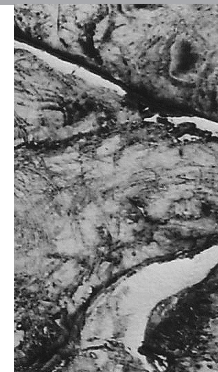




El sueño del toro, 2004
Grabado sobre placa de resina
40 x 32 cm



El *shock* del grotesco en el cine y la televisión

♦ Sara Núñez

Sentada alrededor de la mesa, la familia del circo celebra la boda de uno de los suyos: la copa de los novios pasa de boca en boca, su saliva se junta como ellos se juntan: el gesto los une. Beber de la copa es el gesto último que ha de señalar a los pertenecientes al grupo. Vencer el asco, una frontera que se antoja infranqueable, es lo único que separa a la trapecista de los *fenómenos*, es un paso que es incapaz de dar y que marca su destino.

Esta escena de *Freaks*¹ nos parece impactante porque el horror de lo normal es un horror con el que nos relacionamos; porque a pesar de saber quién es la villana y qué es lo que *debemos* sentir al verla frente a esa copa, nos preguntamos: ¿la bebería yo?

Con frecuencia el grotesco se presenta como esa copa, la barrera del asco que es preciso romper para pertenecer a los elegidos. Una especie de rito iniciático en el que participan los espectadores: ¿seremos parte de aquellos que se sientan a la mesa?

Las modificaciones en las técnicas y modos de producción corresponden, en las distintas épocas, a diferentes modos de percepción por parte del pú-

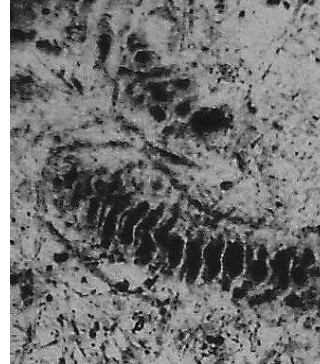
blico. La posibilidad de reproducir masivamente la obra tiene efectos en su estructura, así como en el mismo concepto de “arte”. Entre los cambios que se producen, algunos de los más importantes se dan en la manera en que el público se relaciona con la obra: la presencia constante, casi permanente, de esta se relaciona con una nueva forma de recepción por parte del espectador: la percepción distraída.²

Si la atención del espectador se pierde minuto a minuto, el artista requiere, para atraerla y, más allá, para retenerla, del efecto de *shock*, es decir, de un gesto violento capaz de sacudir, por su irrupción repentina, al espectador entumecido por la superabundancia de estímulos. El cine (arte esencialmente masivo) se ha enfrentado desde sus inicios con la dispersión del público y ha recurrido al *shock* para transmitir posturas políticas, ideales morales y mensajes concernientes al arte. El momento del *shock* es la pequeña pausa que permite la reflexión del mensaje. Algunas de las formas utilizadas por los cineastas serán la situación absurda (que Benjamin encuentra en los hermanos Marx),³ la violencia explícita y la presentación de figuras grotescas.

¹ *Freaks*, de Tod Browning, se estrenó en 1932; la casa productora fue Metro-Goldwyn-Mayer.

² Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Taurus, Madrid, 1973.

³ Walter Benjamin, “¿Qué es el teatro épico?”, 1ª versión, en *Tentativas sobre Brecht (Iluminaciones III)*, Taurus, Madrid, 1975.



Un caso especial de utilización de lo grotesco (como extravagante o como deforme) está en el cine de terror, específicamente en el que se dirige al público compuesto por adolescentes y adultos jóvenes, así como en otras formas de manifestación cultural consideradas como propias de estos grupos, como los dibujos animados “para adultos” o los videos musicales. El *shock* no tiene, en este caso, tan solo una función pedagógica o moralizante, sino que sirve también como un mecanismo de exclusión o, en distinto sentido, de construcción de la propia identidad frente al otro. Lo grotesco funciona entonces como una bandera o marca generacional que permite a un grupo definirse por medio no solo de la oposición a los valores establecidos (valores que en este caso son primordialmente estéticos) sino también en la defensa de sus contrarios.

El público al cual se dirige este cine está principalmente compuesto por adolescentes, jóvenes y adultos jóvenes. El sector específico en el que se enfoca una película suele estar determinado por la temática, la edad de los protagonistas, el grado de *gore* e incluso la duración de la película: en general, las películas de terror suelen ser más

cortas que otros géneros, a menos que se trate de una obra “seria” o de un director reconocido por su participación en otros géneros. La brevedad responde no solo a la intensidad de la película (hora y media de sobresaltos o de tensión emocional es más que suficiente), sino también al presupuesto de que la atención del público no puede retenerse relajadamente por más tiempo.

Al no tratarse de un formato “serio”,⁴ no se espera del público una actitud de compromiso; se trata de presentar una experiencia chocante pero, al mismo tiempo, “fácil”, similar —dirían Benjamin y Brecht—⁵ al espectáculo deportivo.

El impacto padecido durante la película de terror proviene, en la mayoría de los casos, de la sorpresa, de la tensión prolongada (más raramente) o de la presentación de imágenes sangrientas, violentas o repulsivas. Este último caso es usado especialmente en el cine *giallo*, *slasher*, *splatter* (y *splastick*) y *gore*.

Estos subgéneros interconectados se caracterizan por la presentación gráfica de la sangre y de los episodios de violencia que suelen estar dirigidos a los adolescentes y adultos jóvenes.⁶ Esto es evidente desde la elección de los protagonistas hasta la

⁴ Referirse a los premios internacionales para “lo mejor del cine” presenta algunos inconvenientes —aparte de creer en la legitimidad de tales premios: la falta de nominaciones para las películas de terror es una muestra de cómo estas son percibidas como un género menor y solo aquellas realizadas por cineastas que han participado exitosamente en otros géneros son tenidas en cuenta.

⁵ Bertolt Brecht, *Escritos sobre teatro*, Alba, Barcelona, 2004.

⁶ El *giallo* comienza en Italia con cineastas como Mario Bava y Dario Argento, y equivale al *splatter* (de *splat*, “salpicar”, por la sensación de ser salpicado de sangre) o *gore* norteamericano, presentado por cineastas como George Romero. El *slasher* incluye la presencia de un asesino psicópata que “corta” (*slash*) a sus víctimas. El *splastick* es un tipo de comedia que une las situaciones absurdas (como las comedias llamadas *slapstick*) con la abundancia de sangre del *splatter*.

de los temas, presentados como espacios contraculturales: el uso de drogas y las relaciones sexuales adolescentes, por ejemplo, suelen mostrarse como cotidianas en estas películas.

El regreso de los géneros relacionados con el *gore* en películas como *H2O* o *Scream*⁷ nos lleva a preguntarnos por la relación entre los jóvenes de hoy y los de los años setenta: ¿qué circunstancias que se repiten favorecen el desarrollo de este tipo de horror y no de otro? El terror psicológico, tan popular hace unos años, ha quedado nuevamente relegado (como ocurrió en los setenta con las películas hechas en décadas anteriores por cineastas como Hitchcock y Polanski) en el gusto del público juvenil; la sangre y el asco se tornan de nuevo en espectáculo digno de ser visto.

El terror no es el único género en que se considera a los jóvenes como público principal, ni el único en que lo grotesco se establece como categoría privilegiada. La comedia es también un género considerado juvenil.⁸ En el caso de las películas cómicas, lo grotesco es un factor decisivo en el momento de segmentar al público. Si bien normalmente se asume que las referencias escatológicas y las situaciones sexuales explícitas se dirigen a un público joven mayoritariamente masculino, tal vez

sea más adecuado decir que hablan a aquellos que son o que fueron dejados de lado, que no encajan. En general, las películas para adolescentes, jóvenes y adultos jóvenes, admiten la presencia de elementos grotescos mejor que aquellas destinadas a un público adulto (definido no solo por un rango de edad, sino por un “estilo de vida”, un valor adquisitivo y un sistema de valores específico), en las cuales la excentricidad solo se admite en tanto no represente una amenaza real.⁹

Aunque el cine representa un medio privilegiado para dirigirse al público juvenil, no se trata del único y, especialmente, no es en el que la apropiación de los medios productivos por parte de los jóvenes se da con más frecuencia.¹⁰ Durante los años noventa, y en parte gracias a la popularización de internet y al uso de las computadoras, ámbitos como la animación atravesaron por una renovación que permitió a dibujantes que no pertenecían a grandes compañías desarrollar sus propias series. Se abrieron además espacios televisivos, especialmente en la animación, que se establecieron como lugares para la crítica de los valores establecidos (tanto como para su establecimiento).

Como se ha dicho, la presencia constante de las obras artísticas se relaciona con una modificación

⁷ El caso de *Scream*, estrenada en 1996, es paradigmático: no solo es dirigida por Wes Craven (director de *Pesadilla en la Calle del Infierno*) y reúne a las estrellas juveniles de su momento, sino que se trata de una película que resume en sí misma las películas *slasher* de los años setenta. El director regresa el género a la atención pública, vuelve a ubicar a los adolescentes como protagonistas (y público meta) y, al mantener cierto tono paródico, permite al público nuevo relacionarse con un género que había llegado a considerarse más risible que terrorífico.

⁸ Con la excepción de las comedias románticas, pensadas “para mujeres”.

⁹ Sobre la excentricidad —y los grados en que amenaza o no a la estructura—, véase Omar Calabrese, *La era neobarroca*, Cátedra, Madrid, 1987.

¹⁰ Aunque hay que señalar un número creciente de cineastas jóvenes.



en la percepción del público. Carteles, radio, televisión, internet (con la obra al alcance de la mano) convierten al espectador actual en distraído: aturcido por la presencia constante de estímulos, es incapaz de fijar la atención, de darse cuenta, adormecido no solo para la experiencia estética sino también para la política. Esto es especialmente cierto en las generaciones que tienen una relación más estrecha con las nuevas tecnologías.

Los adolescentes están en un mundo de estímulo constante, casi permanente. Hay siempre a la mano un dispositivo mediático: televisión, consola de videojuegos, radio, teléfono —especialmente los celulares con aplicaciones que van desde la comunicación oral o escrita hasta la posibilidad de tomar y enviar fotos; grabar, escuchar y ver música y videos, tener acceso a internet y, con ello, a las redes sociales, noticias, televisión, entre otras). Son pocos los momentos que se pasan en silencio o en vacío: constantemente hay algo frente a nosotros, algo que llama nuestra vista.

La oferta televisiva es también muy amplia: en la mayoría de las casas donde hay televisión por cable, cuarenta canales con programación (si bien repetida) compiten las 24 horas por la atención del televidente. Los trucos para ello se multiplican: algo, en el proceso de cambiar rápidamente de canal, debe ser lo suficientemente llamativo para que decidamos dejarlo en pantalla (por lo menos el tiempo necesario para ver a los anunciantes). Los

recursos son variados: escenas llamativas, situaciones extremas; no basta recurrir de forma básica al sexo y la violencia: la presentación de ambos debe ser lo más sofisticada posible, la misma historia en un paquete nuevo.

Los estudios televisivos no dudan en gastar grandes cantidades en producir un capítulo de media hora si esa inversión resulta en enganchar al público que es, siempre potencialmente, público consumidor. Algunos programas recurren al suspenso como mecanismo de enganche: el formato de las series policíacas y “dramáticas” de televisión suele consistir en capítulos de cuarenta y cinco minutos en cuatro segmentos. Al final de cada segmento se deja algo inconcluso, algo que orille al espectador a permanecer en ese canal (o al menos regresar a él frecuentemente durante los comerciales, minimizando el *zapping*) con tal de no perderse lo que sigue. La serie tiene continuidad, pero los episodios pueden observarse de forma aislada sin perderse de nada. Este formato, muy similar al de las tiras cómicas cuando aparecían en los periódicos, permite al espectador distraído entrar y salir (por decirlo de alguna forma) de su relación con la obra, acercarse a ella relajadamente pero sin abrir la posibilidad de ver solo una sección del programa.¹¹

Los programas cómicos (como las “comedias situacionales”) explotan aún más este recurso: episodios de media hora, divididos también en

¹¹ Tal como lo plantea Brecht respecto al teatro épico: una relación relajada que permita al trabajador experimentar la obra en secciones o *sketches*; cfr. Bertolt Brecht, *Escritos...*, *op. cit.*

cuatro partes, cada una de las cuales constituye una unidad pero se suma a las otras para una conclusión por episodio. La seriación en estos casos es suficiente para que el espectador frecuente se sienta recompensado por su fidelidad (progresión en las relaciones, crecimiento de los personajes, chistes para entendidos...) sin estorbar al espectador ocasional.

Un movimiento reciente en la televisión (especialmente en el canal HBO) ha pretendido “regresar” a un tiempo mítico en el que las series eran verdaderamente seriadas y era necesario ver un capítulo para comprender o disfrutar plenamente el siguiente. Desde *Twin Peaks* en los noventa, la televisión “seria” se ha decantado por esta forma de seriación —según las clasificaciones de Calabrese—, y las series sin “pretensiones artísticas” optan por el otro formato más propio para el entretenimiento.¹²

La consideración del público a partir del patrocinador del programa divide a la masa de espectadores en segmentos para los cuales se producen obras específicas: programas para amas de casa, para adolescentes, para hombres adultos, para niños. El mundo de los programas infantiles se divide a su vez entre las series para preadolescentes (especialmente las de Nickelodeon y Disney Chanel),¹³ las caricaturas, los programas educativos para ni-

ños pequeños (como en Discovery Kids). Canales como Cartoon Network se ocupan de una gama más amplia que incluye caricaturas que pueden gustar a personas de más edades.

La división en cuatro partes que permite poner comerciales durante un episodio (aumentando así las posibilidades de que el espectador vea un comercial completo) se da también en las caricaturas, aunque su formato es generalmente más breve. Un episodio de *Bob Esponja*, por ejemplo, consta de quince minutos divididos en cuatro en los que la aventura se desarrolla. Dependiendo del canal que lo transmita, la cantidad de comerciales varía, pero en general son más breves que los destinados a los adultos, y frecuentemente anuncian mercancía de la misma compañía que los transmite (Nickelodeon, por ejemplo, vende la ropa y los muñecos de los personajes de sus propias caricaturas) o la venta de contenidos celulares, un negocio creciente que une a las compañías productoras con las de comunicaciones.

En general, no se espera que un niño preste atención a un episodio por más de quince minutos, a menos que se trate de aventuras dirigidas a los niños mayores (y a los adultos, en cierta medida) en las cuales la seriación es parte indispensable, una vez más. Mientras que esta se utiliza para las caricaturas más “serias” como el *Avatar* y en ge-

¹² Volviendo a Brecht, la separación entre arte y entretenimiento no es, como ha llegado a parecernos, natural ni necesaria; se relaciona más con valores burgueses estético-políticos que pretenden alejar al público trabajador de los espacios artísticos; cfr. *ibid.*

¹³ Nickelodeon, Disney Chanel, Cartoon Network y Discovery Kids son todos canales especializados en la programación para niños, particularmente en dibujos animados; Locomotion y Animax se enfocan en el público adulto.



neral las que tienen cuando menos un aire oriental,¹⁴ las caricaturas destinadas al entretenimiento son episódicas y no requieren de un esfuerzo ni un compromiso por parte del espectador. Las caricaturas orientales que llegan a México (a través de Locomotion o de Animax, por ejemplo) requieren, en cambio, de ese esfuerzo: a pesar de que a lo largo de la serie algunos datos fundamentales son recordados —lo que permite al recién llegado tener una idea de a qué se enfrenta— lo más probable es que el televidente que se haya perdido de los primeros episodios no vea el sentido de la serie o el placer en la misma: ¿a quién le importará que Sandy Bell se encuentre con su padre si no sabía de inicio que ella lo había perdido?

Los guiones de estas caricaturas recuerdan a los de las telenovelas, en las cuales cosas como el parentesco de los personajes y sus motivaciones tienen que ser recordados constantemente para acomodarse a un público que dedica solo una parte de su atención a lo que ocurre en pantalla. Los formatos temporales y el tipo de seriación corresponden, pues, tanto a la temática de las caricaturas como a la edad de sus seguidores. En general, las carica-

turas para niños —con la excepción de las destinadas a niños pequeños— son más entretenidas que aquellas hechas para los niños mayores, los adolescentes y los adultos jóvenes en las que el formato de *sketch* y la comedia se abandonan para tratar historias “serias”. La influencia del *anime* en las caricaturas norteamericanas se ha visto reflejada, especialmente, en este convertir a la caricatura en algo serio, digno de ser visto hasta por un adulto.

Sin embargo, la tradición norteamericana ya contemplaba los dibujos animados como entretenimiento para adultos: en sus inicios, estudios como Disney y Warner Brothers presentaban sus animaciones al principio de películas que no eran necesariamente “infantiles”, y es difícil encontrar un episodio del *Bugs Bunny* de aquellos tiempos que no tenga una conducta “inapropiada” de esas que nos molesta encontrar en las caricaturas para niños y que responden en cierta forma a la moralidad imperante en las caricaturas de Disney.¹⁵ Es solo más tarde que la caricatura como formato se asigna casi exclusivamente a los niños y que se hace necesaria la influencia japonesa para recuperarla para otras edades.

¹⁴ La importancia que se le da en Japón a la animación ha permitido una gran variedad de obras y una elevada calidad de las mismas. Esto redundó en imitaciones norteamericanas que buscan parte del prestigio del *anime*.

¹⁵ Caricaturistas como Kricfalusi no olvidan este momento en la animación y aluden a él en sus propias caricaturas.