

---

# LA MONROE — LA ESTRELLA — LA CELEBRIDAD

(martes, 22 de abril de 2008) -

POR TOBY MILLER, EE.UU.tobym@ucr.edu

Quisiera agradecer al Festival de México en el Centro Histórico, la Fundación Gonzalo Rojas, la Casa Refugio Citlaltépetl, el Palacio de Bellas Artes de la Ciudad de México, y todos los patrocinadores. Quisiera agradecer específicamente a Fabienne Bradu, Adriana Romero-Nieto, y Philippe Ollé-Laprune. Es un placer y un honor estar aquí. Ya, ustedes saben que tengo (digamos) &ldquo;una manera&rdquo; de hablar el español. Necesito decir que, en mis ocho años de viajar a México, cada vez, hay una reacción muy positiva a mis intentos con este idioma que, en la década pasada, me ha presentado a una nueva vida intelectual, cultural, y amistosa. Pero, disculpe por mis errores. ¿Por que todo el mundo no habla inglés? Fue un chiste.

Marilyn Monroe&mdash;celebridad, estrella, icono. No voy a hablar mucho sobre sus películas. No voy a hablar (mucho) sobre sus parejas. Hablaré sobre su leyenda, y los intertextos del signo social, &ldquo;Marilyn Monroe.&rdquo; Y voy a hacerlo en un contexto institucional, donde las leyendas de los iconos empiezan, viven, y terminan. La revista ENcontrARTE explica sus razones de crear un dossier especial sobre Marilyn&mdash;fue para ilustrar como &lsquo;las grandes poderes &hellip; fijan las líneas del mundo, crean iconos, los moldean, los imponen, los comercializan &hellip; [y] cuando dejan de serles útiles, los sacan de circulación&rsquo; (&ldquo;Marilyn Monroe: Construcción,&rdquo; n.d.). En una manera muy breve, es la historia. Pero quiero averiguar su herencia en el contexto de teorías de las celebridades, las estrellas, y los iconos.

La idea de la celebridad exista desde los retratos de algunos escritores y pintores de hace ocho siglos en Europa del oeste, que eran objetos del mercadotecnia, buscando atención. Desde el siglo diez y siete, los retratos eran también métodos de instrucción, donde la vida cotidiana de la realeza llegaban a ser rituales para toda la corte. Un poco después, la democracia y el capitalismo necesitaban la publicidad para transferir la fama y la legitimidad de la corte y la religión hasta el valor de la mercancía y su encarnación en la gente con éxito monetario; porque esta fama no venia a causa de herencia. Entonces fue el origen de nuestros debates hoy sobre los iconos y su autenticidad, su valor trans-histórico, su realismo contra su estatus como fabricados, su vida publica y privada&mdash;y la cuestión de ser nouveau riche (Briggs y Burke 2003: 11, 41; Marshall, 1997; Gamson, 1994).

Las estrellas del cine son las celebridades perfectas. Sabemos demasiado sobre las estrellas Hollywoodenses. Sabemos, por ejemplo, cuando fuman, porque desde las corporaciones tabacaleras habían accedido a la proscripción voluntaria de la colocación del producto hace veinte años, la incidencia de estrellas que aparecían en pantalla fumándose un cigarrillo creció once veces mas, básicamente para llegar por fin a la cuestión de las prohibiciones en los anuncios televisivos norteamericanos, y las compañías ofrecen los cigarrillos gratis por toda la vida, con el intercambio un acuerdo de fumar y posar fumando durante las entrevistas con la prensa (Laurance, 2001). Al mismo tiempo, sabemos menos sobre las estrellas que pensamos&mdash;por ejemplo, mucho comentario critico esta de acuerdo con la industria, que dice que las estrellas son las claves al éxito financiero de las películas. Este mito existe contra toda la evidencia de las ciencias sociales y su análisis regresivo de los factores exitosos, como genero, compañía, director, etc. (Simonet, 1980; Rosen, 1981; Adler, 1985; Chung y Cox, 1994; Wallace y otros, 1993; Albert, 1998; De Vany y Walls, 1996, 1997, y 1999).

También, nosotros negamos la centralidad de las instituciones en la creación y vida de la estrella. En muchísimos libros y análisis populares y académicos&mdash;de las películas y de las historias&mdash;la tesis dominante es que la destina de las figuras populares esta determinada por los individuales y sus interioridades emocionales. Generalmente, se asocia cuatro calidades con la estrella: la belleza; la edad; la aptitud; y la imagen en la pantalla. Pero la revista industrial Hollywoodense Variety dice que una estrella es una mezcla de una persona contenida en una cierta obra y en un momento de tiempo (Bart 1997: 4). Las estrellas tienen al menos tres rostros: sus caracteres específicos en las películas; sus personajes privados; y sus personas públicas (Levy 1990: 247-50; King 1987: 160; McDonald 1995: 86-87; Dyer, 1986; Stacey 1994: 136; Thompson, 1978).

Y además de estas categorías, hay el icono. Es una mezcla muy complicada; una mezcla de los métodos de la mercadotecnia, los signos sociales, los emblemas nacionales, los productos del capitalismo e individualismo, y los objetos del consumo personal y colectivo. Cada tendencia involucra una imbricación de lo publico y lo privado, de la publicidad y la intimidad&mdash;y la oportunidad apropiarlo por parte de los márgenes. Los actores llegan a ser los iconos, y lo hacen cuando sus vidas sociales y privadas son mas importantes que sus calidades profesionales, y pueden representar alguna cosa sobre la época, al nivel donde lo publico intenta emularlos, pero los artistas lo hacen también. Los iconos están al centro de los estereotipos del éxito, de poder, y de la belleza, como figuras de la consunción y emulación individual y artística. Los iconos pueden encarnar algunos papeles del drama y de la moda, pero también hacer mas&mdash;ellos pueden mostrarnos las limitaciones y los promesas de la edad. Sobre todo, cada icono &lsquo;es una imagen; pero no una imagen natural.&rsquo; Y en el caso Marilyn, lo que importa es &lsquo;el proceso de transformación del icono ideográfico en icono normativo,&rsquo; el proceso donde las fotos llegan a ser las historias publicas sobre la mujer, la sexualidad, la industria filmica&mdash;la tragedia (Bueno, 2002).

Para entender los iconos, debemos considerar el concepto marxista y feminista de cómo los sectores privados y públicos se encuentran, a través de los cuerpos por parte de un fetiche. Esos es muy importante en el caso de Marilyn—una de las personas que millones de nosotros creemos que conocemos. Ella es como una extranjera personalizada, una parte de los mitos y símbolos de la feminidad y del encanto, reificada por parte de los procesos capitalistas, sexuales, y cinematográficos, en un lugar donde sus calidades personales e impactos sociales fabrican una cosa que usamos en el comercio, el arte, y la fantasía.

En otro lugar, estos procesos desarrollan resultados determinados para los públicos. Para muchas mujeres y gays, ella representa la belleza, la sexualidad, y la lucha para conseguir la vida encantadora, una persona construida y destruida por sus conexiones con los hombres poderosos y famosos—Joe DiMaggio, Arthur Miller, John F Kennedy, y Bobby Kennedy (y este grupo no incluyen los productores y ejecutivos Hollywoodenses). Para los hombres heterosexuales, ella representa la posibilidad de un mundo de coquetilla—diferente de la vida cotidiana, y totalmente diferente de sus sentidos de sus masculinidades. Sobre todo, Marilyn significa la vulnerabilidad y el poder—la capacidad de la vulnerabilidad de atraer y rechazarnos en todo el horror y la belleza de su fabricación. Es un placer de la identificación, con una mezcla muy grande de la distancia y de la proximidad, del deseo de la diferencia y de la semejanza, donde podemos imaginarnos—si tenemos la fortaleza—ser Marilyn, o querer a Marilyn. Ella era —la novia de America— (Reig, 2005), —la diva de Hollywood, la rosa fulgurante, la luz dorada, la mujer mas hermosa y deseada del planeta—llegó a convertirse en un peligro para la Seguridad Nacional del país mas poderoso del mundo—a causa de sus conexiones con los Kennedys, la mafia, y los comunistas (—Marilyn Monroe: Construcción,— n.d.). A través de su cuerpo, miramos las luchas del genero, de la presidencia, del placer, y de la definición de la frontera entre la vida privada y publica. Matrimonios fracasados, depresiones monumentales, explotaciones sexuales, muerte prematura y extraña—el icono Marilyn.

Ella se murió antes de Vietnam, antes de los asesinatos de JFK, y Bobby, y el doctor King, antes de los Beatles, antes de los derechos civiles—o sea, al momento mas alto del mito del siglo estadounidense, que ella representa sobre todo. Marilyn es un símbolo estadounidense de su liderazgo del primer mundo contra el socialismo, —un imperio frente todos, y del estatus de la mujer americana blanca, de la novia y madre de los americanos que estrenan el Imperio universal y ensayan el ascenso hacia el Estado de Bienestar,— dice Gustavo Bueno (2002). Ella significa el trabajo del espectáculo femenino y Hollywoodense al momento inmediatamente antes del feminismo contemporáneo—una reacción contra, quizá, su feminidad. Ella era una presencia, una parte de la vida autentica y de la vida ficticia. Ella es un memento de la auto-invencción y la mascara femenina.

Consideremos las contradicciones de su manera de morir—suicida por una infancia desamparada, victima de las avatares de la industria hollywoodense, de sus debilidades amorosas y hasta un crimen de Estado— (—Marilyn Monroe,— 2005). Su manera de morir, oscurecida en el mito Kennedy, ejemplifica esta calidad contradictoria, de cautivar los tiempos al punto de trascenderlos. En este sentido, ella es una figura de la modernidad, una figura clásica del feminismo y marxismo—porque sus contradicciones y la leyenda de su biografía nos ofrecen las claves a la historia popular de la edad. Ella experimentaba y simbolizaba la gloria y la miseria de ser diferente, famosa, y deseada. Y finalmente, o al menos ahorita, ella ha llegado a ser, en las palabras de Marcela Torres, —uno de los iconos que representan la perfección en la liberación de la mujer— (—Voces diversas,— 2007).

El año pasado, en Nueva York, la corte federal dijo que su familia (o sea, la familia de Lee Strasberg, el maestro del performance —método,— la familia que tiene su herencia) no puede explotar su imagen. La capacidad de licenciar su imagen no existe, efectivamente. Finalmente, la ley dijo que ella es la propiedad de nuestros imaginarios—y de la materialización de los artistas (Perrotta, 2007). Es la cosa correcta, porque en las palabras Marilyn, —Pertenezco al publico; el es mi única familia— y —Soy una hija del pueblo.— Al mismo tiempo, significa su frustración, porque esperaba usar sus estudios con Strasberg para trascender su carrera como —un adorna en pantalla— hasta —una verdadera actriz,— un intento en la transferencia afectiva y legal de Joe DiMaggio, beisbolista, a Arthur Miller, dramaturgo (—Marilyn Monroe,— n.d.; —Marilyn Monroe: Construcción,— n.d.).

No se puede interrumpir la tendencia, el deseo, de representarla—dentro la literatura, pensamos en El día que murió Marilyn por Terenci Moix, Marilyn's Daughter por John Rechy, Queen of Desire de Sam Toperoff, las poemas de Lucinda Ebersole y Richard Peabody, el libro del nuevo periodismo de Norman Mailer, Con M de Marilyn por Ramírez Heredia, y el ensayo ficto-crítico por Truman Capote (Marí, 2000).

Ya, estamos usando su imagen. Como saben, Marilyn fue encontrada muerta, a causa de una sobredosis de barbitúricos, seis semanas después de posar desnuda para la revista Vogue entre las sabanas en Los Ángeles, en el hotel Bel-Air. Este año, casi cincuenta años después, Lindsay Lohan, actriz muy joven y con sus mismos problemas con las drogas recreativas, posó desnuda por el mismo fotógrafo, Bert Stern. Ellos lo hicieron para recrear una parte de esta historia, para emular el mito de la estrella en lo que se llama —La Ultima Pose,— creada por Stern. Lohan dijo que ella esta estudiando a Marilyn, que —tengo fotos de ella por todas partes.— Lohan ha comprado un apartamento donde Marilyn estaba viviendo. Y ella ofrece este análisis del icono: Marilyn es un ejemplo de —lo que esta industria del cine puede hacer con alguien.— Para Lohan, las nuevas fotos son homenajes

(Lindsay, 2008; Garavito, 2008). Recordamos estas palabras de Marilyn—ella dijo ‘En Hollywood te pueden pagar mil dólares por un beso, pero solo cincuenta centavos por tu alma’; (Marilyn Monroe, 2005). O tal vez ellas eran las palabras creadas y diseminadas por parte del mercadotecnia.

Esta emulación Lohan no es la primera—pensamos en el ejemplo de Marilyn su misma—ella era una emulación, una figura citando Mae West y Jean Harlow, otras rubias del imaginario. Desde Marilyn, usándola como modelo, hay Madonna de los ochentas, cuando ella era la chica materialista, recreando nuestro icono de Los Caballeros prefieren Rubias y Como Casarse con un Millonario. Menos positivamente, hay el ejemplo de la muerte Marilyn—en el mes desde su ‘suicida’, vimos un aumento de doce por ciento en las suicidas estadounidenses; el caso Monroe es un clásico en la literatura epidemiológica del impacto público de la cobertura mediática de los muertes de las estrellas (Stack, 1992). Por otro lado del Atlántico, escuchamos que la cantante británica Amy Winehouse (‘I don’t wanna go to rehab, honey’) sobrevivía a la internación en una clínica londinense para superar sus adicciones, gracias a las películas Marilyn (Amy, 2008). Y en China, la actriz Mei Ting encarna a la estrella al estilo oriental. La vida Marilyn fue irreal, un sueño para interpretar, y debemos repetirla en el arte y el cotidiano.

Más críticamente, el colectivo artístico Frances & Claire Fontaine, integrado por los vanguardistas James Thornhill y Fulvia Carnevale, está trabajando con la tensión entre lo místico y lo monetario en la pintura contemporánea. Carnevale está creando imágenes de Marilyn para mostrar la relación entre la reproducción técnica de sus imágenes y el culto de la personalidad, como en la obra Andy Warhol. Ella lo hace en combinación con las imágenes de Mao, para evidenciar que el capitalismo neoliberal no funciona, pero puede fracasar las alternativas (Ricardo, 2008). Y por supuesto hay también inspiración por otros artistas como Gottfried Helnwein, Antoni de Felipe, Daniel Spoerri, Henri Cartier Bresson, Marc Luders, Volker Hildebrandt, y José de Guimaraes. Tenemos las fotos del mercadotecnia de los cincuentas que Corinna Holthusen usa para jugar ‘con el rubio peinado de la estrella hasta dejarla casi calva’; (Marilyn Monroe inspira, 2007).

Esta conexión entre Marilyn, la izquierda, y los vanguardistas me interesa mucho. Ella es un símbolo de la lucha de la mujer muy frágil—pero con mucha fortaleza—contra la patriarquía, la jerarquía masculina. Y se dice que durante su vida, el Bureau Federal de Investigación mantenía papeles sobre Marilyn, a causa de su llamado izquierdismo. Y en el dos mil ocho, descubrimos estos datos. En febrero de este año, la decisión de Fidel ceder el liderazgo cubano ‘se aupó al primer lugar de lo más leído’ en la versión electrónica del periódico El País. En segundo lugar? La emulación Lohan de Marilyn (Grau, 2008). Y en el llamado corazón del izquierdismo—o digamos de ‘Hola Presidente’—hay una nueva ópera venezolana que se llama El Tinte de la Fama, por Alejandro Bellame. Es sobre una actriz desempleada que participa en un concurso de la televisión, titulado La Marilyn Monroe del Nuevo Milenio. Este texto-dentro-un-texto propone que una venezolana encarne la Marilyn. La ópera es un intento de explorar la búsqueda venezolana por una identidad (Márquez, 2008). Y, sobre todo, tenemos la poema épica de Ernesto Cardenal, ‘Oración por Marilyn Monroe’, que está reproducida por la revista electrónica trotskista, Rebellion.org (2002). Esta poema habla de ‘los mercaderes de la 20th Century Fox’ quienes ‘hicieron de tu casa una cueva de ladrones’. Cardenal dice que Marilyn ‘tenía hambre de amor’—pero recibió los tranquilizantes. Y él tiene un mensaje para nosotros, quienes no pueden terminar nuestro deseo para ella—que ‘La película terminó sin el beso final’.

En la semana pasada, alguna persona anónima ha pagado millón dólares y media para quince minutos de una película doméstica que, supuestamente, muestra el sexo oral entre Marilyn y JFK (Brooks, 2008). Parece que sea la última película suya—y que no vayamos a verla. El propietario no quiere ofrecer una versión pública. Ya es el objeto de la especulación internacional dentro la prensa sobre su papel en los mitos Monroe-Kennedy-estado.

Claro que no sabemos la verdad de este triángulo. Claro que la verdad está invisible, en parte a causa de la leyenda. Claro que un evento y una ponencia como esta noche son partes de esta leyenda, del sentido que Marilyn es un icono con muchísimos rostros. Y mi razón para hablar sobre este último evento sexual? Es porque siempre, vamos a regresar a la sexualidad—no se puede evitarla con este icono. Ella era símbolo de los cincuentas, pero con un ojo a los sesentas, y con muchísima relevancia por nuestros tiempos. Esta capacidad de capturar lo que ya estamos buscando—y que ella nunca encontró—o sea, la felicidad; y el conocimiento que la sexualidad no es una cosa pero una invención, y muy frágil, están al corazón de ser un icono en la mentalidad del público—expresando y trascendiendo las industrias culturales. En su libro Autobiografía de Marilyn Monroe, Raul Reig, imaginando la voz Marilyn, escribe ‘No me escuche: míreme. Las palabras no significan nada. Míreme a los ojos’; (2005).

Gracias.

## REFERENCIAS

- ‘Amy Winehouse Sobrevive Rehabilitación con Filmes Monroes.’; (2008, 29 de enero). ANSA Noticiero en Español.
- ‘Lindsay Lohan, Casi Como Marilyn.’; (2004, 24 de febrero). ABC.
- ‘Marilyn Monroe.’; (n.d.). Enciclopedia Libre Universal en Español.
- ‘Marilyn Monroe: Construcción y comercialización de un mito.’; (n.d.) ENCONTRARTE.
- ‘Marilyn Monroe inspira a artistas de todo el mundo.’; (2007, diciembre). El Comercio.

---

“Marilyn Monroe: La rubia debilidad de Hollywood.” (2005, 1 de junio). La Nación.

“Voces diversas sobre Marilyn Monroe, La Madrina Eterna de Los Martes de Enkidu en Teatro Arlequín.” (2007). Enkidumagazine.com.

Adler, M. (1985). “Stardom and Talent.” *American Economic Review* 75, no. 1: 208-12.

Albert, Steven. (1998). “Movie Stars and the Distribution of Financially Successful Films in the Motion Picture Industry.” *Journal of Cultural Economics* 22, no. 4: 249-70.

Bart, Peter. (1997, 29 de septiembre-4 de octubre). “Showbiz Star Wars.” *Variety*: 4, 75.

Briggs, Asa y Peter Burke. (2003). *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press.

Brooks, Xan y agencias. (2008, April 15). “\$1.5m for Monroe sex film the world will never see.” *Guardian*.

Bueno, Gustavo. (2002). “La canonización de Marilyn Monroe.” *El Catoblepas* 9: 2.

Cardenal, Ernesto. (2002, 3 de agosto). “Oración por Marilyn Monroe.” *Rebellion.org*.

Chung, Kee H. y Raymond A. K. Cox. (1994). “A Stochastic Model of Superstardom: An Application of the Yule Distribution.” *Review of Economics and Statistics* 76, no. 4: 771-75.

De Vany, Arthur S. y W. David Walls. (1996). “Bose-Einstein Dynamics and Adaptive Contracting in the Motion Picture Industry.” *Economic Journal* 106, no. 439: 1493-514.

De Vany, Arthur S. y W. David Walls. (1997). “The Market for Motion Pictures: Rank, Revenue, and Survival.” *Economic Inquiry* 35, no. 4: 783-97.

De Vany, Arthur S. y W. David Walls. (1999). “Uncertainty and the Movie Industry: Does Star Power Reduce the Terror of the Box Office?” *Journal of Cultural Economics* 23, no. 4: 285-318.

Dyer, Richard. (1986). *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. New York: St. Martin’s Press.

Elliott, Carl. (2003). *Better than Well: American Medicine Meets the American Dream*. New York: W. W. Norton.

Gamson, Joshua. (1994). *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*. Berkeley: University of California Press.

Grau, Abel. (2008, 20 de febrero). “Castro cede el poder pero es líder de visitas en la ‘Web’.” *El País*: 72.

Gravito, Jonathan. (2008, 19 de febrero). “En la piel de Marilyn.” *El Norte*: 1.

King, Barry. (1987). “The Star and the Commodity: Notes Towards a Performance Theory of Stardom.” *Cultural Studies* 1, no. 2: 145-61.

Laurance, Jeremy. (2001, 5 de febrero). “The Habit Hollywood Can’t Stub Out.” *Independent*.

Levy, Emanuel. (1990). “Social Attributes of American Movie Stars.” *Media, Culture & Society* 12, no. 2: 247-67.

McDonald, Paul. (1995). “Star Studies.” *Approaches to Popular Film*. Coord. Joanne Hollows y Mark Jancovich. Manchester: Manchester University Press.

Marí, Jorge. (2000). “La astronomía de la pasión: Espectadores y estrellas en El día que murió Marilyn de Terenci Moix.” *MLN* 115, no. 2: 224-47.

Márquez, Humberto. (2008, 7 de febrero). “Marilyn en la Búsqueda de Identidad en Venezuela.” *Inter Press Service*.

Marshall, P. David. (1997). *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Perrotta, Tom. (2007, 4 De Mayo). “Lensmans Estate Wins Battle Over Images of Marilyn Monroe.” *New York Law Journal*.

Reig, Rafael. (2005). *Autobiografía de Marilyn Monroe*. Madrid: Ediciones Lengua de Trapo.

Ricardo, Jorge. (2008, 5 de enero). “Cuestionan el Mercado.” *Reforma*: 8.

Rosen, S. (1981). “The Economics of Superstars.” *American Economic Review* 71, no. 5: 845-57.

Simonet, T. (1980). *Regression Analysis of Prior Experience of Key Production Personnel as Predictors of Revenue from High Grossing Motion Pictures in American Release*. New York: Arno Press.

Stacey, Jackie. (1994). *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. London: Routledge.

Stack, Stephen. (2003). “Media Coverage as a Risk Factor in Suicide.” *Journal of Epidemiology and Community Health* 57: 238-40.

Thompson, John O. (1978). “Screen Acting and the Commutation Test.” *Screen* 19, no. 2: 55-69.

Wallace, W. Timothy, Alan Seigerman, y Morris B. Holbrook. (1993). “The Role of Actors and Actresses in the Success of Films: How Much is a Movie Star Worth?” *Journal of Cultural Economics* 17, no. 1: 1-27.