julio Ollero, Madrid, 1992
- S. Burroughs, William; Marica. Anagrama, Barcelona, 2002.
- Sontag, Susan; Sobre la fotografía. Edhasa, Barcelona, 1981.
- Trias Eugenio; Lo bello y lo siniestro. Ariel, Barcelona, 1998

