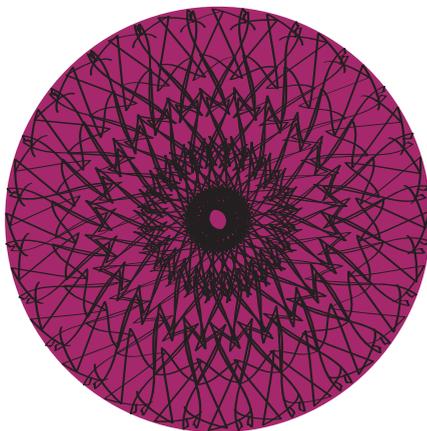


Globalización, posmodernidad, capitalismo tardío. Coyunturas para repensar hoy los estudios internacionales



Enrique Shaw
(Editor)



cea-sociales
centro de estudios
avanzados



UNC

Universidad
Nacional
de Córdoba

Colección Cuadernos de Investigación

Globalización, posmodernidad, capitalismo tardío.
Coyunturas para repensar hoy los estudios
internacionales

Enrique Shaw (editor)

Programa de Investigación *Coyunturas problemáticas
en los estudios internacionales: globalización, capitalismo tardío
y posmodernidad*

Universidad Nacional de Córdoba

Rector: Dr. Hugo Oscar Juri

Decana de Facultad de Ciencias Sociales: Mgter. María Inés Peralta

Editorial del Centro de Estudios Avanzados

Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales,
Av. Vélez Sarsfield 153, 5000, Córdoba, Argentina

Directora: Adriana Boria

Coordinación Ejecutiva: Alicia Servetto

Coordinación Editorial: Mariú Biain

Comité Académico de la Editorial

M. Mónica Ghirardi

Daniela Monje

Alicia Servetto

Alicia Vaggione

Juan José Vagni

Coordinadora Académica del CEA-FCS: Alejandra Martín

Coordinador de Investigación del CEA-FCS: Marcelo Casarin

Asesora externa: Pampa Arán

Cuidado de edición: Mariú Biain

Diseño de Colección: Silvia Pérez

Diagramación de este libro: Silvia Pérez

Responsable de contenido web: Diego Solís

© Centro de Estudios Avanzados, 2021

Globalización, posmodernidad, capitalismo tardío : coyunturas para repensar hoy los estudios internacionales / Enrique E. Shaw. [et al.]; editado por Enrique E. Shaw. - 1a ed. - Córdoba: Centro de Estudios Avanzados, 2021.

Libro digital, PDF - (Cuadernos de investigación; 9)

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-1751-99-0

1. Globalización. 2. Posmodernismo. 3. Capitalismo. I. Shaw, Enrique E., ed.

CDD 327.101

Posmodernidad, culto a la celebridad y orden político Encrucijadas posibles

Ariel Gómez Ponce

Puntos de partida: la celebridad y el Sueño Americano

Hace un par de años, Michelle Obama viene cobrando una inmensa relevancia, especialmente a partir de las inconmensurables ventas de su libro *Becoming* (2018): autobiografía en la cual la ex Primera Dama de los Estados Unidos se aboca a relatar los avatares que, desde una sacrificada infancia en los suburbios de Chicago, la llevaron a moverse por las esferas más altas del poder. A su ubicación en el primer puesto de los *best-sellers*, debe añadirse la gira nacional e internacional que Michelle Obama emprendió a los fines de promocionar su libro, y en donde fue entrevistada por un sinfín de personalidades (como Oprah Winfrey, Jimmy Kimmels, Ellen DeGeneres y Reese Witherspoon) quienes ayudaron a develar una intimidad que era, por lo demás, de interés colectivo.

Si bien el impacto masivo de esta publicación no puede pensarse fuera de ese giro subjetivo que ha hecho de lo biográfico un género dominante y modelizante (Cfr. Arfuch, 2017: 31-56), también es cierto que *Becoming* contiene otras claves que explican no tanto su éxito como el reconocimiento público que su autora adquirió en los últimos años. Me refiero a esa historia donde una mujer narra cómo se ha hecho a sí misma (“devenido”, según sus propias palabras), desplazándose a fuerza de la meritocracia y motivada por una crianza en una comunidad de inmigrantes afroamericanos que le inculcó valores y la impulsó a alcanzar una suerte de predestinación que la unirá a un hombre, aquel que se convertiría en el cuadragésimo cuarto mandatario del imperio mundial. En síntesis, la historia de Michelle interesa

porque, como bien advierte el periodista John Fout, “ella ha compartido su Sueño Americano” (2018).

La afirmación de Fout no es para nada casual: el relato biográfico introduce, de manera subrepticia, una narrativa que ha sido explícita en su marido (como históricamente lo fue en el cuerpo presidencial de los Estados Unidos), y detrás de esta connotación aparece un signo epocal. Pues, de un tiempo a esta parte, el Sueño Americano ha cobrado visibilidad en el mundo del espectáculo, no solo como un redundante lugar común que bucea por los discursos más triviales de las estrellas, sino como una deriva de este conglomerado ideológico que, en un estadio de mayor contemporaneidad, Jim Cullen ha definido como “el Sueño de la Costa Oeste” (2003: 163).



Figura 1. Michelle Obama (izquierda) junto a Oprah Winfrey (derecha) en una de las entrevistas realizadas para promocionar el libro *Becoming*. Revista *Cosmopolitan*, artículo a cargo de Oprah Winfrey, edición digital. Hearst Communications, 2018.

Allí donde éxito, fama y glamour (en pocas palabras, el “estrellato”) se entrelazan con un estilo de vida (norte)americano modelado por Hollywood, el Sueño Americano muestra su versatilidad y su capacidad de exaptación ante nuevas lógicas culturales. Porque, como bien afirma la socióloga Karen Sternheimer (2011), las celebridades nos dicen mucho acerca de la cultura estadounidense, puesto que están poniendo en escena otra lectura de la movilidad social y ofrecen pruebas materiales de que el imaginario inasequible puede alcanzarse: “el Sueño Americano, el cual se modifica y muta según cambios en los contextos político, económico y social, parece demasiado real cuando observamos la plétora de aquellas personas que han entrado en el reino de las celebridades”, afirmará la estudiosa (2011: 2)¹.

Creo, sin embargo, que ese intenso imaginario estadounidense que llamamos Sueño Americano está surcando otra dinámica que merece mayor atención en nuestras condiciones culturales. Me refiero, puntualmente, al creciente ímpetu de las celebridades que, como Michelle Obama y muchas otras, coquetean con el desenvolvimiento en roles políticos. ¿Qué motiva a estas estrellas y, al mismo tiempo, qué halla en ellas la ciudadanía, para admitir la transición de conductores, actores y cantantes hacia una escenografía de poder? ¿Qué fenómeno cultural está desplegando esta encrucijada entre lo espectacular y lo político? Y, aún más, ¿qué nos dice el Sueño Americano acerca de nuestro modo de comprender la política?

Si, como piensa Beatriz Sarlo (2011: 32), hoy nos hallamos en una “ensalada posmoderna” donde lo culto se mezcla con lo popular, lo mediático y lo letrado, no es ilógico asumir que ciertas claves se hallen, de modo especial, en esa lógica cultural que hemos dado en llamar posmodernidad. Lo que este trabajo pretende abordar entonces es la inclusión de la celebridad en lo político, revisitando uno de los rasgos emblemáticos de lo posmoderno: el culto a la celebridad. En función de ello, un primer apartado estará dedicado a interpelar el modo en que el estrellato y la sociedad de consumo han forjado un vínculo inexpugnable que, al tiempo que deja aflorar aquello que Sarlo ha teorizado como una “intimidad pública”, sintetiza una de las expresiones más atractivas del actual Sueño Americano: una movilidad social que atañe al triunfo mediático, el éxito instantáneo y la notoriedad pública.

¹ Todas las traducciones de lengua inglesa me pertenecen.

Un segundo momento se abocará a la manera en que celebridades como Angelina Jolie, Arnold Schwarzenegger y Donald Trump le han otorgado rostro a esta nueva significancia al imaginario estadounidense, pero dentro de la esfera política. En sus diferencias, estas estrellas terminan coincidiendo en presentar el Sueño Americano como un marco de entendimiento: ello es, un signo de reconocimiento con el cual la ciudadanía se identifica, fundando otro tipo de cercanía distinta a aquella que se diagrama con los políticos tradicionales. No obstante, será de importancia preguntarse si el Sueño Americano no aparece, asimismo, como un lugar común que puede estar siendo operado por una industria del filantropocapitalismo, poniendo en torsión una idea de democracia en la cultura estadounidense, lo cual desplegará una última reflexión en este recorrido.

Posmodernidad, culto a la celebridad y derroteros de una sociedad de consumo

No está de más volver a reiterar que el culto a la celebridad organiza un conjunto de prácticas y discursos que deben ser pensados dentro del complejo fenómeno cultural que llamamos posmodernismo. Hablamos de esta pauta cultural que, desde mediados de siglo pasado, ha impuesto una “nueva cultura de la imagen” con arreglo a una fuerte labilidad de fronteras entre lo real y el simulacro, anunciando además el advenimiento de una sociedad de consumo (Cfr. Jameson, 1991: 22). Se trata de una dimensión hartamente explorada por quienes se abocaron a deslindar los mecanismos de un capitalismo multinacional que estableció a la industria cultural como uno de sus principales frentes de batalla. En esta afrenta, la celebridad adquirirá un rol protagónico, dando lugar a un nuevo consumo que dependerá del éxito inmediato, replicando así una estrategia mercantil que, poco tiempo antes, habría inaugurado el imperio de la moda, esa “formidable máquina regida por la ley de la renovación acelerada, del éxito efímero, de la seducción” (Lipovetsky, [1987] 2010: 232).

Quizás Guy Debord haya sido uno de los pioneros en afrontar el análisis de este espectáculo que intervino como un modelo funcional a escala global, y que introdujo tanto una “deslocalización de la información” como un manual de comportamientos triviales que, a través de los medios, comenzó a abrirse paso dentro de la vida cotidiana (Ferrer, 2018: 21).

Tempranamente, el filósofo y cineasta francés halló en esta coyuntura una de las principales formas de producción del capitalismo tardío, allí donde el fetichismo de la mercancía y la alienación de la sociedad alcanzan su máximo esplendor. Aquello que este fenómeno sintetiza es un modelo de vida dominante al cual todo sujeto puede acceder por las vías del mercado, so pena de reintegrarse luego en una masa homogénea. La operatoria intrínseca de lo espectacular radica, de este modo, en un entusiasmo masivo no hacia la ruptura y la innovación, sino más bien hacia una “novedad reconocible”: ello es, sujetos motivados por un mercado que los impulsa a perseguir los mismos estándares, hallando en ellos un lugar de encuentro (Lipovetsky, [1987] 2010: 230). En efecto, es este el sentido que subyace en la afirmación de Debord sobre un espectáculo que “no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediatizada a través de imágenes” ([1962] 2018: 32).

Una opinión similar mantendrá el sociólogo Gilles Lipovetsky quien en las estrellas delegará exclusivamente la responsabilidad de suscitar estos “comportamientos miméticos en masa” ([1987] 2010: 242). Pues, en torno a la “adoración fetichista de las stars”, gravitarán las mecánicas capitalistas de mayor impacto sobre las subjetividades: en otras palabras, un sistema de producción en serie que invade explosivamente el *show-biz*, volviéndolo una fábrica de prácticas, estilos de vidas, modos de vestir y modelos de belleza, fomentados por los grandes famosos del cine y el espectáculo (Lipovetsky, [1987] 2010: 248). Y aunque autores como Edgar Morin (1964) sugieran que esto aceleró la caída de los valores tradicionales y las rigurosidades heredadas de la modernidad, no podemos menos que pensar que la celebridad (aun con su fuerte rotación en periodos cortos de años) vino a homogeneizar múltiples sentidos, dándole un nuevo rostro al individualismo capitalista. Por tal motivo, en el entusiasmo masivo que provoca el sistema de las estrellas y su desenvolvimiento en el *show-biz*, yace siempre una lógica de mercado que debe ser develada en vistas de elucidar cómo la “institución del estrellato” se impone culturalmente (Jameson, 2012: 58).

Cabe añadir que la lectura de Lipovetsky invita a rastrear ciertos síntomas tempranos que anuncian el inminente auge de esta dimensión del capitalismo tardío, especialmente cuando la cinematografía estadounidense comienza a “fabricar” estrellas en la década de 1920. Hablo de ese periodo fructífero del cine, marcado por el nacimiento de las grandes productoras (Universal

Studios, Paramount Pictures y, poco después, Metro-Golwyn-Mayer) y la fundación de Hollywood: el entonces pequeño poblado de la costa oeste donde emigrarán masivamente los cineastas del país, en tanto ofrecía las condiciones espaciales predilectas para los rodajes. En este contexto, tendrá lugar un paulatino proceso de mitificación bajo el cual actor y personaje comienzan a perder la nitidez de sus formas. Personalidades tales como Lon Chaney, Luis Brooks o Barbara La Marr lograrán escapar de los créditos para adquirir renombre en un medio que cobraba más y más visibilidad en el mundo. Y aunque la incorporación del sonido eclipsará a muchas de estas incipientes celebridades (cuando actores y actrices debían tener una voz que respondiese a la imagen representada, Cfr. Arias Carrión, 2011), la estrella abre su paso en este sinuoso camino de legitimación pública como una nueva figura cultural.



Figura 2. Un claro ejemplo del culto a la celebridad: Marilyn Monroe firma autógrafos ante una horda de fans. New York, 1957. Foto de Sam Shaw, Shaw Family, Getty Images.

Habrá que esperar hasta los años 50 para observar cómo esta operatoria alcanza su máximo esplendor, dando lugar a aquel fenómeno reconocido, genéricamente, como un “sistema de las estrellas” (McDonald, 2001). Es este el periodo de actrices de culto que, como Elizabeth Taylor, Grace Kelly o Bette Davis, han permanecido largamente en la memoria cultural; también, de la cristalización de íconos como Audrey Hepburn y su énfasis en la moda *prêt-à-porter*, o bien Marilyn Monroe, cuya repercusión internacional pautó un estándar de belleza. La profusa circulación mundial de estas celebridades, más la legitimación de los grandes géneros masivos (el péplum, el western, los filmes clase B), conforma aquello que la crítica describe como el punto cúlmine de una “Edad de Oro de Hollywood” de impacto global. En este último sentido, no se debe olvidar que, ante la escasa producción filmica en otros continentes (y las grandes inversiones que realiza el país norteamericano como parte de una política de dominación cultural), las imágenes y modelos confeccionados por las estrellas de los Estados Unidos aparecen como universales, desplegándose a través de este fenómeno de masas lo que Frédéric Martel (2014) llama una industria *mainstream* del contenido. Incluso, como supone Gilles Lipovetsky, el éxito de las celebridades reposicionará el crecimiento económico interno del país, en tanto permitieron relanzar a un cine hollywoodense que había comenzado a perder legitimidad en los 50, ante el avance intempestivo de la televisión.

Por lo demás, lo que esta hipótesis demuestra es la trascendencia que, una vez más, ponen de manifiesto los años 50. Si, como bien he advertido antes, la televisión de entonces estaba debatiendo sobre los avatares de lo íntimo (Gómez Ponce, 2021), es posible anunciar que el cine y las estrellas de mediados de siglo están poniendo en cuestión la esfera pública y su inclusión en lo social. 1950 aparece, así, como un periodo de suma importancia para comprender el impacto de la cultura estadounidense, en un movimiento centrífugo que distribuye sentidos mediante las pantallas internacionales, pero también en uno centrípeto que homogeneiza modelos de vida con gran repercusión económica y social dentro del mismo interior del país.

En este último sentido, Jim Cullen (2003: 174) argumentará que Hollywood no solo es “la capital internacional de la cultura popular”, sino además un centro hacia el cual el Sueño Americano se desplazará raudamente. Porque, en paralelo al desenvolvimiento de un *American Way of Life* suburbial, desde 1950 la meca del cine prometerá otro estadio de crecimiento y

prosperidad, que no tiene tanto que ver con un progreso económico como con un triunfo mediático, un éxito instantáneo y una notoriedad pública que otorgarían los filmes internacionales. Las estrellas serán embajadoras de este Sueño y, detrás de ellas, se movilizará una vasta cantidad de jóvenes que anhelan encontrar la gloria que congracia la alfombra roja y los flashes de los paparazis en la costa oeste. Si, como afirma Cullen, “el Sueño Americano se realiza por completo en las obras de arte” (2003: 179), es porque el cine hace circular una forma de realización personal, al tiempo que propone a Hollywood como una utopía donde otra concreción de este imaginario onírico puede acontecer. De allí en más, “el espectáculo será el guardián de ese sueño” (Debord, [1962] 2018: 37).

Por ello, la socióloga Karen Sternheimer sostiene que “no podemos entender la movilidad social estadounidense a lo largo del último siglo sin atender a las oportunidades únicas de movilización que ha inventado Hollywood” (2011: 4). De lo que se trata es de asumir que existe otra lectura de esta categoría esencial, columna vertebral de un Sueño Americano que promete el desplazamiento por las escalas que definen las clases sociales. Debo enfatizar, no obstante, que dicha movilidad se materializa más bien en un orden simbólico: allí donde la adquisición de capital monetario habilitaba la concreción de un *American Way of Life* en su expresión más canónica (la obtención efectiva del dinero permitía acceder a un hogar, y por ende, al modelo anhelado de vida suburbial), la escenografía hollywoodense y sus estrellas priorizan la ostentación y la suntuosidad de un estilo de vida artificial marcado por el lujo de la moda y el *glamour* de las prácticas célebres, en un sentido cercano a la distinción que acertadamente observó Pierre Bourdieu (1988). De allí la importancia sociológica de indagar en esta faceta que por su popularidad tiende a ser mirada con desdén, porque finalmente “somos cómplices en este deseo de creer que la idea de un Sueño Americano es real, y las historias de las celebridades nos ayudan a disfrutar vicariamente de este sueño” (Sternheimer, 2011: 7).

Hay, no obstante, otro síntoma que vale la pena dilucidar aquí: la idealización de las estrellas y de sus estilos de vida como modelos paradigmáticos que popularizan una “sacralización de la individualidad y las apariencias”, en tanto lógicas propias del posmodernismo (Lipovetsky, [1987] 2010: 243). Me refiero a esa gran ruptura que el siglo XX desliza al concebir las estrellas de cine como *role models*, por parte de generaciones de jóvenes que las ido-

latran como una suerte de deidades populares. Aunque es posible sugerir que esta veneración responde a una sociedad en la cual la autoridad familiar ha menguado y la educación pasó a descansar en los medios de comunicación, Edgar Morin (1964) entenderá que este fenómeno expone una operación cultural más profunda: ello es, vestigios del mundo religioso y mágico que permanece en una sociedad que, rápidamente, se ha asumido como racional.

Desde esta lectura, en la idolatría de las estrellas residen estelas de lo divino, de ese carácter demiurgo que, históricamente, la humanidad les ha conferido a ciertos renombres, y aquel lujo que mencionara líneas arriba viene a reforzar el carácter mítico de las celebridades, al tiempo que subraya una asimetría social y económica con su público que hace, de forma casi contradictoria, que el mito sea más “eficaz”. Por lo demás, he aquí la explicación del porqué de un “culto” a la celebridad y de “la imposibilidad de separar lo real y la fantasía [que] funda lo que, antes, se llamaba mito: un relato fantástico de dilemas que no pueden resolverse en la realidad” (Sarlo, 2011: 19). En tal sentido, el fanatismo, entendido como una de las grandes respuestas que brinda la cultura popular, tiene su fundación en este periodo dorado, allí cuando el cine parece teñir toda praxis cultural.

Sin embargo, conviene pensar que este culto contiene una interesante dialéctica que hará virar, considerablemente, el curso del sistema de las estrellas. Como se sabe, el desmesurado anhelo por conocer minuciosidades de las celebridades motivó, también, un excesivo intento de los famosos por exponer su intimidad en diferentes entrevistas, noticieros e incluso en las reconocidas revistas del corazón. Este quiebre de lo divino, que Lipovetsky ([1987] 2010: 246) sintetiza como una “corriente de desacralización”, responde a una erosión de las diferencias entre los consumidores y sus referentes, logrando que estos últimos se banalicen y, por ende, se humanicen.

De la frivolidad y el lujo que los actores y actrices promovían en los 50, y del carácter artificial e inmaterial que sus estilos de vida mostraban masivamente, la industria cultural de finales de siglo acuñó celebridades “más humanas, menos regias y marmóreas”, según señala el sociólogo francés ([1987] 2010: 245). Y si, en un quiebre fundamental del estrellato, atendemos a una transición de modelos emblemáticos a reflejos mundanos de lo social es porque, añade Lipovetsky, en el “esfuerzo por la igualdad, las *stars* salen de un universo lejano y sagrado, sus vidas privadas se exhiben en las revistas, sus atributos eróticos aparecen en las pantallas y las

fotos, y las vemos sonrientes y distendidas en situaciones más profanas” ([1987] 2010: 246).

Pero, también, ello pone en escena una nueva caída de la diferenciación entre lo público y lo privado que, como nos indica Beatriz Sarlo (2018: 107), viene a discutir que, hasta mediados de siglo, “la intimidad mostrable tenía sus límites”. Dicho de otro modo, los chimentos que entonces circulaban mediáticamente llamaban la atención, pero no contradecían los estándares sociales y las normas de conducta. Así, los romances de las grandes actrices, los viajes familiares a alguna playa de moda y aun algún pequeño escándalo entre los pares durante la filmación de alguna película permanecían dentro de aquello que era enunciable en la esfera pública. No obstante, la intriga y la curiosidad que despertaban estas peripecias, insignificantes ante la mirada de la cultura actual, adquirieron preponderancia: de los “rostros esquivos” ante las cámaras y los flashes fuera de los platós, el reflejo espe(cta)cular de la pantalla dio lugar a una subjetividad célebre, caracterizada por esa exposición constante del orden privado que será alimento del interés colectivo.

Con todo, esta complejidad avanzará paulatinamente en la cultura, estallando en casos bien reconocibles tales como la repercusión mediática (y fatídica) de la Princesa Diana, los escandalosos romances de Madonna, o bien las capturas infraganti de la actividad sexual de George Michael. Las décadas recientes lograrán así que el linde de lo mostrable se dilate; la celebridad, por su parte, no solo operará a través de la ruptura constante de los cánones, sino también de su exposición: como bien sostiene Sarlo, “se ha corrido un telón y se muestra lo que antes no fue escenario sino backstage” (2018: 111). Aunque este amplio fenómeno (que, a la forma de un oxímoron, la estudiosa sintetiza como la “intimidad pública”) responde a una faceta contradictoria dentro del culto a la celebridad, impone una nueva representación de un famoso que ha logrado banalizarse, acercarse a lo cotidiano y poner en cuestión otro juego de fronteras en la esfera pública. Y, desde mi lectura, esta dimensión se devela como un terreno fértil para indagar emergencias del Sueño Americano que atañen, especialmente, a otras formas de inclusión dentro del campo de lo político.

Lo espectacular y lo político: relatos ejemplares de un Sueño alcanzado

He sugerido, entonces, que el sistema de las estrellas aparece, desde mediados del siglo XX,

como una institución social que irrumpe en diferentes parcelas de lo público, y la política no será la excepción. Pues, al amparo de su progresiva expansión cultural, la celebridad intervendrá en un “mercantilismo de la esfera política”, como un fenómeno que ha cobrado visibilidad en la década de los 90 y, particularmente, en pleno auge del neoliberalismo (Cfr. Brown, 2017: 40). Hablo de aquella irrupción violenta de lo espectacular, del lujo y la frivolidad que invaden la administración pública, de presidentes codeándose con cantantes y actores (y basta recordar, en sede local, los avatares del presidente Carlos Saúl Menem) y de toda una nueva expresión mediática donde clase política y estrella pierden la nitidez de sus formas. Se trata, empero, de un largo proceso que Debord ([1962] 2018: 57) observaba ya en los 50 y en una particular construcción, definida por la combinación entre una “vedette” del espectáculo y un poder estatal personalizado en ella. No debe olvidarse que esta coyuntura se amalgama gracias al puente que tendió la publicidad, ese mundo que, también fundado por aquellos años, hizo de los políticos un producto cuya imagen es diseñada por asesores, y de las celebridades, un objeto de mercadeo fílmico: como sostiene Sarlo (2011), la esfera publicitaria fue, a ciencia cierta, un caldero de alquimista.

Quizá uno de los ejemplos más paradigmáticos pueda hallarse unos años más tarde, cuando la vida íntima del presidente John F. Kennedy alcanzó una repercusión mediática de efectos globales: tanto aquella televisión donde Jackie Kennedy le comparte al pueblo estadounidense la cotidianeidad de la Casa Blanca, como los incansables rumores sobre un presunto romance entre su marido y Marilyn Monroe, ponen de manifiesto que, en este periodo, se gestan fuertes tensiones entre lo público y lo privado. Pero lo interesante aquí es que la personalidad política parece adquirir mayor visibilidad fuera de su desenvolvimiento en la administración estatal, como una lógica que aumentará in crescendo hasta estallar, más recientemente, en casos extremos como los encuentros sexuales entre Bill Clinton y su secretaria Mónica Lewinsky. Si estos escándalos importan, es porque el telón de la investidura política también se ha corrido y el conflicto deviene motor que mantiene atraído a este cuerpo social que se interesa, cada vez más, por hurgar en el orden de lo íntimo.



Figura 3. Jacqueline Kennedy mostrando, ante las cámaras, los interiores de la Casa Blanca. *A Tour of the White House with Mrs. John F. Kennedy* [Programa de Televisión], Perry Wolff [Productor], CBS / NBC, 1962.

Pero quisiera llamar la atención sobre otra dimensión problemática que introduce esta intervención de lo espectacular. Porque, en esta *Celebrityland* (esa “comarca imaginaria” que Sarlo observa en el mundo espectacular contemporáneo), convivirán tanto aquel grupo de personalidades políticas que ha adquirido su reconocimiento estelar de manera escandalosa y fulgurante, como también aquellos famosos que durante años han habitado en el *show-biz* y, de un tiempo a esta parte, anhelan su lugar en las clases mandatarias. De modo que se establece un proceso de retroalimentación a partir del cual la celebridad adquirirá derecho propio para desenvolverse como embajadora, representante y funcionaria en altos cargos estatales,

en tanto roles que antes le eran ajenos. La pregunta que surge, entonces, es qué sentidos sociales despierta este cambio de perspectiva, cuestión que me gustaría explorar a partir de tres emergencias ejemplares de la cultura estadounidense actual.

Primer caso. Luego de postularse como candidato republicano, en noviembre de 2003, Arnold Schwarzenegger es, de manera casi imprevisible, elegido gobernador del estado de California. El “Gobernator” (como aludían irónicamente los medios) triunfó con más del 40% de los votos y mantuvo su cargo durante dos periodos, consagrándose como uno de los políticos más admirados de los Estados Unidos pues, según afirma el periodista Nick Allen (2011), “para mucha gente, Arnold Schwarzenegger es la encarnación viva del Sueño Americano”. Cabe recordar que el personaje en cuestión surca a la perfección la travesía de este imaginario onírico: nacido en un pequeño poblado de Austria, Schwarzenegger llega a los Estados Unidos y triunfará en el mundo del físico-culturismo, hasta alcanzar el título de Mr. Universo y, tiempo después, de máxima estrella fílmica gracias a *Conan the Barbarian* (Milius, 1982), *Predator* (McTiernan, 1987) o el hoy clásico *The Terminator* (Cameron, 1984).

En tal sentido, Schwarzenegger no solo representa un modelo de belleza corporal que será irrigado por géneros canónicos como el péplum y la acción (Cfr. Gómez Ponce, 2017), sino también aquel estereotipo de prosperidad estelar y notoriedad pública que promete un *American Way of Life* de corte hollywoodense, dimensión que no parece verse opacada por las numerosas infidelidades y por un hijo extramatrimonial reconocido tardíamente. Aunque el estadounidense promedio mantiene un estándar moral que sopesa siempre sobre las conductas de las figuras políticas, los logros artísticos y su paso a la memoria popular le permitieron al actor/gobernador devenir “el ejemplo perfecto de que aquello que el Sueño Americano tiene una tendencia a producir” (Krasniewicz y Blitz, 2006: 3).

Segundo caso. En 2001, Angelina Jolie es nombrada Embajadora de Buena Voluntad por el Alto Comisionado de las Naciones Unidas, condecoración que recibe por su interés en las crisis humanitarias en Camboya, Sierra Leona y Pakistán. Vale recordar que, por aquel entonces, la actriz estadounidense emprendió un raudo ascenso a la fama que fue coronado con un premio Oscar a la mejor actriz de reparto, a la temprana edad de 22 años. Su trabajo humanitario, por ende, se encuentra enmarcado en una carrera repleta de éxitos internacionales tales

como *Gia* (Cristofer, 1998), *Girl, Interrupted* (Mangold, 1999) y *Lara Croft: Tomb Raider* (West, 2001). Por tal motivo, Angelina viene a formar parte de aquel fenómeno que Rafael Domínguez Martín (2010) llama una “celantropía”: una nueva ola de celebridades filantrópicas que (como también Bono, Oprah Winfrey o George Clooney, entre muchos otros) se caracterizan por un marcado activismo humanitario, al tiempo que inmiscuyen el orden espectacular en los canales tradicionales de la cooperación internacional. Refiero a un enclave que evidencia cierta pedagogía de los famosos, en tanto la percepción que la comunidad tiene sobre ellos “opera a partir de la propiedad transitiva de la empatía o la atracción: si Angelina quiere a los refugiados y tú quieres a Angelina o a su marido, entonces acabas simpatizando con la causa por una especie de ósmosis afectiva” (Domínguez Martín, 2010: 3).

Por lo demás, sugiero que dicha propiedad transitiva resulta de una representación del American Dream que, de modo especial, se respalda en el fenómeno Brangelina: esa célebre amalgama mediática entre la actriz y Brad Pitt que invadió, intempestivamente, los medios de todo el mundo. El matrimonio Jolie-Pitt, junto a sus copiosos hijos adoptados en diferentes países del tercer mundo, escenifican un modelo de familia ensamblada que no deja de generar atracción dado que responde a los cánones de armonía doméstica y belleza que determinan a la cultura popular contemporánea: en su conjunción, los actores salen de la pantalla, exhibiendo en los tabloides y los *backstages* un clan idílico que, como piensa Robert C. Cottrell, “le da forma y refunda las imágenes de los hombres y las mujeres americanos, la experiencia americana y la misma idea de América” (2010: ix).

En tal sentido, la intervención humanitaria de Angelina es efectiva, porque se enmarca en un matrimonio paradigmático que, finalmente, materializa un Sueño Americano que aúna cotidianidad y *glamour*. De modo que Brangelina ejemplifica no solo un modelo de perfección familiar, sino también de filantropía comunal y, con ello, de altruismo y solidaridad: esos rasgos predilectos con arreglo a los cuales la comunidad estadounidense busca, insistentemente, describirse.

Tercer caso. El 6 de noviembre de 2016, y contra todo pronóstico, Donald Trump es elegido presidente de los Estados Unidos, luego de enfrentarse en una ajustada postulación contra la candidata demócrata Hillary Clinton. De principio a fin, el ascenso del magnate al máximo



Figura 4. Arriba: como enviada especial de la ONU, Angelina Jolie reunida junto a Jens Stoltenberg, secretario general de la OTAN. La reunión en Bruselas, el 31 de enero de 2018, se abocó a tratar la violencia sexual en las zonas de conflicto. Fotografía, Prensa Oficial de NATO, recuperada por ABC News.

Abajo: Sesión en donde la actriz se aboca a narrar la forma en que su trabajo humanitario se entrelaza con su rol de madre y, al mismo tiempo de actriz. En la encrucijada con el *glamour* de la moda y la filantropía, el Sueño Americano aparece como una metáfora densa en la nota que acompaña. Fotografía de Mert Alas y Marcus Piggott, *Vanity Fair*, núm. noviembre de 2011, Condé Nast Publications.

escalafón ejecutivo del país fue el resultado de una contienda no tanto política como mediática: el hijo menor del reconocido empresario Fred Trump saltó a la fama en los años 70, consecuencia de una serie de ambiciosos proyectos inmobiliarios tales como la remodelación total del Hotel Commodore, la creación del colosal Taj Mahal Casino, la reconstrucción de la pista de hielo del Central Park y el que será el emblema de su imperio, la Trump Tower.

En cierto modo, la travesía de Trump se asemeja a aquella que emprende Arnold Schwarzenegger, aunque los caminos que esbozan distan lo suficiente: si bien ambas celebridades redundan en los dilemas familiares, el actual presidente los lleva al extremo, volviendo públicas las infidelidades a su primera mujer Ivana Zelníková, exponiendo presuntos romances con modelos y cantantes como Madonna, y volcando toda información de lo íntimo en diferentes entrevistas, *talk shows* e incluso libros de su propia autoría. Dicho de otro modo, Trump convirtió los escándalos en múltiples peldaños que permitieron una escalada sin prisa (pero sin pausa) hacia la escenografía política.

No debe olvidarse, sin embargo, que el magnate es también el producto del *reality show*, la faceta espectacular más perfecta del neoliberalismo. En su programa *The Apprentice*, aquel que durante más de diez temporadas se mantuvo en la cima del rating, Trump demostró sus capacidades empresariales, adoctrinando docenas de participantes a seguir sus pasos en la persecución capitalista de un estilo de vida americano: es decir, surgir de la nada, hacerse a sí mismo, competir y obtener recompensa monetaria. Así, en la ideología nacionalista que sintetiza su eslogan político, “Make America Great Again”, subyace no tanto una doctrina conservadora de larga tradición, como una lectura capitalista de unos Estados Unidos que se hacen a través de la acumulación económica y del triunfo en el mercado, lógica de la cual el presidente deviene el más flamante portavoz. Como bien sintetiza el título del reciente documental producido por la cadena Netflix (2017), Donald Trump es, a los ojos de toda una parcela actual de los Estados Unidos, “an American Dream”.

Ahora bien, aunque disímiles a simple vista, estas tres personalidades comulgan en ciertos sentidos que atañen a una representación tardía del Sueño Americano. Cada uno de ellos fija como meta alguna de las aristas posibles que habilita la escenografía política, y el trayecto para alcanzarlas se logra mediante aquella “intimidad pública” que explicitáramos líneas arriba.

El itinerario del inmigrante austríaco en Schwarzenegger, la idealización de la familia ejemplar en Jolie y el ascenso económico del empresario en Trump dan cuenta no solo de tres de los caminos tradicionales que pautan este sinuoso imaginario onírico, sino también de esa banalización de lo espectacular de la que hablara Lipovetsky, en tanto las peripecias que ellos emprenden son de público conocimiento. Y, en dicha exposición mediática, yace una dimensión que las acerca al cuerpo social y que les otorga los méritos suficientes (al menos, ante la mirada de la masa popular) para desenvolverse en otros órdenes antes vedados.

Desde esta lectura, se trata de figuras espectaculares que se abren paso en otros roles representativos porque, aun con todas las críticas que puedan recibir, son “la manifestación más accesible de lo político para ciudadanos que entienden mucho más de televisión que de ninguna otra forma cultural” (Sarlo, 2011: 11). En otras palabras, la ciudadanía se identifica con la celebridad no solo porque con ella funda otro tipo de cercanía (proviene del mundo del espectáculo y, por ende, hay un *background* previo), sino también porque ella acerca otra información que el político tradicional, en principio, no puede.

Vale la pena resaltar que, si bien este acercamiento responde a una celebridad que, como sostiene Sarlo, se reafirma en el eslogan “me exhibo, luego existo”, deja entrever asimismo la característica propia de una nueva subjetividad posmoderna que se organiza siempre en torno a una performance pública. Se trata de una expansión subjetiva reciente, fenómeno sociológico de nuestra época a partir del cual la exposición de lo íntimo se establece como prueba de proximidad y, por ende, de muestra de igualdad con el otro (Illouz, 2006).

Si la banalización desarticula la sacralización de las celebridades, como bien sugerí antes, también es cierto que trata con un mecanismo cultural más amplio que está operando sobre la apropiación de una idea de democracia. De allí que la exposición pública de la estrella garantice, en cierto modo, la verosimilitud de su discurso, y los avatares del Sueño Americano sean, especialmente, esos espacios de encuentro que dan lugar a la identificación entre el público y su estrella política dado que “el lugar común nos pone a todos en el mismo lugar imaginario” (Sarlo, 2011: 17).

A modo de cierre (provisorio)

Este es, sin lugar a dudas, el nuevo capital simbólico que emana de un amplio número de celebridades que asumen el desafío de desplazarse hacia los derroteros políticos. En ellas, el Sueño Americano no solo deja sus estelas de sentido, sino que además opera como marco de entendimiento común para generar el acercamiento con el público. Desde esta lectura, se demuestra una vez más la versatilidad de este imaginario como un motor ideológico de la posmodernidad que impacta sobre la política: ese orden que hoy está mutando sus formas y que se encuentra habitado por un cúmulo de estrellas que, tomando las palabras de Sarlo, dan cuenta de que “la cuestión no es el origen de quien ocupa el cargo, sino su capacidad de convertir ese origen en un destino, en un impulso positivo, en un signo de reconocimiento” (2011: 32). En cierto modo, las celebridades están funcionando como traductores públicos de los anhelos y los imaginarios colectivos, y el Sueño Americano aparece como ese territorio de frontera, o más bien como esa lingua franca que, según Jim Cullen (2003) todos hablamos, aunque no sepamos a ciencia cierta de qué trata.

El culto político de la celebridad pone de manifiesto así una nueva expresión de las subjetividades posmodernas y los vertiginosos cambios que se producen en esa cultura estadounidense que estaría cuestionando sus bases fundamentales y sus mismas nociones de democracia y política. Resta preguntarse, sin embargo, qué se esconde dentro de la intervención estelar de estos neopolíticos, figuras célebres que no pertenecen a partidos histórico y que “juegan solos”, o que bien trazan alianzas elementales en vistas de ingresar en las escenografías electorales (Cfr. Sarlo, 2011). En otras palabras, se trata de interrogarnos si estas personalidades se movilizan por sus propias intenciones, o si detrás de ellas se esconden fuerzas de poder más amplias que se sirven de su empatía con el público. Y los ejemplos explorados habilitan a este cuestionamiento pues, mientras Trump (y, en cierta medida, Schwarzenegger) es el representante más reciente de un populismo teñido de nacionalismo estadounidense, Angelina Jolie da habida cuenta de una industria del filantropocapitalismo cuya capacidad de comunicación masiva alcanza altos niveles en el mundo contemporáneo (Domínguez Martín, 2010).

Con todo, el recorrido emprendido permite entrever que el funcionamiento cultural de la celebridad ha tenido, a lo largo del último siglo, un carácter ciertamente expansivo. No se trata solamente de figuras del ocio, sino de una compleja zona de influencia que impacta en otros órdenes de lo social, tal vez porque el entretenimiento está determinando nuestras costumbres y nuestro modo de percibir el mundo. De la sacralización de las estrellas de Hollywood, a las más recientes celebridades que se inmiscuyen en la política contemporánea, el culto a la celebridad reafirma su intervención en la historia, permitiéndonos responder a aquel interrogante que Sarlo se ha plantado: “¿Por qué ocuparse de estas cosas? Por su lugar en la cultura cotidiana contemporánea y, en consecuencia, por la fuerza que ejercen sobre la sensibilidad y la experiencia” (2018: 157).

Bibliografía

- Allen, Nick (2011). “Arnold Schwarzenegger: from Austrian immigrant to superstar to politician”. *The Telegraph*, edición digital. [En línea] <https://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/8419751/Arnold-Schwarzenegger-from-Austrian-immigrant-to-superstar-to-politician.html> [Consulta: 20/01/2020].
- Arfuch, Leonor (2017). *La vida narrada. Memoria, subjetividad y política*. Villa María: Eduvim.
- Arias Carrión, Rafael (2011). “Los años 20. Actores y actrices”. *Miradas de cine, edición digital*. [En línea] <https://miradasdecine.es/2011/10/los-anos-actrices-actores.html> [Consulta: 23/01/2020].
- Brown, Wendy (2017). *El pueblo sin atributos. La secreta revolución del neoliberalismo*. Barcelona: Malpaso Ediciones.
- Bourdieu, Pierre (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Cottrell, Robert (2010). *American Popular Culture. From P.T. Barnum to Jennifer López*. New York: Routledge.
- Cullen, Jim (2003). *The American Dream: A Short History of an Idea that Shaped a Nation*. New York: Oxford University Press.

- Debord, Guy ([1962] 2018). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Domínguez Martín, Rafael (2010). “Celebridades y cooperación al desarrollo: manejar con cuidado”. *Análisis del Real Instituto Elcano*, N° 142: 1-8.
- Ferrer, Christian (2018). “El mundo inmóvil”. En *La sociedad del espectáculo* (pp. 8-25). Buenos Aires: La Marca Editora.
- Fout, John (2018). “Michelle Obama Shares Her American Dream”. *The Street*, edición digital. [En línea] <https://www.thestreet.com/story/10434653/1/michelle-obama-shares-her-american-dream.html> [Consulta: 23/01/2020].
- Gómez Ponce, Ariel (2017). “Héroes fragmentados: memoria cultural y masculinidades mainstream en las series de TV”. *Revista Chilena de Semiótica*, N° 7: 7-24.
- Gómez Ponce, Ariel (2021). “Las series y el Sueño Americano. Nostalgia y pervivencia de un imaginario suburbial”. *Intexto*, N° 52: 1-23.
- Illouz, Eva (2006). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Editorial Katz.
- Jameson, Fredric (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Buenos Aires: Paidós.
- Jameson, Fredric (2012). *Posmodernismo. La lógica cultural del capitalismo tardío. Vol. I*. Buenos Aires: La Marca.
- Krasniewicz, Louise y Blitz, Michael (2006). *Arnold Schwarzenegger: A Biography*. Connecticut: Greenwood Press.
- Lipovetsky, Gilles ([1986] 2003). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles ([1987] 2010). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Martel, Frédéric (2014). *Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Barcelona: Taurus.

- McDonald, Paul (2001). *The Star System. Hollywood's Production of Popular Identities*. New York: Columbia University Press.
- Morin, Edgar (1964). *Las estrellas del cine*. Buenos Aires: Eudeba.
- Obama, Michelle (2018). *Becoming*. New York: Penguin Random House.
- Sarlo, Beatriz (2011). *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Sarlo, Beatriz (2018). *La intimidad pública*. Buenos Aires: Seix Barral.
- Sternheimer, Karen (2011). *Celebrity Culture and the American Dream: Stardom and Social Mobility*. New York: Routledge.