



El Olimpo en Beverly Hills

POR IRENE ZOE ALAMEDA , 8 FEBRERO, 2015



Brad Pitt, Angelina Jolie, Taylor Swift, Kanye West, James Franco, Joaquin Phoenix y Robert Redford

En una reciente entrevista, [Katy Perry](#), la estrella invitada de la Super Bowl del pasado domingo, resumió el espíritu con el que los consumidores de información (todos nosotros) nos asomamos a las noticias sobre las *celebrities*.

“Uno adopta el papel de malo, otra el de princesa, uno se convierte en una figura paterna, otra es una madraza... siempre ha habido personajes. Las estrellas somos personajes, y los medios de comunicación se mueven en esos códigos: ¿A quién le toca ser la chica adorable? ¿A quién el cabrón? Ahora les ha tocado a Taylor (Swift) y a Kanye (West). Es una narrativa.”

En efecto, consideramos personajes a los famosos y al hacerlo los caracterizamos con rasgos arquetípicos, claramente identificables. Semejante mecanismo es connatural al ser humano y viene de lejos: el teatro griego se erigió sobre la escisión que toda persona sufre entre su carácter (“ethos”) y su máscara (“prosopon”), esa faceta social que la representa ante el resto.

En la era de las redes sociales, la distancia entre el carácter real y la máscara que proyectamos sobre los famosos se agranda. Debemos tener la certeza por tanto de que todo lo que leemos sobre ellos es ficción: nos falta la información sobre esas personas y quienes las rodean, el contexto de sus actos, sus motivaciones... Y lo que es más importante: no podemos pasar por alto los incentivos de quienes nos hacen llegar las noticias. En el negocio del entretenimiento-información las remuneraciones de los mercaderes de bulos dependen de nuestro número de

clics, del tiempo que estemos pegados a una noticia recibiendo subliminalmente la publicidad de los *pop-ups* y los *banners* laterales.

La mitología griega delineó el drama arquetípico de la familia extensa en sus habitantes del Olimpo, y los occidentales somos herederos de esa estética. No es casual que Hollywood se alce sobre Beverly Hills, como el Olimpo se alzaba sobre el susodicho monte. Los dioses se alimentan de los efluvios que emana la adoración de los mortales: nos interesan en su realidad aumentada en la que los errores son más erróneos, las pasiones más pasionales, los éxitos, auténticas heroicidades.

Así, la irascible Angelina Jolie encarna hoy a la suprema Hera, esposa de un omnipotente Zeus-Brad Pitt. Channing Tatum es ahora Apolo, mientras que James Franco es Dionisos. Joaquin Phoenix lleva años siendo el tullido Hefesto, del mismo modo que Robert Redford lleva décadas como Hades, a la sombra de su inmenso poder en el subterráneo cine *indie*... Las revistas están plagadas de dioses menores.

Quien se adentre en la mitología griega y romana descubrirá paralelismos sorprendentes en la caracterización de los personajes que pueblan su actualidad, y se descubrirá a sí mismo como un voyeur más en la inmensa cadena de la historia.

La era digital nos permite vivir inmersos en un drama global en el que nuestro interés por las vidas de los famosos nos sumerge en un ejercicio adictivo de catarsis. Pero no debemos olvidar que solamente se trata de un negocio cuya herramienta es la narrativa.

www.irenezoalameda.com

Compártelo:



»