

EL ESTEREOTIPO COMO MECANISMO DE DESINTEGRACIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL. EL CASO DE MI GRAN BODA GRIEGA

The stereotype as a mechanism of the national identity desintegration. The case of My big fat Greek wedding

José Félix GÓNZALEZ SÁNCHEZ
Doctor en comunicación
tasajox@hotmail.com

BIBLID [(2172-9077)2,2011,2-17]

Fecha de aceptación definitiva: 08/05/2011

RESUMEN

La industria cultural se aprovecha del poder evocador del estereotipo para construir discursos de fácil identificación con el público. La maquinaria audiovisual, en especial Hollywood, utiliza este mecanismo narrativo para desintegrar los rasgos culturales que conforman la identidad de un grupo social. Los elementos étnicos positivos los integra rápidamente a su cultura, los negativos los convierte en estereotipos que sirven para caricaturizar a la nación donante. Esta afrenta hacia las "culturas periféricas" intenta, a su vez, reforzar y consolidar la débil identidad estadounidense.

Palabras clave: Prototipo, arquetipo, estereotipo, nación, identidad.

ABSTRACT

The cultural industry takes advantage of the evocative power of the stereotype to construct discourses easily identified with the public. The audiovisual machinery, especially Hollywood, employs this narrative mechanism to disintegrate the cultural features that shape the identity of a social group. Positive ethnic characteristics are quickly integrated into its culture; however, negative aspects are converted into stereotypes that serve to caricature the donor nation. This affront to the peripheral cultures tries at the same time to reinforce and consolidate the weak North American identity.

Key words: Prototype, archetype, stereotype, nation, identity.

1.- Introducción

A golpes de luz, el cine va tratando esos impulsos que modelan el carácter de un grupo social. El arte ha formalizado, casi inconsciente, todo ese caudal anímico que fragua la identidad de un colectivo. Pero este principio no se debe entender como un carga creativa, todo lo contrario, lo que ha hecho la ficción es recrear y fortalecer un conjunto de caracteres ya lacrados en el inconsciente colectivo.

En definitiva, las imágenes, la música, el cine en especial, han servido para concretar la idea de grupo, para soldar los lazos socioculturales que nos unen. A nosotros nos toca ahora recorrer esos lugares comunes donde se han forjado los códigos de comportamiento, los gestos, los arreglos éticos que afrontan todas las culturas, sus héroes en un eterno fluir. La escritura del mundo de los sentimientos a través de la idea de nación.

En *Mi gran boda griega* se narran los incidentes que preceden a la boda de Toula (Nia Vardalos), cuyo novio no-griego causa gran agitación entre su helénica familia. En realidad, es el típico planteamiento “boy meets girl”, chico busca chica, chico encuentra chica, lo único novedoso aquí es que la chica es de origen griego; esta especie de hándicap es lo que crea el conflicto que hará avanzar la acción. La historia pone en movimiento la trama maestra de “ascensión por el amor”, donde se intenta una revisión del mito de La Cenicienta y de la fábula de *El patito feo*.

Su director, Joel Zwick, es conocido como realizador de series de televisión como *Cosas de casa*, *Webster* o *Primos lejanos*, en esta última aparece el germen de *Mi gran boda griega*, aquí un joven americano tiene que sufrir las “rarezas” de su primo griego. La película navega entre el telefilme bien acabado y la producción de bajo presupuesto a la manera del cine independiente, sin embargo, es un producto mediocre que alcanzó gran popularidad debido a la fácil identificación entre el público y los personajes. El resultado final es una historia predecible y anodina, de ejecución pobre, similar en tono y estilo a cualquier *Sit com* televisiva.

En torno a la intertextualidad, el discurso remite a otras comedias familiares como *Adivina quién viene esta noche a cenar* (*Guess who's coming to dinner*, Stanley Kramer, 1967), *El padre de la novia* (*Father of the Bride*, Charles Shyer, 1991), *Los padres de ella* (*Meet the parents*, Jay Roach, 2000), *Los padres de él* (*Meet the fockers*, Jay Roach, 2004) o *Ahora los padres son ellos* (*Little Fockers*, Paul Weitz, 2010). En la película de Kramer la nota discordante la pone el novio afroamericano (Sidney Poatier), en los filmes de Roach y Weitz el pretendiente es judío (Ben Stiller).

2.- Objetivos

El objeto fundamental de este artículo es poner de manifiesto, mediante el análisis de un texto concreto, los mecanismos narrativos que se activan para vaciar de contenido semántico los rasgos culturales de un determinado país. Veremos como este aparataje de distintivos nacionales es devorado con facilidad por una cultura depredadora que pronto lo integra a su imaginario. En este caso el pueblo donante es el griego y la nación parasitaria Estados Unidos, una identidad en ciernes e imaginaria que precisa de una constante realimentación.

Al mismo tiempo, este trabajo intenta resaltar las nociones básicas que configuran la mitología sobre la que se ha ido articulando la nación norteamericana, y su propuesta de “americanización” del resto de culturas; de esta manera, ahondaremos en el proceso con el que estos mitos son articulados en la narrativa audiovisual para su posterior imbricación en los medios de masas.

Por otro lado, queremos dar una visión renovada y novedosa de los términos arquetipo, estereotipo y prototipo. Así, veremos cómo la publicística actual lanza constantemente al mercado nuevos o renovados mitos (prototipos) que, según sea la reacción del público, se consolidarán en arquetipos o se degradarán a estereotipos.

3.- Metodología

A través de este trabajo se realiza un estudio detallado de los mecanismos narrativos de un film concreto, para identificar los elementos relacionados con el ideario nacionalista y con la fijación de ciertos mitos en la joven cultura estadounidense.

Observaremos también cómo la industria cultural se aprovecha del poder evocador del estereotipo para construir discursos de fácil identificación con el público. Veremos que la maquinaria audiovisual utiliza este mecanismo narrativo para desintegrar los rasgos culturales que conforman la identidad de un grupo social. A través de este análisis, se identifica la incorporación del estereotipo en la estructura narrativa, y se analiza la primacía de esta imagen-símbolo (frente a la imagen de alta densidad) a la hora de llegar al mayor número de espectadores.

El método científico sobre el que se sustenta esta investigación es el análisis de contenido. Este tipo de razonamiento presenta una serie de ventajas para los estudios en ciencias sociales, pues es una técnica que puede aplicarse sobre material muy diverso, y se adecua con facilidad al contexto de emisión del mensaje. Además, en el ámbito del estudio fílmico, el análisis de contenido se ha usado con eficacia para certificar hipótesis e inferir resultados. Así, nos

parece oportuno utilizar ciertos principios del análisis narrativo, entre otros los recursos propios de la morfología narrativa, para acercarnos a la estructura del filme. De la misma manera, acudiremos a la analítica narrativa para desentrañar las características y las funciones de los integrantes del texto.

4.- Mecanismos narrativos

4.1.- Ausencia de densidad

La densidad es una dimensión que, al igual que la materia, depende de la relación entre peso y volumen. La densidad de una imagen obedece a su carga informativa, es decir, que depende de la diferencia que la imagen introduzca respecto a otras imágenes posibles y, por tanto, de las exclusiones que permita operar.

De este modo, lo singular de una imagen poseerá los más altos valores de densidad, mientras que lo semejante, lo estereotipado poseerá los más bajos. El encadenamiento de imágenes y situaciones estereotipadas constituye algo parecido a una forma fractal, una figura que, como afirma Ortiz de Zárate (1996, p. 97) “debido a una innumerable sucesión de fragmentaciones, va aproximando su superficie a valores infinitos, mientras su densidad tiende a cero”.

Las figuras fractales se caracterizan por una infinita fragmentación arborescente que se produce en los límites, en los bordes, pues cualquier punto arbitrario de la figura se bifurca en dos.

Otra cualidad derivada de la anterior es la autosemejanza, o simetría hacia el interior de la figura misma. Esto significa que sin que exista nunca ningún elemento idéntico a otro, se repetirá la misma estructura, indefinidamente y a diferentes escalas.

Así, la baja densidad de las imágenes de nuestro texto la achacamos a cuatro elementos ya consustanciales al audiovisual de “usar y tirar”: fragmentación, mezcla de géneros, pérdida de referente y simetría.

4.1.1.- Fragmentación

La fragmentación es una de las características esenciales de todo formato de programación televisiva; por desgracia ha sido importada con facilidad al montaje en cine (aún más en un director como Joel Zwick especializado en series de TV).

Según este mecanismo, la atención del espectador se consigue ofreciendo el mayor número de imágenes en el menor tiempo posible. Esta saturación de imágenes no equivale, sin embargo, a un aumento de la densidad del film, ya

que la única función de dicha iconografía consiste en crear estereotipos reconocibles rápidamente por el espectador.

Son imágenes efímeras, sin intensidad ni trastorno; estructuras no destinadas a su contemplación, sino a su consumo, que no ofrecen ninguna resistencia al espectador, pero que tampoco permiten ninguna experiencia particular con ellas, imágenes seductoras que no dejan ningún rastro.

4.1.2.- Mezcla de géneros

En cuanto a la mezcla de géneros, las imágenes y situaciones se construyen como estereotipos fácilmente reconocibles, unidos por la mezcla de referencias a los más diversos formatos: series televisivas, películas, videoclips, spots publicitarios, documentales. Al mismo tiempo, nuestra película se pronuncia sobre cánones de comedia romántica, cine de gánsters, drama social e, incluso, western.

Esta mezcla de géneros también caracteriza la música del film, que fusiona sin ningún pudor sirtakis con tarantella en un collage imposible de “música mediterránea”. De cualquier manera, los productores de cine siempre han preferido la mezcla de géneros antes que los géneros puros, así, un melodrama de aventuras como *Memorias de África* (*Out of Africa*, 1985, Sidney Pollack) puede atraer a los amantes del melodrama y a los apasionados del cine de aventuras, algo que no ocurre con la épica pura de *Tres lanceros bengalíes* (*The lives of a Bengal Lancer*, Henry Hathaway, 1935) o de *Gunga Din* (George Stevens, 1939).

4.1.3.- Pérdida de referente

De la misma manera que sucede con la autosemejanza, la pérdida de todo referente real se produce por la repetición de imágenes estereotipadas que remiten a otras imágenes, prototípicas a su vez, que eliminan cualquier vínculo con la realidad. Por ejemplo, la abuela de Tula apela a un tipo antropológico que podría darse en una anciana de cualquier zona mediterránea, su aspecto genera así una suerte de abuela universal.

Sin duda, las imágenes de *Mi gran boda griega* constituyen una cadena en la que una referencia reenvía a otra sin que exista nunca un límite a la reflexión, un término externo a la figura en el que la referencia se detenga. Si a esto añadimos la diversidad de los géneros a los que el texto nos envía, pronto reparamos en lo inverosímil de sus imágenes.

De los personajes principales se puede decir que están tan estereotipados que nunca se llegan a mostrar creíbles. Así, la familia griega remite a la idea de familia italiana asentada por la saga de *El Padrino* (*The godfather*, 1972), y la obra de Coppola recupera lo descrito por Mario Puzzo en su novela, que a su

vez remite a la idea de familia siciliana que, seguramente, el escritor forjó a través de lo relatado por sus familiares emigrantes.

Con todo, el trazado de la familia anglosajona es aún más sangrante, Ian (John Corbett) es un adocenado treintañero al que se intenta mostrar atractivo partiendo del modelo de profesor culto e interesante, sin embargo, es un personaje totalmente plano que deambula por la narración como un espectro insulso. Otro tanto sucede con la construcción de sus padres, una pareja de asépticos snobs atados al modelo de familia americana ideada en los felices años cincuenta.

Una múltiple referencialidad se pone también en juego en lo que respecta al lugar de procedencia de los personajes. Se trata sin duda de un país mediterráneo, pero únicamente sabemos que es Grecia por las ramplonas pistas que va dejando el guión. Ya en los créditos iniciales suena un sirtakis, también la letra “e” de nuestro alfabeto se sustituye por la Epsilon griega, precisamente los dos caracteres más parejos entre sí. En ningún momento conocemos nada de la actual cultura griega, sólo detalles atávicos como el escupir a la novia, el bautizo de Ian o la pelea por comer el ojo de un cordero.

Paradójicamente, los topónimos griegos que aparecen sirven para sacarnos aún más de su contexto: la agencia de la tía Voula se llama monte Olimpo, el banquete de bodas se celebra en el Palacio de Afrodita, y a veces se dice que proceden de la Grecia continental y otras de la Isla de Mikonos. El espectador queda suspendido en un limbo cultural, sólo se le entrega una vaga referencia geográfica de los orígenes de la familia, lo que contribuye al desarraigo, a la grotesca postal turística de “lo griego”, en definitiva, a la caricatura.

Este proceso de despersonalización a través del desgaste del referente es, por desgracia, una práctica habitual en el universo televisivo. Ayer mismo apareció en un programa del “corazón” una joven que intentaba certificar sus relaciones sexuales con el padre del hijo de la hija del hermano de una folclórica ya muerta. Al aturdido espectador ya le cuesta recordar cuál es la imagen-personaje primera a la cual remite esta imagen-personaje última. En esta licuación de la identidad matriz se facilita la transfiguración de la persona a personaje, además de una progresiva pérdida de realidad que degrada a todos los sujetos involucrados al esperpento.

4.1.4.- Simetría

A pesar de que el texto activa la estructura de un relato completo, en éste no se da, prácticamente, ningún recorrido vital de sus personajes. Se traza así una débil secuencialidad que marca el trayecto desde la presentación de Tula hasta el plano que la muestra casada y con una hija.

Al mismo tiempo, no hay ninguna experiencia real que haga progresar a sus personajes, no se da en ellos un verdadero arco de transformación. La última secuencia, donde Tula aparece con su nueva familia, reinicia el círculo que se ha intentado romper desde el principio, ahora la joven tendrá la misma vida que tuvo su madre, y lo que es peor, su hija tampoco mejorará esta situación. Un juego seductor y patético, el de los personajes, circular, sin salida y sin fin.

4.2.- Huellas del imaginario

La película recurre a una serie de oposiciones que nuestra cultura ha ido hilvanando a través de sus diferentes relatos. Con todo, la significación tiene siempre su origen en los contrarios, que la obtienen así por exclusión, por negación del término antitético.

Todo es fluir... las historias, las ideas, los personajes, las necesidades, las miserias son siempre las mismas; nada cambia pero nada permanece en este círculo que no cesa.

4.2.1.- Ideas enfrentadas

Ciertas nociones antagónicas como la del bien y el mal, simbolizadas por deidades o imágenes míticas, componen en todas las culturas una alegoría recurrente.

Como casi siempre, América representa el orden, la riqueza, el progreso, la eficacia, la cultura regulada, lo moderno, la justicia, la paz, la acogida. El relato intenta materializar estas virtudes en la destilada familia de Ian.

El resto del mundo representa el caos, el salvajismo, lo anticuado, la pobreza, la guerra, la huida. En este caso se da otra vuelta de tuerca, pues el país donde se somatizan estas beldades es Grecia, la cuna cultural de Occidente. La abuela connota estos caracteres, la anciana sacude los jardines y los tejados de los vecinos, se comunica con onomatopeyas y atemoriza a su hijo con todo tipo de insultos. En todas las culturas las madres, hechiceros o sacerdotes han recurrido a las mismas imágenes mitológicas para construir sus conocimientos, configurar tabúes y normas de conductas para guiar a sus familias, etnias o pueblos.

En este punto aparecen también varios contrasentidos. Primera paradoja, el hombre-padre (Michael Constantine) surge como una figura dogmática y totalitaria, machista y xenófoba, y sin embargo, está dominado por su madre (la abuela). Al final del metraje, y de repente, se hace mucho más tolerante, tal vez por la influencia benefactora de la cultura americana, "todos somos distintos pero, en el fondo, todos somos frutos" sentencia en el banquete de bodas.

Es cierto que de forma intuitiva las entidades que nos gobiernan (padres, líderes espirituales, políticos, soberanos...) dejan muy claro, a través de regulaciones jurídicas o morales, sus conceptos del bien y del mal, los de paraísos e infiernos, las palabras y conceptos prohibidos. Es común que estos tabúes intenten limitar el goce o el acceso a las cosas y lugares más codiciados, lo cual condena al colectivo controlado a permanentes tentaciones malévolas y pecados veniales.

Segunda paradoja, la sociedad griega se presenta sometida por el macho “es un error educar a las mujeres” dice el padre, al mismo tiempo que “Tula es lo suficientemente lista para ser mujer”. La mujer surge como la madre tierra generadora de vida (Gea, Gaia, Pacha mama) únicamente sirve para hacer niños griegos; además es una Cornu copia, “da de comer a todo el mundo hasta el día de su muerte”, también “la mujer griega es un cordero en la cocina y una tigresa en el dormitorio”. Sin embargo, la madre (Lainie Kazan) suaviza esta situación cuando dice que “el hombre es la cabeza, pero la mujer es el cuello que hacer girar esa cabeza”. Todas estas incoherencias y contrasentidos insisten aún más en la desubicación diegética y en la pérdida de realidad del relato en su conjunto.

Por otro lado, nos podemos preguntar por qué ciertos tabúes, que tenían lógica en un pueblo en condiciones muy concretas, continúan vigentes hasta la fecha. Tal vez por la necesidad de “inventar” el pecado para lograr el control moral de multitudes que, sabiéndose pecadoras, se mantienen pesarosas en espera de la indulgencia de su dios y de sus sacerdotes.

Así, Tula se quiere significar por su oposición a la ley, materializada en su padre y en las convenciones sociales griegas. El objeto de deseo se centra en lan, personificación de todo lo bueno, America. Sólo las mujeres e lan habitan ese lugar más allá de la ley (América), por oposición al lugar de lo masculino mediterráneo (que excluye a lan), en el que reside el deseo. Se establece así una doble oposición donde se reúnen lo masculino y la ley, que se enfrentan a la ausencia de ley, a lo femenino, y al objeto de deseo.

Por culpa de lo anterior, todo el deseo movilizado por las oposiciones construidas en el guión (la ley, el deseo y “lo mediterráneo” enfrentado al objeto de deseo y América) acabará confluyendo sobre “lo americano”. Se producirá, entonces, algo así como un movimiento de lo simbólico hacia lo imaginario.

4.2.2.- Más rastros de lo simbólico

Porque sólo desde el corto periodo de la existencia humana parece imperecedero el discurrir de una edad completa. Y sin embargo, a pesar de que un paisaje permanece inmutable, en ningún tiempo se repite una mirada.

Aquí las subtramas se articulan en un intento de bestialización de lo griego, se dan muchas referencias a la vida rural, pero no de una manera arcádica sino de un modo chusco y grosero. La referencia a cabras y ovejas tiene más que ver con la idea de pastor albano que con el universo de Hesodo o del dios Pan. La familia de Tula se mueve por el decorado como una horda primitiva, una caterva bacante siempre en busca de fuego, alcohol y comida.

En todo el metraje se nota un movimiento hacia lo líquido, una añoranza de lo marino, de lo insular. Las damas de honor visten de un azul turquesa similar a la espuma que adornó el nacimiento de Venus. A la vez, hay un intento de revitalizar el mito de sirena, Tula se transforma al leve roce con su crema hidratante e lan, en su rito de bautismo, brota de las aguas como un iniciático Poseidón...

Por otro lado, y rastreando más huellas del imaginario, hemos de señalar que el cine estadounidense ha convertido en épico el mito de la nueva tierra prometida. Por ello coinciden en él, de nuevo, los temas eternos de la epopeya de todos los tiempos: la lucha del hombre contra un medio ambiente hostil, los enfrentamientos entre pueblos, razas y religiones, el problema de la libertad, la duda del hombre entre el bien y el mal...

Ocupar una tierra desértica y poner en marcha su civilización equivale, pues, a repetir el génesis bíblico en una era previa al pecado original, la transformación del caos inicial en un orden armónico. Muchas películas, en especial las del Oeste, siguen este esquema básico, en el que una situación inicial de desorden moral se convierte en orden definitivo mediante la intervención de un héroe (Deus ex machina) cuya misión es conseguir el cambio.

En esta época de la historia de los Estados Unidos se suceden ciertos fenómenos que ya se habían dado en Europa a lo largo de varios siglos. América reúne en menos de un siglo muchas de las etapas históricas de la vieja Europa (la época pre-jurídica, el feudalismo, las guerras raciales, la esclavitud), esto se debe no sólo a que Norteamérica fuera poblada por un grupo de gente que traía en su memoria colectiva las experiencias de toda la historia de Europa, sino que también, por primera vez, la conquista y formación de un país se vieron favorecidas por una tecnología en auge y por la eclosión de la economía capitalista en el Este.

Entonces no es de extrañar que muchos de los personajes diseñados en Hollywood estén fijados por una historia americana cargada de mitos, lo que hace que su esencia sea de naturaleza heroica. Esta cualidad les sumerge en un universo de arquetipos y de símbolos analizados hoy a partir de las aportaciones de Jung (1953, p. 78) "el héroe es un tipo ideal de la vida humana que deja atrás a su madre, fuente de vida, impulsado por una inconsciente aspiración de volver de nuevo a su seno", cualquier obstáculo en su vida

amenaza su ascensión, pues es la madre quien paraliza su coraje (el padre de Tula vive atemorizado por la abuela).

Así el comportamiento de estos protagonistas con respecto a la mujer tiene mucho que ver con lo anterior; también es evidente que para la mayoría de ellos su “viaje” sea una imagen del deseo nunca satisfecho de encontrar a la madre perdida; siendo su madre no sólo la biológica, sino la Europa-madre, abandonada por una presa que se revela súbitamente inalcanzable, América.

Por supuesto, en *Mi gran boda griega* aparece la idea recurrente de un país que recoge y acoge los sobrantes demográficos de todo el mundo, que llegan buscando el American dream. Para culminar esta ilusión nacionalista, la narración activa ciertas imágenes propagandísticas tales como: la idea del último refugio; la de un nuevo principio con nuevas oportunidades; la tierra donde brota leche y miel; la creencia de que no importan los orígenes sólo la valía personal; la representación de mejora económica y espiritual; y por supuesto, la imagen jacobina de libertad, igualdad y fraternidad.

En el texto que nos ocupa, el contrapunto entre dos conceptos de familia distantes crea el conflicto que hace avanzar la acción y genera ese humor demasiado cómodo. De esta manera, la familia anglosajona aparece fría, aséptica, seca, breve, lejana y muy poco afectiva. Por oposición, y con un maniqueísmo despiadado, se construye la familia mediterránea; los griegos son demasiado bulliciosos, besucones, cercanos, cariñosos, bromistas y numerosos.

En este punto creemos interesante hablar de otros recursos narrativos que se utilizan de igual forma para contrapuntar el carácter de las dos familias. Vamos a usar algunos elementos del metalenguaje para desbrozar esta maraña de estilos, referencias y géneros que guionista y director quieren modular como un verdadero lenguaje.

Comenzamos con el uso que hacen los personajes de su espacio personal, la “proxemia”. Los padres de Ian se sienten muy incómodos, casi agredidos, junto a la familia de Toulas por la invasión de su espacio físico (la distancia personal estándar está entre 45 y 150 cm). En los países mediterráneos se tiende a mantener un espacio de interrelación más corto que en el ámbito anglosajón.

La “kinesística”, que nos habla de todo lo relacionado con el lenguaje corporal, los gestos. Nuestra familia griega es muy expresiva, gesticulante, utilizan todo tipo de aspavientos ilustradores que acompañan a su comunicación verbal, algunos subrayan ciertos puntos golpeando al aire, otros señalan a algún interlocutor, otros gestos dibujan formas en el aire para describir objetos.

Al mismo tiempo Gus, el padre de Toula, utiliza un limpiacristales a modo de “adaptador de objetos”. El patriarca usa el pulverizador como una batuta mágica, con ella sana, cambia el estado de las cosas; es una extensión de su cuerpo, un umbral que separa dos mundos, un mediador entre su anodina existencia y el medio hostil.

Del mismo modo, y en relación al “paralenguaje”, podemos comentar la diferencia de volumen con el que ponen a prueba su voz las dos familias, unos por exceso y los otros por un minimalismo sonoro que desquicia.

Por otro lado aparece en el texto, de manera más o menos sutil, la idea de un “nacionalismo patético”. Se puede decir que el patriotismo o chovinismo es la creencia narcisista de que lo propio del lugar al que uno pertenece es lo mejor en todos los sentidos. Suele aparecer como un razonamiento ilusorio y embaucador, una falacia de tipo etnocéntrico o de ídola fori (confusión de términos en el discurso común). En retórica, pues, constituye uno de los argumentos falsos llamados ad hominem que sirven a los políticos para persuadir a las masas con sentimientos en vez de con razones. Emergió esencialmente con la creencia romántica en los “caracteres nacionales” o volkgeist, si bien los griegos ya se burlaban de quienes pretendían que la luna de Atenas era mejor que la de Éfeso.

Para Gus, en la cultura griega está el origen de todas las palabras y de todos los conocimientos. Además, todos los que no son griegos son “xenos” (raíz de xenofobia). Lo no-griego es “lo bárbaro”. En este punto viene muy a cuento el poema de Konstantinos Kavafis “Esperando a los bárbaros”, -¿Y que será ahora de nosotros sin bárbaros?. En estos versos aparece ya el concepto de “otredad”, el miedo a lo que no conocemos y la necesidad de proyectar nuestras miserias en el otro, el impulso de echar la culpa siempre a los ajenos de los males que se encuentran en uno mismo (proceso de demonización y efecto de chivo expiatorio). En realidad, lo bárbaro está dentro de nosotros, siempre lo ha estado.

Además, y con un análisis liviano, podemos caer en el error de que el film intenta una fusión entre dos culturas. Durante toda la narración hay una intención manifiesta de que el espectador caiga en esta trampa, en la equiparación justa y cordial de la cultura estadounidense y la helénica. Ya en los créditos iniciales suena un Sirtaki sobre imágenes de un Chicago luminoso, a la vez se produce una leve transfiguración de nuestra letra “e” por la épsilon griega. El restaurante de la familia Portokalos se llama Zorba el bailarín, Zorba es el nombre griego más universalizado precisamente por Hollywood. El actor Antony Quinn, en Zorba el griego (Alexis Zorba. Zorba the Greek, Mihalis Kakogiannis, 1964), hizo famosa la música de Mikis Theodorakis y popularizó el cántico folclórico griego, el sirtaki.

La casa de la familia de Toula es todo un tributo al mal gusto. El diseñador de producción ha cargado las tintas en un espacio donde es fácil lograr ese intento fusionador que nos propone el film. En un barrio de clase media aparece una casa de un estilo totalmente ecléctico; una pequeña hacienda esclavista sureña se fusiona con un templo griego en una miscelánea imposible. Dos efigies de escayola -Apolo y la Venus de Milo- ciñen la entrada al oikós familiar. La decoración del interior de la vivienda también es muy horterera, incluso, algunos muebles siguen embalados en plástico.

Asimismo, y al hilo de todo lo anterior, el guión intenta maridar la naranja mediterránea con la manzana americana. A pesar de que el fruto más popular de la Hélade es la aceituna, el guión redundante sobre la naranja para hacer una comparación más equilibrada con la manzana, materia prima de su American pie, tarta emblemática -ya desde los pioneros del May flowers- con la que los americanos agasajan a los nuevos vecinos. El tema de la vecindad está también muy cuidado en el “manual del buen americano”, ante todo hay que aparecer como gente sociable y acogedora; lo beligerante, la conquista y los abusos son algo que queda muy lejos del solar patrio. La obra de Tim Johnson y Karen Kirkpatrick Vecinos invasores (Over the hedge, 2006) roza muy levemente alguna de estas ideas.

Con una visión más profunda podemos observar que no hay verdadera fusión entre dos identidades parejas, sino que se produce una clara abducción de la cultura americana sobre la griega, gracias a la simplificación grotesca de ésta.

5.- Arquetipo, estereotipo y prototipo. Aportaciones al objeto de estudio

En todo el análisis nos hemos valido de términos como arquetipo o estereotipo, pero, realmente, cómo se articulan éstos en la narración. Podemos decir que el arquetipo es un modelo o ejemplo de ideas o conocimiento del cual se derivan otros para modelar los pensamientos y actitudes propias de un individuo, de un grupo social, o de un sistema. Este régimen de palabras, de ideas o de pensamientos casi siempre sigue una conducta regular y, por lo general, está aceptado por la mayoría como patrón de cualidades o de conducta.

Por su parte, el estereotipo se muestra como una imagen mental mucho más simplificada y con pocos detalles acerca de un concepto o de un grupo de gente que comparte ciertas características (estereotípicas) y habilidades. Este término se suele utilizar en un sentido negativo, pues se considera que los estereotipos limitan la creatividad, al ofrecer una visión muy superflua y sesgada de la realidad.

Jung (1990, p. 23) alude a los arquetipos como a los modelos de personalidad que se repiten desde tiempos antiguos, y que suponen una herencia que comparten todos los hombres. El psicólogo suizo habla de un “inconsciente colectivo” que sirve para cohesionar espiritualmente un determinado grupo

social y que estructura sus narraciones míticas. El arquetipo, en el sentido que le da Jung, es la única manifestación histórica que puede ser retenida por la memoria colectiva y pasar a través del tiempo sin sufrir apenas cambios.

De esta manera, el arquetipo designa un conjunto de representaciones y de estados emocionales, establecidos en el inconsciente y con un valor casi universal. En una cultura dada, la imagen arquetípica es colectiva y afín con los motivos mitológicos. Y ya en un sentido más general, el arquetipo es un modelo, un patrón original sobre el que se regulan los tipos habituales de la experiencia humana. Por el contrario, el estereotipo es la producción repetida, sin objeto ni significación definida de gestos, de palabras o de conductas siempre idénticas o muy parecidas.

En toda narración, el protagonista se suele confundir con ese ideal que conocemos como arquetipo, y éste puede llegar a convertirse en objeto de delirio colectivo, pues los arquetipos cinematográficos suscitan todo tipo de identificaciones en el espectador. El cine, la televisión e Internet, por su tendencia a la seducción masiva, son los grandes propagadores de este pensamiento mítico; pero, por desgracia, estos mass media pronto tienden a degradar los arquetipos en estereotipos.

Gracias también al concepto de arquetipo podemos comprender la función de los personajes. Los arquetipos forman parte del lenguaje universal empleado en la narración de historias y su dominio es vital para todo escritor. Cualquier narrador selecciona inconscientemente personajes y relaciones cercanas a los arquetipos para crear dramas que todos podamos reconocer.

Por lo tanto, si se toma al arquetipo como un conjunto de funciones flexibles y no como un tipo de personaje rígido se aportará libertad a la historia. Así, un personaje en una misma narración podría manifestar los rasgos de más de un arquetipo. En *Mi gran boda griega*, el personaje de la tía Voula aparece como “mentor” y como “embaucador”, pues ayuda e instruye a Toula a la vez que aporta comicidad al relato. El arquetipo sería entonces como una máscara que portan temporalmente los personajes, necesaria para que la historia avance.

A estas alturas del análisis nos gustaría centrarnos en un término que tal vez nunca se ha analizado desde un punto de vista narrativo: el prototipo. Tenemos la idea de prototipo como la de ese elemento que se toma como ejemplar perfecto, modelo de una virtud, cualidad, e incluso, vicio. Éstos permiten testar el objeto antes de que entre en producción y así detectar errores, deficiencias, etc. Cuando el prototipo está suficientemente perfeccionado y alcanza las metas para las que fue pensado, el objeto puede empezar a producirse. Este caso obedece a la idea de máquina o automóvil perfecto con el que nos hacen soñar.

Se conoce también como prototipo al modelo a escala o facsímil de lo real, pero aún sin ultimar, ya que no lleva a cabo la totalidad de las funciones necesarias del sistema final, así se proporciona una retroalimentación temprana por parte de los usuarios acerca del sistema.

El prototipo se usa, entonces, para alcanzar los requerimientos del usuario a través de sus comentarios al respecto. Su principal propósito es obtener y validar las exigencias esenciales, manteniendo abiertas las opciones de ejecución sin perder de vista los objetivos primeros.

Pero, ¿qué tiene que ver el concepto de prototipo con los medios de comunicación? mucho, los que se dedican a la actividad audiovisual (periodistas, relaciones públicas, publicidad, cineastas...) presentan modelos al público para que sean aprobados o denostados por éste. El personaje, la historia o el producto que no recibe el suficiente beneplácito por parte de la audiencia pronto se retira de la cadena de producción.

En la mercadotecnia del cine existe lo que Irving Thalberg llamó preview, el invento consiste en mostrar la película sin terminar a un público elegido entre aquel al que se supone va dirigida, y según sus reacciones y veredictos modificarla para adaptarla a las sugerencias. Este método es una clara renuncia de los autores a su parcela creativa, además no parece muy ético que se pregunte a unos sujetos como ha de ser el film que van a ver. Seguro que Cervantes no averiguó con ninguno de sus futuros lectores si Don Quijote debía arremeter o no contra unas aspas de molino.

En las grandes series de televisión también se produce un episodio "piloto" para medir la aceptación que va tener en el público. Estas series de larga duración necesitan renovarse con nuevos personajes y nuevas subtramas, por lo que gradualmente se van introduciendo todo tipo de novedades, pero todas ellas testadas previamente por un grupo de control. Todo sigue medido al milímetro.

La publicidad reorganiza o crea nuevos mitos, estilos de vida, sensaciones, maneras de pensar... siempre hacia el logro del goce y de una felicidad que nunca llega. Hoy los nuevos prototipos estéticos de mujer parecen ir desde la anorexia sostenida al ideal siliconado de la "megavixen"; al tiempo, con el hombre se experimentan modelos que ponen en peligro la vieja idea de masculinidad: el "metrosexual", el "übersexual", o el "gay activo" son algunas de las opciones vitales que presenta la publicística como estrategia para sumergir al varón en un delirio aún más alienante y consumista.

De cualquier manera, en el mundo de la imagen, la estrategia de revitalizar prototipos es cada vez menos sutil, más mezquina. Pongamos el ejemplo del modelo de anciano que aparece en los medios de comunicación: de un primer prototipo de anciano se articulan dos posturas estereotípicas rotundamente

enfrentadas. La primera coincide con la idea de viejo de pueblo, con la mayor parte de su connotación negativa, estos sujetos surgen como seres alejados en el tiempo y el espacio; a pesar de que se les da un aire rural, su forma de vestir no obedece a ningún folclore que les pueda dignificar; su imagen denotativa se asoma al esperpento: desaliñados, con ropas usadas, pantalones y chaleco de pana, boina o visera; las mujeres con saya, corpiño, pololos y pañuelo negro a la cabeza (abuela de Toulou). Así, este tipo connota pobreza, atraso, rusticidad, "sabiduría popular", ignorancia, suciedad...

La segunda figura estereotípica que se hace coincidir con "anciano" es la del viejo profesor (lan con algún año más), se aúnan en él reminiscencias del legendario arquetipo del anciano sabio (mentor) y de toda la caterva de escritores, artistas, científicos y pedagogos cuya imagen nos ha llegado con su edad avanzada. Cabellos largos y canosos, trajeados, mirada condescendiente, y socorridos por bastón y anteojos. Estos sujetos connotan sabiduría, elegancia, clase, buena educación, aburguesamiento bohemio, paternalismo; parecen atesorar toda esa valija cultural que nos ampara desde un pasado mítico. Forman ya parte de este imaginario grandes nombres como Valle-Inclán, Ramón y Cajal, Unamuno o Pío Baroja. Por desgracia, esta carga "positiva" del estereotipo no tiene contrapartida femenina.

Con todo, la última gran revitalización de este estereotipo se dio en la figura de Tierno Galván, sus asesores en comunicación le lanzaron al público como un renovado prototipo de "viejo profesor sabio", un nuevo modelo de líder mesiánico; el artificio tuvo un éxito rotundo. En la impostada figura de Enrique Tierno se experimentaron desde frases ingeniosas hasta refrescadas utopías sesenteras con las que pronto conectó con los jóvenes urbanitas. Tal vez "La movida madrileña" fue una explosión cultural mucho menos espontánea de lo que muchos taciturnos piensan.

Para poner un poco de orden en este último punto, diremos que no todo comienza con la aparición casi espontánea de un arquetipo (como propone Jung), sino con la configuración de un modelo activo de personaje, de héroe, de trama...que se materializa en una figura prototípica. En un determinado momento un autor-creador lanza esta imagen primigenia a un público potencial (Homero propone su cosmología troyana al público griego), algunas de estas figuras desaparecen, pero otras, las más operativas, quedan selladas en el inconsciente colectivo y se convierten en arquetipos susceptibles de degradarse a estereotipos. Por lo tanto, la figura primera es un prototipo que puede alzarse en arquetipo que, posteriormente, puede denigrarse a estereotipo.

Los comunicólogos actuales, tal vez ya de forma inconsciente, siguen experimentando con esta estructura. Lanzan al mercado nuevos o renovados mitos y esperan la reacción del público; si ésta es afirmativa aportarán más

medios para transformar ese primer prototipo en arquetipo (o para degradarlo directamente a estereotipo), si la respuesta es negativa, ese primer modelo desaparecerá sin más. Ya hemos visto lo eficaces y baratos que resultan los estereotipos en el mundo del arte, la comunicación y el control social.

6.- Conclusiones

Hemos podido comprobar cómo la industria cultural se aprovecha del poder evocador del estereotipo (antes arquetipo, y en su génesis prototipo) para construir discursos de fácil identificación con el público. La maquinaria audiovisual, en especial Hollywood, utiliza este mecanismo narrativo para desintegrar los rasgos culturales que conforman la identidad de un grupo social. Los elementos étnicos positivos los integra rápidamente a su cultura, los negativos los convierte en estereotipos que sirven para caricaturizar a la nación donante. Esta afrenta hacia las “culturas periféricas” intenta, a su vez, reforzar y consolidar la débil identidad estadounidense.

Aparte de la conclusión general, hemos alcanzado otras conclusiones complementarias:

Se certifica un claro desgaste en la iconicidad de las imágenes gestionadas por Hollywood.

Se constata una progresiva pérdida de realidad de las imágenes, situaciones e historias.

Las fronteras genéricas se debilitan, a través de una miscelánea de todo tipo de géneros cinematográficos.

Se ratifican ciertas posturas etnocentristas.

7.- Referencias Bibliográficas

González Sánchez, José Félix (2008): El héroe del western crepuscular. Dinosaurios de Sam Peckinpah. Fundamentos: Madrid.

Jung, Carl (1953): Metamorfosis del héroe y sus símbolos. Paidós: Barcelona.

Jung, Carl (1990): Arquetipos e inconsciente colectivo. Paidós: Barcelona.

Ortiz de Zárate, Amaya (1996): “Seducción y desvanecimiento de la realidad en el spot publicitario” en Trama y Fondo, nº 1. Madrid.