

Treball de Fi de Grau

Títol

Sobreexposició en los medios de comunicación: cinco maneras de vivir la fama

Autoria

Ana Monfà Arredondo

Professorat tutor

José María Perceval Verde

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

12/05/2021

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Sobreexposició en els mitjans de comunicació: cinc maneres de viure la fama		
Castellà:	Sobreexposición en los medios de comunicación: cinco maneras de vivir la fama		
Anglès:	Overexposure in mass media: five ways to live the fame		
Autoria:	Ana Monfà Arredondo		
Professorat tutor:	José María Perceval Verde		
Curs:	2020/21	Grau	Comunicació Audiovisual
		:	Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Fama, <i>star system</i> , celebritat, sobreexposició, atenció mediàtica
Castellà:	Fama, <i>star system</i> , celebridad, sobreexposición, atención mediática
Anglès:	Fame, <i>star system</i> , celebrity, overexposure, media attention

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Convertir-se en una celebritat és un desig que moltes persones tenen. No obstant això, una vegada aconseguit el reconeixement públic, els famosos s'adonen de les repercussions que realment comporta la fama. És per això que en el present treball s'analitza quines conseqüències va tenir per Kimberly Kardashian, Mario Vaquerizo, Mara Wilson, Jennifer Lawrence i Robin Williams la fama, així com també es recullen les seves opinions, contràries entre elles, sobre la mateixa. Al seu torn, s'investiga com es van fer famosos i quina trajectòria professional van seguir una vegada van entrar a formar part del <i>star system</i> .
Castellà:	Convertirse en una celebridad es un deseo que muchas personas tienen. Sin embargo, una vez alcanzado el reconocimiento público, los famosos se percatan

	<p>de las repercusiones que realmente conlleva la fama. Es por ello por lo que en el presente trabajo se analiza qué consecuencias tuvo para Kimberly Kardashian, Mario Vaquerizo, Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams la fama, así como también se recogen sus opiniones, contrarias entre ellas, sobre la misma. A su vez, se investiga cómo se hicieron famosos y que trayectoria profesional siguieron una vez entraron a formar parte del star system.</p>
Anglès:	<p>Becoming a celebrity is a wish that many people have. However, once public recognition is achieved, celebrities realize the repercussions that fame really brings. That is why this work analyzes what consequences fame had for Kimberly Kardashian, Mario Vaquerizo, Mara Wilson, Jennifer Lawrence and Robin Williams, as well as their opinions, contrary to each other, about it. In turn, it is investigated how they became famous and what career path they followed once they became part of the <i>star system</i>.</p>

Índice

1. Introducción	1
2. Marco Teórico	2
2.1 El concepto de 'fama'	2
2.2 El éxito del 'gossip'	4
2.3 El <i>star system</i>	6
2.4 Doble realidad: realidad real vs. realidad mediática	7
2.5 La selección mediática de los famosos	9
2.6 El deseo de ser famoso	13
2.7 La relación entre celebridad y audiencia	14
2.8 El famoso como objeto de consumo	16
2.9 Afectaciones de la fama	21
3. Hipótesis	27
4. Metodología	28
5. Análisis de los resultados	30
5.1 Kimberly Kardashian	30
5.1.1 Biografía	30
5.1.2 Aparición en los medios	31
5.1.3 Trayectoria mediática	34
5.1.4 Afectaciones de la fama	36
5.1.5 Opinión sobre la fama	38
5.2 Mario Vaquerizo	38
5.2.1 Biografía	38
5.2.2 Aparición en los medios	39
5.2.3 Trayectoria mediática	41
5.2.4 Afectaciones de la fama	44
5.2.5 Opinión sobre la fama	45
5.3 Mara Wilson	46
5.3.1 Biografía	46
5.3.2 Aparición en los medios	47
5.3.3 Trayectoria mediática	48
5.3.4 Afectaciones de la fama	51
5.3.5 Opinión sobre la fama	53

5.4 Jennifer Lawrence	54
5.4.1 Biografía	54
5.4.2 Aparición en los medios	55
5.4.3 Trayectoria mediática	56
5.4.4 Afectaciones de la fama	58
5.4.5 Opinión sobre la fama	60
5.5 Robin Williams	61
5.5.1 Biografía	61
5.5.2 Aparición en los medios	62
5.5.3 Trayectoria mediática	63
5.5.4 Afectaciones de la fama	65
5.5.5 Opinión sobre la fama	67
6. Conclusiones	68
7. Bibliografía y webgrafía	79
8. Anexos	98

1. Introducción

El famoso, aquella persona reconocida por el público anónimo, es un personaje que característicamente ha variado a lo largo de los años. Desde personajes históricos hasta socialités con potencial influencia en las redes sociales han obtenido atención mediática y, por ende, el reconocimiento de la sociedad. El éxito del 'gossip' y de las noticias relacionadas con las celebridades, facilitó la popularidad de las mismas. El carisma, la apariencia y la personalidad de la persona se convirtieron en elementos fundamentales para que esta entrara a un *star system* en el que poseer un talento específico ya no era un requisito único para formar parte de él. Este hecho desencadenó en los individuos anónimos el deseo de convertirse en celebridades, mayormente, sin pensar en el precio que conlleva ser famoso. Es por ello por lo que este trabajo pretende mostrar las repercusiones, positivas y negativas, que comporta la fama, así como también recoger las distintas opiniones respecto a la misma que tienen quienes la han alcanzado, ya que, pese a que los famosos están constantemente bajo el foco mediático, los medios, generalmente, no dedican espacio a las celebridades para que estas narren su experiencia con la fama.

Si nos preguntamos qué tienen en común, conjuntamente, Kimberly Kardashian, Mario Vaquerizo, Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams, la respuesta es que son famosos. No obstante, la manera en que consiguieron disfrutar de atención mediática, sus trabajos desempeñados, las consecuencias de su exposición y la opinión que les merece la fama, les hacen diferir entre sí. Partiendo de declaraciones públicas que estos famosos, así como su entorno más cercano, han realizado, el presente trabajo constata los diferentes pensamientos que las celebridades pueden tener entorno a la fama.

Asimismo, el trabajo analiza qué acontecimientos les colocaron bajo el foco mediático, qué trayectoria recorrieron una vez realizaron su primera aparición en los medios y, también, qué consecuencias les conllevó, en cada caso, la fama. Para representar la pluralidad de juicios sobre la fama, se han seleccionado a estos cinco famosos, precisamente, por sus opiniones contrarias sobre la misma. Mientras Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo son celebridades que, tras alcanzar la fama, mantienen

una opinión favorable de ésta, Jennifer Lawrence y Robin Williams aguardan una valoración negativa de la misma. El caso de Mara Wilson es distintivo, puesto que, aunque relata las afectaciones que tuvo para ella la fama, a diferencia de los cuatro anteriores famosos, decidió poner fin a su sobreexposición, retirándose de la industria audiovisual.

Así pues, el trabajo presenta cinco maneras de vivir la fama y la sobreexposición mediática. Cinco casos de famosos que muestran la diversidad de sucesos que llevan hacia la fama, los diferentes actos que realizaron estas personas una vez se convirtieron en personajes populares, las consecuencias, positivas y negativas, que les provocó la fama y sus opiniones opuestas sobre la misma. Mientras algunos se iniciaron en la fama por sus contactos, otros lo hicieron por un talento propio. Mientras algunos decidieron sobreexponerse, otros decidieron apartarse del foco mediático. Mientras que a algunos la fama les ha comportado ventajas, a otros solo les ha traído problemas. Mientras algunos agradecen la visibilidad mediática, otros la detestan. Los cinco casos representan los diferentes pensamientos que los famosos tienen entorno a la sobreexposición, pues, al final, el verdadero precio de la fama sólo lo conocen aquellos que la han alcanzado.

2. Marco Teórico

2.1 El concepto de ‘fama’

Las personas nos movemos en entornos privados, en espacios cotidianos, en los que nos relacionamos con una amplia variedad de personas. Somos, por tanto, conocidos entre nuestros convivientes y reconocidos por aquellos individuos con los que hemos interactuado. Disponemos de una reputación, pero ésta es únicamente sabida por las personas de nuestras esferas privadas: trabajo, familia, amistades, etc. Estas personas pueden asociarnos una fama, una etiqueta, que bien puede ser positiva o negativa. Por ejemplo, pueden calificarnos como personas “responsables”, o bien podemos tener fama de ser “impuntuales”. Sin embargo, esta opinión es solamente conocida por las personas de nuestro entorno privado.

Ser famoso va mucho más allá. La fama implica notoriedad, gozar de una relevancia social de la que no disponen el resto de las personas. A ello se suma un elemento clave, imprescindible para convertirse en celebridad: la exposición pública (Rivière, 2011). El personaje famoso pasa de ser conocido solamente por su entorno privado a ser reconocido por el gran público. La sociedad es consciente de la existencia de esta persona, de su reputación y de sus actos, por lo que el famoso pasa a estar en boca de todos.

El vocablo “fama” proviene del latín *fama*, que se relaciona con la expresión de notoriedad, renombre, y que a su vez deriva del verbo *fari*, que hace referencia al acto de hablar. Algunos de los términos que se derivan del concepto ‘fama’ son ‘famoso/a’, ‘afamar’, ‘difamar’ y ‘infamar’ (Etimologías, s/f). Estos derivados como son ‘difamar’ y ‘infamar’ muestran las connotaciones negativas que se generan del término. Como sinónimos de ‘fama’ encontramos ‘popularidad’, ‘celebridad’, ‘prestigio’, ‘éxito’, ‘gloria’ y ‘honor’, entre otros (Rivière, 2011). La mayoría de estos conceptos, en cambio, muestran un carácter positivo. Esto también ocurre con los sinónimos de ‘famoso’, entre los que se encuentran, por ejemplo, ‘célebre’, ‘popular’, ‘distinguido’, ‘glorioso’, ‘ilustre’, ‘memorable’ y ‘reputado’ (Rivière, 2011).

Sin embargo, definir qué es exactamente la fama es una tarea compleja. La Real Academia Española (RAE) establece cuatro definiciones para el término ‘fama’: “1. Condición de famoso; 2. Opinión que la gente tiene de alguien o de algo; 3. Buena opinión que la gente tiene de alguien o algo; 4. Noticia extendida acerca de algo” (RAE, s/f). La RAE, por lo general, asocia el concepto de ‘fama’ con el de ‘opinión’. Según la Academia, no haría falta exponerse a un gran público para adquirir fama, porque esta es simplemente una opinión que se genera sobre nosotros.

Es en la definición que la RAE ofrece de ‘famoso/a’ cuando se relaciona la fama con el reconocimiento público. Dicho adjetivo se define como: “1. Ampliamente conocido; 2. Muy conocido y admirado por su excelencia; 3. Sobradamente conocido y recordado en un determinado ámbito” (RAE, s/f). El famoso sería entonces aquella persona reconocida por un sector amplio de personas, no únicamente por su entorno privado.

Por su parte, la periodista Margarita Rivière define la fama como “una construcción comunicativa, singularizadora de individuos y grupos, un relato de jerarquías sociales y un símbolo de la moral colectiva” (Rivière, 2011, pp. 181). La fama sería el resultado, por ende, de la interrelación social, que genera una diferenciación entre las personas que conforman la sociedad y otorga popularidad a un grupo exclusivo de individuos de esta, sobre los cuales el resto tiene conocimiento y una opinión. En palabras de Margarita Rivière: “la fama se ve hoy como un logro de la visualización pública de un individuo que compite con otros para ser reconocido socialmente. El famoso destaca por encima de los demás” (Rivière, 2011, pp. 183).

2.2 El éxito del ‘gossip’

Las personas que se han convertido en famosas a lo largo de la historia han sido muchas, muy diversas, y han conseguido destacar por motivos muy diferentes. En los últimos tiempos las figuras del mundo del entretenimiento y del deporte se han convertido en los personajes más reconocidos entre los ciudadanos, en detrimento de los políticos y demás personalidades institucionales (Cowen, 2000).

Una encuesta de 1898 realizada a 1440 adolescentes de entre doce y catorce años les interrogaba sobre qué persona, de la cual habían leído u oído alguna vez, les gustaría ser en un futuro. Como recoge Tyler Cowen, “el cuarenta por ciento eligió a George Washington, Abraham Lincoln, Clara Barton, Annie Sullivan, Julio César o Cristóbal Colón” (Cowen, 2000, pp. 47). En conjunto, los resultados muestran que el setena y ocho por ciento de las respuestas seleccionaban personalidades relacionadas con la historia, incluidos políticos y otros líderes (Cowen, 2000).

Pero durante el siglo XX estas elecciones variaron. El mundo de la comunicación y de los medios informativos experimentó notables cambios desde principios de siglo gracias a las innovaciones tecnológicas. La implantación de las rotativas y la llegada de las fotografías impresas favorecieron el éxito del sensacionalismo (Perceval, 2015). “La política reduce su espacio ante los sucesos. Esta prensa va a cambiar la idea del héroe nacional que ya no será exclusivamente el ganador de un conflicto bélico, sino el triunfador de una gesta deportiva o el protagonista de un medio de comunicación

de masas, convertido en un nuevo personaje sagrado, el famoso o la vedette” (Perceval, 2015, pp. 191).

Es ya en los años treinta cuando la prensa, la radio y el cine, como principales medios de comunicación de masas, permitirán expandir la temática conocida como “cotilleo”. El “gossip”, definido por Charles Ponce de Leon como el periodismo de celebridades, incrementa la venta de periódicos, películas, revistas y demás contenidos mediáticos. Los medios se alimentan del culto que la sociedad realiza a las celebridades y del interés que esta tiene por las vidas y carreras de los famosos (Ponce de Leon, 2000).

Para el año 1948, otra encuesta, recogida de nuevo por Tyler Cowen, muestra los efectos de la prensa sensacionalista y de la cobertura informativa acerca de los famosos en los jóvenes. Éstos, de nuevo ante la pregunta de qué personalidad desearían ser en un futuro, se decantan por opciones de ámbitos más diversos. Las personalidades históricas reciben, en comparación con la encuesta de 1898, menos apoyo. “Solo un tercio de los encuestados eligió personajes históricos; Franklin Delano Roosevelt encabezó la lista de niños y Clara Barton encabezó la lista de niñas” (Cowen, 2000, pp. 47). En cambio, aparecen entre las respuestas, representando el 23% de éstas, figuras del mundo del deporte, como son los jugadores de béisbol Ted Williams y Babe Ruth, y famosos del mundo del entretenimiento, que equivalen al 14% de las contestaciones (Cowen, 2000). De este último grupo, “los niños eligieron héroes de la radio como Gene Autry y las niñas prefirieron figuras de películas como Betty Grable” (Cowen, 2000, pp. 47).

La retransmisión de eventos deportivos y el seguimiento de las figuras que participaban en ellos permitió a los deportistas convertirse en personalidades admiradas por la sociedad, situándose a la par con los actores que se hicieron reconocidos anteriormente en las salas de cine, en especial a partir de 1910, cuando se introdujeron los “créditos” que les permitieron pasar de anónimos a personalidades conocidas (Perceval, 2015). “El espectador, convertido en fan, se emociona al ver actuar a su estrella favorita, pero aún más al reconocerla entre la multitud, convertida en un personaje de carne y hueso” (Perceval, 2015, pp. 202).

La llegada de la televisión beneficiará todavía más el fenómeno del culto a la celebridad. En consecuencia, cada vez serán más las figuras reconocidas por el gran público. “Imágenes, informaciones y anécdotas se convierten en noticia constituyendo definitivamente el *star system*, que no solo es reconocido, sino que se hace reconocer en lo referente a derechos y salarios astronómicos” (Perceval, 2015, pp. 202). Las estrellas del mundo del entretenimiento comienzan a contar con grupos de fans, que están interesados en seguir en todo momento al famoso, al cual trataran prácticamente como una divinidad. Los fanáticos, por ello, demandarán más información acerca de las celebridades y consumirán estos contenidos con el fin de seguir en todo momento a su ídolo. Los fans ya no solo se interesarán por sus obras y méritos conocidos públicamente, sino que también querrán profundizar en la vida privada de los famosos.

Tanto fue el éxito de los famosos pertenecientes al mundo de la interpretación que en 1986 la lista elaborada por *The World Almanac* de las diez personalidades más admiradas por los jóvenes estadounidenses incluía únicamente a actores y actrices, a excepción del presidente de Estados Unidos, Ronald Reagan, aunque éste también trabajó como actor en el pasado. En este registro aparecían Bill Cosby, Sylvester Stallone, Eddie Murphy, Ronald Reagan, Molly Ringwald, Chuck Norris, Clint Eastwood, Rob Lowe, Arnold Schwarzenegger y Don Johnson como los más admirados por la juventud (Cowen, 2000).

2.3 El *star system*

Ha quedado consolidado, con la ayuda de los medios de comunicación, el *star system*, “una nueva élite que copia la sacralidad monárquica: son princesas y reyes del espectáculo, se les aísla del mundo, se les trata como muñecos y el público se asombra de que sean ‘normales’” (Perceval, 2015, pp. 203). Es lo que también Charles Wright Mills denominó la aristocracia del éxito social, que incluye a personalidades cuyos nombres son reconocidos por el público (Rivière, 2011).

Los famosos son personas reconocidas por la sociedad, pero, contrariamente, ellos no conocen a quienes les siguen. “La curiosidad pública, el deseo del público por las estrellas, fue la fuerza que creó el *star system*. Tan pronto como este aparece, la

población caprichosa, voluble y despiadada decide el curso que debe seguir su entretenimiento entorno a la estrella, a la cual se la considera tanto una persona como una institución” (DeCordova, 2001, pp. 2-9).

Los medios de comunicación, para satisfacer el interés de la sociedad, cuentan cómo viven las celebridades y narran los lujos y singularidades que este grupo de reconocidos puede permitirse. Las excentricidades de los personajes famosos “serán celebradas y aunque rompan los marcos de la moral: borracheras, drogadicción, pederastia incluso... terminarán incluyéndose estos accidentes en los avatares de su fama. Son dioses caprichosos a los que se les perdona su mal humor o sus caprichos” (Perceval, 2015, pp. 204).

A finales del siglo XX, los medios de comunicación expondrán constantemente a las celebridades, incluso cuando éstas cometan actos inmorales, dado que es el contenido que el público demanda y, por ende, consume. El público se emocionará igualmente al ver, oír o leer sobre la estrella, incluso cuando el personaje aparezca en situaciones que rompan con la ética establecida. No importará que la celebridad derroche su dinero, que acuda a numerosas fiestas o incluso que consuma alcohol o drogas, se le permitirá porque forma parte de una élite, de un grupo de privilegiados, a los que la sociedad trata prácticamente como divinidades.

La atención permanente que los medios centran en los artistas repercute en detrimento de las obras en las que participan y de las gestas que logran. No importa el qué, sino quién. El público pasará a reconocer con mayor facilidad al actor antes que al director de la obra, puesto que el primero es el que se expone a la audiencia, el que esta visualiza y sobre el cual mantiene un recuerdo (Perceval, 2005).

2.4 Doble realidad: realidad real vs. realidad mediática

Se generará, por tanto, una doble desigualdad entre las celebridades que forman parte del *star system* y el resto de la sociedad. Los famosos, además de obtener ingresos económicos mucho más elevados en comparación con la media de la población, gozarán de un mayor reconocimiento y de atención mediática constante. Asimismo, las celebridades también moverán grandes fortunas a su alrededor. El mundo de los famosos se capitalizará y sus actos se convertirán en negocios.

El incremento del consumo mediático relacionado con las celebridades acabará generando una doble realidad: la realidad mediática y la realidad real (Rivière, 2011). Esta primera realidad es la que constituyen los mismos medios de comunicación a través de sus informaciones. Es una “realidad virtual reelaborada e intermediada, con consecuencias sobre la realidad real, ya que substituye la experiencia directa por experiencias que producen los medios” (Rivière, 2008, pp. 61-65). Un tercer elemento, que son los medios de comunicación, se interpone y crea una realidad diferente a la verdadera. En consecuencia, el público puede tender a creer que el mundo es tal y como lo presentan los medios, confundiendo la auténtica realidad con la realidad mediática.

Dentro de esta realidad mediática que presentan los medios ocupa un papel trascendental la fama, que “construye un relato virtual que legitima a los líderes y modelos, y establece, a través de la visualización pública, una nueva forma de división social: los visibles y los invisibles, los que se exhiben en la realidad mediática y los que la miran” (Rivière, 2008, pp. 103). De este modo, el público observa a una minoría de individuos a los que los medios prestan atención y la sociedad queda dividida entre espectadores y protagonistas.

Esta división social presenta al público unos referentes: las celebridades. “La sociedad, al aceptar estas figuras sobresalientes como referentes, les otorga autoridad y legitimidad” (Rivière, 2008, pp. 153). Las expresiones y acciones de los personajes famosos influyen en la sociedad, porque esta le presta toda su atención y los considera seres superiores. El público le otorga un estatus de excelencia al famoso porque este ha logrado “sobresalir entre los demás hombres por unas cualidades singulares y ser así reconocido por la sociedad, por el grupo” (Rivière, 2008, pp. 157).

La realidad mediática, por tanto, permite a las celebridades gozar de un reconocimiento, “de la cualidad de la excelencia y del liderazgo social, hasta el punto de que el sistema comunicativo funciona como una religión” (Rivière, 2011, pp. 186). Los famosos, tratados como dioses, son considerados superiores porque han logrado destacar, sobresalir en un campo, y gozan de la atención mediática que solamente un

grupo exclusivo de personalidades puede disfrutar. La celebridad recibe su reconocimiento tras pasar de la nada a la notoriedad.

Sin embargo, para que una persona disfrute de la atención mediática anhelada debe, primeramente, destacar entre la multitud. El reconocimiento que se le da a un famoso es doble. Por una parte, goza de un prestigio por su talento, bien sea éste actuar, cantar, ganar una competición deportiva, etc. Pero, por otro lado, existe el beneplácito otorgado por ser mejor que los demás. Para ser famoso la persona debe destacar, sobreponerse, mostrar que es superior a otras personas de la sociedad, al menos en lo relativo a un campo específico. Esta es la idea clásica del mérito y la excelencia (Rivière, 2011).

Así pues, para que el famoso se establezca en el *star system* debe destacar por encima de la mayoría, y esto puede lograrlo compitiendo y venciendo a sus semejantes. Del mismo modo que en un acontecimiento deportivo solamente algunos atletas logran destacar, esto ocurre también entre los actores, bailarines, cantantes, etc. “La celebridad profesional es el resultado que corona el sistema del “estrellato” de una sociedad que ha hecho de la competencia un fetiche” (Rivière, 2011, pp. 184). Se efectúa una lucha entre las personalidades que pretenden obtener reconocimiento, pero no todas tienen éxito en esta contienda. Únicamente algunas de estas personas que persiguen el reconocimiento, lo obtendrán.

2.5 La selección mediática de los famosos

Históricamente, para que un individuo pasara a convertirse en celebridad requería dotarse de la excelencia, del mérito que se le otorgaba al ser considerado mejor que otra persona. Se conformaba, por ello, una élite del mérito (Rivière, 2008). A este selecto grupo únicamente lograban llegar personas sobresalientes del mundo del arte y del entretenimiento, líderes políticos, militares o religiosos y deportistas que acumularan amplias victorias a sus espaldas. Estos eran los referentes a tener en cuenta, los héroes de la sociedad, aquellas personas admiradas por el gran público. Eran personas que se convertían en famosas por una razón, por un logro adquirido.

Con la aparición de la imagen y la expansión del cine y de la televisión, agravado todo ello actualmente por el éxito de internet, la élite del mérito experimenta notables

variaciones. “Gracias a la intermediación de los medios de masas, la fama, en esta nueva fase, ya no premia el mérito, sino la visibilidad social y su consumo. Los famosos en esta cultura masiva no son tanto seres de cualidades admirables, sino entes de características consumibles” (Rivière, 2008, pp. 227-228). La apariencia y el carisma de la persona tienen consecuencias en su lucha por adquirir la fama. Ya no solamente se observa si la persona posee un determinado talento, ahora también importa la personalidad del individuo.

Los medios de comunicación centraran su atención en aquellas personas que sepan desenvolverse ante el público. El éxito mediático del famoso reside en que ha obtenido notoriedad, ha destacado y ahora el público le conoce. Es el reconocimiento lo que distingue a la celebridad del resto de individuos, pero el porqué es esta persona famosa es un terreno en que se van ampliando las posibilidades para serlo. Lo importante es que la gente sabe quién es esta celebridad, el camino por el que haya logrado ser conocida, será muy diverso en cada caso.

En cierta manera, serán los medios quienes decidan quien se convierte en famoso, y quien, contrariamente, no merece serlo. Quien goza de atención mediática disfruta, posteriormente, de un reconocimiento más amplio. “Los individuos que aparecen en los medios se transforman en famosos y encarnan en buena medida los valores creados por los mismos medios” (Rivière, 2008, pp. 230-231). De nuevo, el éxito mediático reside en quien consigue ser visto, en detrimento de quien no logra dicha visualización. Sin embargo, gracias a los medios de masas y al consumo permanente por parte del público de contenido acerca de las celebridades, cada vez aparecerán más personajes famosos provenientes de ámbitos distintos.

Los medios seleccionarán y expondrán a las personas que se convertirán en conocidas. Pero la elección de cada medio es diferente a la de otro. Mientras, por ejemplo, un noticiario televisivo decide informar sobre una nueva película y los actores participantes en esta, otro programa preferirá cubrir una información acerca de, por ejemplo, un partido de baloncesto y los jugadores destacados. “Existe, pues, una amplísima oferta y una pluralidad cierta de presuntos acontecimientos y noticias. Es

decir, que el trabajo de selección de los contenidos de un medio podría hacerse de formas bien diferentes” (Rivière, 2008, pp. 250).

Al elegir qué suceso cubrir se seleccionan también los personajes protagonistas participantes en el hecho en cuestión. Depende de cada medio, y de sus criterios establecidos, decidir qué es noticia y, por tanto, quién es digno de recibir atención mediática. “Así, el imaginario desplegado en los medios configura un territorio simbólico donde se negocia el orden de lo social y se traman relatos de identidad. Relatos que son cristalizaciones de las combinaciones de la complejas alternativas de existencia, de lo popular, lo masivo y sus actores” (Alonso, 2007, pp. 9). Al cubrir acontecimientos de todo tipo, las personas, a su vez, se convierten en famosas por todo tipo de cuestiones.

Algunos medios, incluso, buscarán aquello singular y lo presentaran mediante una espectacularización que hará del hecho un acto conocido y, por ende, de sus participantes. “Las sensaciones, el escándalo, la emoción, la intriga mediática, ingredientes consensuados de una buena historia, son la materia prima mediática desde que la publicidad y la imagen televisiva consagraron su decisiva influencia sobre el lenguaje general de todos los medios de comunicación” (Rivière, 2008, pp. 257). Los medios pasan de informar sobre hechos, a narrar historias. Cada acontecimiento se explicará como si de un cuento se tratase para intentar mantener la atención del espectador de principio a fin.

“Los media encuentran su modo de narrar porque se ha probado que la tecnología encandila, pero no cuenta sola. Los humanos requerimos de héroes con los cuales identificarnos y que nos generen deseo. Y esos héroes y esos mitos nos los deben brindar los medios de comunicación, como los grandes narradores de nuestro mundo que son” (Rincón, 2013, pp. 94). Estas narraciones que realizan los medios impactan en la audiencia y establecen una relación emocional en esta para que continúe consumiendo el contenido, para que siga atenta a la historia que se le presenta. Los medios, siguiendo esta línea de la espectacularización, incluirán constantemente personas en sus contenidos para que sean estos mismos personajes quienes expliquen al espectador el suceso en cuestión.

Precisamente, el potencial de los medios radica en su capacidad para “producir vínculos y conexiones entre los seres humanos, para imaginar relatos en los que quepamos todos, La narración, y la historia en sí, generan una comprensión social” (Rincón, 2013, pp. 99). La audiencia permanece atenta a la trama, a los personajes que la cuentan, y establecen relaciones con los implicados. El público despierta sentimientos hacia las personas que participan en la historia, aunque estos pueden ser tanto positivos como negativos. A un espectador un testimonio puede provocarle empatía, e incluso puede llegar a pensar que podría estar en la misma situación que él, pero, contrariamente, este narrador también puede generarle rechazo.

Así pues, los medios presentan relatos mediáticos en que participan y se exponen individuos diversos que cuentan la historia sucedida y que, en consecuencia, generan una reacción en el público. Independientemente del hecho en cuestión y de la temática de la cual este proviene, los medios optan por explicar el suceso de la misma manera que si estuviesen explicando una historia, por lo que las personas implicadas pasan a ser personajes que se dan a conocer. “Los medios enfocan a personas y las convierten en protagonistas del espacio social” (Dittus, 2005, pp. 68).

“Para ser famoso en nuestro tiempo de religión mediática, basta con concitar atención pública, para lo cual existen caminos tan dispares como lograr el Premio Nobel de la Paz, ganar una competición deportiva o ser un asesino en serie” (Rivière, 2011, pp. 183). Ya no solamente los medios de comunicación hablan de personas con talento o que han logrado una gesta relevante, sino que también dedican su espacio a personas con una historia que contar. La persona puede hacerse famosa por cualquier tema, incluso aunque esta tenga una pésima reputación, porque aun así los medios dedicarán su espacio a hablar de ella.

Un caso ejemplificador es el de Mark David Chapman, el hombre que asesinó a John Lennon. Aunque, si bien es cierto, la víctima era un artista famoso, el autor del crimen logró una notoriedad sin precedentes gracias a la atención que le prestaron numerosos medios de comunicación. Mark David Chapman reconoció en una entrevista, concedida en 1992 a la periodista Barbara Walters, que pensó que al matar a John Lennon adquiriría su fama (Cowen, 2000). Años más tarde, aseguró que lo

asesinó “porque era muy, muy, muy famoso” y él mismo “estaba muy, muy, muy concentrado buscando la gloria personal. No sabía cómo manejar el hecho de ser un don nadie”, explicó el propio Mark David Chapman (Morán, 2020, párr. 6).

Aunque el acto de Chapman rompe la moral establecida, los medios le dedicaron una gran cantidad de horas de atención, e incluso acudieron en varias ocasiones a las prisiones en las que estuvo para realizarle entrevistas. En cierto modo, podría decirse que Chapman logró su objetivo, pues a pesar de obtener una reputación negativa, consiguió ser conocido por el público y convertirse, así, en un personaje famoso. El hecho de disponer de la atención que los medios le prestaron, dado que estaban interesados en el caso de asesinato, hizo que Chapman tuviese la visibilización que éste siempre había anhelado.

En la actualidad, “todo aquel que triunfa, cualesquiera que sean su origen social y su esfera de acción, es muy probable que ingrese en el mundo de la fama” (Rivière, 2011, pp. 183). Con una historia que contar y una personalidad carismática, un individuo puede convertirse en famoso. El poseer un talento específico sigue siendo un elemento fundamental para ingresar en el *star system*, pero ya no es la única vía para lograrlo. Los medios de comunicación elegirán y expondrán a los individuos que, bien tengan talento o carezcan de él, se harán reconocidos. “La producción de la fama mediática parece ser un monopolio exclusivo, ya que los medios se saben capaces de lanzar cualquier personaje como quién lanza un producto al mercado al más puro estilo publicitario” (Rivière, 2008, pp. 293).

2.6 El deseo de ser famoso

Estas nuevas celebridades, que logran atención mediática gracias a su carisma, son admiradas por el público puesto que han sido capaces de obtener notoriedad. Su éxito radica en que han conseguido dejar el grupo mayoritario, el cual no tiene visibilidad pública, para pasar al selecto *star system* que, contrariamente, sí obtiene reconocimiento social. “Para alcanzar el rango de celebridad no se necesita hacer cosas de importancia para la sociedad, sino que bastan ciertas excentricidades. Lo que importa es lo que la fama otorga socialmente a quien la alcanza, más que el cómo

y el por qué se consigue y el quién lo hace. Lo que se celebra es el hecho de haber triunfado en la competencia contra todos los demás” (Rivière, 2011, pp. 184).

Es entonces cuando parte de la gente que conforma el grupo mayoritario comienza a plantearse la posibilidad de ingresar en el mundo de los famosos. Como ya no se requiere una habilidad específica para ser una celebridad, los individuos despiertan el deseo de convertirse en famosos. Esto no quiere decir que la fama siempre sea buscada por la persona, pues muchas personalidades se han convertido en famosas sin la voluntad de serlo (Zaid, 2005). Sin embargo, al ser conscientes de la mayor accesibilidad al mundo del estrellato, “comienza un sentimiento complejo de tipo Cenicienta, “eso me puede pasar a mí”, “yo también puedo ser estrella”. Se trata de substituir a la estrella convirtiéndose en una de ellas” (Perceval, 2015, pp. 204-205). Las celebridades son, por tanto, admiradas por el público, aunque también envidiadas por una parte de este que desea tener su reconocimiento.

Estas personas que desean notoriedad y admiración entienden que pueden conseguir ambos propósitos si logran captar la atención de los medios. “Algunas personas desean elogios por el mero hecho de obtener reconocimiento. Katharine Hepburn comentó una vez: “cuando comencé no tenía ningún deseo de ser actriz o de aprender a actuar. Solo quería ser famosa” (Cowen, 2000, pp. 1). Solamente algunos de estos individuos que se proponen llegar a convertirse en famosos serán elegidos por los medios para ser expuestos, en función de su personalidad, carisma, dotes comunicativas, etc. No todos llegarán a obtener el éxito mediático que se habían propuesto alcanzar en un inicio. Aunque, al contrario, unos pocos, como es el caso de Katharine Hepburn, sí lo lograrán.

2.7 La relación entre celebridad y audiencia

Primeramente, el éxito de un personaje famoso depende de ser seleccionado por los medios de comunicación de masas para ser expuesto. El individuo demuestra ser mejor que sus semejantes en un campo concreto, dispone de una historia que contar y/o posee las características ideales y el carisma necesario para ser elegido. Pero, posteriormente, es tarea del público elegir qué celebridades consumir. Es decir, el

público, el grupo mayoritario compuesto de espectadores, se convierte en árbitro, y decide qué y sobre quién quiere leer, ver y oír.

La relación entre celebridades y audiencia busca el beneficio para ambas. Por un lado, los famosos necesitan al público para que este compre sus trabajos y, así, logren mantener su fama. Pero, por otro lado, la audiencia demanda constantemente celebridades y contenido mediático para consumir. El entretenimiento para el público “constituye una distracción, es decir, una manera de olvidarse de todo lo que tiene que ver con su vida cotidiana, que es realmente lo que le preocupa. Por lo que el contenido ofrece un sistema de compensación de las satisfacciones que los individuos no han podido satisfacer en su vida diaria mediante la identificación con las estrellas” (Flores y Humanes, 2014, pp. 142). La celebridad es admirada y consumida por la audiencia, la cual no dudará en demandar mayor cantidad de contenido relacionado con la estrella, bien sea porque se siente identificada con esta o porque le garantiza la evasión de su rutina en beneficio del entretenimiento.

Según Juan José Igartua y María Luisa Humanes, esta utilización de los medios de comunicación como fórmula de evasión de la realidad por parte de la audiencia está relacionada con la teoría de los usos y gratificaciones del ámbito de la comunicación, originalmente consolidada por los autores Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch con el objetivo de definir cómo y por qué motivos la audiencia utiliza los medios de comunicación de masas (Rodrigo, Alsina, 2008); (Journal Storage, s/f).

Juan José Igartua y María Luisa Humanes plantean que el comportamiento de la audiencia es funcional, es decir, que el público utiliza los medios guiado por un objetivo concreto. Según ellos, algunos de los motivos por los cuales el público utiliza los medios son “satisfacer una serie de necesidades de carácter psicosocial, como la integración social, la evasión y la comprensión de hechos” (Rodrigo, Alsina, 2008, pt. 4). Por ello, consideran a los espectadores agentes activos capacitados para seleccionar qué medios y, por ende, qué contenido específico consumir. En base a esta teoría, el público, en definitiva, con la intención de evadirse de la realidad, demanda a los medios de comunicación de masas contenido relacionado con las

personalidades del *star system* y, a su vez, estos medios ofrecerán este material para satisfacer los deseos de su público y lograr, así, audiencia.

2.8 El famoso como objeto de consumo

El famoso se convierte, en cierto modo, en un objeto de consumo mediático, en una mercancía de la cual el público quiere tener cada vez más conocimiento. Las celebridades, por ello, son vistas por los medios de comunicación de masas como productos que gustan o disgustan al público, pero que consiguen captar su atención. “El personaje se fabrica como un producto, se expone en el escaparate y se consume como producto” (Rivière, 2008, pp. 299). El objetivo de la elección de personajes por parte de los medios no es otro que lograr aumentar la audiencia, o al menos mantenerla, otorgando al público el contenido que le interesa. Este proceso funciona, prácticamente, como un mercado de productos y servicios, bajo “el encuentro entre oferta y demanda, es decir, entre los aspirantes a la fama y quienes, presuntamente, la otorgan” (Rivière, 2008, pp. 376-377).

Estamos, por tanto, ante una industria que se centra en proporcionar personajes al público para que este los consuma y que, a su vez, profesionaliza la fama. Dado el éxito global del capitalismo, se entiende que, si bien pueden fabricarse bienes en masa, lo mismo puede ocurrir con las celebridades. “Los famosos pueden producirse en serie para la consolidación del objetivo de ofrecerlos a un público que parece insaciable de ídolos populares mediáticos” (Rivière, 2008, pp. 377-378). El mensaje implícito que genera esta industria, que expone individuos con el fin de entretener y de captar el interés de la audiencia, es la reivindicación de la fama “como premio al esfuerzo para lograr el reconocimiento social del personaje. Sin embargo, este mensaje muestra, a su vez, la maldad del anonimato y de quien no destaca por la gestión adecuada de sus habilidades personales” (Rivière, 2008, pp. 378-379).

La industria fomenta, asimismo, la retroalimentación de la fama. Las celebridades que entran al *star system* pasan a circular en una esfera en la cual la fama se autoalimenta. Inicialmente, los medios seleccionan al individuo que, creen, puede convertirse en celebridad, bien sea por su talento, su historia o su carisma y dotes escénicas. Una vez la persona es expuesta, el público juzga y elige a los personajes que quiere

consumir, de los cuales quiere saber más y, por ende, tener más contenido. Estos escogidos, que ya se han convertido en famosos reconocidos por el público, reciben todavía más atención mediática, puesto que es lo que desea la audiencia. Viendo el éxito que suscitan estos personajes, recibirán también nuevas oportunidades de trabajo que harán, si más no, aumentar su popularidad.

En este sentido, se entiende que los famosos, al hacerse notoriamente conocidos, disfrutarán de mayores posibilidades para seguir recibiendo atención mediática. Ello equivale a pensar lo popular como “productos que son consumidos: escuchados, leídos, vistos, comprados... por la masa y que esta disfruta al máximo. Se presume que lo popular, desde los medios masivos, es lo que se vende a granel, lo que gusta a multitudes” (Alonso, 2007, pp. 7). Dado que estos personajes son constantemente demandados, los medios les otorgaran la atención que, en realidad, ambos necesitan: los primeros para seguir siendo famosos y los segundos para obtener índices de audiencia elevados.

Los famosos, en definitiva, pasan a ser tratados como objetos que pueden ser producibles en masa. Son considerados elementos de un mercado enfocado en incrementar las audiencias de los medios y a fidelizar a estas mismas. Quien se expone en los medios de comunicación y logra el reconocimiento del público, por encima de sus competidores, obtiene como recompensa la fama. La popularidad sigue siendo un mérito, un premio a la distinción de aquellas personas que se alzan por encima de la multitud.

Así pues, las celebridades, a las cuales los medios les han otorgado la posibilidad de hacerse visibles ante el gran público, disponen de numerosas oportunidades de mantenerse en el *star system* si así lo desea este mismo público. Puede que el personaje en cuestión logre alargar su trayectoria mediática al ser demandado por la audiencia, goce de éxitos durante esta y, por ende, permanezca durante mucho tiempo en la élite de los famosos. Al contrario, también puede darse la situación de que el personaje no sepa manejar sus apariciones mediáticas, sus trabajos acaben en fracasos o puede ocurrir, incluso, que el público se canse de él y ya no quiera consumir su contenido.

“En todas las épocas han existido seres carismáticos que por sus dones y capacidades han destacado y gracias a ello se han ganado la fama. Esta puede ser duradera o momentánea dependiendo de la buena gestión y control mediático del artista” (García, Encabo, 2019, pp. 154). Por tanto, una vez adquirida la fama, depende tanto del público espectador como del propio personaje mantenerse en el *star system*. Para permanecer en el estrellato el famoso debe ser consumido por la audiencia, la cual, por tanto, debe estar interesada en la celebridad, y, a su vez, este famoso debe proporcionar a los espectadores contenido que este pueda comprar.

“El énfasis ahora no está en el qué dirán, sino en la eficacia de los trucos y la buena administración de sí mismo, en la necesidad de superar la timidez, tener fe inquebrantable y no desanimarse nunca, bajo el supuesto obvio de que la fama es digna del mayor empeño” (Zaid, 2005, pp. 15). Las celebridades entienden que para mantenerse en el *star system* no deben detener la producción de contenido que consumirá el público. Cuanto más cantidad de este contenido ofrezcan, mayor atención por parte de los medios recibirán, más espectadores les reconocerán y, en consecuencia, más oportunidades laborales recibirán y mayor tiempo se mantendrán en la élite de los famosos.

Los fanáticos de las celebridades, incluso, intentarán contactar con ellas a través de cartas y acudirán a los lugares en los que estas se presenten: firmas de discos, estrenos de películas... Soñarán con relacionarse con ellas, así como también aspirarán a obtener pertenencias de la misma celebridad. Asimismo, coleccionarán posters, álbumes y demás objetos asociados con la estrella y buscarán tener la firma del mismo famoso. También se dará el caso de publicitar los lugares donde estas personalidades trabajaron o vivieron, por lo que los fans peregrinarán hacia estos espacios para conocer más de sus ídolos (Perceval, 2015).

Estos mismos grupos de fans darán un paso más y desearán conocer aspectos de la vida privada del famoso. Dada la importancia de mantener la atención mediática para promocionar sus contenidos y a ellos mismos, las celebridades aceptarán esta condición y “entregarán pequeños retazos o pinceladas de su vida privada para la necesaria publicidad, pero sin dejar compartirla” (Perceval, 2015, pp. 202-203).

Aunque algunos famosos se muestren reticentes a compartir con el público su vida privada, las celebridades son conscientes que otorgando información sobre su intimidad tienen más posibilidades de obtener atención por parte de los medios, los cuales ofrecerán este contenido al público dado que es lo que este mismo demanda.

El personaje entrega, así, su vida a la fama. Por tal se seguir siendo famosa, la celebridad asume que sus actos serán de interés para el gran público, aunque en algunos casos se mostrarán reticentes si estos se dan en su esfera privada. Se justifica que las personas populares entreguen parte de su intimidad porque así lo quiere el público. Como se entiende que el famoso necesita que los medios le presenten atención para seguir siéndolo, y, a su vez, el público demanda conocer cómo son y actúan estas personas en su vida privada, perder parte de su intimidad es un precio que las celebridades pagarán para continuar en el *star system*.

La pérdida de privacidad, la difuminación entre lo público y lo en privado en la vida de las celebridades, asemeja aún más al famoso a un objeto de consumo. “El secreto de la fama está en volverse un objeto de atención para muchas personas. Desearse a sí mismo como objeto es abdicar como sujeto. Es alejarse de la vida real hacia la vida representada en imágenes de plenitud. Aunque haya tesón para lograrlo, no suele haber conciencia de que la supuesta plenitud es una degradación. Las implicaciones reales no se ven hasta que es demasiado tarde. Ser famoso consiste en ser tratado como objeto” (Zaid, 2005, pp. 15-16). El famoso es considerado un mero objeto mediático, un personaje que puede ser explotado incluso en su esfera privada si así lo desean la audiencia y los medios de comunicación.

“La fama de las obras se traslada a sus creadores, como si los objetos maravillosos fueran ellos, no las obras. Lo cual es negar la obra que da origen a la fama y negar a los artistas como personas” (Zaid, 2005, pp. 16). Se llega al punto en que, incluso, cobra más importancia qué actor participa en una película, que el mismo filme en sí. Los medios de comunicación centrarán la atención mayormente en los participantes, directores y artistas, más que en la propia obra. Lo importante no es la película, sino quiénes aparecen en ella. Del mismo modo que el personaje ficticio, interpretado por un actor, se expone al público, este mismo actor, fuera de la pantalla, también se

convierte en una especie de personaje, reconocido por su interpretación, a quien se le demandará que se exponga al mismo nivel y comparta parte de su intimidad con la audiencia.

Como expone Gabriel Zaid, la consciencia de que la fama despersonaliza al artista y lo convierte en un objeto se toma una vez se ha dado este proceso. Las personas que aspiran a ser famosas, en su mayoría, no se percatan de las consecuencias que trae consigo la fama hasta que no la han adquirido. Esto ocurre, en cierto modo, por la exposición que realizan los medios de las celebridades. “Entre los famosos no hay fracasados. Simplemente no se contempla nada que no sea el éxito profesional o personal. Predomina en los famosos la cultura del mérito. Son triunfadores, pero nadie les ha regalado nada” (Plaza, 2005, pp. 202). Al presentar a las celebridades como personas exitosas, el público aspira a convertirse en una de ellas. Contrariamente, al no enfatizar los efectos negativos de la fama, como, por ejemplo, la pérdida de privacidad, estas mismas personas que aspiran a ser estrellas no son conscientes del precio que deberán pagar a cambio de permanecer en el *star system*.

Para los medios de comunicación, “el éxito, el talento y el esfuerzo se imponen a la experiencia. No les importa encumbrar a personas con escaso bagaje profesional, aunque a veces sean tan jóvenes que realmente es difícil que tengan demasiada experiencia, porque casi siempre quedan superadas por el trabajo, el éxito o el buen hacer profesional” (Plaza, 2005, pp. 202). Tal como muestran los medios a las celebridades, el talento y la experiencia profesional no son requisitos estrictamente necesarios para lograr el éxito mediático. Para triunfar exponen que lo esencial es el esfuerzo, el trabajo constante, la lucha contra los demás en una competición en la que el premio es integrarse en la élite de los famosos.

“El famoso, sin más, se ha convertido en una alternativa profesional. Otra cosa es que a partir de la fama otorgada por su trabajo surjan otras noticias que no están estrictamente ligadas a la ocupación de cada personaje” (Plaza, 2005, pp. 203). Los famosos asumen que son objetos mediáticos que para continuar teniendo la atención mediática han de permitir que el público conozca parte de su vida íntima. Así pues,

abrir sus esferas pública y privada a los espectadores es un peaje que las celebridades han de pagar para mantenerse en el candelero.

Esto es así puesto que, de no aceptar esta condición, las probabilidades de poseer la atención por parte de los medios disminuyen. La idea de no permanecer en los medios, de perder la atención mediática, genera cierto temor en el famoso. El personaje sufre el miedo a perder la posición de reconocimiento. Como la persona se gana la vida siendo una celebridad, que para ella es su profesión, la posibilidad de perder la condición de personalidad famosa le provoca una angustia profesional (Rivière, 2011).

Durante un cierto tiempo, que bien puede ser breve o extenso dependiendo de las capacidades de la estrella para mantenerse en el *star system*, “las celebridades concitan reconocimiento, entusiasmo y respeto en todo lo que hacen, que a su vez tiene valor como publicidad. También son el material de los medios de comunicación y del entretenimiento (Rivière, 2011, pp. 184). Mientras las estrellas son demandas por el público, los medios les prestan la atención que estas desean. “Las celebridades son tan solo la pantalla vistosa del poder decisivo de los medios de comunicación, que utiliza a esas celebridades, ya profesionalizadas, como entretenimiento de masas” (Rivière, 2011, pp. 185).

Sin embargo, cuando estas estrellas ya no disfrutan de la atención que les prestaban anteriormente los medios, aumentan las posibilidades de que caigan en el olvido. “Cuando su tiempo pasa, y la celebridad sigue viviendo, de vez en cuando se pregunta al público: “¿lo recuerdas?”. Eso es lo que conocemos como fama” (Rivière, 2011, pp. 184). Precisamente esta idea de no ser recordadas es lo que suscita temor en las celebridades. Pierde cierta importancia que hablen de manera positiva o negativa de un personaje, lo importante, al fin y al cabo, es que hablen. Como especificó el pintor Salvador Dalí: “que hablen bien o mal, lo importante es que hablen de mí” (Reina, 2017).

2.9 Afectaciones de la fama

El deseo por convertirse en famoso puede hacerse realidad si la persona en cuestión está dispuesta a sobrellevar la carencia de intimidad que la fama trae consigo. No

obstante, este es un contrapunto que muchas personalidades, que posteriormente se convierten en estrellas, no tienen en cuenta en el momento de exponerse en los medios. La fama no es como se imaginaban. “La fe inocente explica la sinceridad de muchas decepciones cuando el deseo se vuelve realidad” (Zaid, 2005, pp. 15).

Joey Berlin, en su obra *Toxic fame: celebrities speak on stardom* (*Fama tóxica: las celebridades hablan del estrellato*), reúne cientos de comentarios de personajes famosos que, mayormente, reconocen que la fama les ha arrebatado su vida privada (Zaid, 2005). La actriz Uma Thurman comentó acerca de la sobreexposición que conlleva la fama: “es indescriptible, no puedo imaginarme gente que lo disfrute”. La cantante Madonna aseguró: “no puedo dejar el cubo de la basura frente a mi casa, porque vienen a esculcarla”. La intérprete Sofia Loren reconoció: “te aíslan, aunque no quieras, no sólo porque te obligan a defenderte, sino porque hasta los conocidos ya no te tratan como persona, sino como estrella. Esto me hace sufrir muchísimo”. Asimismo, la también actriz Marilyn Monroe dijo: “Un símbolo sexual se vuelve una cosa, y yo detesto ser una cosa” (Zaid, 2005, pp. 15).

Joey Berlin, además, agrupa declaraciones de las estrellas contra los periodistas, los cuales, según los famosos, no respetan su intimidad. Sobre estos reporteros comenta la actriz Lauren Holly: “me siguen hasta casa, acosándome y manejando peligrosamente, como si fueran asaltantes”. En la misma línea declara el actor Sean Connery: “cuando estaba filmando *Sólo se vive dos veces* hubo un lugar donde no podía ir al baño porque metían las cámaras por debajo de la puerta” (Zaid, 2005, pp. 15).

Sobre los medios de comunicación Joey Berlin recoge declaraciones similares. “A todo le buscan el lado negativo”, “la decencia no les parece fotogénica”, “las mentiras que publican se vuelven realidad para la gente”, comentaban los intérpretes Brad Pitt, Kirk Douglas y Demi Moore, respectivamente. Ideario que comparte el cantante Rod Stewart: “nunca escriben sobre cómo están hechas las canciones que me enorgullecen, sólo les interesa con quién ando, cuánto bebo y cuánto gano”. Imagen similar la que tenía el actor Luke Perry: “todos tus actos se vuelven públicos. No

puedes andar por la calle, ir a restaurantes o a museos. Aprendí a disfrutar la comida a domicilio” (Zaid, 2005, pp. 15).

Incluso, algunos de los famosos aseguran que, si pudieran, volverían a tener la vida anónima de la cual disfrutaban antes de la fama. Este es el caso del músico George Harris, quien dijo: “era bonito cuando Los Beatles tocábamos sin ser famosos. Después se volvió otra cosa. La gente sueña con ser famosa y rica, pero cuando lo eres sientes que no es esto lo que buscabas”. Opinión que comparten los actores Richard Dreyfuss, quien especificó sobre el hecho de ser famoso: “si hubiera sabido, habría escogido otra cosa”, y Jack Nicholson, quien dijo: “yo me lo busqué, pero una vida anónima es ideal para vivir” (Zaid, 2005, pp. 15).

Para estas celebridades, la fama no es como se esperaban. Pensaban que podrían limitar su exposición en los medios de comunicación, pero no ha sido así. “El arte de la fama busca la creación y el control de una imagen favorable y dominante de la atención de los demás. Puede tener cierta eficacia, pero el proceso es, finalmente, incontrolable. Las imágenes adquieren vida propia. La atención de los demás es veleidosa. La economía del protagonismo no depende únicamente de los protagonistas, sino de poderosas fuerzas oligopólicas y, finalmente, de las modas y el capricho del público” (Zaid, 2005, pp. 16). La equivocación de las personas que se vuelven famosas es pensar que pueden controlar su presencia mediática, pero esta depende, fundamentalmente, de los intereses de los medios y de las demandas del público.

La ausencia de privacidad, no obstante, no es el único efecto negativo que conlleva la fama. El éxito, no solo les abre a las celebridades numerosas puertas en el mundo laboral, sino que también permite a la estrella, al ingresar cuantiosas cantidades económicas, acceder a la compra de todo tipo de bienes y servicios, lujos y excentricidades, que la mayoría de los individuos de la sociedad no pueden permitirse. Como especifican Ofelia Andrea Valdés, Donaciano Jiménez y Caupolicán Muñoz (2017), esto incluye la posibilidad de acceder a todo tipo de sustancias, aunque éstas sean ilegales. Mismamente, la fama puede acarrear para el famoso estrés y ansiedad, dado que debe trabajar permanentemente para mantener su estatus de celebridad.

En *¿Qué tanto afecta la fama y el éxito sobre la esperanza de vida? Caso de estudio: ganadores y nominados a los premios Oscar*, Ofelia Andrea Valdés, Donaciano Jiménez y Caupolicán Muñoz analizan las causas de fallecimiento de 533 personalidades, incluidos actores y actrices principales, de reparto y directores, tanto nominados como ganadores, participantes en los galardones Oscar entre 1860 y 2016. A su vez, comparan la esperanza de vida de este grupo de famosos con el de la población de Estados Unidos. Concluyen que: “los miembros de la Academia son personas que han alcanzado la fama y el éxito y se sitúan en un ambiente laboral en el que son figuras públicas que suelen verse sometidas a presiones impuestas, ya sea por su círculo de trabajo o por ellos mismos. Esta circunstancia puede hacerles más proclives a los padecimientos relacionados con el estrés, como es el caso del cáncer y las enfermedades coronarias, como demuestran las causas de muerte” (Valdés, Jiménez y Muñoz, 2017, pp. 48).

A su vez, el grupo de los famosos, al tener mayor acceso a sustancias adictivas, fruto de su elevado poder adquisitivo, muestra más posibilidades de fallecer por consumo de drogas que la población estadounidense en general. Asimismo, los suicidios también son una causa de muerte más común en el colectivo de estrellas que en el grupo que abarca al resto de la sociedad (Valdés, Jiménez y Muñoz, 2017). Para los autores ello indicia que “los actores y actrices requieren más atención psicológica, debido a las presiones que tienen para mantenerse dentro de los primeros sitios de su esfera. En adición, las causas de muerte debidas a las drogas, excesos y accidentes, y sus estilos de vida en general, provocan una reducción de su esperanza de vida” (Valdés, Jiménez y Muñoz, 2017, pp. 48).

En definitiva, el acceso facilitado a sustancias ilegales, los excesos, el estrés y la presión mediática son factores que perjudican la calidad de vida de los famosos. Por ello, estas personas populares suelen necesitar atención psicológica para sobrellevar las consecuencias negativas de la fama, como son el temor a perder su estatus de celebridad, la ausencia de intimidad y la constante exposición en los medios y la ansiedad generada dada la obligación de producir contenido constantemente. En consecuencia, la esperanza de vida de los famosos puede verse decrementada.

Por su parte, la psicóloga Amparo Calandín señala la existencia de dos fenómenos fundamentales que afectan al famoso cuando logra integrarse en el *star system*. El primero de ellos es la sobreexposición en los medios, por el cual el famoso deja de tener la vida rutinaria de la que había disfrutado hasta el momento. Los efectos psicológicos pueden tener también un impacto en la vida familiar y en las amistades al cambiar la manera de relacionarse con estas personas. El segundo fenómeno es el miedo a la efimeridad de la fama. La celebridad teme ser olvidada y no cumplir las expectativas del público, lo que conlleva una presión complicada de gestionar (V. González, 2020). Para Amparo Calandín es imprescindible que el famoso reciba ayuda psicológica para, entre otras cuestiones, “aprender a mirar con distancia los comentarios de otros, porque algunos pueden llegar a ser realmente de muy mal gusto” (V. González, 2020, pp. 90).

Opinión que comparte el también psicólogo Jaume Guinot. En su caso, añade que el famoso debe recibir atención para sobrellevar lo que llama “el conflicto del juguete roto” (V. González, 2020, pp. 90). Es decir, la celebridad ha de ser consciente de que la fama es similar a una montaña rusa. En ciertos momentos el famoso gozará de atención y en otros, al contrario, carecerá de esta. “Todos conocemos casos de famosos que entran en cualquier programa o incluso se inventan su vida por un minuto más de gloria. Otros terminan en adicciones fruto de estos momentos de caída”, explica el psicólogo (V. González, 2020, pp. 90).

Contrariamente, Jaume Guinot también reconoce que existen casos de celebridades que detestan la fama. “Si bien conocemos ejemplos de famosos que quieren dejarse ver a toda costa, para otros el reconocimiento puede ser un gran problema, ya que no quieren bajo ningún concepto esa fama y lo pasan muy mal porque no saben gestionar que la gente los conozca, lo que puede provocarles diferentes trastornos, como la ansiedad, la depresión y/o un enorme malestar” (V. González, 2020, pp. 90-91). Entra en juego, según Amparo Calandín, “la inteligencia emocional, la capacidad para gestionar las emociones, que será lo que determinará que la persona lleve peor o mejor la popularidad” (V. González, 2020, pp. 91).

Además, para ambos psicólogos, el entorno es otro aspecto fundamental a tener en cuenta. A pesar de contar con fanáticos y seguidores, los famosos pueden sentirse solos si no cuentan con un círculo social real. Si a las celebridades se les unen personas por conveniencia o interés, ello puede fomentar el consumo de drogas y demás sustancias dañinas con el fin de evadirse de la realidad (V. González, 2020). Se suma a esta idea la psicóloga Olga Gavilán, quien considera que “a medida que la fama aumenta, también lo hace la soledad. Aparentemente todo el mundo quiere al famoso, busca estar con él, pero la realidad es que la celebridad ya no sabe si es por él mismo, por cómo es o por el glamur y el dinero que le rodea” (Gavilán, 2010, párr. 4).

Según Olga Gavilán, si el famoso no es capaz de adaptarse a la nueva normalidad que le rodea, puede perder los estribos y practicar una violencia exacerbada, agravada todavía más si consume alcohol o drogas para intentar refugiarse de la soledad. Cuando las obligaciones y la presión por permanecer en el estrellato aparecen, también lo hace el miedo y la angustia a perder la posición de celebridad. La fama, en definitiva, puede desestabilizar al famoso. Para que esto no ocurra, apunta Olga Gavilán, la celebridad “requiere mucha madurez, seguridad y tener las ideas muy claras para poder manejar la fama, porque su imagen está en continuo juicio” (Gavilán, 2010, párr. 9). Son los casos de las celebridades que se convierten en personajes reconocidos desde la infancia o en su juventud, en los que se vuelve más complicado manejar la fama y sus efectos, puesto que hay una ausencia de madurez y las inseguridades, que tiene cualquier adolescente, se vuelven públicas. El problema es que, en la mayoría de las ocasiones, las celebridades, tanto menores como adultas, no acuden a pedir ayuda psicológica que les facilite sobrellevar los efectos negativos de la fama.

La sobreexposición mediática, en definitiva, conlleva ciertas consecuencias negativas para el famoso: ausencia de intimidad y privacidad, presión por trabajar y mantener la atención de los medios constantemente para seguir siendo un personaje reconocido, miedo a caer en el olvido, cambios en las rutinas y en las relaciones con las personas del entorno del famoso, oportunidad de que se unan al círculo social personas que únicamente quieran a la celebridad por interés, exposición a comentarios negativos,

posibilidad de consumir sustancias nocivas y caer en adicciones con el objetivo de evadirse de la realidad y posible sufrimiento de depresión y otros trastornos.

La fama es una montaña rusa de emociones para la celebridad que, sin ser consciente cuando anhela atención y éxito mediático, paga un elevado precio por gozar del reconocimiento del cual no disfruta el gran público. El famoso, sin saberlo, se convierte en un objeto que se somete a los intereses de la audiencia y de los medios, los cuales publicarán sus logros, reconocerán sus talentos y darán voz a las obras en las que estos famosos participen. Pero, a su vez, no dudarán en sacar a la luz sus excentricidades, sus actos inmorales y, en definitiva, su vida privada, si así lo demanda el público.

3. Hipótesis

Las personas que se convierten en famosas, independientemente de la manera en que lo consigan, lo son por una razón. Para que los medios de comunicación, y el público en general, presten su atención a una persona en particular, debe haber un motivo que lleve al individuo al escenario mediático. Así pues, la primera hipótesis que se sostiene es que, para convertirse en una celebridad, el famoso debe haberse visto implicado en un hecho que le haya otorgado visibilidad. No se es famoso porque sí, sino por alguna razón en particular que le ha aportado atención mediática al personaje en cuestión.

En base a esta idea, se defiende, en una segunda hipótesis, que la fama puede ser un proceso, en cierta manera, revocable. Es decir, se cree que, en función de las acciones que el famoso lleve a cabo una vez sea puesto bajo el foco mediático, este mantendrá la notoriedad o, al contrario, la perderá. Se defiende, por tanto, que la celebridad puede retornar a su condición de anónimo, o, al menos, puede dejar de disfrutar de la atención que le prestan los medios de comunicación si se aleja del mundo mediático y no interfiere en él. Siguiendo esta línea, se considera que, una vez en el candelero, y aceptando que cuenta con el beneplácito de los medios y del público, es el famoso el que decide, mediante sus acciones, si quiere seguir exponiéndose o si, contrariamente, abandona el escenario mediático.

La tercera hipótesis que se sostiene es que el hecho de adquirir reconocimiento por parte del público, la constante producción de contenido mediático y la sobreexposición en los medios de comunicación de masas son hechos que le comportan consecuencias a la celebridad. Es decir, se cree que la sobreexposición mediática conlleva unas repercusiones. En definitiva, que la fama tiene un precio.

De esta suposición, a su vez, se substraer una cuarta hipótesis. Esta es que dichas consecuencias que la fama trae consigo pueden generar valoraciones distintas sobre la fama. La celebridad puede valorar la adquisición de la fama, así como las afectaciones de esta, como un hecho positivo en su vida, o bien, como un proceso que le ha terminado perjudicando negativamente. En definitiva, se cree que la fama será valorada de manera diferente según la persona y que, mientras algunas celebridades se congratulan de disponer de atención mediática, hay otros famosos que se muestran reticentes a tenerla.

4. Metodología

Para poner a prueba las hipótesis que se sostienen en el trabajo, el análisis que se lleva a cabo se basa en el método de investigación cualitativo del análisis de casos. Para el estudio se han seleccionado cinco celebridades que, tras ser investigadas previamente, se ha observado que, a través de declaraciones públicas, toman una posición determinante sobre la fama. A su vez, las opiniones que mantienen los personajes sobre el *star system* difieren entre sí (Anexo 1). Esta muestra intencional tiene como objetivo reflejar los diferentes posicionamientos que los famosos tienen respecto a la fama, la sobreexposición en los medios y la prestación de atención mediática de la que disfrutan. Por ello, se han elegido cinco casos que representan la pluralidad de opiniones que pueden tenerse ante la fama.

Para representar a las celebridades que valoran positivamente el hecho de recibir atención mediática, así como la fama en general, se ha escogido, en primer lugar, a la socialité Kimberly Kardashian, más conocida como Kim Kardashian, y, en segundo lugar, al cantante y colaborador de televisión Mario Vaquerizo. En el otro extremo, correspondientes al grupo de celebridades que valoran negativamente la fama, así

como sus repercusiones, se ha elegido al cómico y actor Robin Williams y a la también intérprete Jennifer Lawrence. Asimismo, la quinta seleccionada, la actriz Mara Wilson, representa a las celebridades que se han apartado del mundo mediático. Su caso sirve para corroborar que la fama puede revocarse, o que, al menos, está en manos de la celebridad decidir si se quiere mantener en el foco mediático o, al contrario, prefiere apartarse de él.

Para demostrar la primera hipótesis: que el famoso lo es por una razón pública, el análisis de casos comienza realizando una biografía para presentar, brevemente, quién es la persona que se va a analizar y, a continuación, se exponen los hechos por los cuales el personaje se dio a conocer. Se pretende, con cada celebridad, descubrir qué los llevó a hacerse famosos, qué les permitió obtener una visibilidad que no todos consiguen tener.

Para continuar con la segunda hipótesis: que los famosos pueden revocar su estatus de celebridad en función de cómo gestionen sus acciones frente a los medios de comunicación, el análisis profundizará en cómo los personajes, una vez expuestos bajo el foco mediático, reaccionaron, y qué relación mantuvieron con los medios. Se verá, en cada caso, si las acciones que llevaron a cabo les expusieron aún más o si, contrariamente, les sirvieron para apartarse del mundo mediático. Se hará, por tanto, un resumen de la trayectoria de cada celebridad. Cabe mencionar que las obras en las que han participado los famosos se recogen con los títulos con los que se presentaron en España, por lo que aparecen principalmente en español. Sin embargo, las obras que no fueron presentadas en este mismo país, o el título de esta no fue traducido, aparecen con el título original en inglés.

Para poner a prueba la tercera hipótesis planteada: la sobreexposición mediática trae consigo unas repercusiones que afectan a la celebridad, se expondrán las declaraciones realizadas de primera mano por estas personas. Como se ha especificado, estas celebridades han sido seleccionadas con anterioridad por expresar abiertamente una opinión acerca de la fama y, a su vez, por argumentar por qué sostienen este pensamiento. Es decir, estas personas han explicado,

previamente, qué consecuencias ha tenido para ellas recibir atención por parte de los medios, tener visibilidad pública y ser reconocidas por la sociedad.

Asimismo, como se ha mencionado, con la selección de las cinco casuísticas también se pretende mostrar los diferentes posicionamientos acerca de la fama contrarios entre sí. Para poner en práctica la cuarta hipótesis del trabajo: las consecuencias de la fama pueden generar valoraciones distintas sobre la misma, en la investigación llevada a cabo previamente se han recogido las declaraciones públicas en que las celebridades sostienen si la fama les ha repercutido positivamente o si, al contrario, consideran que la sobreexposición ha terminado siendo negativa para ellos. Es decir, se exponen las diferentes opiniones, positivas y negativas, que las celebridades tienen entorno a la fama.

5. Análisis de los resultados

5.1 Kim Kardashian

5.1.1 Biografía

Kimberly Noel Kardashian Jenner, más conocida como Kim Kardashian, es una socialité nacida en California (Estados Unidos) en 1980, que se convirtió en uno de los rostros más expuestos en los medios de comunicación en la década de los 2000 por sus estrechas relaciones con otras personalidades del *star system*, por la difusión de un vídeo personal de contenido sexual y por la protagonización, junto a su familia, del reality show *Keeping up with the Kardashians* (2007-2021, Ryan Seacrest). En la actualidad sigue gozando de gran popularidad y aunque es conocida, por muchos, por mostrar públicamente su excéntrico nivel de vida, ha trabajado, a su vez, como empresaria, actriz y modelo (Biografía, s/f).

No obstante, y previamente a convertirse en una celebridad, Kimberly Kardashian ya pertenecía a una familia que gozaba de un cierto reconocimiento, gracias a que su padre, el abogado Robert George Kardashian, fue quien defendió en 1995 al jugador de fútbol americano, O.J. Simpson, cuando este fue juzgado por un doble asesinato tras hallar muertos a su esposa y a un amigo de esta. El juicio, del que O.J. Simpson

resultó no culpable, fue uno de los más mediáticos y llegó a ser calificado por la prensa como el “Juicio del siglo” (Trias, 2018).

De hecho, gracias a las estrechas relaciones que su padre mantenía con personalidades del mundo mediático, la socialité estadounidense comenzó a relacionarse desde bien pequeña con miembros del *star system*. Su amistad más sonada vino de la mano de la también socialité Paris Hilton, una de las figuras más mencionadas en los medios durante los años 2000, con quien Kimberly Kardashian compartió educación a nivel preescolar y que fue, a su vez, con quien debutó en televisión (Megía, 2019).

A nivel educativo, ingresó en la Universidad Pierce de Los Ángeles, pero abandonó la institución cuando comenzó a salir en los medios de comunicación para empezar su carrera como celebridad (Boroff, 2021). Aunque, si bien es cierto, en 2018 decidió matricularse de nuevo para retomar sus estudios de Derecho (La Vanguardia, 2019).

5.1.2 Aparición en los medios

La relación de amistad que Kimberly Kardashian mantuvo con Paris Hilton fue lo que, en un primer momento, le abrió las puertas del mundo mediático. Conociéndose desde jóvenes, empezaron a frecuentar locales nocturnos a los que solamente podían acceder personalidades con un alto nivel adquisitivo. Pronto los medios de comunicación empezarían a interesarse por conocer en profundidad a la que, en aquel entonces, denominaban “la amiga de Paris”, en referencia a Kimberly Kardashian (Inzunza, 2020).

Tan estrecha fue la amistad entre Paris Hilton y Kimberly Kardashian que la primera decidió invitar a la segunda a participar en su programa de telerrealidad llamado *The simple life* (2003-2007, Jonathan Murray). Más allá del reality, en 2005 Kimberly y Paris comenzaron a protagonizar numerosas apariciones y a incrementar su presencia en los medios de comunicación (Blair, 2021). En especial cuando, aun con un cierto grado de anonimato, Kimberly pasó a trabajar como asistente y estilista de Paris. Fue entonces cuando los medios empezaron a interesarse por ella y comenzaron a hablar de Kimberly Kardashian, en vez de mencionarla simplemente como “la amiga de Paris” (Inzunza, 2020). Sobre esa época junto a Paris Hilton la misma Kimberly Kardashian

reconoció: “íbamos a donde hubiese que ir con tal de ser vistas, sabíamos exactamente dónde ir y cómo conseguir que escribieran algo sobre nosotras” (Inzunza, 2020, párr. 3).

A pesar de que el reality de Paris Hilton fue bien recibido por la audiencia, el programa fue perdiendo público hasta que en 2007 *E! Entertainment Television* lo canceló. Sin embargo, el mismo año la cadena decidió concederle a Kimberly la posibilidad de realizar su propio reality, el cual se presentó bajo el nombre de *Keeping up with the Kardashians*. Años más tarde la propia Kimberly Kardashian reconoció que pudo acceder a la fama, en parte, gracias a Paris Hilton: “ella me dio una carrera, literalmente”, expresó (De La Fuente, 2019, párr. 2).

Cabe mencionar que ese mismo año tuvo lugar otro suceso que catapultó a Kimberly al centro de atención mediática. Un vídeo íntimo grabado en 2003 con su exmarido, el actor Ray. J, vio la luz en 2007, cuando fue difundido con el nombre *Kim Kardashian, Superstar* en la página web *Vivid Entertainment*, la cual promociona contenido pornográfico para adultos (Piñeiro, 2017). Tras la aparición del contenido audiovisual en internet, la filmación, según la periodista Raquel Piñeiro: “acabaría convirtiéndose en el vídeo porno más visto de la historia, con cien millones de visitas y, por supuesto, en el producto más exitoso de *Vivid Entertainment*” (Piñeiro, 2017, párr. 10).

Aunque nunca se esclareció quién fue el responsable de la filtración del vídeo sexual, pues ambos protagonistas negaron participar en su difusión, el escándalo le permitió a Kimberly Kardashian promocionar su nombre en los medios. Ella misma se lo explicó a la presentadora Oprah Winfrey cuando esta le preguntó si estaría en el mundo de la televisión si el vídeo no hubiese existido, a lo que la socialité reconoció: “fue así como el mundo me conoció, aunque fue una forma muy negativa. Sentí que realmente tuve que trabajar diez veces más duro para conseguir que la gente viera mi yo real” (Piñeiro, 2017, párr. 12).

Kimberly Kardashian aprovechó la cobertura que los medios hicieron de ella, tanto en la época junto a Paris Hilton, como en el momento de difusión del vídeo, para darse a conocer. Tenía claro, según el exeditor de la revista *In Touch Weekly*, Kevin Dickson, que quería hacerse famosa. “Me hice amiga de ella y me daba historias sobre ella

misma cada semana. A cambio le prometía su cobertura. Una de las condiciones que le dimos para que pudiéramos escribir sobre ella en la revista fue que debía salir en televisión. Apareció en *The simple life*, aunque estuvo poco, pero eso fue suficiente para que empezáramos a hablar de ella”, confesó Kevin Dickson (Coleman, 2017, párr. 7).

El exdirector aseguró también que, años antes de obtener su propio programa, Kimberly Kardashian ponía en conocimiento a los paparazzi de los lugares en los que se llevaban a cabo citas entre ella y Nick Lachey, el exmarido de la cantante Jessica Simpson, con el objetivo de que les fotografías cubrieran el acontecimiento. “Tratamos de llevarla a Nick Lachey para que pudiera ser una novia famosa. Ella literalmente le horneaba una cesta de muffins y trataba de que él viniera a su casa. Pero no iba. Así que iban a cenar a algún lugar y enviábamos a los paparazzi allí”, comentó Kevin Dickson (Coleman, 2017, párr. 9). Algo que el abogado de Kimberly, Marty Singer, intentó desmentir (Coleman, 2017).

En la misma línea, también se llegó a rumorear que el vídeo de contenido sexual pudo haber sido difundido con el consentimiento de la propia Kimberly Kardashian, e incluso que la distribución del contenido pornográfico fue idea de la madre de la socialité, Kristen Jenner. Sin embargo, estas teorías fueron desmentidas por el fundador y copresidente de *Vivid Entertainment*, Steven Hirsch (Coleman, 2017).

En referencia a los hechos, Steven Hirsch explicó: “ella no estaba involucrada. No quería que saliera el vídeo. Se ha especulado sobre si Kimberly planeó el lanzamiento y se ha rumoreado que la madre estaba involucrada en la venta de la cinta, pero esas informaciones son un montón de tonterías” (Coleman, 2017, párr. 26). Lo cierto es que inicialmente Kimberly Kardashian demandó a la plataforma *Vivid Entertainment*, pero, consciente de que la cinta ya circulaba por internet y que sería prácticamente imposible eliminarla, retiró la demanda y llegó a un acuerdo económico extrajudicial con los responsables de la página web (Piñeiro, 2017).

Independientemente de quién vendiera las imágenes y de con qué propósito lo hizo, lo cierto es que el lanzamiento de la cinta *Kim Kardashian, Superstar* le permitió a Kimberly incrementar la visibilidad mediática de la que disfrutaba. Fue con el vídeo

pornográfico cuando el mundo conoció a Kim Kardashian, como personaje mediático, y dejó a un lado a la persona en sí, a Kimberly Kardashian. A pesar de que *Keeping up with the Kardashians* ya estaba pactado con la cadena, la repercusión del vídeo sexual y, por ende, la atención que la socialité recibió por parte de los medios, sirvieron para promocionar y popularizar aún más el reality.

5.1.3 Trayectoria mediática

Con el lanzamiento de *Keeping up with the Kardashians*, que mostraba el día a día de la familia Kardashian al completo, comenzó la carrera como socialité de Kimberly Kardashian. Acompañada de sus cinco hermanos, su madre y su padrastro, el reality logró reunir cerca de cinco millones de espectadores en cada capítulo en sus tres primeras temporadas. Esta cifra, sin embargo, creció exponencialmente hasta llegar a los 10.5 millones de personas en la cuarta temporada, cuando Kimberly expuso su boda con el jugador de baloncesto Kris Humphries (R. González, 2020, párr. 5).

Gracias al reality la popularidad de Kimberly Kardashian se disparó. Tanto fue así que le ofrecieron iniciar su carrera como actriz en la serie *Beyond the break* (2006-2009, Sean McNamara), en la que apareció en varios capítulos, a la vez que pudo comenzar a trabajar como modelo al colaborar con marcas como *Perfect Skin*, entre otras. Asimismo, junto a sus hermanas Kourtney y Khloe, lanzó su propia marca de ropa bajo el nombre *DASH* (Semana, s/f).

En 2008, cuando el reality solamente había lanzado una temporada, Kimberly Kardashian protagonizó la película *Disaster movie* (Aaron Seltzer), apareció en la serie *Sensación de vivir: la nueva generación* (2008-2013, Darren Star) y se convirtió en participante del programa *Dancing with the stars* (2005-2021, Alex Rudzinski). Un año después, en 2009, continuó con su carrera como actriz y participó en las series *Cómo conocí a vuestra madre* (2005-2014, Carter Bays) y *CSI: Nueva York* (2004-2013, Anthony E. Zuiker) y en el filme *En lo más profundo del valle* (Christian Forte); (Semana, s/f); (The Filmography, s/f).

Además de explotar su éxito mediático en series y películas, en 2009 Kimberly se adentró en el mundo de los negocios y sacó a la venta sus propios DVD de ejercicios físicos llamados *Fit in your jeans by Friday* (Darren Capik) y lanzó su propio perfume.

En los años 2009 y 2010, cuando el reality se consolidó en la televisión americana, las hermanas aprovecharon su popularidad para promocionar su marca *DASH*, así como también sacaron al mercado su propia línea de joyas y de bronceadores para la piel (Semana, s/f).

El mismo 2010 las tres hermanas mencionadas publicaron sus autobiografías en el libro *Kardashian Konfidential* y, un año más tarde, la socialité se adentró en el mundo musical con la canción *Jam (Turn it up)*, la cual no fue bien valorada por los expertos (Europa Press, 2010); (Blair, 2021). De hecho, el crítico musical Jim Farber, en el *New York Daily News*, describió a Kimberly como “la peor cantante de la historia” y se refirió a la canción como “una pieza de música de baile genérica de cerebro muerto, sin una sola característica distintiva” (Daily Mail, 2011).

A pesar de los comentarios negativos, la socialité volvió a probar suerte en 2012 con el sencillo *Shake*. Asimismo, los siguientes años continuó realizando cameos en diversas series de televisión como *Uno para todas* (2013-2021, Jack Burditt), *Rockefeller Plaza* (2006-2013, Tina Fey) o *Dos chicas sin blanca* (2016-2017, Whitney Cummings), todo ello compaginado con la producción del reality show (Last.fm, s/f); (The Filmography, s/f). En 2014, gracias a la popularidad que le otorgaron sus apariciones mediáticas, Kimberly Kardashian se alzó con el reconocimiento de Mujer del año otorgado por la revista *GQ* (El Comercio, 2014).

Además de aparecer en numerosas portadas de revistas, como *Playboy*, *Vogue* o *Cosmopolitan*, entre muchas otras, y en diversos programas de televisión, los negocios de Kimberly Kardashian incluyen su propia marca de maquillaje *KKW Beauty*, su línea de perfumes *KKW Fragance*, un juego para teléfonos móviles llamado *Kim Kardashian: Hollywood* y una aplicación de emoticonos denominada *Kimoji*. Su patrimonio neto, estimaba la revista *Forbes* en 2019, se situaba entorno a los 350 millones de dólares (Jordan, 2019).

El éxito de sus negocios radica, según la analista de mercado Alison Gaither, en que “esencialmente, su vida al completo está en pantalla todo el tiempo, y eso hace que resulte más confiable para los consumidores” (Jordan, 2019, párr. 17). Asimismo, Alison Gaither considera que lo mejor que Kimberly Kardashian ha sabido hacer, en

este sentido, es aprovechar la popularidad que tiene en las redes sociales para promocionar los diferentes productos de sus marcas. De hecho, en la actualidad la socialité cuenta con 224 millones de seguidores en Instagram, 69 en Twitter y 33 en Facebook, canales que le han permitido mantener su popularidad (Instagram, s/f); (Twitter, s/f); (Facebook, s/f).

No obstante, este mismo 2021 *Keeping up with the Kardashians* llega a su fin tras permanecer 14 años en televisión y contar con 20 temporadas (El Periódico, 2020). Lo comunicó la socialité en sus redes sociales, a la vez que aseguró que, sin el reality, no gozaría de la popularidad con la que cuenta en la actualidad (R. González, 2020). Aunque la cancelación del programa se debe a los bajos índices de audiencia que el reality recibió, en especial, a partir de la decimoquinta temporada, pues los espectadores apenas superaban el millón, Kimberly Kardashian mantiene su visibilidad a través de las redes sociales y de los medios de comunicación tradicionales (Haney, 2018).

5.1.4 Afectaciones de la fama

La socialité, desde que saltó a la fama por el vídeo pornográfico, así como cuando ha intentado iniciar una carrera como cantante o actriz, ha recibido abundantes críticas negativas, tanto por parte de comentaristas de los medios como por los propios usuarios de las redes sociales donde ella se expone. Sus publicaciones, muchas de las cuales se vuelven virales y alcanzan una amplia notoriedad, suelen ser, si más no, polémicas. Lucir un corsé que puede llegar a ser perjudicial para su cuerpo, utilizar *Photoshop* para parecer más delgada, o vestir a su mascota, un reptil, con su línea de ropa, son algunas de las controversias que han rodeado a Kimberly Kardashian a raíz de imágenes que ella misma ha publicado en sus redes sociales (La Vanguardia, 2020); (La Vanguardia, 2020); (Bremner, 2021).

Los actos que ella se encarga de difundir, por lo general, van acompañados de todo tipo de comentarios, algunos a su favor, pero, muchos otros, en cambio, le son negativos. Aun así, la socialité ha remarcado en varias ocasiones que las opiniones en su contra no le van hacer cambiar su manera de vivir: “las críticas no me van a detener, me he acostumbrado a ellas, ya nada me afecta. Soy uno de esos seres

humanos que puede enfrentarse a todo”, aseguró (Estévez, 2020, párr. 6). En otra ocasión comentó algo similar: “hay tantos *haters* y cosas negativas, que realmente ya no me importa” (Kirby, 2020, párr. 9).

Lo que sí molesta a Kimberly Kardashian es que, a raíz de su exposición, ciertas personas no la tomen en serio cuando se pronuncia sobre su maternidad o su interés en reanudar los estudios de Derecho (West, 2019). La subestimación que sufre por parte de los demás es una de las cuestiones que más le incomoda, tal como ella contó: “hay una idea errónea de que en realidad no tengo que estudiar y he comprado mi título de Derecho, y no es en absoluto cierto. La mayoría de las veces, cuando las informaciones son infundadas o absurdas, me río mucho. Pero, si se trata de mis hijos o de mis hermanas, me pongo nerviosa cuando leo cosas negativas o falsas” (West, 2019, párr. 11).

Asimismo, Kimberly Kardashian también ha reconocido que otras consecuencias que ha tenido para ella la fama han sido, por un lado, la dificultad para mantener el contacto con sus amigos y la falta de privacidad (Truong, 2016); (Greco, 2019). En esta segunda repercusión hizo hincapié, en especial, a partir de un atraco que sufrió en París en 2016, en el que los atacantes le robaron sus joyas valoradas en 10 millones de dólares, y por el que la socialité tuvo que recibir tratamiento psicológico posteriormente (Montón, 2021).

Tal fue la repercusión de este suceso que, aunque la investigación policial encontró a los implicados, uno de los atracadores, Yunique Abbas, publicó su propio libro, llamado *Yo secuestre a Kim*, contando cómo consiguieron el botín. Él mismo explicó: “lo que nos interesaba era el diamante de su anillo de compromiso, tenía fotos con él por todas partes” (El Español, 2021, párr. 7). Por ello, Kimberly Kardashian se arrepintió, después del robo, de publicar tantas imágenes en redes sociales mostrando la joya. Sin embargo, unos años después del atraco, comentó: “no soy una de esas personas que se queja y dice: “no tengo privacidad””, porque, como añadió, es consciente de que es gracias a las mismas redes sociales cómo promociona sus productos y se gana la vida (Greco, 2019, párr. 2).

5.1.5 Opinión sobre la fama

Además de reconocer que con las redes sociales y los medios de comunicación ha logrado impulsar sus negocios, Kimberly Kardashian asegura que le encanta tener una voz y que aprecia que la fama le haya dado una plataforma para hacerse oír (West, 2019). En este sentido, comentó: “vivo una vida increíble. Incluso en mis momentos más oscuros no me arrepiento de haberme puesto ahí fuera para que el mundo los vea. La gente ha compartido conmigo a lo largo de los años lo mucho que les ha ayudado a sentirse menos solos cuando lidian con su propia adversidad” (West, 2019, párr. 7).

Aun habiendo remarcado que no se arrepiente de ser famosa, la socialité ha reconocido que incluso ha llegado a estar obsesionada con seguir disfrutando de su estatus de celebridad: “la fama puede ser adictiva. Me tomó mucho tiempo reconocer lo perdida que puedes llegar a estar cuando pones demasiado enfoque en ella. Mi objetivo siempre ha sido el dinero, pero estaba obsesionada con la fama, vergonzosamente obsesionada. Ahora reconozco y aprecio que la fama me ha dado la plataforma más grande para lograr mis metas y tener éxito” (West, 2019, párr. 8-9).

5.2 Mario Vaquerizo

5.2.1 Biografía

Mario Vaquerizo Caro, nacido en 1974 en Madrid (España), es un cantante, representante y socialité conocido a raíz de su participación en el reality show *Alaska y Mario* (2011-2018, El Terrat) de la cadena *MTV España*, en el que mostraba al público su vida cotidiana junto a su mujer, la también cantante, Alaska. Mario Vaquerizo, asimismo, es periodista y ha colaborado con diferentes medios de comunicación, como el diario *La Razón*, la revista *Rolling Stone* y el programa de televisión *El hormiguero* (2006-2021, Jorge Salvador); (Semana, s/f).

El cantante, que pasó su infancia en el barrio madrileño de Vicálvaro, se graduó en Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid. En 1999 comenzó a trabajar en la discográfica *Subterfuge Records*, en el departamento de promoción, donde

colaboró para lanzar diversos discos, entre ellos los del grupo Fangoria, al cual pertenecían Alaska, quien sería posteriormente su mujer, y el músico Nacho Canut (Semana, s/f).

Después de casarse con Alaska, Mario Vaquerizo inició su carrera como representante. Además de convertirse en el mánager de Fangoria, lo fue también de las actrices Elsa Pataky y Leonor Watling, así como de las cantantes Merche y Silvia Superstar y de los grupos musicales Dover y Marlango (Semana, s/f). Pero en 2004 decidió ir más allá y fundó su propia banda, las Nancys Rubias, de la cual es vocalista (Zeheb, s/f). Con su grupo de música pop el socialité ha sacado a la venta cinco discos, todos ellos bajo el sello discográfico de *DRO Atlantic* de *Warner Music* (Semana, s/f).

Una vez iniciada su carrera como cantante, la popularidad de Mario Vaquerizo comenzó a dispararse. Por ello, la cadena *MTV España* le ofreció protagonizar, junto a su mujer, su propio programa de telerrealidad, llamado *Alaska y Mario*. Tal fue el éxito del reality show que el cantante empezó a colaborar con diferentes medios y a ser una personalidad reconocida.

A pesar de que en 2015 regresó a la Universidad Complutense de Madrid para estudiar el grado de Biblioteconomía y Documentación, no acabó de cursar-lo, debido a que le resultaba muy complicado, por falta de tiempo, compaginar los estudios universitarios con sus trabajos mediáticos. Por ello, decidió abandonar el grado para poder centrarse en su carrera como celebridad (Couture, 2018).

5.2.2 Aparición en los medios

Mario Vaquerizo, que tuvo su primer contacto con la industria del entretenimiento cuando comenzó a trabajar en la discográfica *Subterfuge Records*, empezó a ser reconocido en el *star system* a raíz de su papel como representante. No obstante, su primera aparición mediática como personalidad llegó en 2004 a raíz de la creación de Nancys Rubias, donde el cantante adquiere el sobrenombre de Nancy Anoréxica.

Dicho grupo fue creado con la intención de actuar en una única ocasión en la sala Morocco de Madrid (La factoría del show, s/f). Sin embargo, gracias al éxito que obtuvieron, la banda fue fichada por la discográfica *DRO Atlantic* de *Warner Music*. En

2004, además, fue el grupo telonero de Fangoria en el concierto que este llevó a cabo por el día del orgullo gay (Last.fm, s/f). A partir de entonces Nacho Canut escribió las primeras canciones para el disco que llevó por título el mismo nombre que el grupo, *Nancys Rubias*, y que salió a la venta en 2005. A su vez, ese año Nancys Rubias fue también el grupo telonero de Fangoria en la gira internacional *Varietés* que este último realizó por su quince aniversario (Música.com, s/f).

Es en 2005 cuando Nancys Rubias empieza a ganar reconocimiento y comienza a actuar en solitario por España presentando su primer disco, que incluía tres de sus canciones más reconocidas: *Nancys Rubias*, *Sálvame* y *Maquíllate* (Música.com, s/f). Asimismo, ese año Mario Vaquerizo, junto a su mujer Alaska, fue invitado a la 19ª gala de los Premios Goya, acto por el que también apareció en los medios, aunque estos se centraron mayormente en criticar la vestimenta del cantante (El País, 2018).

En 2007 Nancys Rubias presentó el que sería su segundo disco, *Gabba Gabba Nancy* y actuaron en el programa *Arucitys* (2002-2021, Luna Rossa Produccions), donde además de presentar el disco, también fueron entrevistados (Música.com, s/f); (Arucitysweb, 2011). En el año 2009 Nancys Rubias publica su tercer álbum, *Una cita con Nancys Rubias*, el cual fue presentado después de que en 2008 la integrante del grupo Susie Pop se suicidara (Música.com, s/f).

El álbum fue, mayormente, bien recibido por la crítica y por el público. Por su parte, la periodista Sonsoles Rodríguez definió a las Nancys Rubias por su tercer disco como “irreverentes, provocativas y con mucho humor, cercanas al concepto más puramente warholiano de lo que es una celebridad, las Nancys prefieren ser criticadas antes que ignoradas” (Rodríguez, 2009, párr. 1-7).

Además, en 2009, la canción del primer disco del grupo, *Sálvame*, interpretada junto a la cantante original, la actriz Bibiana Fernández, fue escogida como sintonía de cabecera para el programa de entretenimiento *Sálvame* (2009-2021, David Valldeperas), lo que incrementó la popularidad del sencillo, así como de la misma banda (Música.com, s/f).

Es en 2011, con la propuesta de la cadena *MTV España* de tener su propio programa de telerrealidad, cuando Mario Vaquerizo logra mayor notoriedad (MTV España, s/f).

Aunque en términos de audiencia pueda parecer que el programa tuviese escasa repercusión, puesto que el *share* solía representar algo más del 1% de cuota de pantalla y el número de espectadores se situaba entre los 200.000 y los 350.000, lo cierto es que el reality le sirvió a *MTV España* para aumentar, e incluso doblar, su audiencia. De hecho, el primer y el segundo capítulo recibieron un 0,7% y un 0,9% de *share*, respectivamente, el doble que el programa *Jersey Shore*, emitido en la misma cadena, también en prime time, la semana anterior, que recibió un 0,3% de *share*. A su vez, ambos episodios superaron la media de la cadena, que en ese momento era del 0,6% de *share* (Vertele, 2011).

En palabras del periodista Borja Terán: “*Alaska y Mario* no es un éxito de audiencias, aunque siempre lo ha parecido. El reality de la excéntrica pareja sólo baila alrededor de un 1% de *share*. No obstante, transmite una percepción colectiva de enorme triunfo. *Alaska y Mario* ha resultado un acierto para impulsar la imagen de la marca *MTV* en España y, sobre todo, ha cundido especialmente a los propios Alaska y Mario Vaquerizo, que son expertos en convertir su vida en un negocio perfecto. El programa funciona gracias a un atinado ritmo televisivo y también gracias a una audiencia minoritaria, pero ruidosa en redes y eventos sociales, que observa, idolatra y critica la existencia de la pareja. Alaska tiene un magnetismo innegable y se complementa a la perfección con su estrambótico marido, Mario Vaquerizo, personaje revelación de este reality” (Terán, 2013, párr. 1-3).

5.2.3 Trayectoria mediática

Aprovechando el tirón mediático del reality, las Nancys Rubias, también en 2011, sacaron a la venta su cuarto disco, llamado *Ahora o Nunca* (Música.com, s/f). El título del álbum, según explicó el mismo Mario Vaquerizo, se trata de una metáfora relacionada con la fama otorgada por el programa. “Somos más famosos que nunca, así que si no triunfamos ahora no lo haremos nunca”, especificó el vocalista (Status, 2011, párr. 2). A su vez, en 2011, Mario comenzó a colaborar en el programa *El hormiguero*, donde dispuso hasta 2015 de su propia sección, aunque ha vuelto en varias ocasiones al mismo como entrevistado, y participó en el programa navideño *Feliz año Neox* (2011-2020, El Terrat); (Antena 3, 2011).

En 2012 Mario Vaquerizo estrena la segunda temporada de su reality, que logra mantener una audiencia similar a la que obtuvo la primera (Antena 3, 2012). Por primera vez, en dicho año, el cantante tuvo la oportunidad de trabajar en el mundo del doblaje y puso voz a Frankenstein en la película *Hotel Transylvania* (Genndy Tartakovsky); (eCartelera, s/f). Además, Mario, junto a las Nancys Rubias, participó de nuevo en el programa *Feliz año Neox*, en el que ofrecieron una actuación musical (Antena 3, 2012).

En 2013 Mario Vaquerizo continúa compaginando el programa de telerrealidad con su carrera como cantante y ese año la banda lanza el sencillo *Me encanta (I love it)* (Música.com, s/f). El videoclip de dicho tema es, a fecha de 2021, el más visto de la banda en la plataforma Youtube con más de 6.700.000 reproducciones (Nancys Rubias, 2013). En cuanto al reality, este logró su mayor media de audiencia con la tercera temporada, así como el capítulo más visto, el último de la misma, que reunió al 2,7% de cuota de pantalla, es decir, a 386.000 espectadores (Fórmula TV, 2013). A su vez, en 2013, Mario Vaquerizo, junto a Alaska, participó en el programa *Feliz año Neox*, esta vez en calidad de presentador (Antena, 2013).

Un año después Mario Vaquerizo realiza un cameo en la película *Torrente 5: operación Eurovegas* (Santiago Segura) y pone voz al personaje Nobita en el filme de animación *Stand by me Doraemon* (Takashi Yamazaki); (eCartelera, s/f). A pesar de que en 2014 no se emitió ningún episodio de *Alaska y Mario*, el reality volvió en 2015 con su cuarta temporada (La Vanguardia, 2015). También en 2015 Mario vuelve a poner voz a Frankenstein, esta vez en *Hotel Transylvania 2* (Genndy Tartakovsky), es entrevistado junto a Alaska en el programa *En la tuya o en la mía* (2015-2021, Proamagna) y, de nuevo, participa en el programa *Feliz año Neox* (eCartelera, s/f); (RTVE, 2015); (Europa Press, 2015).

En los años 2016 y 2017 *Alaska y Mario* vuelve a interrumpirse. No obstante, la pareja no desaparece del mundo mediático y en 2016 se convierte en jurado del programa *Levántate all stars* (2016, La Competencia) y en colaboradores del programa *Likes* (2016-2017, Jordi Roca); (Mitele, 2016); (Mundo Deportivo, 2016). Por su parte, Mario Vaquerizo realiza apariciones en el programa *1, 2, 3... hipnotízame* (2016-2020,

Atresmedia Corporación); (Antena 3, 2016). Ya en 2017 las Nancys Rubias estrenan nuevo disco, *Marcianos Ye-yés*, el cual, por el momento, es el último álbum de la banda (Europa FM, 2017). Ese mismo año Mario Vaquerizo comenzó a colaborar en el programa *Zapeando* (2013-2021, Pedro Pablo López), en el que hasta 2018 tuvo su propia sección, llamada *5 vídeos con Mario*, en la que daba su punto de vista sobre diferentes temas de actualidad (García, 2017). También en 2017 prestó su voz para el filme *Emoji: la película* (Anthony Leondis); (eCartelera, s/f).

En 2018 vuelve a la televisión *Alaska y Mario* con su quinta y última temporada, la cual, dado su éxito, además de emitirse en *MTV España*, se publicó también en *Paramount Network* (Paramount Network, 2018). El mismo año Mario Vaquerizo participa en el concurso de cocina *MasterChef celebrity España* (2016-2020, Patricia Fernández), programa al que ha vuelto en varias ocasiones, aparece, junto a su mujer, como invitado en el reality *Las Campos* (2016-2018, Raúl Prieto) y presta su voz para las películas *Hotel Transylvania 3* (Genndy Tartakovsky) y *Cavernícola* (Nick Park); (RTVE, s/f) (Vertele, 2018); (eCartelera, s/f).

En 2020 Mario Vaquerizo continúa con su carrera televisiva participando en los concursos *Tu cara me suena* (2011-2020, Tinet Rubira) y *Me resbala* (2013-2020, Rodrigo Sopeña) y como invitado en el programa *Typical spanish* (2020, Shine Iberia); (Antena 3, 2020); (Antena 3, 2020); (Diez Minutos, 2020). Asimismo, pone voz al personaje animado Poseidón en la película *Bob Esponja: un héroe al rescate* (Tim Hill); (Eldoblaje.com, s/f). Este 2021 el socialité ha participado en el concurso *¿Quién quiere ser millonario?* (1999-2021, Warner Bros), en el programa número 200 de *MasterChef España* (2013-2021, Macarena Rey), en el que anunció que está preparando nueva música con su grupo, y en el nuevo concurso *LOL: si te ríes, pierdes* (Santiago Segura); (Diez Minutos, 2021); (La Vanguardia, 2021); (Navarro, 2021).

Cabe destacar que Mario Vaquerizo también ha participado en episodios esporádicos de diversas series haciendo de él mismo, como si fuese un personaje más. Estas apariciones han sido en *La que se avecina* (2007-2021, Laura Caballero), *Ella es tu padre* (2017-2018, Íñigo Pérez-Tabernero) y *Paquita Salas* (2016-2019, Javier Calvo, Javier Ambrossi); (Vertele, 2012); (Merenciano, 2017); (Martínez, 2019). Además,

Mario Vaquerizo ha publicado dos libros: *Haciendo majaradas, diciendo tonterías* (2013) y *Vaquerizismos* (2017); (Casa del libro, s/f). Asimismo, ha sido entrevistado en diversas revistas como *Vanity Fair*, *Lecturas* y *Pronto*, entre otras.

5.2.4 Afectaciones de la fama

A pesar de ser un personaje polémico, pues muchas de sus declaraciones han sido fuertemente criticadas, como, por ejemplo, cuando alabó a la actriz Victoria Abril por, según Mario Vaquerizo, su valentía a la hora de dar su punto de vista negacionista sobre la Covid-19, el vocalista de las Nancys Rubias considera que la fama no tiene nada de malo (El HuffPost, 2021). “No le veo cara B a la fama, no tiene nada de negativo. A mí las críticas me dan igual, tanto las buenas como las malas. Hay que conseguir que las mismas críticas nos ayuden a reflexionar sobre qué cosas estamos haciendo mal”, apunta el socialité (Chapela, 2012, párr. 22).

Es más, Mario Vaquerizo agradece haberse convertido en una celebridad, ya que así ha podido ganarse la vida con trabajos que le agradan: “tengo la suerte de que mis aficiones se han convertido en mi medio de vida. Me encanta hacer televisión yirme de gira con mis mejores amigos por los pueblos de España. Las cosas que no me gustan no las hago. Es como haberte muerto y estar en el paraíso”, explicó (López, 2016, párr. 9). Asimismo, también ha confesado que, si su popularidad mediática disminuye, no tendrá problema en volver a trabajar de representante: “soy consciente de que estoy en un momento álgido, pero como no me va la vida en ello, el día que no me coja *Movistar* como imagen, seguiré con mi curro, que no lo he dejado” expuso (La Provincia, 2012, párr. 3).

En adición, Mario Vaquerizo considera que ser famoso comporta responsabilidad: “yo entro en un bar y si he salido en un reality, soy colaborador de *El hormiguero* y estoy casado con una de las mujeres más famosas de este país, pues tendré que hacerme una foto con quien me lo pida” (La Provincia, 2012, párr. 5). En la misma línea, argumentó: “si salgo en un programa de máxima audiencia no puede molestarme que la gente me pare por la calle y me pida una foto. Me paro, le doy un beso, le firmo un autógrafo y soy amable. Con eso soy muy consecuente. No puedes presentar un

programa de televisión y decir: “la fama es horrible”. ¡Si quieres que no te conozca nadie, hazte cajero del *Día!*” (Chapela, 2012, párr. 21).

Cuando el periodista David Redondo le preguntó sobre si le molestaba que le reconocieran continuamente, Mario Vaquerizo contestó: “¡pues no te dediques a esto! Si te molesta que te paren por la calle, o no soportas que te hagan cuatro fotos, vete de cajero a un supermercado y ya está. Toda profesión exige una profesionalidad y el ser famoso también lo exige. Lo que no es honesto es decir: “yo quiero ser actor, pero solo que me conozcan como actor”. ¿Y después te haces una campaña de publicidad de la marca que sea? ¿Qué eres actriz, modelo o qué eres? Hay que ser coherente” (Redondo, 2016, párr. 17-19).

Mario Vaquerizo, además de expresar que se siente afortunado por tener la posibilidad de convertirse en una celebridad, agradece sentirse querido por el público y que la gente la acepte tal y como es (Redondo, 2016). Cuando David Redondo le preguntó si había algo de la fama que le cansará, Mario Vaquerizo lo negó: “nada. Mira, me invitan a tomar cerveza y jamón. Si yo no fuese famoso, no me habrían llamado. ¿Por qué me voy a enfadar yo con la fama?” (Redondo, 2016, párr. 16). Además, sostiene que la fama no le ha cambiado ni afectado personalmente: “ahora tengo una gran proyección mediática, pero yo me sigo viendo igual. A raíz del éxito del reality ha habido un cambio cuantitativo, pero no cualitativo. Yo sigo haciendo lo mismo que hace doce años”, asegura el cantante (Golf, 2012, párr. 2).

5.2.5 Opinión sobre la fama

La fama, según Mario Vaquerizo, es efímera, por lo que disfruta de las ventajas que le brinda en cada momento: “yo me divierto y me aprovecho de ella siendo consciente de que es un extra en mi vida. El día que se me acaben las colaboraciones me dará pena porque me lo paso bien, pero no me faltará trabajo” (Chapela, 2012, párr. 17). Para Mario, en cambio, el problema de la fama radica en las personas que se creen superiores a las demás: “la fama no es para siempre. El problema es que te lo creas tú mismo. No hay que creerse nada en la vida”, expone él (Redondo, 2016, párr. 19). Asimismo, el cantante también critica a las celebridades que requieren de un representante que les guíe en todo momento: “si hay otros que necesitan que una

tercera persona les diga que tienen o no tienen que decir, para mí eso no son estrellas, son monigotes” (Redondo, 2016, párr. 10).

Mario Vaquerizo, eso sí, agradece que la fama no sea duradera: “la fama es efímera por concepto. Si durase siempre... ¡buff!, tiene que ser muy duro. Todo esto lo vivo como un extra. Un día te quieren y otro llega otro más guapo que tú y no pasa nada. Yo soy muy warholiano. Es una montaña rusa. Quien pretenda ser famoso siempre roza la esquizofrenia. Lo que pasa es que a mí la fama me gusta por concepto y he decidido exponerme. No entiendo a los que les molesta. Pues no te dediques a una profesión pública. El famoso tiene que ser profesional. Si no, que sea cajero o fontanero”, insiste (Golf, 2012, párr. 2).

Gracias a que la fama le ha permitido a Mario Vaquerizo desempeñar trabajos de su agrado y ser una persona que, según dice, se siente querida, el cantante asegura convencido: “la fama solo tiene ventajas. Y quien diga lo contrario es un mentiroso. Y se coge antes a un mentiroso que a un cojo” (López, 2016, párr. 8).

5.3 Mara Wilson

5.3.1 Biografía

Mara Elizabeth Wilson, más conocida como Mara Wilson, es una actriz nacida en 1987 en California (Estados Unidos) y reconocida, principalmente, por sus apariciones en las películas *Señora Doubtfire* (1993, Chris Columbus), *Milagro en la ciudad* (1994, Les Mayfield), *Matilda* (1996, Danny DeVito) y *El hada novata* (1997, Michael Ritchie); (Montoya, s/f). El hecho de convertirse en una celebridad a la corta edad de seis años, junto con las repercusiones que tuvo para ella la fama, le hicieron tomar la decisión de abandonar el mundo de la actuación en el año 2000 (IMDb, s/f).

Mara Wilson, junto a sus cuatro hermanos, es hija de Mike Wilson, ingeniero de radiodifusión televisiva, y Suzie Shapiro Wilson, ama de casa. Por lo que respecta al mundo de la interpretación, fue con cinco años cuando comenzó a relacionarse con él, dado que su hermano mayor, Danny Wilson, empezó a participar en anuncios

comerciales de televisión. Mara Wilson, entonces, quiso seguir los pasos de su hermano y se propuso ser actriz (IMDb, s/f).

Tras debutar en el cine en 1993 con la comedia cinematográfica *Señora Doubtfire*, la actriz logró un notorio reconocimiento al protagonizar la película *Matilda* en 1996. Sin embargo, y dadas las repercusiones que la fama le conllevó, en el año 2000 se retiró de la actuación para centrarse en sus estudios. En este sentido, se graduó en 2005 en la Idyllwild Arts Academy y en 2009 en la Universidad de Nueva York, donde estudió Guionización (Montoya, s/f).

Desde entonces ha vuelto a actuar únicamente en un par de ocasiones y ha centrado su trabajo en la escritura, aunque también ha colaborado con diversos medios de comunicación, como comentarista y columnista, para exponer su experiencia y su visión crítica acerca de la fama juvenil (Montoya, s/f).

5.3.2 Aparición en los medios

Mara Wilson debutó en el cine en 1993, a los seis años, cuando logró hacerse con un papel en la comedia *Señora Doubtfire*, en la que interpretaba a Natalie Hillard (IMDb, s/f). Esta primera actuación que realizó la posicionó como una actriz infantil emergente, por lo que, un año después, recibió varias ofertas de trabajo para continuar con su carrera.

En 1994 Mara Wilson tuvo la oportunidad de participar en cinco episodios de la serie de televisión *Melrose Place* (1992-1999, Darren Star), así como también protagonizó las películas *Milagro en la ciudad* y *Volver a vivir* (Michael Toshiyuki Uno); (IMDb, s/f). Así pues, con tan solo siete años Mara Wilson ya había debutado tanto en el cine como en la televisión.

Un año después, en la 67ª Ceremonia de los Premios Oscar, tuvo la oportunidad de cantar junto a Tim Curry y Kathy Najimy el tema *Make em laugh* (Montoya, s/f). Ese mismo año, además, la actriz se alzó con el premio ShoWest en la categoría de Joven estrella del año gracias a sus apariciones artísticas (IMDb, s/f). Su trayectoria hasta el momento le sirvió, también, para captar la atención del director de cine Danny Michael DeVito, quien le ofreció el papel protagonista en la película *Matilda*.

Fue en 1996, con solamente nueve años, cuando Mara Wilson interpretó a la niña Matilda Wormwood en la adaptación cinematográfica de la obra literaria de Roald Dahl, *Matilda*. En dicha conversión al cine, la actriz, como protagonista, representa a una joven con poderes telequinéticos que vive en el seno de una familia disfuncional (IMDb, s/f). Fue con esta película con la que Mara Wilson saltó a la fama a escala internacional y con la que logró, a su vez, captar la atención de los medios de comunicación, lo que le conllevó una notoria visibilidad.

La cinta, por lo general, fue bien recibida por la crítica. Por su parte, el comentarista cinematográfico Roger Ebert aseguró sobre la película: “*Matilda*, pese a ir dirigida a los niños, no es condescendiente ni sentimentalista, resulta sincera y divertida” (Cook, 2020, párr. 19). Asimismo, en *USA Today* la crítica de cine Susan Wloszczyna expuso sobre la protagonista: “con sus interpretaciones tristes y dulces, Mara Wilson es una perfecta Matilda” (SensaCine, s/f, párr. 1).

5.3.3 Trayectoria mediática

Dada la exitosa repercusión que tuvo la película *Matilda*, Mara Wilson logró una visibilidad que le permitió recibir nuevas ofertas de trabajo en el ámbito de la interpretación. Así pues, en 1996 Mara participó en el episodio *The tutor* de la serie *Pearl* (1996-1997, Don Reo) y, un año más tarde, volvió a la gran pantalla con la película *El hada novata* (IMDb, s/f). Gracias al éxito de esta última aparición cinematográfica, sumado al reconocimiento que la actriz tenía por su trayectoria, y en especial por su interpretación en *Matilda*, Mara Wilson pudo convertirse en una de las actrices infantiles más conocidas del momento.

Sus interpretaciones le permitieron, además de hacer acto de presencia en diferentes programas televisivos como *The Today Show* o *The Tonight Show*, entre otros, recibir diferentes conmemoraciones, principalmente por las obras *Matilda* y *El hada novata*. Por la primera de estas películas en 1997 ganó el premio YoungStar Award en la categoría de Mejor actuación de una actriz joven en una película de comedia. En cambio, por el filme *El hada novata* en 1998 logró el Young Artist Award a Mejor actuación de una actriz joven en una película (IMDb, s/f).

En 1999 Mara Wilson decidió continuar con su carrera como actriz. Dicho año interpretó a Willow Johnson en la película *Un golpe de magia* (William Dear) y puso voz al personaje de Tamara en el capítulo *Mind games* de la serie de animación *Batman del futuro* (1999-2001, Bob Kane, Bill Finger); (IMDb, s/f). Ya en el año 2000 tuvo la oportunidad de interpretar el papel de Lily Stone en *Thomas y el ferrocarril mágico* (Britt Allcroft); (IMDb, s/f). A pesar de que por esta última película la actriz estuvo nominada a los YoungStar Award y a los Young Artist Award, *Thomas y el ferrocarril mágico* no obtuvo el éxito esperado en taquilla (IMDb, s/f). Es más, recibió abundantes críticas de carácter negativo en los medios de comunicación.

En el *Daily News* la crítica de cine Elizabeth Weitzman expuso: “es un desastre”. En el *Chicago Tribune* la comentarista Mónica Eng aseguró: “las películas infantiles pueden ser emocionantes para padres e hijos. Desafortunadamente, *Thomas y el ferrocarril mágico* es probable que no emocione a ninguno de los dos grupos”. En la misma línea, en *The Oregonian* el director y actor de cine Shawn Levy sentenció: “una película fea e insípida”. Y en el *New York Post* el crítico cinematográfico Lou Lumenick la calificó simplemente como “horrible” (Metacritic, s/f, párr. 9-23).

Esta película fue la última en la que Mara Wilson decidió participar en ese momento. La intérprete prefirió poner fin a su carrera como actriz infantil para centrarse en sus estudios y en disfrutar de la adolescencia. Más tarde, ella misma expuso que, además, escogió apartarse de los focos dadas las consecuencias negativas que la fama le había comportado a una edad tan temprana (Wilson, 2016).

Desde el 2000 hasta el 2012 Mara Wilson se apartó del mundo mediático para enfocarse en su educación. Durante ese período no se produjeron apariciones mediáticas de la actriz, puesto que ella no participó en ningún proyecto y, de este modo, los medios no le prestaron atención. Mara Wilson logró su objetivo y volvió a ser una persona prácticamente anónima de nuevo. Nada se supo de ella hasta 2012, año en que decidió poner voz al capítulo *Lost in translation* de la serie animada *Demo Reel* (2012-2013, Doug Walker, Rob Walker); (IMDb, s/f).

No obstante, su vuelta a la industria audiovisual fue bastante discreta. En 2015 Mara Wilson protagonizó el filme *Billie Bob Joe* (Joe Kowalski), en 2016 puso voz al

personaje de Jill Pill en la serie *BoJack Horseman* (2014-2020, Raphael Bob-Waksberg) y realizó una aparición en el capítulo *Burning bridges* de la serie *Broad City* (2014-2019, Ilana Glazer, Abbi Jacobson), y en los años 2018 y 2019 puso voz a Liv Amara en *Big hero 6: la serie* (2017-2021, Nicholas Filippi); (IMDb, s/f).

A su vez, desde su regreso en 2012, Mara Wilson ha realizado apariciones puntuales en las series web *The nostalgia critic* (2007-2021, Doug Walker) y *Nostalgia chick* (2008-2014, Lindsay Ellis), así como en el programa radiofónico *Welcome to night Vale* (2012-2021) y en la serie animada *Helluva boss* (2019-2021, Vivienne Medrano); (IMDb, s/f); (Night Vale Presents, s/f). Aprovechando sus estudios en guionización, Mara Wilson también escribió su primera obra teatral llamada *Sheeple*, que se representó en el año 2013 en The Kraine Theater de Nueva York (NYC-Arts, s/f).

Pero si en los últimos años los medios de comunicación han prestado atención a Mara Wilson ha sido, mayormente, por su postura crítica sobre la fama a edades tempranas. La actriz, además de colaborar con diferentes medios en los que ha explicado su experiencia personal y ha expuesto su opinión negativa sobre las repercusiones que tuvo para ella la fama, presentó en 2016 su autobiografía bajo el título *Where am I now? True stories of girlhood and accidental fame (¿Dónde estoy ahora? Historias verdaderas de la niñez y la fama accidental)*; (Wilson, 2016).

En este libro autobiográfico Mara Wilson expone su experiencia sobre convertirse en una celebridad siendo una niña, a la vez que narra la lucha que ha llevado contra la ansiedad y la depresión, así como contra el trastorno obsesivo compulsivo que le diagnosticaron a los doce años. “Así es como me he sentido la mayor parte de mi vida: la única niña judía de mi clase, la única neurótica en el sur de California (o eso parecía) y la única niña en escenarios de filmación llenos de adultos. Siempre estuve en el mundo de otra persona y siempre lo supe”, cuenta la actriz (Wilson, 2016, pp. 4).

Asimismo, Mara Wilson también participó en 2020 en el documental *Showbiz Kids* (Alex Winter), en el que varios actores infantiles exponen sus experiencias sobre la interpretación (Bland, 2020). “No puedes ser un niño actor sin que en algún momento intentes agradar a la gente. No entendí la magnitud de las cosas. Cambió mi vida cuando tenía cinco años. No creo que mis padres me hubieran dejado actuar si

hubieran sabido que iba a ser remotamente popular. No pensaron que estaría en periódicos o revistas. Hubo momentos en los que sentí que no podía salir a la calle porque no sabía quién me iba a reconocer”, explica Mara Wilson (Bland, 2020, párr. 11-14)

5.3.4 Afectaciones de la fama

Uno de los sucesos que marcó a la actriz durante su ascenso a la fama fue la pérdida de su madre, Suzie Shapiro Wilson. Mientras a los nueve años se encontraba grabando la película que posteriormente le otorgaría un mayor reconocimiento, *Matilda*, su madre falleció de cáncer de mama. Es por ello por lo que el filme está dedicado, como puede verse en los créditos finales, a Suzie Shapiro Wilson (Antena 3, 2018). Este trágico hecho, unido a los trastornos mentales que la misma Mara Wilson confesó que sufría, y a las consecuencias que le comportó la fama, le hicieron tomar la decisión de retirarse en el año 2000 (Wilson, 2016). Sobre ese momento Mara Wilson comentó: “quería la libertad que tenían mis hermanos adolescentes, hacer todas las cosas que hacían, como conducir e ir a conciertos sin acompañante. Sobre todo quería que la gente dejara de pensar que era más joven de lo que era” (Wilson, 2016, párr. 16).

Otra de las repercusiones que la fama le conllevó a la actriz fue la del miedo a hablar de los temas relacionados con la sexualidad. Aunque años más tarde perdió este temor y contó públicamente que es bisexual, en su autobiografía reconoce que, dada la visibilidad que había ganado en la gran pantalla, le provocaba pavor hablar de ello abiertamente por miedo a sufrir rechazo: “mi mayor temor era que alguien, parte del público, gente que nunca me había conocido, descubriera que tenía una sexualidad. Yo había sido parte de la infancia de muchas personas y, por ello, sentí que al menos tenía que fingir ser una buena chica por el resto de mi vida” (Wilson, 2016, pp. 200).

Asimismo, Mara Wilson también ha expresado la inseguridad que sintió al hacerse mayor mientras grababa *Thomas y el ferrocarril mágico*. La directora de la película, Britt Allcroft, le comentó a la actriz que, como tenía doce años y debía aparentar menos en el filme, debía utilizar un sujetador deportivo para disimular sus pechos, algo que la joven nunca había tenido que hacer (Wilson, 2016). “Lucy, mi cuidadora

en el set, puso unos sujetadores deportivos en la cama. Todos habían discutido esto de antemano sin mi conocimiento. La pubertad había llegado y yo era la última en saberlo. Miré al suelo con lágrimas en los ojos. El cambio que estaba experimentando habría sido lo suficientemente incómodo en privado, pero lo estaba pasando bajo escrutinio público”, contó la actriz (Wilson, 2016, párr. 25).

Otro suceso que recuerda Mara Wilson fue cuando, a los doce años, decidió buscarse a sí misma en internet y quedó impactada con los resultados. Encontró comentarios negativos sobre sus actuaciones y su apariencia, opiniones varias sobre sus pechos e incluso una página pornográfica que prometía imágenes de ella desnuda, que en realidad eran fotografías manipuladas con su cara y el cuerpo de otra mujer (Wilson, 2016). Pero los comentarios no solo los percibió a través de la red, pues recuerda que, con trece años, durante su estancia en un campamento, un niño que le preguntó si ella era Matilda le espetó: “has ganado un poco de peso desde entonces”, acto que afectó también a la autoestima de la actriz (Wilson, 2016, párr. 29).

Como ella explica, la sexualización que hace Hollywood es otra de las problemáticas de la fama. El hecho de que siempre le dieran los papeles a mujeres jóvenes y hermosas, según Mara Wilson, le hizo, incluso, desear tener un accidente para así poder operarse la nariz y la mandíbula (Wilson, 2016). “Me sexualizaron de todos modos y lo odiaba. Actué en películas familiares. Nunca aparecí con nada más revelador que un traje hasta la rodilla. Fue intencional, mis padres pensaron que estaría más segura de esa manera. Pero no funcionó. Desde que tenía seis años la gente me preguntaba en entrevistas: “¿tienes novio?”. Los periodistas me preguntaron que pensaba sobre el arresto de Hugh Grant y sobre que solicitara a una prostituta. Era lindo cuando los niños de diez años me enviaban cartas diciendo que estaban enamorados de mí. No lo fue cuando los hombres de cincuenta lo hicieron. Antes incluso de cumplir doce años había imágenes de mis pies en sitios web fetiche. Mi acoso sexual siempre llegó a manos de los medios de comunicación y del público”, cuenta la actriz (Wilson, 2021, párr. 12-13).

Hay otro miedo que la fama le comportó a Mara Wilson: el de no poder superar a la niña de *Matilda*. La actriz sintió temor a que la gente solamente la conociera como

Matilda. Es decir, que vieran a Matilda y no a Mara Wilson. Así como también le preocupaba no poder realizar un trabajo más exitoso que el que hizo con nueve años (Wilson, 2013). En este sentido la intérprete comentó: “no es algo de lo que vaya a escapar. Y aunque me alegro por las ventajas que me ha dado, me da miedo porque no solo quiero estar a la altura, sino superarlo. Muchas estrellas infantiles sienten que nunca superarán lo que hicieron cuando eran niños. Consideran que su personaje se ha apoderado de su vida” (Wilson, 2013, párr. 43). En otra ocasión similar Mara Wilson también dijo: “sentí una tremenda presión. Sentí que siempre tenía que ser perfecta y estar a la altura del personaje de *Matilda*. Fue como ser reconocida por los logros de otra persona” (Bland, 2020, párr. 14).

5.3.5 Opinión sobre la fama

Aunque Mara Wilson es consciente de que la fama y la visibilidad ganada, sobre todo gracias a *Matilda*, le permitieron seguir actuando, trabajo que siempre ha considerado su gran pasión, también reconoce que se alegra de haber tomado la decisión de retirarse en el 2000 y de, en la actualidad, controlar sus apariciones mediáticas (Wilson, 2013). “Fue una buena experiencia, pero todos los días me alegro de no haber sido famosa como las gemelas Olsen. Las personas que me reconocen se sorprenden de que esté viva y que no haya estado en prisión o rehabilitación. A veces se decepcionan porque soy una mujer normal que vive en un apartamento de dos habitaciones en Nueva York. Escribo cosas y cuento historias, pero no soy una celebridad y no quiero serlo. Soy más reconocida como ‘introvertida’ que como ‘exestrella infantil’ y me gusta que sea así”, cuenta la actriz (Wilson, 2013, párr. 2-40).

A pesar de que guarda buenos recuerdos de su etapa como actriz, Mara Wilson reconoce que ser una persona apartada de la gran pantalla le ha hecho sentirse más feliz que nunca. No siente la presión que tenía por estar a la altura de las expectativas que le demandaban los directores, ni tampoco se acompleja de su cuerpo, ni de su trastorno obsesivo compulsivo (Wilson, 2016). De hecho, ha secundado públicamente campañas en apoyo de la normalización de los trastornos mentales (Antena 3, 2015).

Mara Wilson admite sentirse más a gusto ahora que ella misma puede elegir sus trabajos y considera que todo el mundo puede hacer lo mismo: elegir si permanecer

en los medios o, contrariamente, alejarse de ellos (Wilson, 2021). “Mi vida ya no es una historia que alguien escriba. Puedo escribirla yo misma”, dijo (Wilson, 2021, párr. 18). En este sentido les recomienda a los niños que quieren actuar que “se aseguren de que sea realmente su elección y que salgan de ese mundo cuando deje de ser divertido” (Wilson, 2013, párr. 46).

5.4 Jennifer Lawrence

5.4.1 Biografía

Jennifer Lawrence Shrader es una actriz y modelo nacida en 1990 en Kentucky (Estados Unidos). Aunque ha trabajado en el mundo del modelaje, es mayormente conocida como actriz por sus papeles en las sagas cinematográficas *X-Men* y *Los juegos del hambre* (Zeleb, s/f).

En cuanto al ámbito familiar, es la pequeña de tres hermanos e hija de Gary Lawrence, empresario que posee una corporación dedicada a la construcción, y de Karen Koch, directora de un campamento infantil en el que la misma actriz trabajó de joven. Durante su niñez, y antes de dedicarse a la interpretación, aspiraba a convertirse en médica, pero este sueño cambió cuando, a los catorce años, durante un viaje con su familia a Nueva York participó en audiciones para agencias de modelaje y actuación (Buscabiografías, s/f).

Aunque en un inicio sus padres se mostraron reticentes a que se convirtiera en intérprete, logró convencerles de que actuar era su profesión soñada, por lo que decidió dejar la escuela para centrarse en su carrera como actriz. En un primer momento consiguió papeles en anuncios comerciales y trabajos como modelo que le ofrecieron los agentes de Nueva York. No obstante, la joven tenía claro su preferencia por la interpretación y se mudó a Los Ángeles en busca de retos mayores (Zeleb, s/f).

En el año 2006 Jennifer Lawrence logró debutar en televisión en la serie *Company Town* (2006-2007, Thomas Carter) y obtuvo papeles esporádicos en las series *Monk* (2002-2009, Andy Breckman) y *Caso abierto* (2003-2010, Meredith Stiehm); (IMDb, s/f); (TV Guide, s/f). En 2008 la actriz dio el salto al cine y comenzó a interpretar

papeles en películas independientes. Sin embargo, fue a partir de 2010 con su participación en *Lazos de sangre* (Debra Granik) cuando ganó mayor visibilidad y reconocimiento (Zeleb, s/f).

Jennifer Lawrence, además, ostenta el récord de ser, en 2011, la tercera intérprete más joven en estar nominada a los premios Oscar en la categoría de Mejor actriz, premio que logró dos años más tarde por el filme *El lado bueno de las cosas* (2012, David O. Russell), por lo que también es la segunda mujer más joven en obtener dicho reconocimiento, entre muchos otros (Lecturas, s/f); (LOS40, 2016); (IMDb, s/f).

5.4.2 Aparición en los medios

Aunque, si bien es cierto, en 2004, a los catorce años, realizó sus primeros trabajos como modelo y participó en anuncios comerciales de televisión, su debut como actriz llegó en 2006, cuando consiguió un papel secundario en la serie televisiva *Company Town*. Tras esta primera aparición, el mismo año la actriz logró hacerse con papeles puntuales en las series *Monk* y *Caso abierto* y, ya en 2007, en *Médium* (2005-2011, Glenn Gordon Caron); (Zeleb, s/f); (IMDb, s/f); (TV Guide, s/f).

Por lo que respecta a su primer papel protagonista, este llegó en 2007, cuando interpretó a Lauren en la serie *The Bill Engvall show* (2007-2009, Bill Engvall, Michael Leeson); (IMDb, s/f). Su interpretación fue tan bien valorada que recibió el premio Young Artist Award en la categoría de Mejor actriz joven en una serie de televisión en 2009 (IMDb, s/f).

No obstante, en 2008 la carrera de Jennifer Lawrence dio un paso más allá y se adentró en el mundo del cine independiente. Sus apariciones fueron en las películas dramáticas *The poker house* (Lori Petty) y *Garden party* (Jason Freeland); (IMDb, s/f); (IMDb, s/f). Además, ese mismo año actuó en el filme *Lejos de la tierra quemada* (Guillermo Arriaga) (IMDb, s/f).

Por este último papel la actriz obtuvo, por lo general, buenas críticas. Un ejemplo es la valoración que hace de su interpretación el crítico cinematográfico Dereck Elley en el semanario *Variety*, en el que destaca la actuación de la actriz como la mejor de todas: “la llamativa actuación de Lawrence, de 17 años, aporta mayor frescura que la

mayoría de las historias de los personajes adultos”, comenta Dereck Elley (Elley, 2008, párr. 9).

Volviendo al cine independiente, en 2010 Jennifer Lawrence se hizo con el papel de Ree Dolly en la película *Lazos de sangre*, obra que fue, también por lo general, bien valorada por la crítica (IMDb, s/f). En referencia a la interpretación de Jennifer Lawrence, entre los comentarios de los críticos especializados destacan los de Anthony Oliver Scott, del medio *The New York Times*, que la califica de una “actuación cuidada, precisa y heroica”, y la de Peter Bradshaw, en *The Guardian*, que señala: “la dignidad y el poder los aporta la destacada actuación principal de Lawrence” (Scott, 2010, párr. 1); (Bradshaw, 2010, párr. 1).

5.4.3 Trayectoria mediática

Lazos de sangre le otorgó a Jennifer Lawrence visibilidad y, por ende, reconocimiento. La actriz recibió nuevas ofertas de trabajo que le permitieron consolidarse en la gran pantalla. En el año 2011 participó en la comedia *El castor* (Jodie Foster) y protagonizó el drama cinematográfico *Como locos* (Drake Doremus); (IMDb, s/f). A su vez, en 2011 Jennifer Lawrence interpretó el papel de Mystique, uno de los más reconocidos de su trayectoria, en *X-Men: primera generación* (Matthew Vaughn); (IMDb, s/f). Además de recaudar cerca de 5.900.000 euros en las taquillas españolas, el filme fue bien valorado por la crítica (Taquilla España, 2019).

En la revista *The Hollywood Reporter* el crítico Todd McCarthy alabó las interpretaciones de los actores Michael Fassbender, Kevin Bacon y Jennifer Lawrence. Sobre ellos Todd McCarthy apuntó: “audaces, confiados y alimentados por la energía juvenil, logran un resultado ganador para una amplia audiencia global” (Kit, 2011, párr. 5). Idea similar la que compartió el también crítico Roger Ebert del *Chicago Sun-Times*: “*X-Men: primera generación* es un decente entretenimiento y, por su parte, los actores dan cuerpo a sus personajes de forma convincente” (Ebert, 2011, párr. 8).

Tras el éxito de *X-Men*, Jennifer Lawrence logró el papel para interpretar a Katniss Everdeen, la protagonista de la saga literaria de Suzanne Collins, *Los juegos del hambre*, para su adaptación cinematográfica. El filme, *Los juegos del hambre* (Gary Ross), estrenado en 2012, se convertiría en una de las obras más populares de la

actriz (IMDb, s/f). En este caso la película también fue bien valorada por una crítica que destacó el papel de Jennifer Lawrence.

Entre los comentarios de los críticos destaca el de Peter Travers para la revista *Rolling Stone*: “mi consejo es no despegar los ojos de Jennifer Lawrence, quien transforma la película en una victoria. Ella revela una gracia física y emocional que es asombrosa. Es la dueña de esta película, es conmovedora, un dinamo actoral con las habilidades para dejarnos entrar en la mente de Katniss Everdeen” (Travers, 2012, párr. 4-13). De nuevo Roger Ebert, del *Chicago Sun-Times*, especificó: “un efectivo entretenimiento y Jennifer Lawrence interpreta su papel con fuerza y convicción” (Ebert, 2012, párr. 9).

Pero 2012, además, fue un año destacable para la actriz por otro motivo: su interpretación de la joven Tiffany Maxwell en la película *El lado bueno de las cosas*, le hizo ganar el Oscar a Mejor actriz y el Globo de Oro en la misma categoría (IMDb, s/f). En el mismo 2012 Jennifer Lawrence también participó el filme de suspense *La casa al final de la calle* (Mark Tonderai); (IMDb, s/f).

Dado el éxito de *Los juegos del hambre* la actriz continuó filmando la saga para que el año 2013 se estrenara *Los juegos del hambre: en llamas* (Francis Lawrence); (IMDb, s/f). Asimismo, también en 2013, por su papel como Rosalyn Rosenfeld en *La gran estafa americana* (David O. Russell) ganó los premios BAFTA y Globo de Oro, ambos, como Mejor actriz de reparto (IMDb, s/f). Un año después, Jennifer Lawrence estrenó el filme *Serena* (Susanne Bier), reinterpretó a Mystique en *X-Men: días del futuro pasado* (Bryan Singer) y finalizó 2014 en el papel de Katniss Everdeen en *Los juegos del hambre: Sinsajo – parte 1* (Francis Lawrence); (IMDb, s/f).

Llegado 2015, además de protagonizar el filme *Joy: el nombre del éxito* (David O. Russell), por la cual ganó el Globo de Oro a Mejor actriz, terminó la saga iniciada en 2012 con *Los juegos del hambre: Sinsajo – parte 2* (Francis Lawrence); (IMDb, s/f); (IMDb, s/f). Un año más tarde participó en una nueva película de los *X-Men*, en este caso fue en *X-Men: Apocalipsis* (Bryan Singer), se convirtió en la narradora del documental *Un planeta hermoso* (Toni Myers) y interpretó a Aurora Lane en la película *Pasajeros* (Morten Tyldum); (IMDb, s/f); (TV Guide, s/f).

En 2017 estrenó la película *Madre!* (Darren Aronofsky), en 2018 actuó en el filme *Gorrión rojo* (Francis Lawrence) y en 2019 finalizó la saga de *X-Men* con la película *X-Men: Fénix oscura* (Simon Kinberg); (IMDb, s/f). En la actualidad, Jennifer Lawrence tiene programadas otras tres películas para 2021: *Red, white and water* (Lila Neugebauer), *Mob girl* (Paolo Sorrentino) y *Don't look up* (Adam McKay); (IMDb, s/f).

A parte de los premios recibidos, Jennifer Lawrence ha acumulado durante su trayectoria otros reconocimientos. Entre estos destaca el título World Guinness Record obtenido en 2014 como la heroína más taquillera de la historia por su interpretación de Katniss Everdeen en la saga *Los juegos del hambre*, ya que, en ese año, la saga había acumulado 1.520 millones de dólares a escala internacional (Expansión, 2014). Otras de sus distinciones son las de haber sido la actriz mejor pagada del mundo en los años 2015 y 2016, según la revista *Forbes*, con 52 y 46 millones de dólares respectivamente (Forbes, 2015); (Forbes, 2016).

Cabe mencionar que el reconocimiento de Jennifer Lawrence no solo se ha producido gracias a sus interpretaciones, pues ha resultado ser una personalidad habitual en programas como *The Tonight Show* o *Jimmy Fallon Tonight Show*, así como también ha protagonizado portadas de revistas como *Marie Claire*, *Vogue* o *Entertainment*, entre otras.

5.4.4 Afectaciones de la fama

En sus inicios Jennifer Lawrence se enfocó en su carrera como actriz hasta el punto, incluso, que dejó los estudios y rechazó varios trabajos como modelo, puesto que solo quería dedicarse a la interpretación (Whitaker, 2018). Aunque años más tarde el entrevistador de la CNN, Bill Whitaker, le preguntó si se arrepentía de haber dejado la escuela, la actriz confesó que no se lamentaba de haberlo hecho, a lo que añadió: “encontré lo que quería hacer y no quería que nada se interpusiera en mi camino. Incluso desde los catorce años los amigos, al menos durante mucho tiempo, no fueron tan importantes para mí como mi carrera” (Whitaker, 2018, párr. 24).

Sin embargo, tras convertirse en una personalidad famosa se dio cuenta de que la fama también conlleva aspectos negativos. La consecuencia perjudicial que más destaca la actriz es la ausencia de privacidad. De hecho, la falta de intimidad le hizo

pasar por una etapa que ella denominó de “colapso” sobre la fama (Gower, 2013). Esta se produjo en 2013, cuando había adquirido un notorio reconocimiento por las sagas de *X-Men* y *Los juegos del hambre*. “Siempre supe que iba a ser famosa, pero estoy pasando por un colapso respecto a la fama últimamente. De repente el mundo entero tiene derecho a saber todo sobre mi. No estoy de acuerdo con esto. Sólo soy una chica normal, un ser humano, y no quiero sentir que esta es mi nueva normalidad. No voy a encontrar la paz en este mundo”, contó Jennifer Lawrence (Gower, 2013, párr. 5-12).

En esta línea también dijo: “con *Lazos de sangre* me presentaron a este nuevo mundo donde no me sentía yo misma, era como un mono en un zoológico. Me ponían vestidos raros y escuchaba a la gente hablar de cosas que no entendía. Si fuese una chica normal, llamara a la policía y dijese que hay hombres extraños durmiendo en mi césped y siguiéndome a *Starbucks*, saltarían a la acción. Pero como soy famosa no pueden hacer nada. No tiene sentido. Todo el mundo quiere saber lo que hago en mis fines de semana, cuando estoy pasando tiempo con mi sobrino. No tengo derecho a decir: “estoy con mi familia”. Cuando leí el libro de *Los juegos del hambre* entendí a Katniss Everdeen. No sé lo que es prepararse para la muerte, pero sé lo que es ser casi un títere” (Wightman, 2013, párr. 3-9).

Además de la ausencia de privacidad, Jennifer Lawrence también ha contado, en este caso a la periodista Barbara Walters, que le incomoda ser reconocida constantemente por el público en su día a día (Kichina, 2013). En este sentido comentó: “odio que la gente me pregunte cómo soy tan normal. Esto me hace sentir rara, porque yo soy normal, es solo un trabajo. Lo que más noto es la forma en que la gente me mira y me habla, que es lo que me hace sentir diferente. Y no me gusta sentirme diferente porque yo soy normal. Es como si tuviese una luz que nunca se apagara” (Kichina, 2013, min. 04:40-06:30). Por ello, cuando la entrevistadora le preguntó cómo sería un día perfecto para ella, la actriz contestó: “si pudiera imaginarlo, mi alarma no sonaría y me despertaría muy tarde. Luego podría ir a caminar sin usar sombrero, ni lentes de sol, y podría hacer contacto visual con quien quisiera, sonreír y tomar un café” (Kichina, 2013, min. 07:00-07:20). Asimismo, también considera que la fama y el reconocimiento le han obligado a cuidar sus comentarios: “a veces dices algo y se

vuelve en tu contra, lo que no es divertido” (Janssen, 2020, párr. 7). En adición, también sostiene que le han hecho cambiar su carácter: “solía ser muy agradable y sonreía a la gente, ahora todo lo que hago es mirar hacia abajo” (Hare, 2014, párr. 8).

Entre otras afectaciones que ha tenido para ella la fama, destaca la vivencia de un episodio en que unas imágenes íntimas fueron hackeadas de su *iCloud* de *Apple* y publicadas en el portal *4chan* en 2014. El hacker afirmó poseer, además de sesenta fotografías en que se veía desnuda a la actriz, un vídeo en el que supuestamente realizaba un acto sexual (Gardner, Moore-Bridger, 2014). Estas mismas imágenes robadas fueron expuestas en la galería de arte *The Cory Allen Contemporary Art Showroom* por parte del artista XVALA en la exposición *No Delete*, en la que mostraba imágenes de celebridades en momentos vulnerables y privados extraídas por hackers y paparazis (Dockterman, 2014). Cabe mencionar que el hacker fue posteriormente detenido y sentenciado a ocho meses de cárcel por el delito cometido (Jiménez, 2016).

5.4.5 Opinión sobre la fama

A pesar de que desde bien joven Jennifer Lawrence deseó convertirse en famosa, una vez logró entrar en el *star system* su opinión sobre la fama cambió. Dado que la actriz se ha quejado en repetidas ocasiones de la presencia de los paparazis, cuando Bill Whitaker le preguntó si sentía que la fama la encerraba, la actriz afirmó que sí (Whitaker, 2018). “Algunas cosas sobre la fama son difíciles. Hace difícil adaptarse a ser seguido y a lidiar con la imagen que la gente tiene de ti. Me encantaría ir a pasear o ir de compras, pero eso es imposible ahora. A veces se siente como si estuvieras bajo arresto domiciliario. No quiero llamar la atención. Solo quiero ir a trabajar y luego volver a casa como todos los demás”, explicó (Janssen, 2020, párr. 1-11).

Además, como ha comentado, le gustaría que la fama se separara de la interpretación, puesto que para ella esta es una profesión como otra cualquiera (D’Souza, 2012). En este sentido expuso: “mis padres me criaron para mantener un trabajo. Esto es un trabajo” (D’Souza, 2012, párr. 27). En otra ocasión añadió: “me encanta actuar y por eso hago este trabajo, eso es lo que me mantiene arraigada, no la fama o el glamur” (Janssen, 2020, párr. 8). Sin embargo, la ausencia de privacidad e intimidad han hecho que Jennifer Lawrence se arrepienta de su exposición. “Cuando estoy en la

cena y una persona tras otra sigue interrumpiendo para tomar fotos, es cuando digo “no puedo vivir así””, asegura la actriz (Hare, 2014, párr. 8).

5.5 Robin Williams

5.5.1 Biografía

Robin McLaurin Williams, más conocido artísticamente como Robin Williams, nacido en California (Estados Unidos) en 1951, fue un actor, monologuista y productor reconocido, principalmente, por sus interpretaciones en *Mork & Mindy* (1978-1982, Howard Storm), *Buenos días, Vietnam* (1987, Barry Levinson), *El rey pescador* (1991, Terry Gilliam), *Señora Doubtfire* (1993, Chris Columbus), *Jumanji* (1995, Joe Johnston), *El indomable Will Hunting* (1998, Gus Van Sant) y *Noche en el museo* (2006, Shawn Levy), entre otras (SensaCine, s/f).

Robin Williams, hijo de Laurie Williams, modelo, y de Robin Williams padre, ejecutivo de la empresa automovilística Ford, creció en Detroit. Sobre su infancia, él mismo reconoció que fue una etapa en la que se sintió solo y sin muchos amigos (Zenovich, 2018). Por lo que respecta a su vida estudiantil, a pesar de que inició la carrera de Ciencias Políticas en Claremont College, abandonó estos estudios y se matriculó en Actuación en la Universidad de Marin. No obstante, años después logró una beca que le permitió seguir con sus estudios en The Juilliard School en Nueva York (California Community Colleges, s/f).

Una vez finalizó sus estudios, Robin no encontró fácilmente trabajo como actor, por lo que decidió empezar a hacer monólogos, tanto en la calle como en clubes nocturnos. Fue entonces cuando empezó a ganar popularidad y Ronie Marshall, encargada del elenco de la serie *Días felices* (1974-1984, Garry Marshall), propuso contratarle para un episodio de la misma. Fue tal el éxito que obtuvo el comediante que le propusieron interpretar el mismo personaje, un hombre llamado Mork que vivía en el espacio, en la serie *Mork & Mindy*, en la que este era el protagonista (Zenovich, 2018).

A raíz de sus apariciones televisivas y sus actuaciones como monologuista, Robin Williams logró dar el salto a la gran pantalla y consolidarse también como un actor

cinematográfico, por lo que obtuvo diferentes reconocimientos, entre los que destacan un Oscar, varios Globos de Oro, premios Grammy y galardones Emmy (IMDb, s/f).

El 11 de agosto de 2014, a la edad de 63 años, Robin Williams fue hallado muerto en su casa de California. El actor, a pesar de llevar una temporada alejado de sus adicciones a las drogas y al alcohol, atravesaba una etapa de inestabilidad, debido a que, además de Parkinson, sufría una enfermedad neurodegenerativa llamada demencia de cuerpos de Lewy, lo que le provocaba ansiedad, problemas cognitivos y depresión (Zenovich, 2018). A Robin, a quien le costaba memorizar los diálogos en sus últimos trabajos, le preocupaba, e incluso obsesionaba, no hacer reír al público como había hecho años atrás, tal como contó su hijo, Zachary Williams: “su pasión fue entretener y complacer. Sentía que, cuando no estaba haciendo eso, no estaba teniendo éxito como persona” (Zenovich, 2018, min. 1:28:00-1:28:20). El miedo a dejar de ser un actor popular y a disgustar a la audiencia, unido a la enfermedad y a los síntomas de esta, llevaron al intérprete a tomar la decisión de suicidarse.

5.5.2 Aparición en los medios

Aunque Robin Williams participaba en clubes nocturnos como monologuista, y en 1977 había realizado un papel secundario en la película *Can I do it 'till I need glasses?* (I. Robert Levy), la aparición que le otorgó reconocimiento llegó en 1978 con la serie *Días felices*. Mork, el personaje que interpretó, tuvo tanto éxito que le ofrecieron su propia serie: *Mork & Mindy* (The Filmography, s/f). No obstante, el director de *Mork & Mindy*, Howard Storm, apuntó: “de pronto Robin Williams estaba recibiendo muchísima atención, ganaba bien y hacía todo lo que quería. Para el segundo año del programa bebía y consumía cocaína. Muchas veces, después de las noches de fiesta, no lo encontrábamos” (Zenovich, 2018, min. 36:15-40:07).

En 1980 el actor protagonizó su primera película: *Popeye* (Robert Altman); (IMDb, s/f). No obstante, y mientras continuaba con los monólogos y con la última temporada de *Mork & Mindy*, actuó en 1982 en el filme *El mundo según Garp* (George Roy Hill); (IMDb, s/f). Sobre esa época su representante, Stu Smiley, recuerda: “iba de grabar el programa a actuar en el club The Comedy Store y luego a espectáculos de improvisación. Hacía 5 o 6 rutinas por noche y no paraba” (Zenovich, 2018, min. 37:50-

38:04). Con *Mork & Mindy* ya finalizada, en 1983 participó en la película *Sufridos ciudadanos* (Michael Ritchie), en 1984 protagonizó *Un ruso en Nueva York* (Paul Mazursky) y en 1986 publicó el especial audiovisual *Robin Williams: Live at the Met* (David Steinberg); (IMDb, s/f); (The Filmography, s/f).

En 1987, cuando participó en la película *Buenos días, Vietnam*, el actor logró un mayor reconocimiento en el mundo del cine (IMDb, s/f). “En esa época la televisión y el cine eran dos mundos distintos. Era raro que uno viera a gente de televisión hacer cine y viceversa. *Buenos días, Vietnam* fue el primer éxito comercial en serio de Robin y lo estableció como un actor de verdad que pronto se convertiría en estrella de cine”, comentó Stu Smiley (Zenovich, 2018, min. 1:03:13-1:03:34).

Durante estos años mencionados Robin Williams, además, apareció en diferentes programas como *Saturday Night Live* y *The Tonight Show*, entre otros, y en episodios puntuales de series televisivas, así como también continuó realizando monólogos y actuaciones de stand-up en clubes nocturnos.

5.5.3 Trayectoria mediática

Ya consolidado como actor cinematográfico y comediante, en 1988 Robin Williams protagonizó la obra de teatro *Waiting for Godot* (Mike Nichols) y participó en el filme *Las aventuras del Barón Munchausen* (Terry Gilliam) y en 1999 estrenó la obra cinematográfica *El club de los poetas muertos* (Peter Weir); (Robin Williams Fansite, s/f); (The Filmography, s/f); (IMDb, s/f)

Además de obtener diferentes premios y nominaciones, Robin Williams recibió críticas principalmente positivas por su actuación en *El club de los poetas muertos*. El crítico cinematográfico de *USA Today*, Mike Clark, comentó: “la Interpretación de Robin como John Keating es impresionante, además de divertida” (SensaCine, s/f, párr. 3). Opinión similar a la del periodista de la revista *Time*, Richard Schickel: “Williams, que lleva comparativamente poco tiempo en pantalla, ha llegado a actuar, no a cortar con repeticiones cómicas, y lo hace con una sencillez contundente y convincente. Él y la película merecen atención, respeto y gratitud” (Schickel, 1989, párr. 6).

Ya en 1990 el actor logró tener un estrella en el Paseo de la Fama de Hollywood y en 1991 participó en los filmes *Hook (El capitán Garfio)*; (Steven Spielberg) y *El rey pescador*, obra por la que ganó el Globo de Oro a Mejor actuación de un actor en una película de comedia o musical (IMDb, s/f); (The Filmography, s/f); (IMDb, s/f).

En 1992 Robin Williams continuó con su carrera cinematográfica actuando en la comedia *Toys (fabricando ilusiones)*; (Barry Levinson) y puso voz al personaje del Genio en *Aladdín* (John Musker, Ron Clements), papel por el que ganó el Globo de Oro a Mejor doblaje (IMDb, s/f); (IMDb, s/f). Al año siguiente protagonizó las películas de *Un hombre perdido en el tiempo* (Bill Forsyth) y *Señora Doubtfire*, por la que recibió el Globo de Oro a Mejor actuación de un actor en una película de comedia o musical (IMDb, s/f); (IMDb, s/f). En 1995 protagonizó *Jumanji* y en 1996 puso voz al Genio en *Aladdín y el rey de los ladrones* (Tad Stones); (IMDb, s/f).

En 1997 Robin Williams actuó en *El indomable Will Hunting*, película por la que obtuvo su primer Oscar como Mejor actor de reparto, y en *Flubber y el profesor chiflado* (Les Mayfield); (IMDb, s/f); (IMDb, s/f). Los siguientes años continuó protagonizando películas: en 1999 *El hombre bicentenario* (Chris Columbus), en 2002 *Retratos de una obsesión* (Mark Romanek), en 2004 *La memoria de los muertos* (Omar Naim) y en 2005 *Un golpe de suerte* (Mark Mylod), entre otras (IMDb, s/f).

Los siguientes años Robin Williams participó en multitud de filmes: en 2006 *Noche en el museo* y *El hombre del año* (Barry Levinson), en 2007 *Hasta que el cura nos separe* (Ken Kwapis), en 2009 *Noche en el museo 2* (Shawn Levy), en 2013 *La gran boda* (Justin Zackham) y en 2014 *Noche en el museo: el secreto del faraón* (Shawn Levy), *El hombre más enfadado de Brooklyn* (Phil Alden Robinson) y *Boulevard* (Dito Montiel); (IMDb, s/f). Esta posterior obra fue la última película en la que el actor apareció, aunque en 2015 su voz dio vida al perro *Dennis* en el filme *Absolutamente todo* (Terry Jones), obra que Robin Williams había dejado finalizada antes de suicidarse (IMDb, s/f).

Por lo que respecta a la televisión, en 2013 Robin Williams inició su propia serie llamada *The crazy ones* (2013-2014, David E. Kelley); (The Filmography, s/f). No obstante, dado que la serie no obtuvo el éxito esperado, en abril de 2014 el programa

fue cancelado. Hecho que, según sus allegados, afectó al actor, ya que lo vivió como un fracaso personal (TMZ, 2014). Sobre la cancelación Robin Williams reflexionó: “cuando empecé sólo había tres cadenas. Ahora hay cientos. Cada uno tiene su propia red. Es interesante ver a qué te enfrentas y qué tienes que hacer para encontrar una audiencia” (Braxton, Villarreal, 2014, párr. 9).

Dada la extensa trayectoria de Robin Williams, estas apariciones expuestas son solamente algunas de las más reconocidas. No obstante, el actor ha protagonizado y realizado papeles secundarios en otra variedad de películas, así como también ha participado en episodios de series televisivas en ocasiones esporádicas.

5.5.4 Afectaciones de la fama

La fama le permitió a Robin Williams gozar de un poder adquisitivo con el que pudo costearse las adicciones en las que cayó, principalmente alcohol y cocaína. “Cuando hacíamos *El hombre del año*, él bebía estando conmigo. En el bar, cada noche, Robin llegaba y bebía un tequila y un expreso. Me dijo: “creo que tengo un problema””, recuerda el comediante Lewis Black (Zenovich, 2018, min. 1:33:56-1:34:17). También el comediante Eric Idle reconoció: “estaba muy enganchado a la cocaína” (Medina, 2018, párr. 5).

El mismo Robin Williams comentó sobre ello: “en *Un golpe de suerte* me preguntaba: “¿qué estoy haciendo aquí?” Era una locura. Además, me sentía un tanto aislado y de pronto pensé: “hay una cura, podría beber”. Fue rápido. Empecé bebiendo las botellas pequeñas de *Jack Daniels* que dan en el avión. Y pensé: “está bien”. Y a la semana ya escondía una botella grande de *Jack Daniels*. Y era como: “mierda”. Era miedo, a veces era deseo puro de huir de todo, de correr hacia todo y mandarlo a la mierda” (Zenovich, 2018, min. 1:32:46-1:33:44). Sobre la droga llegó a decir: “la cocaína es como Dios te dice que ganas demasiado dinero, había mucha en el medio, todo el mundo te daba porque eras famoso” (Zenovich, 2018, min. 39:05-40:55). No obstante, cabe mencionar que el actor acudió a diversos centros de rehabilitación para intentar curar sus adicciones (Díaz, 2014).

Sin embargo, tanto Robin Williams como sus allegados coinciden en que lo que más afectó al actor fue la idea de perder su reconocimiento (Zenovich, 2018). El actor

estaba obsesionado con dejar de hacer reír a la audiencia. Él mismo confirmó que ese era su mayor temor: “me da miedo sentir no solo que empiezo a volverme soso, sino una piedra, que he perdido la chispa. Eso me preocuparía” (Zenovich, 2018, min. 02:02-02:15). Idea que también expresan sus amigos: “era vital para él tener público. Era muy gracioso, pero era una necesidad. Era necesario para él el comunicarse y ser gracioso”, opinó Eric Idle (Zenovich, 2018, min. 1:18:12-1:28:20). “Necesitaba ese abrazo extra que sólo puede darte un desconocido. Es algo muy poderoso para muchos comediantes. Esa risa es una droga. Esa aceptación, esa excitación, es muy difícil reemplazarla por cualquier otra cosa”, comentó el comediante Billy Crystal (Zenovich, 2018, min. 1:20:33-1:20:51).

En una línea similar opinó el director de *Retratos de una obsesión*, Mark Romanek: “la necesidad de ser gracioso y de hacer reír a la gente era tan innata en él, casi como respirar, que, si no sacaba eso, sentía que había infectado su actuación para mal. Me di cuenta de que cuando hacía reír a la gente era como si se dopara, era como una descarga de endorfina para él. Si estaba siendo realmente gracioso, cuando decía “acción”, se calmaba y quedaba con un brillo, con un gozo, aunque interpretara una escena muy seria”. (Zenovich, 2018, min. 1:18:50-1:19:40). Idea a la que suma el comediante Steve Martin: “su personaje en *Waiting for Godot* lo interpretaba muy vulnerable, como creo que él era también en la vida. En escena él era el amo, tenía el control, era gracioso y rápido. Y en la vida no estaba en escena. Creo que se sentía muy cómodo en escena y menos cómodo fuera de ella” (Zenovich, 2018, min. 1:05:45-1:06:16).

Asimismo, como cuentan quienes le conocieron, Robin Williams también tenía una obsesión por realizar siempre trabajos excelentes, como relata el director de *Noche en el museo: el secreto del faraón*, Shawn Levy: “estaba muy frustrado. Recuerdo que me dijo: “Ya no soy yo. No sé qué me está pasando”. Era evidente que algo le pasaba. Su mente ya no funcionaba a la misma velocidad. Su chispa se había apagado. Sufrió mucho durante el rodaje. Me llamaba a las diez de la noche, a las dos, a las cuatro de la mañana, preguntando: “lo que grabamos hoy, ¿se podría usar? ¿Lo hago bien?” Le tenía que tranquilizar todo el tiempo, le decía: “sigues siendo tú, todo el mundo lo sabe”” (Villalba, 2020, párr. 8-9).

Opinión similar a la de Lewis Black: “la energía de Robin era algo nunca visto para mí. No parecía haber descanso para él. Creo que era como la luz que nunca supo cómo apagarse sola” (Zenovich, 2018, min. 1:29:32-1:30:44). El fuerte compromiso que Robin Williams sentía con su trabajo también lo narra su hermanastro, McLaurin Smith-Williams: “Robin nunca podía soltar sus personajes, se convertía en el personaje que interpretaba y éste se convertía en otra parte de su personalidad”, aseguró (Zenovich, 2018, min. 1:09:30-1:09:38).

Otro de los problemas que Robin Williams consideraba que tenía la fama, y por lo que le producía cierto miedo adentrarse en el mundo del cine, era la inestabilidad de esta. Al actor le asustaba el hecho de cometer un error en su carrera y dejar de ser una celebridad: “da miedo porque te está yendo bien y todo el mundo dice: “vaya, hola, fantástico, desayunemos, comamos, cenemos”, y con una película mala es como: “oh, disculpa, espera, no”, explicó Robin Williams (Zenovich, 2018, min. 41:28-41:40).

En cuanto a capítulos de su vida en que la sobreexposición mediática le afectará, su exmujer, Valerie Velardi, aseguró que le constaba que al actor le perjudicó a nivel personal una afirmación, errónea, que la prensa realizó sobre una infidelidad de este con la niñera de su hijo, Marsha Garcés: “contrariamente a lo que dijeron los diarios nacionales, Robin y yo ya nos habíamos separado, y después Robin y Marsha empezaron su relación. La historia de que él huyó con la nana no era cierta y todos la creyeron. Yo no desmentí eso porque no hablo con la prensa. Sí los afectó y lo lamenté mucho”, afirmó Valerie Velardi (Zenovich, 2018, min. 1:00:20-1:00:48).

5.5.5 Opinión sobre la fama

A pesar de que Robin Williams aseguró amar el hecho de trabajar frente al público, el actor también era consciente de la inestabilidad que podía generar la fama, así como de las presiones que esta podía conllevar (Zenovich, 2018). Irónicamente, el actor reconoció que el trabajo en el que más cómodo se sentía era haciendo monólogos de stand-up frente al público, oficio que incluso sentía como una necesidad, ya que era entonces cuando no se sentía sometido a las presiones de los directores, quienes, en cierta manera, podían cortar su creatividad (Zenovich, 2018). “Hacer stand-up es un mecanismo de supervivencia genial. Para mí es un gozo. Es lo que tengo que hacer.

Hablar de tu vida, de drogas, de lo que pasa en el país, hablar de lo que sea sin que un ejecutivo de la televisión diga: “Dios, nos entusiasman varias cosas, pero ¿podrías suavizar el tono?””, expuso Robin Williams (Zenovich, 2018, min. 49:12-50:00).

Concretamente sobre la fama, y su inestabilidad, Robin Williams comentó: “es el proceso del trabajo en que te quitas otra capa, crees ser grandioso y de pronto pasa algo y te dice que no lo eres tanto. Pero eso siempre te hace seguir avanzando” (Zenovich, 2018, min. 04:00-04:12). En la misma línea dijo: “es lo que enfrentamos como artistas, comediantes, escritores, actores, etc. Llegarás al borde, te asomará al abismo y a veces caerás, y luego regresarás idealmente” (Zenovich, 2018, min. 1:09:05-1:09:14).

Asimismo, cuando la presentadora Oprah Winfrey le comentó al actor que la fama no era una experiencia para nada lineal, él contestó: “correcto, la fama es un poco como una cirugía a corazón abierto con una cuchara. Realmente se necesita tiempo. Hay momentos agradables, pero otros en los que dices: “oh, no”. Sabes que la gente se te acercará y se te acerca. Viene un chico y dice: “¿eres ese chico de la televisión?” Y dices que sí. Entonces responden: “eres una mierda, un gusto conocerte, gracias”. E incluso te dicen algo asombroso, alguna broma, son realmente rudos y dicen que puedo usar esa broma. Es como: “no, gracias”. La mayoría de las veces la gente dice que sea gracioso, pero no van a un mecánico y dicen: “oye, arregla esto bien””, contó Robin Williams sobre los momentos más incómodos que le ha generado la fama y en los que ha visto el lado negativo de la misma (OWN, 2018, min. 1:35-2:30).

6. Conclusiones

Tras el análisis, pueden apreciarse claras diferencias entre los casos, tanto en la diversidad de opiniones que las celebridades mantienen acerca de la fama y en la variedad de situaciones a las que se han enfrentado a causa de la sobreexposición, como en los distintos caminos que han seguido estas personas una vez aparecieron en los medios de comunicación, así como también en los motivos que las llevaron a ser conocidas.

Primeramente, el trabajo sostiene que para convertirse en una personalidad famosa la persona en cuestión debe haber participado en un hecho que le haya otorgado cierta visibilidad. En el caso de Kimberly Kardashian, su relación con la socialité Paris Hilton, y las apariciones mediáticas junto a la misma, le permitieron recibir la oportunidad de tener su propio reality, el cual aceptó, y que se vio popularizado, además, por la difusión en internet del vídeo sexual que protagonizó. Las relaciones también fueron esenciales en el caso de Mario Vaquerizo, puesto que su papel como representante de Alaska, quien se convirtió en su mujer, y de otras personalidades, así como sus apariciones mediáticas y sus actuaciones musicales con Nancys Rubias, le otorgaron la posibilidad de disponer de su propio programa de telerrealidad, el cual aceptó protagonizar.

Por lo que respecta a los casos de Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams, ellos se expusieron a raíz de actuar en series y películas televisivas y cinematográficas. Mara Wilson, por su parte, empezó a interesarse por la interpretación a raíz de que su hermano realizara audiciones y participara en anuncios comerciales. Cuando le ofrecieron la oportunidad de actuar en *Señora Doubtfire*, ella aceptó. Caso similar es el de Jennifer Lawrence, quien dejó los estudios y se mudó a Los Ángeles para dedicarse exclusivamente a la interpretación. Allí, tras asistir a varias audiciones, consiguió aparecer en varias series de televisión y, posteriormente, accedió dar el salto al cine. Robin Williams, en cambio, aceptó la oportunidad de tener su propia serie, *Mork & Mindy*, después de aparecer en *Días felices* y de hacer monólogos en la calle y en clubes nocturnos.

Así pues, Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo se expusieron a raíz de relacionarse con personalidades famosas y, en especial, dado que aceptaron protagonizar sus propios programas de telerrealidad. Si bien es cierto, luego ambos también participaron en series y películas, pero no fue por ello por lo que se hicieron famosos. Al contrario, realizar sus realities fue lo que les abrió las puertas para comenzar a actuar. Contrariamente, Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams se hicieron famosos por sus papeles en el mundo de la actuación. No obstante, las cinco celebridades analizadas se vieron implicadas en situaciones que les otorgaron visibilidad mediática.

En segundo lugar, el trabajo defiende que el famoso puede alejarse del mundo mediático y abandonar su condición de celebridad en función de las acciones que este lleve a cabo. Kimberly Kardashian, Mario Vaquerizo, Jennifer Lawrence y Robin Williams tuvieron una carrera progresiva, es decir, sus apariciones fueron de menos a más. Los dos primeros famosos, a raíz de su exposición en los programas de telerrealidad, lograron nuevas ofertas de trabajo. Kimberly Kardashian aprovechó el tirón mediático para sacar al mercado todo tipo de productos, desde ropa, perfume y maquillaje hasta sus propios DVD de ejercicios físicos. Además de aparecer en revistas y en programas televisivos de entretenimiento, inició su carrera como actriz y cantante, y se convirtió en una socialité con gran seguimiento en redes sociales.

Mario Vaquerizo siguió un camino similar. Aprovechó el reconocimiento mediático que el reality le brindó para acudir a otros programas, así como para colaborar con diarios y revistas y vender sus propios libros. Además, pudo impulsar su carrera musical, junto a las Nancys Rubias, y promocionar sus discos, así como también recibió la oportunidad de trabajar en el mundo de la actuación y el doblaje. En los casos de Jennifer Lawrence y Robin Williams, ambos aprovecharon el éxito de sus primeras series y películas para continuar en el mundo de la interpretación. El reconocimiento obtenido le permitió a Jennifer Lawrence aparecer en programas de entretenimiento y en varias revistas, mientras que a Robin Williams le sirvió también para salir en este tipo de programas, así como para probar suerte en el mundo del teatro, realizar doblajes y seguir haciendo monólogos.

Tanto Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo como Jennifer Lawrence y Robin Williams decidieron continuar con sus trabajos mediáticos, incluso los dos últimos, a pesar de reconocer que la fama les producía situaciones complejas y les comportaba consecuencias negativas, se mantuvieron bajo el foco mediático. No obstante, el caso de Mara Wilson marca la diferencia con los cuatro anteriores. A pesar de disfrutar de visibilidad mediática y de reconocimiento a raíz de sus interpretaciones, Mara Wilson decidió abandonar la actuación dados los problemas que le acarreaba la fama. Por ello, decidió desaparecer de la industria audiovisual para centrarse en sus estudios.

Posteriormente, y aunque Mara Wilson ha vuelto a realizar algunas interpretaciones, todas estas han sido sin querer embarcarse en grandes producciones que puedan suponerle estar bajo el foco mediático. Ha aparecido en algunos medios de comunicación, pero principalmente para exponer su experiencia y su visión crítica entorno a la fama. El caso de Mara Wilson sirve para ejemplificar que, si el famoso lo desea y toma la decisión de no exponerse más, se aleja de la industria audiovisual y, por ende, de los medios de comunicación, puede volver a gozar de un cierto anonimato al no obtener atención mediática ni, por tanto, visibilidad.

Siguiendo con la tercera hipótesis del trabajo, la cual sostiene que la fama conlleva unas repercusiones para el famoso, puede apreciarse que, de hecho, las cinco celebridades, aunque algunas en mayor medida que otras, narran consecuencias que la sobreexposición y el reconocimiento les han conllevado. En los casos de Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams, ellos exponen que la fama les ha comportado, sobre todo, consecuencias negativas. Mara Wilson, quien alcanzó la fama desde bien pequeña, sentía que debía comportarse como una niña perfecta, puesto que creía que así contentaba al público. De hecho, se negó a hablar de temas relacionados con la sexualidad, incluso cuando los periodistas le preguntaban sobre ello, puesto que le generaba pavor pensar que, si hablaba de un tema como este, podía perder el apoyo de sus seguidores. Quería, además, estar a la altura del personaje de *Matilda* en el resto de sus trabajos, aunque a la vez le preocupaba que la encasillaran y vieran a Matilda en vez de a Mara Wilson.

Los comentarios negativos acerca de su físico, que percibió tanto en internet como en persona, las cartas de amor que recibió de niños y hombres adultos y las imágenes falsificadas que prometían desnudos suyos en la red son situaciones que afectaron a Mara Wilson y por lo que, entre otras cosas, abandonó la actuación. Aunque reconoció que la fama tuvo ventajas para ella, la infantilización de sus personajes y la sexualización, que, según defiende, sufrió por parte de los medios de comunicación y del público, fueron consecuencias perjudiciales para Mara Wilson. En el caso de Jennifer Lawrence, ella tuvo claro que quería dedicarse a la interpretación, hasta tal punto que abandonó la escuela y dejó de lado las amistades para conseguir su objetivo. No obstante, una vez alcanzada la fama, en especial con las primeras

entregas de *Los juegos del hambre* y *X-Men*, reconoció que no podía vivir en un mundo en el que, por su trabajo, el público quisiera saber todo de ella.

La falta de privacidad, en especial cuando se encuentra con su familia anónima para el público, es lo que más incomoda a Jennifer. A ello se le suma el hecho de ser constantemente reconocida, lo que, según la actriz, hace que no pueda caminar por la calle, ni ir a restaurantes, puesto que la interrumpen para pedirle fotografías, algo a lo que a la intérprete le cuesta conciliar. El hackeo de supuestas imágenes íntimas que sufrió fue otro de los momentos más duros que la fama le acarreó y por el que, entre otros, considera que el hecho de haberse convertido en una celebridad ha perjudicado negativamente a su intimidad. A Jennifer Lawrence, incluso, le gustaría que la profesión de actriz fuese tratada como cualquier otro trabajo y que esta no estuviese estrechamente relacionada con la fama.

En el caso de Robin Williams no solamente él ha mencionado los escollos de la fama, sino que sus familiares, amigos y conocidos han reconocido la obsesión que el actor tenía con mantener su estatus de celebridad. Como retratan sus allegados, Robin Williams necesitaba tener público en sus espectáculos, agradar a la audiencia y tener el beneplácito de esta para sentirse feliz. El actor, incluso, llegaba a obsesionarse en los rodajes porque pretendía realizar trabajos perfectos. Sin embargo, su entorno también admite que, aunque en escena parecía tener el control, lo cierto es que en su día a día el intérprete lidiaba con sus problemas de adicción. La fama, a su vez, le permitía costearse el alcohol y las drogas que tomaba, en parte, para continuar con su elevado ritmo de trabajo. Para Robin Williams la característica más perjudicial de la fama era la inestabilidad que esta generaba. A lo que se sumaba, si se daba el caso, el hecho de que los directores de los trabajos limitaran su creatividad y los comentarios negativos que algunos ciudadanos le exponían cuando le reconocían.

Contrariamente, Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo son dos personalidades que consideran que la fama, mayormente, les ha conllevado consecuencias positivas, aunque estas, evidentemente, no eliminan las negativas. Este es el caso de Kimberly Kardashian, quien, a pesar de afirmar haber estado obsesionada con hacerse famosa, reconoce que el vídeo pornográfico que la catapultó a la fama y su exposición en el

reality hacen que sienta que el público no la toma en serio cuando se embarca en un proyecto personal serio, como son sus estudios de Derecho. A su vez, la socialité reconoce que otra de las molestias que le acarrea la sobreexposición se produce cuando los medios de comunicación publican rumores e informaciones falsas o negativas sobre su familia. Uno de los sucesos en que la exposición también le resultó perjudicial se produjo cuando, a raíz de la publicación en redes sociales de varias fotografías con su anillo de compromiso, unos ladrones le atracaron para quitarle la joya. Posteriormente ella misma se arrepintió de haber mostrado el diamante de manera pública y constante en sus redes sociales.

Por su parte, las críticas que recibe, eso sí, asegura que ya no la perjudican, puesto que reconoce que es ella misma la que decide exponerse. Kimberly Kardashian, y aunque asume que a veces ha deseado tener más privacidad y disponibilidad para estar con sus amigos, asegura no ser una persona que se queje constantemente de la falta de intimidad, ya que es consciente de que sobreexponiéndose mediáticamente ha conseguido ganarse la vida. Misma opinión que comparte Mario Vaquerizo, quien sostiene que la fama no tiene nada de negativo, que sólo comporta ventajas. A él, según dice, también le dan igual las críticas que le puedan hacer, puesto que él mismo es quien ha tomado la decisión de exponerse. Por ello, considera que cuando la gente le pide una fotografía, como es conocido, debe hacérsela porque forma parte de la fama como profesión. Es más, agradece que la fama le ha dado la oportunidad de ganarse la vida haciendo trabajos que le agradan. Eso sí, reconoce que la fama le gusta porque la considera efímera, aprovecha las ventajas que le ofrece, pero, si se termina su éxito, dice no tener ningún problema en volver a trabajar de representante, como hacía antes de ser famoso.

Los cinco famosos del trabajo han sufrido, a consecuencia de su sobreexposición mediática, unas repercusiones. A raíz de exponerse y adquirir el estatus de celebridad, sus vidas cambiaron. Para Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams la visibilidad recibida conllevó consigo consecuencias más negativas que positivas, mientras que Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo consideran que las afectaciones positivas contrapesan las negativas. No obstante, y aunque para cada famoso las repercusiones son diversas y estas son percibidas de manera diferente por cada uno

de ellos, la fama tuvo consecuencias para todos. Del mismo modo, la opinión sobre la fama varía en cada caso analizado, lo que lleva a la cuarta hipótesis de la investigación, que sostiene que las celebridades tienen opiniones contrarias sobre la fama. Mientras Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams tienen una visión negativa sobre la fama, e incluso se arrepienten de haberla alcanzado, Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo mantienen una opinión positiva sobre ella.

El caso más claro de rechazo de la fama es el de Mara Wilson. La actriz, después de lograr entrar en el *star system*, se percató de las dificultades que conllevaba la fama, por lo que decidió alejarse de ella. Aunque considera que la fama le permitió vivir experiencias que ella cataloga como buenas, se alegra de haberse alejado del mundo mediático, de no ser reconocida constantemente e incluso de no seguir siendo una personalidad tan famosa como otras estrellas infantiles.

Asimismo, Jennifer Lawrence y Robin Williams, aunque ciertamente más la primera que el segundo, también tienen una opinión negativa sobre la fama. Jennifer Lawrence pasó de anhelar la fama, cuando era joven, a sentir que esta misma la encerraba una vez convertida ya en celebridad. La actriz ha llegado a reconocer, incluso, que no le gusta la vida que lleva como famosa y se niega a pensar que esta pueda ser considerada como normal. Para Robin Williams la fama fue sinónimo de inestabilidad, por lo que llegó a compararla con una cirugía a corazón abierto con una cuchara, puesto que consideraba que se necesitaba tiempo para adaptarse a ella. Aun así, Jennifer Lawrence y Robin Williams, y pese a exponer las consecuencias negativas que les comportó la fama, continuaron con su carrera artística y, a diferencia de Mara, no evitaron sobreexponerse.

En cambio, Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo tienen pensamientos positivos entorno a la sobreexposición, la atención mediática y la fama. La socialité considera que gracias a la fama ha dispuesto de una plataforma en la que se ha hecho oír, lo que le satisface, puesto que considera que ha entretenido y acompañado al público en su cotidianidad. Mario Vaquerizo, quien defiende que la fama es una profesión como otra cualquiera, considera que esta comporta unas repercusiones, como la ausencia de privacidad y el reconocimiento constante por parte del público. Si la

celebridad no puede conllevar las consecuencias de la fama, en su opinión, el famoso debe dedicarse a un oficio en que no reciba atención mediática y, de este modo, pueda ser tratado como cualquier otro ciudadano anónimo. Cabe destacar que justamente las dos personas con opiniones favorables entorno a la fama son las que, además, han tomado la decisión de incluso exponer mediáticamente sus momentos más íntimos al protagonizar sus propios realities.

En concreto, las personas que se encuentran a gusto con la fama, Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo, han logrado alcanzar el estatus de celebridad gracias a su espontaneidad y carisma. Son considerados socialités, dado que participan en actividades mediáticas, pero no fueron conocidos por un talento concreto, como sí lo fueron Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams, quienes son reconocidos, principalmente, como actores. Es destacable que las personas a las que más agrada la fama son, precisamente, quienes han entrado en el *star system* gracias a su personalidad. Contrariamente, quienes más reniegan de ella son las personas que alcanzaron el estrellato a raíz de su talento para la interpretación.

Independientemente del hecho por el que se hicieran conocidas y de su opinión entorno a la fama, Kimberly Kardashian y Jennifer Lawrence como han reconocido, se obsesionaron con alcanzar la fama. A pesar de diferir, una vez lograda la fama, sobre esta misma, ambas han afirmado que se empeñaron, desde jóvenes, en convertirse en personalidades populares. Mientras que la primera de ellas reconoció estar vergonzosamente obsesionada con la fama, la segunda aseguró que desde niña supo que quería ser famosa. A pesar de anhelar la fama, y mientras que Kimberly Kardashian sigue congratulándose de su estatus de celebridad, la opinión de Jennifer Lawrence varió al comprobar las consecuencias negativas de la misma. Quien también se obsesionó con la fama una vez alcanzada la posición de celebridad fue Robin Williams. En su caso, el temor llegó por la posibilidad de dejar de ser famoso, por no tener público y por no hacer reír a este. Así pues, Robin Williams ejemplifica que los famosos no solamente pueden obsesionarse con el hecho de convertirse en celebridades, sino que también pueden tener miedo a perder este estatus.

No obstante, los casos de Mario Vaquerizo y Mara Wilson muestran que no todos los famosos han estado, o están, obsesionados con serlo. De hecho, a Mario Vaquerizo le parece que quien pretenda mantener siempre su posición de celebridad, según dice, roza la esquizofrenia. Asimismo, tiene claro que el día en que deje de ser famoso no tendrá problema en volver a su trabajo de representante, puesto que considera que la fama no es para siempre. Mara Wilson, en cambio, se apartó del mundo mediático voluntariamente después de alcanzar la fama. En ambos casos, ni se ofuscaron en ser famosos, ni tampoco han tenido miedo a perder su popularidad.

Este último caso, el de Mara Wilson, muestra, a su vez, que el famoso puede dejar de serlo, o al menos puede recuperar cierto anonimato apartándose del foco mediático. En cambio, y a pesar de tener opiniones negativas sobre la fama dadas sus afectaciones, Jennifer Lawrence y Robin Williams no hicieron en ningún momento intento de desaparecer del mundo mediático. Más bien al contrario, pues, incluso después de aparecer en películas que obtuvieron gran popularidad, tomaron la decisión de continuar participando en sagas comerciales y en multitud de filmes y series, además de en programas de entretenimiento. Excepto Mara Wilson, el resto de los famosos analizados han realizado una exposición progresiva en que sus apariciones han ido aumentando con el paso de los años.

Aunque, si bien es cierto, las celebridades se quejan de falta de intimidad una vez alcanzada la fama, solamente Mara Wilson hizo intención de poner remedio a esta situación apartándose de la industria audiovisual y, por ende, de los medios de comunicación. La ausencia de privacidad, que es la consecuencia que más molesta a Jennifer Lawrence, también perjudica a Kimberly Kardashian, tal y como ella ha especificado. No obstante, esta última asume que, dado que protagoniza su propio reality show, en el que además muestra sus momentos más íntimos junto a su familia y amigos, no puede quejarse constantemente de ello, por lo que, con el tiempo, ha minimizado esta repercusión de la fama. Sin embargo, Jennifer Lawrence, quien se dio cuenta de la escasa privacidad que conllevaba la fama especialmente tras participar en *X-Men* y en las primeras películas de *Los juegos del hambre*, decidió seguir con su carrera mediática y volvió a participar en las siguientes entregas de dichas sagas, así como en otros filmes y programas. En definitiva, a pesar de quejarse

de la falta de intimidad, los famosos han seguido sobreexponiéndose y realizando apariciones mediáticas, lo que les ha comportado aún mayor atención por parte de los medios, mayor visibilidad y, en consecuencia, mayor reconocimiento público.

Si bien las consecuencias de la fama y la opinión sobre la misma difieren entre los famosos analizados, también lo hace entre ellos la concepción de la misma. Mientras que para Mario Vaquerizo la fama es una profesión como cualquier otra, en la que hay que soportar ciertas afectaciones, para Jennifer Lawrence la fama debería separarse de la actuación. Mientras Kimberly Kardashian y Mario Vaquerizo tratan la fama como una plataforma que les ha permitido tener voz y ganarse la vida realizando trabajos de su agrado, Jennifer Lawrence la vive como una consecuencia de la interpretación, la que considera únicamente su profesión. No obstante, la visibilidad que esta última logró, además de con las películas, con los programas de entretenimiento y las revistas en que apareció, aunque estos disten del mundo de la interpretación, ayudaron a fomentar la popularidad y el reconocimiento de la actriz.

Independientemente de la opinión de los famosos sobre la fama, Kimberly Kardashian, Mara Wilson, Jennifer Lawrence y Robin Williams han vivido, como han contado, momentos negativos relacionados con los medios de comunicación. A la primera de ellos le sucede cuando se publican informaciones negativas y noticias falsas acerca de su familia, aunque esta también se expone en el programa de telerrealidad. En el caso de Mara Wilson, sus molestias con los medios se dieron cuando, desde pequeña, la sexualizaron, ideando una imagen de niña perfecta y de modelo a seguir, lo que le generó responsabilidad y presión. A su vez, a Mara Wilson también le incomodaban las preguntas de los periodistas sobre temas de prostitución y los cuestionarios que le realizaban sobre supuestos novios cuando aún era una niña. Por su parte, a Jennifer Lawrence lo que más le incomoda es la ausencia de privacidad, en especial cuando se encuentra con su familia anónima, y la constante presencia de fotógrafos que la siguen a los lugares a los que acude.

Aunque Robin Williams, personalmente, no se quejó de la actuación de los medios, sí lo hizo su exmujer, Valerie Velardi, quien afirmó que las noticias falsas sobre la infidelidad del actor, la cual en realidad no se produjo porque ya no estaban juntos,

según ella, afectaron al intérprete y a la que en ese momento era su pareja, Marsha Garces. Mario Vaquerizo, en cambio, no se ha mostrado descontento en ninguna ocasión con el papel de los medios, puesto que entiende que la fama conlleva este tipo de situaciones con las que se han encontrado el resto de los famosos.

No obstante, cierto es que los medios de comunicación deberían evitar la publicación de informaciones falsas, imprecisas o sin contrastar. El hecho de que las informaciones relacionadas con las personalidades famosas tengan interés para la audiencia, no justifica la publicación de las mismas sin respetar las normas éticas de la profesión. Así pues, debe garantizarse que la información que va a publicarse sea verdadera y esté contrastada, así como que se respete el derecho a la privacidad y a la intimidad de la celebridad. Es por ello por lo que medios de comunicación, periodistas y fotógrafos deberían reflexionar sobre hasta qué punto son de interés público las informaciones que publican relacionadas con los famosos. La profesión periodística debería preguntarse si es realmente necesario mostrar en los medios a la celebridad cuando esta pasa el día con su familia anónima o simplemente acude a realizar actividades cotidianas como comprar café o comer en un restaurante.

Los famosos se nutren de los medios de comunicación para ganar visibilidad y reconocimiento, a la vez que los mismos medios utilizan a las celebridades para ganar audiencia y, por ende, beneficios. Mientras la fama comporta consecuencias, negativas y positivas, para el famoso, los medios participan de estas afectaciones realizando un papel de intermediario entre las celebridades y el público. Sin embargo, este protagonismo de los medios de comunicación no es un cheque en blanco con el que, por agradar al público y captar audiencia, puedan vender informaciones infundadas, que perjudiquen al famoso o que, incluso, vulneren la ética periodística.

7. Bibliografía y webgrafía

Alonso, Belén. (2007) - Entre lo popular y lo masivo. Aproximaciones a la prensa moderna. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 10, núm. 62, pp. 1-13.

Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/819/81906207.pdf>

Antena 3. (2011). Las campanadas más peculiares de la televisión. *Antena 3*.

Recuperado de: https://neox.atresmedia.com/programas/fin-de-ano/noticias/campanadas-mas-peculiares-television_20111229573af4c06584a80ce7af35e2.html

Antena 3. (2012). 'Alaska y Mario' vuelve con más de 240.000 espectadores. *Antena 3*.

Recuperado de: https://www.antena3.com/objetivotv/analisis/alaska-mario-vuelve-mas-240000-espectadores_201203195790a35c6584a8b7b429a697.html

Antena 3. (2012). Las Nancys Rubias ponen el broche final a 'Feliz Año Neox'.

Antena 3. Recuperado de: https://neox.atresmedia.com/programas/fin-de-ano/2012/nancys-rubias-ponen-broche-final-feliz-ano-neox_201212315735b59b6584a80ce7a9d029.html

Antena 3. (2013). Alaska y Mario Vaquerizo presentan 'Feliz año Neox'... XQSÍ.

Antena 3. Recuperado de: https://neox.atresmedia.com/programas/fin-de-ano/2013/alaska-mario-vaquerizo-presentan-feliz-ano-neoxxqsi_20131203573af6a96584a80ce7af3c35.html

Antena 3. (2015). Mara Wilson, la protagonista de 'Matilda', dejó de actuar porque padece problemas mentales. *Antena 3*. Recuperado de:

https://www.antena3.com/se-estrena/noticias/actualidad/mara-wilson-protagonista-matilda-dejo-actuar-porque-padece-problemas-mentales_201506045798f3d16584a8b7b4352bb4.html

Antena 3. (2016). Mario Vaquerizo sucumbe a la hipnosis de Jeff Toussaint. *Antena 3*.

Recuperado de: https://www.antena3.com/programas/mario-vaquerizo-sucumbe-hipnosis-jeff-toussaint_20160323571a422b6584a8abb57f6b09.html

Antena 3. (2018). Los créditos finales de 'Matilda' esconden una historia tan triste que te hará llorar. *Antena 3*. Recuperado de: https://www.antena3.com/se-estrena/noticias/creditos-finales-matilda-esconden-emotiva-historia-que-hara-llorar_201807055b3e2bd90cf24fdcf827d4dc.html

Antena 3. (2020). Mario Vaquerizo en 'Tu cara me suena'. *Antena 3*. Recuperado de: <https://www.antena3.com/programas/tu-cara-me-suena/temporada-8/mario-vaquerizo/>

Antena 3. (2020). Mario Vaquerizo en 'Me resbala'. *Antena 3*. Recuperado de: https://www.antena3.com/programas/me-resbala/mario-vaquerizo-en-me-resbala_202002285e5907380cf20bdcde31f966.html

Arucitysweb. (2011). *Nancys Rubias – Actuación en 'Arucitys'*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=BtrkB1pK5v0>

Berlin, Joey. (1996). *Toxic fame: celebrities speak on stardom*. California: Visible Ink Press.

Biografía. (s/f). *Biografía de Kim Kardashian*. Recuperado de: <https://biografia.org/kim-kardashian/>

Blair, Olivia. (2021). Kim Kardashian: 13 of her most interesting, iconic and baffling career milestones. *Elle*. Recuperado de: <https://www.elle.com/uk/life-and-culture/g34434604/kim-kardashian-career/>

Bland, Simon. (2020). 'Showbiz Kids': Matilda's Mara Wilson on panic attacks and the perfil off ame at an early age. *Yahoo!*. Recuperado de: <https://www.yahoo.com/entertainment/showbiz-kids-matilda-mara-wilson-panic-attacks-child-star-061721082.html>

Boroff, David. (2021). Legal Eagle. Where did Kim Kardashian go to college?. *The Sun*. Recuperado de: <https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/celebrities/14460685/kim-kardashian-pierce-college-lawyer-bar-exam/>

Bradshaw, Peter. (2010). 'Winter's bone'. *The Guardian*. Recuperado de:

<https://www.theguardian.com/film/2010/sep/16/winters-bone-review>

Braxton, Greg; Villarreal, Yvonne. (2014). Robin Williams: 'The crazy ones' was his last hurrah. *Los Angeles Times*. Recuperado de:

<https://www.latimes.com/entertainment/la-et-st-robin-williams-the-crazy-ones-was-his-last-hurrah-20140811-story.html>

Bremner, Jade. (2021). Tunden a Kim Kardashian por vestir a su mascota reptil con su línea de ropa. *Independent*. Recuperado de: <https://es-us.noticias.yahoo.com/kim-kardashian-criticada-vestir-mascota-175444166.html>

Buscabiografías. (s/f). *Jennifer Lawrence*. Recuperado de:

<https://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/9882/Jennifer%20Lawrence#:~:text=Jennifer%20Lawrence%20naci%C3%B3%20el%2015%20de%20agosto%20de%20hermanos%20mayores%20se%20llaman%20Ben%20y%20Blaine>

California Community Colleges. (s/f). *Robin Williams*. Recuperado de:

<https://www.cccco.edu/About-Us/Notable-Alumni/Robin-Williams>

Casa del libro. (s/f). *Mario Vaquerizo*. Recuperado de:

<https://www.casadellibro.com/libros-ebooks/mario-vaquerizo/37425>

Chapela, Cristina. (2012). Mario Vaquerizo: "si quisiésemos someternos al mercado no nos vestiríamos como sadomasoquistas". *Diario de Pontevedra*. Recuperado de:

<https://www.diariodepontevedra.es/articulo/cultura/mario-vaquerizo-si-quisiesemos-someternos-al-mercado-no-nos-vestiramos-como/20120116130500211616.html>

Coleman, Oli. (2017). The Kim Kardashian sex tape: an oral history. *Page Six*.

Recuperado de: <https://pagesix.com/2017/03/27/the-kim-kardashian-sex-tape-an-oral-history/>

Cook, Meghan. (2020). Danny DeVito has been in over 90 movies. Here are his 10 best and 10 worst ones. *Insider*. Recuperado de: <https://www.insider.com/best-and-worst-movies-with-danny-devito-2019-11>

Couture, Joe. (2018). Mario Vaquerizo: *Biografía y cosas que no sabías*.

Recuperado de: <https://littlejoecouture.com/blog/mario-vaquerizo-biografia/>

Cowen, Tyler. (2000). What price fame?. Londres: Harvard University Press.

Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=ca&lr=&id=8-yXfKdMpxgC&oi=fnd&pg=PA1&dq=what+is+fame&ots=COOPel7c_D&sig=SpaOhv3j1MwNJwFhwq0TbkO7qHE#v=onepage&q=what%20is%20fame&f=false

D'Souza, Christa. (2012). November *Vogue*: Jennifer Lawrence cover interview.

Vogue. Recuperado de: <https://www.vogue.co.uk/article/vogue-archive-jennifer-lawrence-cover-interview>

Daily Mail. (2011). Kim Kardashian releases her debut single Jam (Turn it up). *Daily Mail*.

Recuperado de: <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-1362285/Kim-Kardashian-releases-debut-single-Jam-Turn-It-Up.html>

DeCordova, Richard. (1990). *Picture personalities: the emergence of the star system in America*. Illinois: University of Illinois. Recuperado de:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=bAqT237X778C&oi=fnd&pg=PR7&dq=star+system&ots=zTFW9aAkTI&sig=7uxZqK4ja1eEu3bTFHoTFZK5Vs0#v=onepage&q=star%20system&f=false>

De La Fuente, Inés. (2019). Kim Kardashian dice que le debe su éxito a Paris Hilton.

Cosmopolitan. Recuperado de: <https://www.cosmopolitan.com/es/famosos/noticias-famosos/a28755255/kim-kardashian-paris-hilton-amigas-carrera/>

Díaz, Yolaine. (2014). Robin Williams regresa a un centro de rehabilitación. *People*.

Recuperado de: <https://peopleenespanol.com/article/robin-williams-regresa-un-centro-de-rehabilitacion/>

Diez Minutos. (2020). Alaska y Mario Vaquerizo, entre los nuevos invitados de 'Typical Spanish'. *Diez Minutos*. Recuperado de:

<https://www.diezminutos.es/teleprograma/programacion-tv/a33493072/typical-spanish-concurso-alaska-mario-vaquerizo-la-terremoto-marta-torne/>

Diez Minutos. (2021). Adrián Lastra, Aitana Sánchez-Gijón y Mario Vaquerizo en

'¿Quién quiere ser millonario?'. *Diez Minutos*. Recuperado de:

<https://www.diezminutos.es/teleprograma/programacion-tv/a36060462/quien-quiere-ser-millonario-antena3-mario-vaquerizo-adrian-lastra-aitana-sanchez-gijon/>

Dittus, B, Rubén. (2005). La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio. *Athenea Digital*, núm. 7, pp. 61-76. Recuperado de: <https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n7/15788946n7a4.pdf>

Dockterman, Eliana. (2014). An art gallery will display the hacked naked pictures of Jennifer Lawrence and Kate Upton. *Time*. Recuperado de: <https://time.com/3270496/jennifer-lawrence-kate-upton-hacked-naked-photos-art-show/>

Ebert, Roger. (2011). *Not a great comic book movie, not a bad one*. Recuperado de: <https://www.rogerebert.com/reviews/x-men-first-class-2011>

Ebert, Roger. (2012). *'The hunger games': reality TV is the opiate of the masses*. Recuperado de: <https://www.rogerebert.com/reviews/the-hunger-games-2012>

eCartelera. (s/f). *Mario Vaquerizo*. Recuperado de: <https://www.ecartelera.com/personas/mario-vaquerizo/filmografia/>

El Comercio. (2014). Kim Kardashian celebra el premio de la revista GQ a Mujer del año en redes sociales. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/kim-kardashian-mujer-ano-revista.html>

Eldoblaje.com. (s/f). *Mario Vaquerizo*. Recuperado de: <https://eldoblaje.com/datos/FichaActorDoblaje.asp?id=91834&Orden=T>

El Español. (2021). El ladrón que atracó a Kim Kardashian en París: “no hubo necesidad de amenazar. Ella colaboró”. *El Español*, Recuperado de: https://www.elespanol.com/corazon/celebrities/20210208/kim-kardashian-paris-no-necesidad-amenazar-colaboro/557444565_0.html

El HuffPost. (2021). Las declaraciones de Mario Vaquerizo y Alaska por las que han recibido multitud de críticas. *El HuffPost*. Recuperado de: https://www.huffingtonpost.es/entry/las-declaraciones-de-mario-vaquerizo-y-alaska-por-las-que-han-recibido-multitud-de-criticas_es_603c9f0bc5b6829715018afa

Elley, Dereck. (2008). 'The burning plain'. *Variety*. Recuperado de:
<https://variety.com/2008/film/features/the-burning-plain-1200507431/#!>

El País. (2018). Lo peor de la alfombra roja de los Premios Goya. *El País*.
Recuperado de:
https://elpais.com/elpais/2018/01/22/album/1516632199_454626.html#foto_gal_1

El Periódico (2020). El clan Kardashians pone fin a su 'reality' tras 20 temporadas. *El Periódico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/gente/20200909/familia-kardashians-television--programas--reality--20-temporadas--keeping-up-with-the-kardashi-8105478>

Estévez, María. (2020). Kim Kardashian: "las críticas no me van a detener". *Las Provincias*. Recuperado de: <https://www.lasprovincias.es/gente-estilo/kardashian-criticas-detener-20200424182935-ntrc.html>

Etimologías (s/f). *Etimología de fama*. Recuperado de:
<http://etimologias.dechile.net/?fama>

Europa FM. (2017). Las Nancys Rubias presentan sus 'Marcianos Ye-yés' en '¿Me pones?'. *Europa FM*. Recuperado de: https://www.europafm.com/programas/me-pones/audios-podcast/nancys-rubias-en-me-pones-presentando-sus-marcianos-yeyes_201706075937ef2a0cf26391845f4103.html

Europa Press. (2010). Las hermanas Kardashian escriben un libro para mujeres. *Europa Press*. Recuperado de: <https://www.europapress.es/chance/gente/noticia-hermanas-kardashian-escriben-libro-mujeres-20100621170346.html>

Europa Press. (2015). Mario Vaquerizo, invitado de honor de las preuvas de Neox. *Europa Press*. Recuperado de: https://www.teinteresa.es/tele/Mario-Vaquerizo-invitado-preuvas-Neox_0_1489652327.html

Expansión. (2014). Jennifer Lawrence rompe un récord Guinness. *Expansión*.
Recuperado de: <https://expansion.mx/lifestyle/2014/09/10/jennifer-lawrence-rompe-un-record-guinness>

Facebook (s/f) – *Kim Kardashian West*. Recuperado de:

<https://www.facebook.com/KimKardashian>

Flores Ruiz, Irene; Humanes Humanes, María Luisa. (2014). Hábitos y consumos televisivos de la generación digital desde la perspectiva de los usos y gratificaciones. Estudio de caso en la Universidad Rey Juan Carlos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 5(1), pp. 137-155. Recuperado de:

https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/36802/5/ReMedCom_05_01_10.pdf

Forbes. (2015). Jennifer Lawrence, la actriz mejor pagada del 2015. *Forbes*. Recuperado de: <https://forbes.es/listas/7507/jennifer-lawrence-la-actriz-mejor-pagada-del-2015/>

Forbes. (2016). The world's highest-paid actresses. *Forbes*. Recuperado de: <https://www.forbes.com/pictures/emjl45efgmh/1-jennifer-lawrence/?sh=1ab25d7c6050>

Fórmula TV. (2013). 'Alaska y Mario' (2,7%) cierra su tercera temporada en MTV con récord histórico de audiencia. *Fórmula TV*. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/31965/alaska-mario-cierra-tercera-temporada-mtv-record-historico-audiencia/>

García, Cecilia. (2017). Chenoa y Mario Vaquerizo se incorporan a 'Zapeando'. *La Razón*. Recuperado de: <https://www.larazon.es/sociedad/comunicacion/chenoa-y-mario-vaquerizo-se-incorporan-a-zapeando-EJ14595652/>

García Celdrán, María; Encabo, Enrique. (2019). Triunfo, fama y talento. Audiencias juveniles y educación musical a través de los mass media. *EU-topías*, dossier de 2019, pp. 145-155. Recuperado de: <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/75618/7523074.pdf?sequence=1&isAllo wed=y>

Gardner, David; Moore-Bridger, Benedict. (2014). Jennifer Lawrence nude potos hacked: star's pictures leaked in apparent assault on Apple iCloud. *Evening Standard*. Recperado de: <https://www.standard.co.uk/news/world/fury-as-hacker-posts-nude-pictures-of-hollywood-stars-including-jennifer-lawrence-9703290.html>

Gavilán, Olga. (2010). Cuando la fama destruye al famoso. *20 minutos*. Recuperado de: <https://www.20minutos.es/noticia/839000/0/fama/destruye/famoso/?autoref=true#>

Golf, Susana. (2012). Mario Vaquerizo: “la fama es como el pop, efímera por concepto”. *Levante*. Recuperado de: <https://www.levante-emv.com/sociedad/2012/04/27/vaquerizo-fama-pop-efimera-concepto-12988087.html>

González, Renata. (2020). Las razones por las que 'Keeping up with the Kardashians' llega a su fin. *Quién*. Recuperado de: <https://www.quien.com/espectaculos/2020/09/09/razones-keeping-up-with-the-kardashians-llega-a-su-fin>

González, Víctor. M. (2020) – Fama. *GQ*, núm. 264, pp. 88-91. Recuperado de: <https://cdn.revistagq.com/micros/gq-abril-2020/gq-264-v3.pdf>

Gower, Eleanor. (2013). “I always knew I’d be famous”: But Jennifer Lawrence admits she’s “not okay” with her celebrity as she appears on prestigious September *Vogue* cover. *Daily Mail*. Recuperado de: <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2389726/Jennifer-Lawrence-covers-Vogues-September-issue-says-knew-shed-famous.html>

Greco, Alanna Lauren. (2019). Kim Kardashian says the hardest part about being so famous is keeping in touch with her friends. *Cosmopolitan*. Recuperado de: <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/a29931952/kim-kardashian-hardest-part-famous-keeping-up-friends/>

Haney, Stephanie. (2018). Ratings drop sharply for 'Keeping up with the Kardashians' season 15 finale, bringing in less views than momager Kris Jenner's latest social media video promoting the show. *Daily Mail*. Recuperado de: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-6489137/Ratings-drop-sharply-Keeping-Kardashians-Season-15-finale.html>

Hare, Breeanna. (2014). Jennifer Lawrence on fame, love and an Oscar loss. *CNN*. Recuperado de: <https://edition.cnn.com/2014/05/08/showbiz/celebrity-news-gossip/jennifer-lawrence-marie-claire/index.html>

IMDb. (s/f). *Jennifer Lawrence - Awards*. Recuperado de:

<https://www.imdb.com/name/nm2225369/awards>

IMDb. (s/f). *Jennifer Lawrence - Filmography*. Recuperado de:

<https://www.imdb.com/list/ls066338065/>

IMDb. (s/f). *Mara Wilson – Awards*. Recuperado de:

<https://www.imdb.com/name/nm0933798/awards>

IMDb. (s/f). *Mara Wilson – Biography*. Recuperado de:

https://www.imdb.com/name/nm0933798/bio?ref_=nm_ov_bio_sm

IMDb. (s/f). *Mara Wilson – Filmography*. Recuperado de:

<https://www.imdb.com/name/nm0933798/>

IMDb. (s/f). *Robin Williams – Awards*. Recuperado de:

<https://www.imdb.com/name/nm0000245/awards>

IMDb. (s/f). *Robin Williams – Filmography*. Recuperado de:

<https://www.imdb.com/list/ls051861195/>

Instagram (s/f) – *Kim Kardashian West*. Recuperado de:

<https://www.instagram.com/kimkardashian/>

Inzunza, Francisco. (2020). ¿Cómo empezó la amistad entre Paris Hilton y Kim Kardashian?. *Debate*. Recuperado de: <https://www.debate.com.mx/show/Cuando-Paris-Hilton-comparo-el-trasero-de-Kim-Kardashian-con-un-requeson-relleno-en-una-bolsa-de-basura-20201012-0044.html>

Janssen, Jan. (2020). Jennifer Lawrence interview: Oscar winning ‘Marvel’ and ‘Hunger games’ star on body positivity, dodging paparazzi and keeping it real in the Hollywood machine. *Style*. Recuperado de:

<https://www.scmp.com/magazines/style/news-trends/article/3097293/jennifer-lawrence-interview-oscar-winning-marvel-and>

Jiménez Cano, Rosa. (2016). Detenido el ‘hacker’ de las famosas. *El País*.

Recuperado de:

https://elpais.com/elpais/2016/03/16/estilo/1458127856_283477.html

Jordan, Dearbail. (2019). ¿Cómo hicieron su fortuna las Kardashian?. *BBC*.

Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47853330>

Journal Storage. (s/f). *Uses and gratifications research*. Recuperado de:

<https://www.jstor.org/stable/2747854?seq=1>

Kanye West. (2019). Kanye West interviews wife and *Vogue Arabia* cover star Kim

Kardashian. *Vogue*. Recuperado de: [https://en.vogue.me/culture/kanye-west-](https://en.vogue.me/culture/kanye-west-interviews-kim-kardashian-west/)

[interviews-kim-kardashian-west/](https://en.vogue.me/culture/kanye-west-interviews-kim-kardashian-west/)

Kichina, Nastia. (2013). *Jennifer Lawrence talks about tackling fame*:

https://vk.com/video-51728190_166796030

Kirby, Stephanie. (2020). 50 Kim Kardashian quotes on life, family and fame.

Everyday Power. Recuperado de: [https://everydaypower.com/kim-kardashian-](https://everydaypower.com/kim-kardashian-quotes/)

[quotes/](https://everydaypower.com/kim-kardashian-quotes/)

Kit, Borys. (2011). 'X-Men: first class': what the critics say. *The Hollywood Reporter*.

Recuperado de: <https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/x-men-first-class-what-193097>

La factoría del show. (s/f). *Nancys Rubias*. Recuperado de:

<https://www.lafactoriadelsow.com/nancys-rubias/>

La Provincia. (2012). Mario Vaquerizo, el famoso que faltaba. *La Provincia*.

Recuperado de: <https://www.laprovincia.es/vida-y-estilo/gente/2012/01/23/mario-vaquerizo-famoso-faltaba-10606006.html>

La Vanguardia. (2015). 'Alaska y Mario' regresa a MTV con la cuarta temporada. *La Vanguardia*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/television/programas/20150611/54432212808/alaska-y-mario-mario-vaquerizo-reality-regreso-temporada>

La Vanguardia. (2019). Kim Kardashian, una estudiante más de Derecho yendo a hacer un examen. *La Vanguardia*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/muyfan/20190418/461717968774/kim-kardashian-derecho-examen.html>

La Vanguardia. (2020). Kim Kardashian se estrena: su primer error de Photoshop del año. *La Vanguardia*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/muyfan/20200124/473097030766/kim-kardashian-instagram-error-photoshop.html>

La Vanguardia. (2020). Oleada de críticas a Kim Kardashian por lucir este peligroso corsé. *La Vanguardia*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/muyfan/20200625/481944702568/kim-kardashian-corse-peligroso-criticas.html>

La Vanguardia. (2021). Alaska y Mario celebran con 'MasterChef' su programa 200. *La Vanguardia*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/television/20210420/6986110/alaska-mario-celebran-masterchef-programa-200.html>

Last.fm. (s/f). *Kim Kardashian – Shake*. Recuperado de:

https://www.last.fm/music/Kim+Kardashian/_/Shake

Last.fm. (s/f). *Nancys Rubias*. Recuperado de:

<https://www.last.fm/es/music/Nancys+Rubias>

Lecturas. (s/f). Jennifer Lawrence. *Lecturas*. Recuperado de:

<https://www.lecturas.com/famosos/jennifer-lawrence>

López, Antonio. (2016). Mario Vaquerizo: “la fama solo tiene ventajas”. *Diario de Córdoba*. Recuperado de:

<https://www.diariocordoba.com/contraportada/2016/05/12/mario-vaquerizo-fama-ventajas-36855575.html>

LOS40. (2016). Los nueve actores más jóvenes que ganaron un Oscar. *LOS40*. Recuperado de:

https://los40.com/los40/2016/02/26/album/1456487802_457009.html#foto_gal_1

Martínez, Almudena. (2019). Estos han sido todos los cameos de los concursantes de 'OT 2018' en la tercera temporada de 'Paquita Salas'. *Fórmula TV*. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/todos-cameos-concursantes-ot-2018-tercera-temporada-paquita-salas-93486/>

Medina, Marta. (2018). Y Robin Williams perdió la cabeza: el impactante documental de HBO. *El Confidencial*. Recuperado de:

https://www.elconfidencial.com/cultura/2018-07-31/robin-williams-muerte-vida-historia-hollywood_1597720/

Megía, Carlos. (2019). Paris Hilton y Kim Kardashian: cronología de la amistad que inventó a la 'celebrity' moderna. *El País*. Recuperado de:

<https://smoda.elpais.com/celebrities/vips/paris-hilton-kim-kardashian-amistad-celebrity-moderna/>

Merenciano, Carlos. (2017). Alaska y Mario Vaquerizo fichan por 'Ella es tu padre' como personajes hijos. *Fórmula TV*. Recuperado de:

<https://www.formulatv.com/noticias/71380/alaska-mario-vaquerizo-fichan-ella-es-tu-padre-personajes-hijos/>

Metacritic. (s/f). 'Thomas and the magic railroad'. Recuperado de:

<https://www.metacritic.com/movie/thomas-and-the-magic-railroad/critic-reviews>

Mitele. (2016). 'Levántate All Stars'. *Mitele*. Recuperado de:

<https://www.mitele.es/programas-tv/levantate-all-stars/>

Montón, Lorena. (2021). Uno de los ladrones que robó a Kim Kardashian en París publica un libro sobre el atraco. *La Vanguardia*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/muyfan/20210201/6215299/kim-kardashian-robo-paris-ladron-libro.html>

Montoya, Leydy. (s/f). *Biografía de Mara Wilson*. Recuperado de: <https://historia-biografia.com/mara-wilson-la-actriz-de-matilda/amp/>

Morán, David. (2020). Mark David Chapman, el asesino entre el centeno. *La Vanguardia*. Recuperado de: https://www.abc.es/cultura/musica/abci-mark-david-chapman-asesino-entre-centeno-202012060122_noticia.html

MTV España. (s/f). 'Alaska y Mario'. *MTV España*. Recuperado de:

<http://www.mtv.es/programas/tik4kf/alaska-mario>

Mundo Deportivo. (2016). Mario Vaquerizo y Alaska vuelven hoy a la televisión.

Mundo Deportivo. Recuperado de:

<https://www.mundodeportivo.com/elotromundo/television/20160130/301781330966/mario-vaquerizo-alaska-television-raquel-sanchez-silva-likes-cero-movistar.html>

Música.com. (s/f). *Biografía de Nancys Rubias*. Recuperado de:

<https://www.musica.com/letras.asp?biografia=24017>

Nancys Rubias. (2013). *Me encanta (I love it)*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=W2v72CID98M>

Navarro, Sergio. (2021). Mario Vaquerizo ('LOL: si te ríes, pierdes'): "si me llaman de un concurso de estar mudo, muero directamente". *Fórmula TV*. Recuperado de:

<https://www.formulatv.com/videos/mario-vaquerizo-lol-si-te-ries-pierdes-mudo-muero-23380/>

Night Vale Presents. (s/f). *Mara Wilson*. Recuperado de:

<http://www.nightvalepresents.com/welcome-to-night-vale-transcripts/tag/Mara+Wilson>

NYC-Arts. (s/f). *Sheeple*. Recuperado de: [https://www.nyc-](https://www.nyc-arts.org/events/73208/sheeple)

[arts.org/events/73208/sheeple](https://www.nyc-arts.org/events/73208/sheeple)

OWN. (2018). *Robin Williams compares fame to: "open geart surgery with a spoon" – The Oprah Winfrey Show – OWN*. Recuperado de:

<https://www.bing.com/videos/search?q=robin+williams+talks+about+fame&docid=607996838127602674&mid=CF6BCD921921536CC5CCCF6BCD921921536CC5CC&view=detail&FORM=VIRE>

Paramount Network. (2018). 'Alaska y Mario'. *Paramount Network*. Recuperado de:

<https://www.paramountnetwork.es/series/alaska-y-mario/ad9nmc/temporada-5>

Perceval, José María. (2015). *Historia mundial de la comunicación*. Madrid:

Ediciones Cátedra.

Piñeiro, Raquel. (2017). Kim Kardashian: la historia de la cinta porno que transformó el siglo XXI. *Vanity Fair*. Recuperado de:

<https://www.revistavanityfair.es/sociedad/celebrities/articulos/kim-kardashian-historia-cinta-porno/23977>

Plaza, Juan. F. (2005). *Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes. La representación de los famosos*. Madrid: Editorial Fundamentos.

Recuperado de:

<https://books.google.es/books?hl=ca&lr=&id=8ew2COfSyLIC&oi=fnd&pg=PA141&dq=famosos+como+objeto&ots=AQqogQwPSi&sig=aHD0wiiLKL8MftYLnU9Fzullrg#v=onepage&q=famosos%20como%20objeto&f=false>

Ponce de Leon, Charles. L. (2002). *Self-exposure: human-interest journalism and the emergence of celebrity in America, 1890-1940*. Carolina del Norte: The University of North Carolina Press. Recuperado de:

https://books.google.es/books?id=parqCQAAQBAJ&pg=PA11&hl=es&source=gbs_to_c_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

RAE (s/f). *Definición de fama*. Recuperado de <https://dle.rae.es/fama>

Redondo, David. (2016). Mario Vaquerizo: “la fama no es para siempre; el problema es que te lo creas”. *LOS40*. Recuperado de:

https://los40.com/los40/2016/02/25/cinetv/1456418617_156255.html

Reina, Eduardo. (2017). Que hablen bien o mal; lo importante es que hablen de mí. *Diario San Francisco*. Recuperado de: <http://www.diariosanfrancisco.com.ar/hablen-bien-mal-lo-importante-hablen/>

Rincón, Omar. (2013). *Narrativas mediáticas. O como se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=A_8BwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=sobreexposici%C3%B3n+medi%C3%A1tica&ots=FMstjs07hq&sig=pq-PCnv3k9BVT1klWZtn1VYqH4o#v=onepage&q=sobreexposici%C3%B3n%20medi%C3%A1tica&f=false

Rivière, Margarita. (2008). *Fama, medios y opinión pública* (Tesis doctoral).

Recuperado de: https://fundaciobofill.cat/uploads/docs/8/2/7/o/0/8/y/8/h/1555_0.pdf

Rivière, Margarita. (2011). La fama como indumentaria vital. *Emblemata*, 17, pp. 179-187. Recuperado de:

<https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/31/78/11riviere.pdf>

Robin Williams Fansite. (s/f). *Waiting for Godot*. Recuperado de: <http://robin-williams.net/godot.php>

Rodrigo Alsina, Miquel; Estrada Alsina, Anna. (2008). *La perspectiva funcionalista de las teorías de la comunicación*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Recuperado de:

http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID_00245230/PID_00245230.html

Rodríguez, Sonsoles. (2009). Mario Vaquerizo propone “una cita con Nancys Rubias”. *El Confidencial*. Recuperado de:

https://www.elconfidencial.com/cultura/2009-01-23/mario-vaquerizo-propone-una-cita-con-nancys-rubias_1098131/

RTVE. (2015). ‘En la tuya o en la mía’ – Alaska y Mario Vaquerizo. *RTVE*.

Recuperado de: <https://www.rtve.es/alacarta/videos/en-la-tuya-o-en-la-mia/tuya-mia-alaska-mario-vaquerizo/3410579/>

RTVE. (s/f). ‘MasterChef Celebrity 3’ - Mario Vaquerizo. *RTVE*. Recuperado de:

<https://www.rtve.es/television/masterchef-celebrity/concursante/mario-vaquerizo/>

Schickel, Richard. (1989). Cinema: a bothered school spirit. *Time*. Recuperado de:

<http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,957853,00.html>

Scott, Anthony Oliver. (2010). Where life is cold, and kin are cruel. *The New York Times*. Recuperado de:

<https://www.nytimes.com/2010/06/11/movies/11winter.html>

Semana. (s/f). Mario Vaquerizo. *Semana*. Recuperado de:

<https://www.semana.es/famoso/mario-vaquerizo/#famoso-content>

Semana. (s/f). Kim Kardashian. *Semana*. Recuperado de:

<https://www.semana.es/famosos/famoso/kim-kardashian/#famoso-content>

SensaCine. (s/f). 'El Club de los poetas muertos'. Recuperado de:
<https://www.sensacine.com/peliculas/pelicula-5280/criticas-prensa/>

SensaCine. (s/f). 'Matilda'. Recuperado de:
<https://www.sensacine.com/peliculas/pelicula-15277/criticas-prensa/>

SensaCine. (s/f). Robin Williams – Biografía. Recuperado de:
<https://www.sensacine.com/actores/actor-1191/biografia/>

Status. (2011). Mario Vaquerizo: "yo no sufro la crisis". *Status*. Recuperado de:
<https://www.eleconomista.es/status/noticias/3562616/11/11/Mario-Vaquerizo-Yo-no-sufro-la-crisis.html>

Taquilla España. (2019). 'X-Men', datos de recaudación total de las películas del universo X-Men en España. Recuperado de: <https://www.taquillaespana.es/sagas/x-men/>

Terán, Borja. (2013). 'Alaska y Mario', un éxito artificial. *La Información*. Recuperado de: <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/alaska-y-mario-mtv/21169/?autoref=true>

The Filmography. (s/f). Kim Kardashian - Filmography. Recuperado de:
<https://www.thefilmography.com/kim-kardashian-3954.php>

The Filmography. (s/f). Robin Williams – Filmography. Recuperado de:
<https://www.thefilmography.com/robin-mclaurim-williams-2733.php#:~:text=His%20most%20memorable%20movies%20have%20been%20%E2%80%98Dead%20Poets,Gradually%2C%20he%20moved%20to%20television%20and%20then%20films>

TMZ. (2014). Robin Williams. 'The crazy ones' cancellation devastating. 'A personal failure'. *TMZ*. Recuperado de: <https://www.tMZ.com/2014/08/16/robin-williams-the-crazy-ones-cancelled-depression-suicide/>

Travers, Peter. (2012). 'The hunger games' is irresistible. *CNN*. Recuperado de:
<https://edition.cnn.com/2012/03/22/showbiz/movies/hunger-games-review-rs/index.html>

Trias, Enric. (2018) – El motivo por el que Kim Kardashian se hizo famosa hace una década. *La Vanguardia*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/gente/20180729/451122288522/kim-kardashian-motivo-famosa-paris-hilton.html>

Truong, Peggy. (2016). Kim Kardashian talks about pitfalls of fame in chilling interview taped before robbery. *Cosmopolitan*. Recuperado de:

<https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/a7027417/kim-kardashian-privacy-social-media-60-minutes-robbery-interview/>

TV Guide. (s/f). *Jennifer Lawrence*. Recuperado de:

<https://www.tvguide.com/celebrities/jennifer-lawrence/credits/3000386969/>

Twitter (s/f) – *Kim Kardashian West*. Recuperado de:

<https://twitter.com/kimkardashian>

Valdés, Ofelia Andrea; Jiménez, Donaciano; Muñoz, Caupolicán. (2017). ¿Qué tanto afecta la fama y el éxito sobre la esperanza de vida? Caso de estudio: ganadores y nominados a los premios Oscar. *Salud y Sociedad*, vol. 8, núm. 1, pp. 36-50.

Recuperado de:

<https://revistas.ucn.cl/index.php/saludysociedad/article/view/1636/pdf>

Vertele. (2011). ‘Alaska y Mario’ dan a MTV una de sus mejores noches. *Vertele*.

Recuperado de: https://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/Alaska-Mario-MTV-mejores-noches_0_1244575540.html

Vertele. (2012). Mario Vaquerizo, el que faltaba en ‘La que se avecina’. *Vertele*.

Recuperado de: https://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/Mario-Vaquerizo-faltaba-avecina_0_1363963607.html

Vertele. (2018). Las Campos almuerzan con Alaska y Mario en un crossover de personalities. *Vertele*. Recuperado de:

https://vertele.eldiario.es/noticias/destacadosdeprogramacion28agosto-lascampos-alaska-vaquerizo_1_7455386.html

Villalba, Juanjo. (2020). "Ya no soy yo": los últimos días de Robin Williams, un genio que se estaba rompiendo por dentro. *El País*. Recuperado de:

https://elpais.com/elpais/2020/09/21/icon/1600685536_502169.html

Whitaker, Bill. (2018). Jennifer Lawrence surprising trip to the top of Hollywood. *CBS*.

Recuperado de: <https://www.cbsnews.com/news/jennifer-lawrence-surprising-trip-to-the-top-of-hollywood/>

Wightman, Catriona. (2013). Jennifer Lawrence on fame 'meltdown': "I'm not okay with it". *Digital Spy*. Recuperado de:

<https://www.digitalspy.com/showbiz/a506067/jennifer-lawrence-on-fame-meltdown-im-not-okay-with-it/>

Wilson, Mara. (2013). *7 reasons child stars go crazy (an insider's perspective)*.

Recuperado de: <https://www.cracked.com/blog/7-reasons-child-stars-go-crazy-an-insiders-perspective/>

Wilson, Mara. (2016). 'Being cute just made me miserable': Mara Wilson on growing up in Hollywood. *The Guardian*. Recuperado de:

<https://www.theguardian.com/global/2016/sep/17/being-cute-mara-wilson-growing-up-hollywood>

Wilson, Mara. (2016). *Where am I now? True stories of girlhood and accidental fame*. Nueva York: Penguin Books. Recuperado de:

https://books.google.es/books?id=yKOoCwAAQBAJ&pg=PA1&hl=es&source=gbs_to_c_r&cad=4#v=onepage&q&f=false

Wilson, Mara. (2021). The lies Hollywood tells about little girls. *The New York Times*.

Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2021/02/23/opinion/britney-spears-mara-wilson-hollywood.html>

Zaid, Gabriel. (2005). El secreto de la fama. *Letras Libres*, enero de 2005, pp. 14-16.

Recuperado de:

https://www.letraslibres.com/sites/default/files/files6/files/pdfs_articulos/pdf_art_1013_1_7719.pdf

Zeleb. (s/f). Biografía de Mario Vaquerizo. *Zeleb*. Recuperado de:

<https://www.zeleb.es/c/biografia-de-mario-vaquerizo>

Zeleb. (s/f). *Biografía de Jennifer Lawrence*. Recuperado de:

<https://www.zeleb.es/c/biografia-de-jennifer-lawrence>

Zeleb. (2011). ¿Quiénes son los colaboradores que hacen divertido ‘El hormiguero’?.

Zeleb. Recuperado de: <https://www.zeleb.es/tv/n/quienes-son-los-colaboradores-que-hacen-divertido-el-hormiguero-04112>

Zenovich, Marina. (2018). *Robin Williams: come inside my mind*. Recuperado de:

<https://pelis-plus.tv/en-la-mente-de-robin-williams/>

8. Anexos

1. Cuadro de celebridades investigadas previamente

Cuadro previo a la selección de casos. Incluye los famosos que se investigaron en un primer momento con el fin de obtener dos celebridades con visión positiva de la fama, dos con visión negativa de la misma y una celebridad que se apartara del foco mediático. Incluye, por tanto, los casos seleccionados y los descartados.

Celebridad con visión positiva de la fama	Celebridad apartada del foco mediático	Celebridad con visión negativa de la fama
Kimberly Kardashian	Mara Wilson	Jennifer Lawrence
Mario Vaquerizo	Enya	Robin Williams
Cristina La Veneno	Sofía Nieto	Britney Spears
George Clooney	Andrés de la Cruz	Katy Perry
Macaulay Culkin	Isabel Aboy	Lady Gaga
	Miguel Ángel Valero	Angy
		Miley Cyrus
		Beyoncé
		Jennifer Anniston
		Kristen Stewart
		Marilyn Monroe
		Paris Hilton
		Kate Moss
		Lindsay Lohan
		Jesy Nelson

 En color verde aparecen las celebridades seleccionadas para la investigación.

 En color rojo aparecen las celebridades descartadas para la investigación.