

Vertigo. Revista de cine (Ateneo da Coruña)

Título:

La estrella de Hollywood

Autor/es:

Parrando Coppel, Eva

Citar como:

Parrando Coppel, E. (1998). La estrella de Hollywood. Vértigo. Revista de cine. (13):66-73.

Documento descargado de:

<http://hdl.handle.net/10251/43059>

Copyright: Todos los derechos reservados.

Reserva de todos los derechos (NO CC)

La digitalización de este artículo se enmarca dentro del proyecto "Estudio y análisis para el desarrollo de una red de conocimiento sobre estudios fílmicos a través de plataformas web 2.0", financiado por el Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España (código HAR2010-18648), con el apoyo de Biblioteca y Documentación Científica y del Área de Sistemas de Información y Comunicaciones (ASIC) del Vicerrectorado de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones de la Universitat Politècnica de València.

Entidades colaboradoras:



La estrella de Hollywood

Ideal de feminidad

Eva Parrondo Coppel

66

V

(1) Molly Haskell: *From Reverence to Rape. The Treatment of Women in the Movies* (1974), Chicago y Londres, The University of Chicago Press, 1987. En este tipo de análisis se considera que las estrellas y los personajes que encarnan son un reflejo de, o un fenómeno determinado por, la sociedad del momento.

(2) Richard Dyer: *Stars* (1979), Londres, BFI, 1994. Este autor tiene un libro posterior dedicado a la estrella que no he podido conseguir: *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*, Londres, BFI, 1987.

(3) Sobre todo en análisis de corte feminista como el de Jackie Stacey: "With Stars in their Eyes. Female Spectators and the Paradoxes of Consumption" en *Star Gazing. Hollywood Cinema and Female Spectatorship*, Londres y NY: Routledge, 1994, pp. 176-223. O el de María Laplace: "Producing and Consuming the Woman's Film. Discursive Struggle in *Now, Voyager*" en Christine Gledhill (ed.): *Home Is Where the Heart Is. Studies in Melodrama and the Woman's Film* (1987), Londres: BFI, 1994, pp. 138-166.

(4) Véase Vicente Sánchez Biosca y Vicente J. Benet: "Las Estrellas: un Mito en la Era de la Razón" en *Archivos de la Filmoteca*, nº 18, Octubre, 1994, pp. 5-11 y Vicente J. Benet: "El cuer-

¿Qué me interesa de una Star ?

Escribir sobre la estrella de Hollywood puede llegar a convertirse en tarea "imposible", tan imposible como querer abarcar el Cine Clásico de Hollywood en su totalidad. Tan fundamental y esencial fue la estrella en ese entramado de textos, en esa industria, en ese sistema de producción que es conocido como el Cine Clásico de Hollywood. Así es que enfrentados ante la labor de reflexionar acerca de la *star* hollywoodiense, no nos queda más remedio que decidir sobre qué aspecto nos vamos a ocupar. Podríamos considerar, por una parte, la importancia de la estrella para la industria tanto en términos de producción (la estrella como producto, el filme como producto) como económicos (publicitarios) y su evolución a lo largo de la Historia. Por otra parte, podríamos llevar a cabo un estudio de corte sociológico sobre la estrella (la estrella como fenómeno y como encarnación de tipos sociales)¹. Podríamos ocuparnos también de la significación/es (ideológicas) de la estrella², de su estatus como objeto de consumo y soporte publicitario³. O podríamos considerar su relación con el desarrollo del lenguaje cinematográfico (ej.: el primer plano), su función dentro del relato (como figura espectacular y de identificación) o su función dentro de un género determinado: la estrella desde un ámbito metatextual y en tanto que elaboración imaginaria otorga una dimensión intertextual a los personajes que encarna, colaborando así en la coherencia de las estrategias narrativas (genéricas) presentes en el relato⁴. Sin embargo en este artículo, y sin que pueda exponer ningún motivo particular más allá de mi interés personal, voy a tratar de ocuparme de la estrella en tanto que es-

trella, es decir, en tanto que imagen (de deseo). Así es que, sin pretender hacer un análisis ni exhaustivo ni profundo, lo que excede las posibilidades de un artículo, me gustaría reflexionar acerca de este aspecto, que me parece esencial: la *star* cinematográfica como imagen de deseo.

Estrella lleva el artículo La

Son las estrellas femeninas del período pionero y clásico de Hollywood (de los años 10 a los 50) las que voy a considerar aquí, ya que creo que las "verdaderas" estrellas son siempre las estrellas femeninas (mujeres)⁵. Si la estrella es imagen de deseo, son las estrellas-mujeres las que más fácilmente, y con más éxito, han llegado a convertir sus cuerpos en imágenes cargadas de erotismo y seducción. Los hombres también pueden, evidentemente, exhibir su cuerpo para crear una imagen de deseo—hay estrellas y modelos masculinos— pero, sin duda, en el proceso son inevitablemente *feminizados*⁶. No podemos dejar de notar, entonces, cierta conexión entre la *star* y la feminidad en tanto que construida y entendida (vívica) como juego de apariencias, como exhibición, como máscara de seducción. Pero hablar de feminidad no es necesariamente hablar de la mujer. La feminidad no es una cualidad intrínseca a la mujer⁷. Entendemos por feminidad una exhibición de apariencias seductoras, una *performance*, una mascarada que lleva a cabo un sujeto, independientemente del sexo del cuerpo que la sustenta e independientemente de que las apariencias desplegadas sean "femeninas" (desde Lillian Gish a Marilyn) o "masculinas" (Marlene Dietrich).

La primera teórica en utilizar esta idea para

po del Personaje y el Relato Clásico" *ibidem.*, pp. 67-78.

(5) Mientras que en inglés *star* no tiene género, nuestra lengua sí parece delatar una relación. De la misma opinión es Edgar Morin: *The Stars. An Account of the Star-System in Motion Pictures*, NY, Grove Press y Londres: Evergreen Books, 1961. Las estrellas de las que nos ocupamos aquí son las estrellas del cine clásico de Hollywood en las que, creo, piensa la mayoría cuando hablamos de estrellas de cine. Con ello no pretendemos negar la existencia de otras estrellas en momentos históricos o contextos determinados o para un público específico (ej: Mickey Mouse, Freddy Kruger, etc). Le agradezco a Vicente J. Benet el hacerme notar esta cuestión.

(6) Steve Neale pone como ejemplo el caso de Rock Hudson en los melodramas de Sirk. Steve Neale: "Masculinity as Spectacle" en *The Sexual Subject. A 'Screen' Reader in Sexuality*, Londres y NY, Routledge, 1992, pp. 277-287.

(7) Véase S. Freud: "La Feminidad" (1933) en *Obras Completas*, vol. VIII, Madrid, Biblioteca Nueva, 1974, pp. 3164-3167.

(8) Joan Rivière: "La Femenidad como Máscara" (1929) en Alicia Roig (ed.): *La Femenidad como Máscara*, Barcelona: Tusquets Editores, 1979, pp. 11-24. En el ámbito psicoanalítico, véase también, Jacques Lacan: "Ideas Directivas para un Congreso sobre Sexualidad Femenina" en *Escritos 2* (1966), Madrid, Siglo XXI Editores, 1989, pp. 704-718. Y Allain Miller que utiliza el término 'semblante', ver por ejemplo: *De Mujeres y Semblantes*, Buenos Aires, Cuadernos del Pasador, 1993.

(9) Por ejemplo, Claire Johnston: "Femininity and the Masquerade: Anne of the Indies" en Claire Johnson y Paul Willemen (eds.): *Jacques Tourneur*, Edimburgo, Edinburgh Film Festival, 1975, pp. 36-44; Gaylyn Studlar: "Masochism, Masquerade and the Erotic Metamorphoses of Marlene Dietrich" en Jane Gaines y Charlotte Herzog (eds.): *Fabrications: Costume and the Female Body*, NY y Londres, Routledge, 1990, pp. 229-249; y Annette Kuhn: "Sexual Disguise and Cinema" en *The Power of the Image: Essays on Representation and Sexuality*, Londres, Routledge y Kegan Paul, 1985. Véase también Laura Mulvey: "Pandora: Topografías de la Máscara y de la Curiosidad" en Giulia Colaizzi (ed.): *Feminismo y Teoría Filmica*, Valencia: Episteme, 1995. Y Efrat Tseëlon: *The Masque of Femininity*, Londres, Thousand Oaks y New Delhi: Sage Publications Ltd., 1995.

(10) Mary Ann Doane: "Film and the Masquerade: Theorizing the Female Spectator" en *Screen*, vol. 23, n.º 3-4, 1982, pp. 74-87.

(11) Joan Rivière: op. cit., p. 15-6.

(12) El propio Nietzsche cuando asocia a la mujer con la apariencia, puntualiza: "¡Qué es ahora para mí la apariencia! Ciertamente no la antítesis de cualquier esencia" en *La Gaya Ciencia*, Madrid, Akal, 1988, p. 102. Véase también, Elin Diamond: "Mimesis, Mimicry and the 'True-Real'" en *Modern Drama*, vol. XXXII, n.º 1, marzo, 1989, pp. 58-72.

definir la femineidad fue la psicoanalista británica Joan Rivière⁸ quien, a través de una serie de pacientes femeninas estudió cómo las mujeres (y algún hombre) podían llegar a utilizar su cuerpo, su apariencia, sus encantos para seducir (a los hombres) en aquellas situaciones que les producían angustia. Estas pacientes se quejaban de que en esos momentos angustiosos se comportaban de una forma diferente a cómo eran ellas *realmente*. Se quejaban de "vestirse de modo particularmente femenino", de "querer llamar la atención", de "disimular sus conocimientos ante los hombres" (hacerse las tontas) o de "juguetear". Todo esto las sumergía en un profundo malestar. Este trabajo de Joan Rivière sobre la femineidad ha servido como base a una serie de trabajos en la teoría del cine de corte de feminista. La mayoría han utilizado la idea para analizar películas en las que la mujer se disfraza de hombre⁹. Pero quizás el más conocido es el artículo de Mary Ann Doane¹⁰ en el que la autora retoma el trabajo de Rivière para teorizar sobre la posición de la espectadora en relación al cine clásico y utiliza el concepto de "femineidad como máscara" para definir la femineidad como algo exterior (social?) a la mujer y que esta puede controlar: la mujer se puede poner o quitar la máscara de la femineidad. Es decir, que para Doane la femineidad es algo impuesto sobre el cuerpo de la mujer y con respecto a lo cual ella mantendría una distancia. La mujer "en realidad" tiene su propio *ser* (ni femenino ni masculino?) que esconde tras esta máscara. Este tipo de interpretación del concepto de mascarada —la máscara es una superficie engañosa que oculta "otra cosa"— no me parece adecuado pero, sin embargo, es la interpretación que, adquiriendo diversas formas, ha dominado en los ámbitos feministas. Mi interés en utilizar la idea de femineidad como máscara puede resumirse con una puntualización breve pero fundamental hecha por la propia Rivière que, aunque todo el mundo cita nadie parece tener en cuenta y que, sin embargo, en mi opinión, sintetiza la tesis de Rivière:

"El lector puede preguntarse cómo distingo la femineidad verdadera y el disfraz. De hecho, no sostengo que tal diferencia exista. La femineidad, ya sea fundamental o superficial, es siempre lo mismo"¹¹.

Tal y como entiendo el artículo de Rivière, me parece que para ella la femineidad no es *como* una máscara (que uno se puede poner y quitar), sino que la femineidad *es* una máscara, un disfraz, una apariencia, una puesta en escena. Esta distinción desafía todo intento de oponer la apariencia, la superficie (la pantalla), a una "esencia" o "realidad" más "auténtica" o "profunda" porque precisamente niega que exista algo escondido tras las apariencias, tras la imagen, tras el vestuario¹². El artificio y la puesta en escena (gestos, movimientos seductores) que conlleva la femineidad no oculta ni significa nada, pues no es más que apariencia. Ahora bien, esta apariencia, la seducción que conlleva, no la despliega la mu-

jer en tanto que superficie hueca sino que la mujer sostiene su artificio, lo exhibe, en tanto que/con *ilusión*. La máscara de la femineidad es la *ilusión*¹³ que *crea* al sujeto femenino.

La Mujer Domina la Femineidad

Aunque, como ya hemos dicho, los hombres pueden ser también femeninos, pueden exhibir su cuerpo y seducir al espectador/a, nos nos deja de parecer que es la mujer la que consigue dominar más felizmente esta máscara de la femineidad: en el terreno de la seducción es muy difícil aventajar a una mujer¹⁴. Por otro lado, no podemos obviar que esta relación entre "femineidad" y "mujer" existe tanto a nivel cultural: la idea de que la mujer domina las apariencias y el arte de la seducción (esto es, la femineidad) aparece en los textos fundamentales de nuestra cultura; como a nivel individual: la mayoría de las mujeres sí toman el camino de la femineidad, se definen o se sienten femeninas y reconocen la importancia que para ellas tienen las apariencias (la belleza, la moda, los cosméticos)¹⁵.

Tradicionalmente, como hemos dicho, se ha considerado (en textos religiosos, mitológicos, filosóficos) que la mujer es narcisista, seductora, que domina el engaño y el disimulo, que habita,

(13) En los dos sentidos de la palabra. Por tanto, podemos entender que una ilusión no es sólo lo que se opone a algo verdadero (lo falso) sino que va más allá de esta oposición (podemos pensar en expresiones como: *es la ilusión de mi vida*).

(14) El extraordinario libro de Jean Baudrillard sobre la seducción y el 'poder' que esta da a la mujer ha sido objeto de deleite e inspiración para la autora de este artículo durante años y sin él este trabajo hubiera sido impensable. Jean Baudrillard: *De la Seducción*, Madrid, Cátedra, Colección Teorema., 1989.

¹⁵ Véase los datos recogidos por Efrat Tseëlon: op.cit.



La emblemática MARILYN

MARLENE DIETRICH, con su manera de moverse, de mirar, de fumar, y, a veces, de vestirse, encarnó la fantasía de una mujer con cualidades andróginas altamente sudductoras.



RITA HAYWORTH o Gilda

en resumen, el reino de las apariencias. La mascarada parece haber sido entonces una "topografía fantasmática (que) ha perseguido a las representaciones de la feminidad a través de los tiempos"¹⁶. Pero mientras que algunas teóricas feministas, consideran que esta asociación de la mujer con las apariencias (la moda) y la seducción es expresión de una fantasía misógina masculina y es algo que se impone sobre el cuerpo de la mujer desde fuera¹⁷; mi opinión es que aunque la máscara de la feminidad sea producto de una construcción (todo lo humano lo es), lo que debería ocupar nuestro interés no es tanto la deconstrucción de esta máscara como analizar la relación de un sujeto-mujer con ella. La relación de una mujer con la feminidad más que ser algo que pueda ser definido desde fuera "emana" de ella misma, en tanto que sujeto de una colectividad. Sólo así podemos entender que determinadas construcciones de lo femenino (o de lo masculino) perduren: si la mujer se reconoce en la "feminidad" tal y como es construida por determinados textos es porque esta tiene algo que tiene que ver con su propia experiencia (del cuerpo) y su propio deseo y, de alguna manera, la *siente* como propia. Podríamos decir que la mujer (y el hombre) se vale de los textos de su cultura y de la construcción de la diferencia sexual que estos llevan a cabo para vivir su cuerpo (su sexualidad) de una forma comprensible-simbolizada, lo que, a su vez, les permite re-conocerse en estos textos. Se establece, por tanto, una relación de definición mutua entre la experiencia vivida por los sujetos sexuados y la construcción de la diferencia sexual en los textos de determinada cultura¹⁸.

¿Cómo se relaciona una mujer con la/su feminidad en tanto que construida por los textos como máscara de seducción?. Algunas feministas, como Juliet Mitchell¹⁹, consideran que es precisamente en la psicología de la feminidad (tener que aprender el arte de la seducción) donde reside la opresión de la mujer por parte de la sociedad patriarcal. Pero dominar las apariencias, el adorno, conocer las artes del seducir con miras a ser objeto de la mirada y del deseo del otro no conlleva una opresión, una objetivización ontológica. Aquel que es objeto de una mirada no deja por ello de ser un sujeto (quizás se trate, eso sí, de un sujeto provocador). El cuidado que presta la mujer a su belleza y a los adornos que ponen esta de relieve podría indicar, más bien, que la mujer en tanto que sujeto se toma a sí misma como objeto que *se propone* a la atención de los demás, tanto hombres como mujeres²⁰. Este interés de la mujer por las apariencias puede ser entendido en vez de como algo impuesto sobre la mujer, como una serie de estrategias femeninas que alteran a la mujer misteriosamente en su mismo ser y que le permiten tanto disfrutar de su cuerpo como conseguir lo que quiere. Entender la seducción como una estrategia, como una provocación que resulta de la *experiencia* de la mujer con su cuerpo y con el mundo —y no como una

(16) Laura Mulvey: op.cit., 1995, p. 69. Mulvey iguala feminidad a mujer.

(17) Simone de Beauvoir veía la moda como una esclavitud a la que estaba sometida la mujer: *El Segundo Sexo*, Buenos Aires, Ediciones Siglo XX, 1972. Mulvey: ibidem. Efrat Tse'lon: op.cit.

Un feminismo que defiende el vestuario y el adorno como fuente de placer para las mujeres así como niega que la moda sea fuente de opresión, puede encontrarse, por ejemplo, en Elizabeth Wilson: *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Londres, Virago, 1985. En relación al cine la antología de Jane Gaines y Charlotte Herzog en general defiende en términos de placer la relación de la mujer con el vestuario y la moda.

(18) Estas ideas sólo han podido ser articuladas tras una conversación que tuve con Jesús González Requena. Un artículo que habla, entre otras cosas, sobre la relación entre las experiencias corporales y los textos es el de Jaime G. Rojas-Bermúdez: "Yo y Hemisferios Cerebrales" en *Revista da Sociedade Portuguesa de Psicodrama*, nº3, julio, 1995, pp. 5-25.

(19) Juliet Mitchell: *Psicoanálisis y Feminismo* (1974), Barcelona, Anagrama, 1982.

(20) Se tiende a menospreciar el hecho de que las mujeres pueden vestirse más que para los hombres para otras mujeres (el tema de la rivalidad entre mujeres es directamente obviado por la mayor parte de las feministas).

cualidad intrínseca a la mujer²¹—, es entenderla como una forma de placer y como algo que las mujeres pueden utilizar para controlar la mirada y el deseo del otro²².

La mujer seduce, fascina y esto, lejos de ser una “condena” para la mujer, es el reto y la amenaza que esta supone gracias a su feminidad. Pues su ser máscara, su interés por la moda y el ornamento no la sitúa como superficie (apariciencia) en tanto que opuesta a una profundidad (esencia) o como falsa en vez de verdadera, sino que la sitúa en la indistinción misma entre lo falso y lo verdadero, entre la verdad y la mentira, entre la ficción y la realidad, entre la imitación y la autenticidad. Es esta reversibilidad lo que es *realmente peligroso* y lo que, a su vez, seduce tanto de la mujer (femenina) como de la *star*²³.

Al aproximarnos a la estrella como imagen de deseo e ideal de feminidad, sin embargo, debemos tener en cuenta esta distancia que hemos mencionado entre mujer y feminidad porque, aunque decimos que la *star* por excelencia es la que se sustenta en un cuerpo de mujer, lo que se desea de la *star* no es “la mujer” (ni “el hombre” en el caso de estrellas masculinas) sino su máscara de feminidad²⁴. Esta máscara no es más que *ilusión*, pero ilusión que, repetimos, la mujer, nos parece, construye, sustenta y despliega mejor, más eficazmente. La estrella es una imagen de deseo, no una imagen de mujer. Este énfasis en la estrella como imagen —no de mujer— sino de deseo anula, nos parece, cualquier intento de llevar a cabo un análisis de la historia de las (negativas o irreales) “imágenes de mujer” supuestamente ofrecidas por el cine a través de sus estrellas femeninas y los personajes que encarnaban. En mi opinión, la *star* en tanto que imagen no refleja nada —sino a sí misma como imagen—, ni se refiere a nada —y menos a una mujer de carne y hueso— sino que es una ilusión, un artificio, una puesta en escena de seducción que atrapa la mirada de los espectadores/as. Y si la atrapa es porque la imagen de la estrella responde a la *interioridad* de sus deseos²⁵.

Una Star es una Imagen muy Artificial

Vicente Sánchez Biosca y Vicente J. Benet²⁶ consideran que la estrella es una elaboración imaginaria construida sobre un cuerpo de un actor/actriz que encarna personajes en diferentes películas. A pesar de que la aparición en películas concretas sea determinante en la imagen de una estrella (Rita Hayworth en *Gilda* —Charles Vidor, 1946—) su condición metatextual le otorga cierta independencia en relación a los textos en los que aparece en tanto que actor/actriz-personaje. Es decir, que, aunque indudablemente las estrellas de Hollywood son actrices (y actores), no podemos reducir a esto el estrellato. Una *star* es construida a partir de las películas, textual e intertextualmente, pero también fuera, o con cierta independencia, de ellas (fotografías de estudio, apariciones en revistas de moda, publicidad,

MAE WEST, la estrella que creó su propia imagen.



JOAN CRAWFORD sobrevivió a todas las épocas gracias a su capacidad para cambiar de *look* en función a la moda de cada momento.

(21) Como dice Bataille: “No es que (las mujeres) sean más deseables, sino que se proponen al deseo” *El Erotismo* (1957), Barcelona, Tusquets Editores, 1979, p. 183.

(22) Defender que la mirada = poder/ser mirado = sumisión es bastante problemático puesto que siempre podemos considerar que ‘el mirado’ controla la mirada del que mira y ejerce el poder de provocar su fascinación. Para Baudrillard, por otro lado, “es lo femenino como apariencia lo que hace fracasar la profundidad de lo masculino”, op. cit., p. 17.

(23) *ibidem*.

(24) Como señala Alan Larson Williams al referirse al tema del deseo en el cine de Ophuls, “el deseo es la respuesta a una representación (en el sentido de *performance*) y no una serie de emociones que te provoca un ‘ser’ en concreto”. En *Max Ophuls and the Cinema of Desire: Style and Spectacle in four films, 1948-1955*, State University of NY at Buffalo, 1977, p. 143.

(25) Georges Bataille: op. cit., p. 45.

(26) op.cit.

revistas de fans, artículos de prensa, etc)²⁷. La *star* en tanto que elaboración imaginaria, en tanto que imagen construida dentro y fuera de las películas, es lo que aquí nos interesa. Los estudios se encargaban de construir no sólo la imagen cinematográfica sino también la imagen de la "vida personal" de la estrella. Imágenes cuya continuidad, como señala Jane Gaines, se apoyaba de forma fundamental en el vestuario. El diseñador de vestuario, diseñaba tanto el vestuario de los personajes fílmicos de la estrella como su vestuario "personal". El diseñador fue, por tan-

trella era fuera de la pantalla y que llegaba a conocimiento de los espectadores a través de revistas de *fans*, columnas de sociedad, biografías o programas de radio: "imágenes" como la rebeldía y excentricidad de Bette Davis, la ambición de Joan Crawford o la vida de "cuento de hadas" de Grace Kelly³⁰. "Imágenes" que, a su vez, generaban mecanismos de identificación con la estrella que se empleaban para lanzar publicitariamente un filme concreto³¹. Era la interrelación perfecta de estas imágenes lo que permitía, según Edgar Morin³², que una actriz se con-

(27) Si bien hay estrellas cuyo estrellato está muy relacionado con sus películas y su estilo de interpretar (Bette Davis) hay otras que son más estrellas que actrices (Lana Turner). Así como hay buenas actrices que no alcanzaron el estatus de estrellas (Irene Dunne).

(28) Jane Gaines: "Costume and Narrative: How Dress tells the Woman's Story" en Jane Gaines y Charlotte Herzog (eds.): op.cit., pp. 180-211.



VERONICA LAKE fue una de las estrellas con más glamour. Su larga melena que ocultaba la mitad de su rostro fue objeto de imitación por miles de mujeres.

to, una figura central dentro de los estudios y su función fue crucial en la consolidación del *star-system*²⁸.

La estrella no es sino, entonces, un haz de imágenes. Imagen literal en la pantalla (sobre todo en el primer plano lleno de glamour), en las fotografías de estudio y de las revistas o en los carteles publicitarios; pero también "imagen"/estereotipo²⁹ por el tipo de personaje que encarnaba en las películas (Rosalind Russell como "la mujer de carrera", Olivia de Havilland como "mujer dulce, romántica y de buen corazón", Mae West como "la mujer descarada") así como imagen-estereotipo por el "tipo de mujer" que la es-

virtiese en estrella: la imagen/es en la pantalla y la imagen de la "realidad" tenían que combinarse de tal forma que el sujeto-espectador pudiese identificarse/proyectarse en todas ellas. Esto no impedía, no obstante, que dichas imágenes pudiesen llegar a encontrarse en —supuesta— contradicción: la "inocencia" de una Mary Pickford en la pantalla y "la enérgica mujer de negocios" fuera de ella. Así es que cuando hablamos de la imagen de la estrella, de lo que nos seduce de ella, nos estamos refiriendo a todo ese conglomerado de "imágenes": la imagen literal, la imagen intertextual-narrativa, la imagen de la "vida personal" de la estrella, porque son todas estas imá-

(29) Aunque la construcción de un estereotipo depende en gran medida de la narración, la estrella y la construcción de una determinada imagen es fundamental para un reconocimiento inmediato del tipo de personaje por parte del público.

(30) Nótese que me alejo de la crítica feminista que lucha contra el uso de estereotipos en los medios de comunicación (cine incluido) reclamando una representación más 'real' c

más 'positiva' de las mujeres (Haskell). Véase la crítica que realiza Steve Neale a este tipo de posiciones en su artículo: "The Same Old Story. Stereotypes and Difference", *Screen Education*, Otoño/Invierno, 1979-1980, pp. 33-37. Tampoco comparto la postura que analiza la mujer en el cine, en tanto que imagen pero como signo que acarrea significados sobre la mujer cargados ideológicamente, aunque estos sean (potencialmente) contradictorios. Véase, por ejemplo, E. Ann Kaplan (ed.): *Women in Film Noir* (1978), Londres, BFI, 1994. O Teresa de Lauretis: *Alice Doesn't. Feminism, Semiotics, Cinema* (1984), Londres, MacMillan Press Ltd., 1994, pp. 38-9. Traducida al castellano como: *Alicia ya no. Feminismo, Semiótica y Cine*, Madrid, Cátedra. Colección Feminismos, 1992. O Laura Mulvey: op.cit.

(31) Maria Laplace: op.cit., p. 147.

(32) Edgar Morin: op. cit., p. 98.

(33) Aunque Marc Augé se refiere principalmente a las máscaras de los héroes trágicos griegos y de los ritos africanos, también relaciona a la estrella de cine con el espectáculo de máscaras. Marc Augé: *El Genio del Paganismo*, Barcelona, Muchnick Editores SA, 1993, pp. 207-8.

(34) Con esto espero responder a Vicente J. Benet quien me señaló el peligro de caer en la indistinción entre la dimensión imaginaria y la feminidad (pensando en Kristeva?). Numerosas feministas ya se han opuesto a esta identificación.

(35) Porque el cuerpo de la estrella es ya ilusorio. Javier Maqua: "La estrella: un discurso a pedazos" en *Archivos de la Filmoteca*, nº 18, Octubre, 1994, p. 27.

(36) Nótese mi discrepancia con Richard Dyer cuando afirma: "A diferencia de los personajes de las historias, las estrellas son también personas reales" Richard Dyer: op.cit., p. 22. En concordancia con mi postura, véase el artículo de Carlos Losilla: "Las Memorias de las Estrellas: Lauren Bacall y Ava Gardner. Realidad y Ficción en el Hollywood manierista" en *Archivos de la Filmoteca*, nº 18, Octubre, 1994, pp. 145-155.

genes las que constituyen la mascarada del estrellato³³. Lo que nos fascina puede ser hasta una fotografía de la *star* (como las que ilustran este artículo) pero esto sólo es así porque las "otras" imágenes —la "vida personal" de la estrella y, sobre todo, la exhibición (femenina) de ese cuerpo seductor— retienen nuestra mirada y la conducen por los espacios de la fantasía. Es esta exhibición, esta *performance* llevada a cabo por un cuerpo artificial y seductor —y no tanto el "aura" que se desprende de la imagen— lo que considero que relaciona a la *star* con la feminidad³⁴.

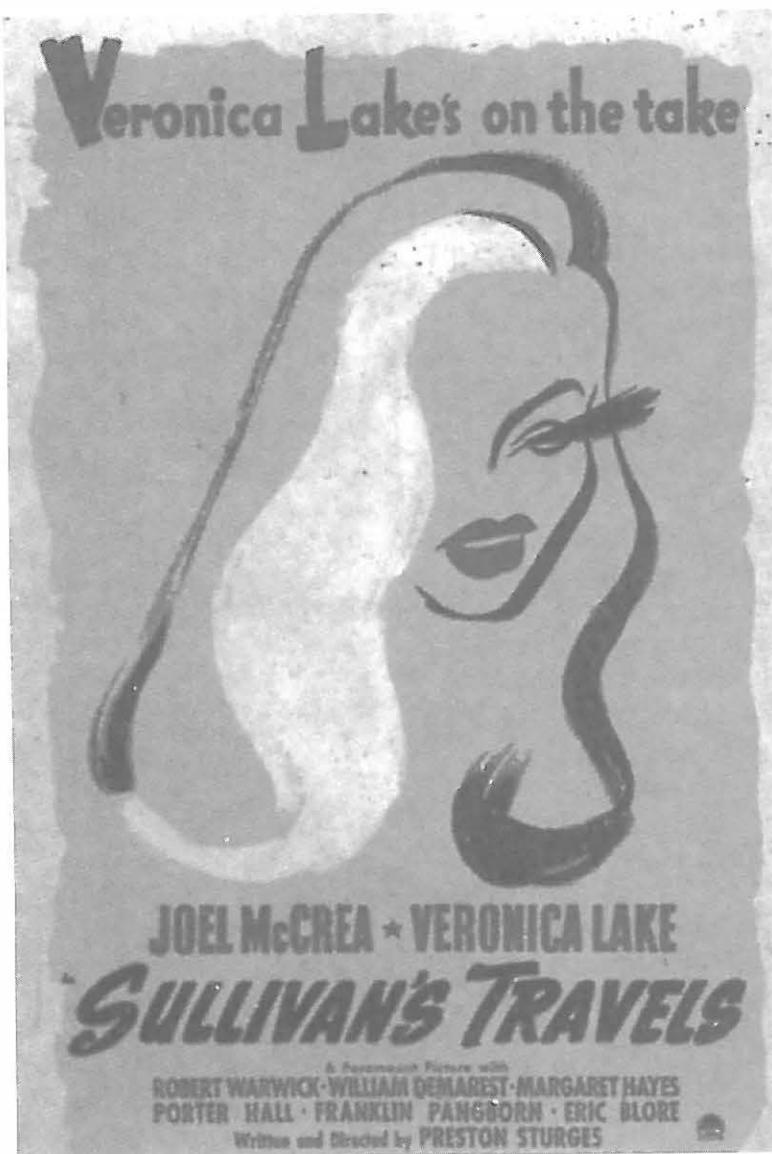
Parece, entonces, que es el cuerpo a partir del cual se construye la estrella lo único que es "real"³⁵, pues ni el personaje de cada película, ni el tipo de personaje característico de cada estrella, ni la estrella en tanto tal, lo son³⁶. Pero mientras el cuerpo en sí mismo no es nada, no significa nada, el cuerpo que se adorna, que actúa, que se exhibe, que hace una máscara de sí mismo es un cuerpo seductor, es un cuerpo femenino. La idealización de un "cuerpo" y su puesta en escena es lo que lo convierte en femenino y lo que hace que cobre un peso excepcional (mítico) en las mentes y en las vidas de millones de personas en tanto que objeto de deseo.

Aunque me hago cargo de que la cuestión del deseo en relación al cine clásico no remite solamente al deseo por la imagen espectacular de las estrellas sino que este es a su vez un componente fundamental de una trama narrativa que regula la fascinación imaginaria que desencadena el cine³⁷, lo que nos ocupa aquí es que las imágenes seducen. Y la *star* seduce, entonces, doblemente porque es, como la pantalla cinematográfica o el espejo³⁸, imagen de imagen (imagen de una "imagen de deseo"), apariencia de apariencia, un abismo que nos absorbe.

La Star Domina la Máscara de la Feminidad

La construcción de la imagen (fotográfica, cinematográfica) de la estrella se basa, por un lado, en una serie de artificios convencionales y adornos que la estrella utiliza de forma estratégica sobre su *cuerpo*: maquillaje, un tipo de vestuario

(las plumas y sombreros, los vestidos de seda y la lencería de satén de Gloria Swanson), un determinado peinado (Veronica Lake), joyas (Elizabeth Taylor), etc; así como se basa en una forma concreta de construir la presentación de esa imagen a través de la luz, de la composición, de la pose o el movimiento de la actriz. Ambas superficies imaginarias se apoyan en su esplendoroso poder de fascinación. Generalmente se piensa que la imagen (cinematográfica) diseñada para una estrella (por un estudio, por un director: Sternberg/Dietrich, Jennifer Jones/Selznick, por



ella misma: Mae West) era como una especie de máscara bajo la cual la estrella quedaba apriada de forma irremediable³⁹. Sin embargo, mi postura, como se ha ido pudiendo adivinar, difiere radicalmente de esta. La *star* no es, en mi opinión, sino su imagen tanto dentro como fuera de la pantalla. Por eso, la lucha de una estrella contra su propia imagen no conduce más que a la creación de una nueva imagen o a la inmediata e irremediable destrucción de la estrella⁴⁰.

La idea de considerar a la estrella como imagen artificial, como máscara⁴¹, nos interesa, pues, lejos de defender que debajo de esta máscara o detrás de esta imagen podamos encontrar algo

(37) He aclarado mis ideas en relación a la convergencia entre lo narrativo y lo espectacular en el cine clásico gracias al libro de Vicente J. Benet: *El Tiempo de la Narración Clásica. Los Filmes de Gangster de Warner Bros (1930-1932)*, Valencia, Ediciones Textos Filmoteca, 1992. Especialmente el capítulo VI. Esta dimensión narrativa/simbólica es lo que diferencia a la *star* cinematográfica de los modelos de moda y publicidad, que no escapan de su dimensión imaginaria. Véase Jesús González Requena y Amaya Ortiz de Zárate: *El Spot Publicitario. La Metamorfosis del Deseo*, Madrid, Cátedra, Signo e Imagen, 1995. ³⁸ Jesús González Requena: *La Metáfora del Espejo*, Valencia, Eutopías Film, 1986, p. 15.

(39) Eggar Morin: op. cit., p. 67. y Vicente J. Benet: op. cit., 1994, p. 77. Para Vicente J. Benet la estrella cuenta con una dimensión espectacular tanto a nivel textual como intertextual. Me atrevería a añadir que, en mi opinión, esta dimensión imaginaria de la estrella es extendible a su condición metatextual.

(40) Como defiende Carlos Losilla en su análisis de las autobiografías de Lauren Bacall y Ava Gardner, tras la imagen de estas estrellas no hay ninguna 'autenticidad' que revelar, pues incluso las propias estrellas se reconocen en sus imágenes de estrellas. Ellas afirman que son realmente así, como en sus películas. Carlos Losilla: op.cit.

(41) Véase el artículo de Roland Barthes sobre el rostro de Greta Garbo en *Mythologies*, op. cit., pp. 56-7.



JEAN HARLOW, la primera rubia platino. Una de las estrellas más célebres, a pesar de que casi nadie ha visto sus películas.

(42) *ibidem.*, p. 91.

(43) Jackie Stacey: *op. cit.* Como indica esta autora entre espectadora y estrella se establecía tanto una relación de tipo narcisista como circulaba cierta carga homosexual. Yo añado que así teorizó el concepto de narcisismo Sigmund Freud en "Introducción al Narcisismo" (1914), *op. cit.*, vol. VI, pp. 2017-2033. Para una crítica del uso de la teoría psicoanalítica por parte de Stacey, véase mi reseña de su libro en *Archivos de la Filмотeca*, n°19, febrero, 1995, pp. 146-150.

(44) Sigmund Freud: "La Identificación" (*Psicología de las Masas y Análisis del Yo*) (1921): *op. cit.*, vol. VII, pp. 2585-2588.

(45) Para Edgar Morin toda esta serie de imitaciones que las *stars* generaban revela que "toda mujer quiere transformarse en un pequeño ídolo, en una *star* en miniatura", *op. cit.*, p. 176.

(46) Entre ellas la propia Stacey, Tseëlon, Doane.

(47) Jackie Stacey: *op. cit.*, p. 195. Véase también, Gaylyn Studlar: *op. cit.*

más "auténtico", un "ser verdadero", este concepto nos permite sustentar nuestra hipótesis de que el ser-estrella tiene mucho que ver con la feminidad: ambas son máscaras de *ilusión* que seducen. Una *star* es un cuerpo imaginario que domina las apariencias, que se exhibe y seduce y que, por tanto, puede ser considerada no sólo como femenina sino como un ideal de feminidad. De todos modos, la *star*, ya lo dijo Baudrillard, es la gran figura seductora no porque sea un ideal sino porque es artificial⁴². Efectivamente, cuanto más "construida", más artificial y más inverosímil sea la imagen de una estrella, más fascinante, seductora y deseable será — pensemos en la saga de las rubias platino: Jean Harlow, Lana Turner y Marilyn—. Tanto la mujer (femenina) como la *star* son cuerpos ilusorios, deseables, donde reina el artificio y donde el adorno no es sino estrategia para atrapar el deseo del otro. Por ello las estrellas, si mujeres, doblemente falsas (más falsas que lo falso), doblemente fascinantes y, por ello, doblemente estrellas.

Espectadoras: El Deseo de Ser una Estrella

Que la *star* era, quizás todavía lo es, un ideal de feminidad en tanto que dominaba las apariencias, el artificio y la seducción y que, por ello, era objeto de fascinación y de deseo no sólo de los hombres sino, y casi principalmente, de las mujeres, queda perfectamente ilustrado en el libro de Jackie Stacey: *Star Gazing*⁴³. En este libro la autora recoge y analiza las opiniones, deseos, fantasías y recuerdos de cientos de espectadoras británicas de los años 40 y 50 acerca de sus estrellas favoritas. El trabajo trata de demostrar la importancia que estas tenían en la vida cotidiana de las mujeres. Las espectadoras no sólo estaban fascinadas por las estrellas, sino que realizaban toda una serie de prácticas de identificación⁴⁴ en relación a ellas porque *deseaban ser* (como)

ellas. Deseaban seducir y fascinar, deseaban dominar la máscara de la feminidad tanto como las estrellas. Las mujeres imitaban los gestos y actitudes de sus estrellas favoritas, seguían sus consejos sobre los secretos de belleza, copiaban sus vestidos, formas de peinarse, modos de maquillarse, etc⁴⁵.

Esta fascinación de las espectadoras hacia las estrellas femeninas es fundamental para entender la importancia que tenían las estrellas en la vida de las espectadoras porque, lejos de reflejar la opresión de las mujeres por parte de una sociedad que exige unos ideales de feminidad imposibles de alcanzar por cualquier mujer de la calle, como generalmente las feministas se han dedicado a denunciar⁴⁶, lo que nos indica es que en la estrella la espectadora encontraba algo que tenía que ver con ella, con su feminidad. Por otro lado, no podemos obviar el placer que conllevaba tanto contemplar a las estrellas como "personificar" a la estrella favorita. Stacey, aunque denuncia el uso de las estrellas para vender productos de consumo (sobre todo ropa y maquillaje), también reconoce y defiende el placer que suponía para las espectadoras, sobre todo de la postguerra, no sólo contemplar la exhibición de esos cuerpos estelares e ideales de belleza y seducción sino también compartir esta "cultura de lo femenino" —la moda— con sus estrellas favoritas⁴⁷. Las espectadoras, parece, no sólo se identificaban con las estrellas en tanto que personajes durante la proyección de una película sino que se identificaban además con la estrella en tanto que estrella, es decir, en tanto que ideal de feminidad. Incluso, como hemos dicho, las mujeres que acudían a las salas *ponían en escena* esta identificación con una serie de prácticas de "imitación". Las mujeres 'copiaban' la apariencia —el *ser*— de su estrella favorita porque su estrella favorita no era sino un reflejo, más luminoso quizás, de ellas mismas. ☺