

## Mundo Disneylandia. Retratos de la sociedad como parque temático en las series y el cine

Roger Ferrer Ventosa<sup>1</sup>  
Universidad de Girona

### Resumen:

En el presente artículo se estudiará una de las condiciones nucleares del mundo desde los años setenta del siglo XX: la ciudad concebida como un parque temático para una población entendida como cliente, con Las Vegas y Disneylandia como fenómenos paradigmáticos que establecerán modelos de ciudad o de espacio. Estas ideas urbanísticas y arquitectónicas se han trasladado a diversos filmes y series de la misma época, como *El mundo* (con su dicotomía entre público y trabajadores del parque), *Almas de metal-Westworld* (la idea de diversión con gran rendimiento económico), *Parque Jurásico* (parque en el que se aúnan los intereses científicos y económicos) o *El Show de Truman* (un mundo ficticio controlado por un realizador televisivo). También se propone un contramodelo en la serie *Carnivàle* y su idea del circo, próxima en algunos aspectos al parque temático pero que resulta en esencia un fenómeno antitético.

**Palabras clave:** Parque temático, Ciudad global, Simulacro, Disneylandia, Blockbuster, Circo.

### Abstract:

In this article I will study one of the nuclear conditions of the world since the 1970s: the city conceived as a theme park for a population understood as client, with Las Vegas and Disneyland as paradigmatic phenomena that will establish city or space models. These urbanistic and architectural ideas have been translated into various films and TV shows from the same time, such as *The World* (with its dichotomy between the crowd and the workers of the park), *Westworld* (the idea of fun with great economic performance), *Jurassic Park* (a park in which scientific and economic interests are combined) or *The Truman Show* (a fictional world controlled by a television producer). I also propose a countermodel in the TV series *Carnivàle* and its idea of the circus. That idea is close to the theme park in some aspects but, at its core, it is an antithetical phenomenon.

**Keywords:** Theme park, Global city, Drill, Disneyland, Blockbuster, Circus.

## Venga la fantasía y sueñe con nosotros (la “parque tematización” del urbanismo)

El posmodernismo se despertó asomándose al espejo de Las Vegas y se irá a dormir con un intento de convertir Disneylandia en modelo universal, tanto del tipo de urbanismo como de la organización de las sociedades. Si hay una idea nuclear en la estética de la época es la de simulación, de la que parten muchas otras<sup>2</sup>. La realidad se concibe como una fiesta de disfraces, con la ciudad de los proyectos convertida en parque de atracciones; cada elemento fascinante promete sensaciones sin fin, una glorificación del goce individual, de la elección de consumo y de banalización de lo estético.

«Más aún, el simulacro lo trasciende e invalida, en nombre del espejismo de una ideología y de un modo de vida posmodernos. El triunfo moderno del simulacro sustituye la realidad por la apariencia de lo real<sup>3</sup>». Ninguna idea del espacio ha marcado tanto al periodo como esta. Promueve una experiencia incardinada en el modo de vida capitalista, en el cual cada objeto de consumo es una copia de una copia. ¿O alguien puede reclamar para sí la posesión del original de un ordenador Mac, de una prenda de ropa Zara, de un vehículo BMW? Y es que el simulacro aspira a suplantar a su modelo, «una réplica más real que lo real; a una simulación que disuelve las fronteras entre la realidad misma y su reproducción, entre lo real y lo falso<sup>4</sup>». Hiperrealidad más real que la vida misma, como los ultracuerpos de *La invasión de los ultracuerpos* (*Invasion of the Body Snatchers*, 1978) que suplantán finalmente al original humano<sup>5</sup>; el simulacro hiperreal genera progresivamente una semejanza mejor lograda y al tiempo más absorbente.

Este peculiar e idiosincrásico tratamiento del espacio en el cine posmodernista se podría esbozar un poco a la insólita y abstracta manera de *Dogville* (Lars von Trier, 2003), con la silueta de edificios y objetos pintada sobre el suelo<sup>6</sup>, un poco como ya había realizado Jarman en *Wittgenstein* (Derek Jarman, 1993). Con esa abstracción del espacio, von Trier dirige toda la atención hacia los cuerpos, materialidad de la escena, con «personajes moviéndose como sonámbulos entre zonas de incertidumbre<sup>7</sup>».

Von Trier apenas sumó a la ascética y simbólica escenografía algunos objetos que aportan la fuerza de significación y el necesario fetichismo por el objeto, innegable piedra axial de la sociedad estadounidense, de la que *Dogville* resalta sus raíces bienintencionadas y mojigatas, así como el contradictorio y fatal resultado homicida de las mismas. La en principio amorosa protagonista acaba aplicando la ley del Talión, en unas matanzas cometidas por su padre gángster de la comunidad que previamente la había torturado a ella, moderna Antígona, en palabras de Domènec Font<sup>8</sup>. La ciudad posmoderna nace de pueblos como *Dogville*, según puede desprenderse del filme del cineasta danés.

La idea de simulacro de la realidad, también de algo más auténtico y originario que ella, hunde sus raíces en toda la tradición hermético-platónica Platón, pero con periodos de efervescencia como el barroco o el posmodernismo, con el que aquel presenta tantas concomitancias. De hecho, el tipo escenográfico del posmodernismo habría hecho las delicias de barrocos y rococós, por lo que ha venido a divulgarse bajo la denominación de barroco electrónico, similar al neobarroco acuñado por Omar Calabrese.

La megalópolis copia su modelo del de los casinos. En el celeberrimo *Aprendiendo de Las Vegas* Robert Venturi, Denise Scott Brown y Steven Izenour, en especial el primero, dieron el pistoletazo de salida a la nueva sensibilidad urbanística y arquitectónica, con una teoría en que se las vincula a la experiencia cotidiana en el tardocapitalismo, en palabras de Bernardele, en «relación directa con el mundo del consumo y el de la duplicidad», en una arquitectura que acepta «motivos decorativos y hasta hedonísticos [...], arquitectura propaganda, que el [sic] había anunciado, y que era más un objeto de consumo que una solución habitacional<sup>9</sup>».

La particular arquitectura escenográfica y hipersignica cuyo paradigma es Las Vegas se acomoda al resto de la ciudad global; en un ejemplo paradigmático, se construyen por ejemplo estancos en forma de puro o hamburgueserías como tal pieza de carne, un colosal icono mediante el cual informar al público de lo que se vende. Ese tipo de edificio-signo sirve «como imágenes de reconocimiento que se transforman en símbolos, cual reclamos en los procesos de identificación afectiva y emocional, simbólica y social, que, aunque hayan sustituido a los logotipos *pop*, cumplen un papel similar en los procesos de comunicación, en la arquitectura como medio de masas<sup>10</sup>». Así, estrategias propias de la publicidad, como los logos o el prestigio de la marca, se trasladan a la arquitectura.

La ciudad del juego en Nevada pasó a ser a finales de los setenta el modelo de urbanismo y de negocios a copiar: «banco de ensayos para experimentos inéditos en el ámbito de la arquitectura bajo la influencia de la cultura *pop*<sup>11</sup>». La metrópolis, pensada para ser recorrida en vehículo, tenía que convertirse en un parque temático con edificios signicos, simulacros culturales de clásicos arquitectónicos. Los edificios de la ciudad han de exponer uno de los criterios fundamentales de esta nueva tendencia urbanística y arquitectónica: «el mensaje que la publicidad envía al consumidor se convertirá en el principal objeto a partir del cual desarrollar la obra de arquitectura, transformándose ésta en un metalenguaje de sostén para el verdadero menaje que está a la vista<sup>12</sup>».

Y no solo las ciudades emulan a sus copias de los parques temáticos. En el presente, cualquier cosa puede tomarse con el mismo espíritu en con el que se valora esos espacios del entretenimiento —otra idea social clave en el tardocapitalismo—, desde

el centro histórico de una ciudad o sus monumentos hasta las consecuencias de una catástrofe natural convertidos en un espectáculo por ciertos medios de comunicación<sup>13</sup>. Todo es susceptible de convertirse en signo, imagen-ícono de algo, de proporcionar experiencia. Sobre este último concepto apunta el teórico de la publicidad Vidal Auladell: «El consumo actual remite a una noción de yo que hay que entender como un proyecto creativo y constructivo que se lleva a cabo mediante *experiencias*»<sup>14</sup>.

Los parques temáticos ofrecen las mismas pautas que ya apuntó Marchán respecto a Las Vegas, con una promesa de vivencias (en sentido de Benjamin<sup>15</sup>) tenidas gracias a recursos narrativos sobre cómo serán las experiencias y a las escenificaciones, todo ello muy ligado a las pautas de consumo de masas y al poder mediático, con su oferta de «estructuras de comportamiento, expectativas trasfiguradas en promesas de bondades, en mercancías inmateriales, absolutas<sup>16</sup>».

La narrativa entreteje el efecto buscado por este concepto urbanístico y arquitectónico de la tematización; con ese aparato de persuasión se intenta engatusar al visitante, seducirlo con el embrujo del cartón-piedra y la tecnología. En caso que así suceda, se alegrará la caja registradora. Es más, la tematización de los casinos, con sus neones destellantes que exhiben en las calles o carreteras el motivo principal que simula el casino, explica según algunos autores el éxito de marketing de Las Vegas<sup>17</sup>. La ciudad crea un tipo de negocio floreciente con muchos imitadores.

Las grandes avenidas con casinos de Las Vegas constituyen: «un paisaje de símbolos con capas de significado evidente en el emplazamiento de caminos y edificios, con edificios que representaban a otros edificios anteriores»<sup>18</sup>. Sin embargo, ni la tematización o ni siquiera el juego constituyen el secreto de Las Vegas. Como ya se percataron los promotores de la ciudad de los casinos, lo que atraía a los visitantes no era el juego sino huir de lo cotidiano, sumergirse en una fantasía, un ámbito que el público sólo encontraba en las pantallas de los cinematógrafos, o en palabras de Morris Lapidus: «La gente busca ilusiones; no quiere las realidades del mundo. Y yo me pregunto: ¿dónde encuentro yo ese mundo de ilusión? [...] Sólo en un lugar: las películas<sup>19</sup>». De ahí que los diseñadores de cada casino se inspiren en los mundos soñados de las grandes producciones.

Con sus edificios, más que buscar las reconstrucciones ilusionistas cercanas al realismo o al menos al historicismo arquitectónico, proponen simulacros, imágenes pop proyectadas sobre la pared de la cueva, parafraseando el mito de la caverna platónico, una versión fetichista de algunos iconos para montar un parque temático<sup>20</sup>. El cine crea unas imágenes que provocan una nostalgia por algo que nunca fue<sup>21</sup>, pero que pasa a ser.

Pero es que no se copia únicamente la disposición espacial de Las Vegas; también se adapta su código de actuación, con las ciudades controladas por un grupo de élite

constituido en la encrucijada entre los grandes empresarios, los líderes políticos, los máximos accionistas de los bancos y la mafia, cuyo sentido final no se sustenta en los ciudadanos o las autoridades políticas en sentido previo al tardocapitalismo, sino a los intereses de los grandes agentes del mercado, situación que genera unas ciudades regidas por criterios ultraliberales, tal y como se han entendido desde finales de los años setenta.

*El mundo* (Shijie, Jia Zhangke, 2004) sirve como anillo al dedo de esa tendencia a convertir en parque temático la realidad. En la película de Zhangke se muestra esa tendencia a realizar parques temáticos de un lugar ya existente, se condensa el imaginario de un sitio y se plasma en cartón-piedra, en el que se insertan componentes de tecnología electrónica, rayos láser, proyecciones y demás parafernalia. En este filme de Jia Zhangke, la metáfora del presente planetario como un parque temático se plasma en un lugar simbólico en el que situar la historia, un parque temático situado en Beijing<sup>22</sup>. El parque constituye un simulacro del mundo a escala y construido con piezas de escenografía; en ese espacio confluyen aspectos folklóricos de diversas culturas y copias a escala de edificios icónicos de los cinco continentes para diversión de los visitantes. El parque constituye una maqueta en miniatura de lo que la cultura mediática global considera el mundo, tal y como ha sido visto en las películas, como comentan en un fragmento<sup>23</sup>.

La idea del parque actualiza la de las Exposiciones coloniales que se celebraron por Europa a finales del XIX y principios del XX. Los idealizados pabellones de arquitectura efímera que se construían para la ocasión remendaban supuestos enclaves de diversos países, enfatizando lo pintoresco. La Tierra en miniatura a través de sus edificios icónicos propuesta por Jia Zhangke ya se daba entonces. De hecho, poseer el mundo en un centro comercial ya había sido el gancho publicitario del centro comercial más grande del mundo, sito en Edmonton, Canadá. Quien iba a comprar a él ya no necesitaba viajar porque todo se había acumulado entre sus paradas<sup>24</sup>.

Pero, en un rasgo característico del cine de Jia Zhangke, al autor chino no le interesa el público que acude al parque sino el vacío existencial en el que viven los trabajadores, los encargados de mantener el espejismo. Lo único dotado de realidad en ese escenario radica en las vidas de los que trabajan en él y mueren en su interior. La complejidad del mundo no puede reducirse a una maqueta que se puede captar de un vistazo; sobre ella, el director muestra a menudo la maqueta mientras se va elaborando, las zonas en construcción, el parque en su fase de no-lugar, en el sentido que le otorgó al término el antropólogo Marc Augé<sup>25</sup>. Los personajes encaran «un exilio infinito privado de experiencias reales, único trofeo de la globalización y la economía de mercado<sup>26</sup>».

La experiencia vital que promueve el parque no puede ser más ilusoria; genera «una falsa mimesis incapaz de ofrecer lo que ella misma prometía<sup>27</sup>»; el mundo en

miniatura constituye un entorno vacío en el que no sorprende que los personajes padezcan desarraigo; combinan la oscuridad interior con la suntuosa iluminación artificial del parque temático. Están predestinados por el sistema a no inscribirse a ellos mismos en el ensueño cosmopolita y viajero ofrecido por el parque en el que trabajan; al contrario: las clases subalternas, los que han de cuidar de la obra desde la tramoya, jamás podrán acceder a él, como atestiguan los cadáveres de los dos protagonistas al acabar el metraje. Como los mendigos a las puertas de los supermercados, están condenados por la lógica economicista a no gozar de los productos generados<sup>28</sup>.

Antes de concluir este apartado, conviene apuntar que los centros comerciales y supermercados han generado un gran número de secuencias en el cine fantástico desde los años setenta, espacio impersonal y de culminación de los deseos provocados por las necesidades de consumo, con pasillos y más pasillos de productos a adquirir. Ha gozado de especial relevancia en el cine de zombies o de infectados, probablemente debido al influjo de la precursora *El amanecer de los muertos vivientes*, (*Dawn of the Dead*, George A. Romero, 1978)<sup>29</sup>.

## Disneylandia como modelo

Disneylandia es el otro gran referente al imaginar el territorio durante el tardocapitalismo. En la posmoderna era del simulacro, con Las Vegas como referente urbanístico y Disneylandia como utopía, el escenario pastiche pasa a concebirse como incómodo hogar. Los nuevos conceptos urbanísticos alentados por los intereses del tardocapitalismo y sus recursos de persuasión trasladan el espíritu de los parques temáticos, en especial de los de Disney, a las metrópolis.

La época puede emblemizarse con Disneyworld, parque de atracciones que se ha convertido en sinécdoque de la sociedad del momento, en la cual, por expresarlo en términos debordianos, la realidad se plantea como espectáculo<sup>30</sup> y el parque temático transmite una cierta idea de «realidad», basada en la fantasía, claro. O como escribió Baudrillard: Disneyland, esa parodia de lo imaginario<sup>31</sup>.

Probablemente por ello Walter Benjamin utilizó al ratón Mickey para explicar cómo el mundo industrial capitalista había empobrecido la experiencia de vida, entre otros factores con la creación de un ritmo agotador, cansancio del que uno se ha de recuperar durmiendo, en la particular manera propuesta por el capitalismo de los ensueños cinematográficos, una de cuyas personificaciones por antonomasia encarna el ratón Mickey<sup>32</sup>.

Un modelo que transforma nuestra relación con lo real: «La trampa de Disneylandia no radica en su intento de convencernos de la autenticidad de sus falsas atracciones, radica más bien en un intento de convencernos de que el mundo *fuera* de

Disneylandia, el mundo al que (re)ingresamos cuando abandonamos el parque, es “la verdadera realidad” y no una farsa<sup>33</sup>». Por muy simulacro que sea el parque de atracciones, la sociedad externa sobre la que se asienta no es más real.

El parque de atracciones toma el modelo DisneyWorld como prototipo a ser replicado mundialmente, en un proceso de disneyficación, proceso definido por la revista *Spy* como dar por más familiares las características del parque de atracciones que las de la vida real<sup>34</sup>, el simulacro por el modelo. Se trata de un proceso kitsch y artificial por esencia, que estimula la acción individual, consumidora a poder ser —individualismo masificado o masa individualista—, por encima de la colectiva, y que apoya una visión del *american way of life* de tipo espectáculo para grandes audiencias.

Por su parte, Bryman describe un proceso semejante aunque descrito en mayor detalle, al que denomina disneyzación, un trasvase de los principios de DisneyWorld a progresivamente más sectores de la sociedad norteamericana y, en consecuencia, del resto del mundo —dada su primacía—, con cuatro puntos fundamentales: la parque-tematización ya comentada, el entretejimiento de diversos sectores de consumo e instituciones, la comercialización, con predominio de mercancías con su correspondiente logo para estimular el fetichismo y el control emocional de los empleados, con el fin de que su actitud esté acorde con el sonriente operario, esperado por el cliente en un parque de atracciones Disney<sup>35</sup>: que tenga un buen día.

El plan Disney inicial era todavía más ambicioso que lo que acabó resultando: pretendió organizar los alrededores del parque según un criterio utópico de comunidad ideal, un foco de orden con todo bien pautado. Los simulacros de ciudades soñadas por Disney proseguían la tipología de la ciudad jardín, un espacio de orden y ociosidad, no para residir sino para transitar por él, construido lejos del centro urbano; los ciudadanos —los clientes, más bien— podían pasar sus ratos libres por sus avenidas; la excursión les podía servir para evadirse de los problemas cotidianos. «Así pues, la estrategia Disney inscribe la utopía en el territorio de lo familiar, y viceversa<sup>36</sup>». La muerte de Disney truncó sus planes; por su parte, a sus herederos les interesó más el beneficio económico que una comunidad organizada según unos criterios utópicos.

El otro gran foco de influencia para la creación del prototipo Disneyland, con su idea de simulacro del mundo miniaturizado y controlado por el demiurgo para solaz de los visitantes —un poco a la manera del demiúrgico realizador Christof de *El show de Truman* (*The Truman Show*, Peter Weir, 1998)— es el ya mencionado en el apartado anterior de las Exposiciones Universales —y sus zoológicos humanos—, no los parques de atracción tradicionales, demasiado sucios, desordenados, demasiado cercanos al circo. *El show de Truman* muestra lo que sería el paraíso de los creativos de Disney, con una realidad enteramente originada por realizadores, guionistas y directores de

programas televisivos, dirigidos por el demiurgo Christof<sup>37</sup>. En la película, al ser todo una representación, el mundo no puede fundamentar verdad ninguna<sup>38</sup>. ¿Qué hay de esa condición en Disneyland?

Según apuntó Umberto Eco, Disneyland produce un simulacro que opera en un doble y contradictorio sentido: el espacio se presenta con un envoltorio realista, una estética hiperrealista banal, en la que uno esperaría que el público fueran figuras de Duane Hanson, pero al mismo tiempo ese hiperrealismo plasma una fantasía<sup>39</sup>.

Hiperrealistas son los villanos de *Almas de metal* (*Westworld*, Michael Crichton, 1973). El parque de atracciones Delos, escenario del filme, facilita a los visitantes adultos jugar como en la infancia, con tres ambientes tematizados como en Las Vegas según tres momentos históricos: se puede escoger ser vaqueros que matan a los tipos malos —o al sheriff, según se tercié—, caballeros medievales ganando el corazón de la princesa tras la justa contra el caballero enemigo, o diletantes senadores que disfrutan de la buena vida en la decadencia del imperio romano, remedos de Nerón cantando a la Roma en brasas, con la peculiaridad de que todos ellos resultan ser robots<sup>40</sup>.

Precisamente en ese punto se encuentra la diferencia con los parques de atracciones tardocapitalistas y razón de su inclusión en el género fantástico: todos ellos son robots, programados para no dañar a los humanos. En consecuencia, se puede ser un cuatrero y matar al sheriff con la seguridad jurídica de que no se comete un crimen con ello, ni un robot puede vengarse, ya que no está programado para ello. Ahora bien, ¿qué sucedería si el aparato se estropea? Ahí radica el giro argumental introducido.

Por supuesto, más que regresar a un pasado reconstruido arqueológicamente, el parque de atracciones lo que recrea es un decorado cinematográfico, interesándose el visitante más bien en el imaginario creado por películas ambientadas en esas tres épocas; se intenta de una manera *camp* provocar una vivencia de persona de la época según se la figuraba un espectador del Hollywood de los *westerns*, las aventuras en leotardos de Errol Flynn o los *péplums*, todo, pues, según la iconografía creada por las grandes producciones de Hollywood. Igual que Disneylandia con sus ensueños<sup>41</sup>, el imaginario al que apela es el de las películas.

Con ello se establece así un sentimiento nostálgico falso, que diría Fernández Porta<sup>42</sup>, una nostalgia no basada en hechos fehacientes sino en fantasías, a aquel imaginario más tópico convertido en *standard* colectivo por el cine y sus supuestos pasados. De esta manera, se accede a una parquematización de esos momentos supuestamente históricos, suscitando una nostalgia que no pretende «un interés por el pasado sino la transformación de éste en meros estereotipos»<sup>43</sup>.

David Lyon ahonda en una idea similar:



Es clara la conexión con Disneylandia. Las ciudades de parques temáticos proporcionan un pasado ficticio, a modo de placebo, que es nostálgico, selectivamente extraído de la historia con vistas al consumo, y un futuro plegado a las necesidades del presente. Pues el futuro, además, está íntegramente relacionado con los productos de las corporaciones; es apenas poco más que un presente extendido<sup>44</sup>.

El argumento de *Almas de metal* permite seguir una estética posmoderna del pastiche, jugando con los referidos clichés del western, el peplum y el ciclo artúrico o el de Robin Hood, aunque sin ironía posmoderna. El parque está hecho más de las fantasías colectivas que del traslado por máquina del tiempo o cuanto menos por la reconstrucción naturalista. En cuanto a la faceta audiovisual, se nota mucho la influencia de Peckinpah. Debido a ello, en ocasiones el filme parece un predecesor de Tarantino, aunque sin su humor ni su talento para la narración —si el escénico<sup>45</sup>.

Delos, el parque de atracciones de *Almas de metal*, logra obviamente ser el último grito en vacaciones para gente adinerada en la sociedad del filme; permite contratar esas luchas sin el riesgo de la venganza robótica, o también interpretar uno de los papeles existentes en esas sociedades, o simplemente disfrutar de una especie de spa ambientado históricamente, en especial en el sector de la decadencia romana, tan fértil para azuzar la imaginación hedonista de alguien crecido en la cultura cristiana.

Este último año la HBO ha emitido una serie con un planteamiento inicial similar, *Westworld* (HBO / Jonathan Nolan – Lisa Joy, 2016 - ), remake más interesante que la película. En la serie, lo que se prima es el juego de espejos entre un posible demiurgo y los seres humanos, por un lado, y estos y los robots por el otro, aunque como resulta previsible las diversas peripecias desarrolladas en la trama desdibujan las fronteras entre dichas categorías.

Las dudas existenciales planteadas se debaten entre el determinismo o el libre albedrío, la programación del carácter por el ADN-código robótico o la capacidad de improvisación, la recurrencia marcada por las tendencias personales o las rupturas que revelan un nuevo nivel de la personalidad, los recuerdos como piedra axial de la conciencia. Lo que van averiguando los robots sobre su naturaleza en un proceso de anagnórisis<sup>46</sup>, sirve en muchos casos de reflejo de la anagnórisis que vive cada ser humano en su proceso de descubrimiento de la vida.

Desde el punto de vista de los humanos participantes, el interés viene a ser el mismo que en la película: explorar otras variantes de ellos mismos, jugar a ser otros yo, en un entorno de fantasía cinematográfica y sin ningún tipo de cortapisa moral. Pero *Westworld* como serie está sobre todo interesada en cómo perciben los robots su existencia y en los reflejos que tales conflictos plantean respecto a la condición humana,

en un discurso que recupera el de ciertas escuelas gnósticas de la Tardo Antigüedad, aunque en este caso el papel de malvado demiurgo lo desempeñen humanos<sup>47</sup>, una recuperación plenamente de moda desde la trilogía de *Matrix*.

En ambas el lugar se presenta según el cliché visual de los lugares del control social: en la película, como en *El show de Truman*, con una sala central, copia de las de la realización televisiva, con paneles de mando e infinidad de monitores desde los que se controlan los tres ambientes; en la serie con una creación en 3D de todo el espacio y la sensación de dominio sobre la materia aportado por la tecnología informática. Dicha sensación es clave en este tipo de lugares. «Disneylandia, con su mezcla de canales cambiantes de historia y fantasía, de realidad y simulación, inventa una manera de relacionarse con el mundo físico que cada vez caracteriza más la vida cotidiana. Esta concepción, tan controlada y completamente sintética, ofrece una experiencia simplificada e higienizada que sustituye la complejidad más rebelde de la ciudad<sup>48</sup>».

En el parque temático se pueden celebrar juegos como los de *Rollerball*, aunque el aspecto de los mismos será menos agresivo, para un público más familiar. No obstante, su sentido real como diversión escapista y alienante será la misma<sup>49</sup>. El mundo de *Rollerball*, en que han desaparecido las naciones, sustituidas por grandes empresas, la sociedad está totalmente jerarquizada, con los directivos como clase más alta; las diversiones existentes se reducen a ese juego, a las drogas o a las visitas a centros comerciales adecuados para cada uno de acuerdo con el estatus personal.

Con todo, la película que más impacto causó en la audiencia ambientada en un parque de atracciones desde los años setenta fue *Parque Jurásico* (*Jurassic Park*, Steven Spielberg, 1993), como atestiguan sus muchas secuelas. La película de Spielberg está basada en una novela de Michael Crichton, el director de la versión fílmica de *Almas de metal*. Igual de peligroso que en aquella resulta el juego propuesto por ese parque de atracciones<sup>50</sup>. El filme expone muchos de los asuntos preferidos por el ultraliberalismo: desde los fondos de inversión que sustentan al millonario propietario a los negocios que violentan los límites éticos por un supuesto avance científico, pasando por la sociedad de los expertos, formados en comisiones generosamente pagadas por los propietarios y que han de dar el necesario sello de validez. Las criaturas del filme «ejemplifican la monstruosidad de una sociedad del espectáculo en la que la aventura sólo es posible dentro de los límites fijados por el parque temático<sup>51</sup>».

Todo ello escrito por uno de los autores que más se posicionó como ultraliberal: Michael Crichton. De la combinación entre éste y el rey Midas del modo institucional hollywoodiense y de los *blockbusters* más taquilleros no podía salir otra cosa que uno de los manifiestos artísticos más claramente pertenecientes a la ideología neoconservadora en su versión de los años noventa. *Parque jurásico* resulta modélica en cuanto a gran

producción a la manera posterior al Nuevo Hollywood, con un equipo de técnicos competentes y una operación de *merchandising* más importante que la propia película. A ella hay que sumarle la de marketing, previa al estreno, creando unas expectativas en el público mediante la inversión en anuncios, que crean el efecto «evento único» para su estreno. La obra fílmica destaca finalmente menos que las estrategias de mercado; el filme deviene un producto necesario que une los eslabones del marketing previo y el merchandising posterior, en una campaña que ha de convertir el proceso de la nueva industria del entretenimiento en parte importante de la economía de mercado y de la necesaria construcción de imaginario de esa sociedad.

El argumento es muy simple: un científico loco ha creado en secreto en una isla de su propiedad un parque de atracciones poblado por dinosaurios vivos. Ha decidido dedicar las toneladas de millones ganadas en su labor de empresario en crear un parque de atracciones en el que se exhiben vivas unas especies extinguidas millones de años ha; es decir, que como en Disneylandia, la creación megalomaniaca de una fantasía infantil es retomada más adelante, cuando se dispone de la fuerza económica necesaria.

La terrorífica idea de un parque de atracciones con enormes dinosaurios hubiera merecido un tratamiento que enfatizara lo delirante de la propuesta; no obstante, Spielberg lo festeja, lo que queda evidenciado por música de fanfarria —en una de las composiciones marca de la casa de John Williams— con la que enaltecer la maravillosa inventiva del *mad doctor*<sup>52</sup>. La ciencia, la tecnología y el dinero se alían para hacer negocios turbios, pero el tratamiento, al menos inicialmente, no es terrorífico sino que se pasa al ditirambo elogioso. Se han subvertido las reacciones previstas por el espectador: el propietario del parque pasa de ser un émulo del doctor Moreau, la novela de Wells pero también en versión fílmica, por ejemplo en *La isla de las almas perdidas* (*The Island of Lost Souls*, Erle C. Kenton, 1932), que acaba recibiendo los increíbles aplausos de Spielberg mediante el tratamiento audiovisual y diegético.

Aunque teóricamente los científicos muestran su disconformidad con el proyecto<sup>53</sup>, en realidad se trata de un rechazo verbal, un mero discurso sin sustancia. De hecho, el millonario compra la voluntad de los «especialistas» científicos: les ofrece tres años de excavaciones financiadas a cambio de su participación para dar validez al parque. Los científicos desconfían del proyecto pero no denuncian inmediatamente su existencia a las autoridades, como si no fuera peligroso que corretearan por ahí los dinosaurios de la película.

Obviamente y como Spielberg acostumbra, dado que se trata de un *blockbuster*, caen los que han de caer: los malvados, el rufianesco traidor a la cabeza, así como el villano del abogado, extremos de una actitud y tendencia que en realidad comparten con

los otros personajes. Se muere por maldad, según se colige de la trama, con un *Deus ex machina* moralista.

Sigue en esto el modo institucional de Hollywood. Los malvados y los secundarios pueden morir, no así los protagonistas, quienes, además, gozan del privilegio de focalizar en ellos cada plano. La élite del estrellato merece seguir iluminando las pantallas. ¿El resto? Al fin y al cabo sólo se trata de secundarios. Que muera el noventa y nueve por ciento de la población no tiene importancia si se salvan la pareja protagonista y sus hijos, perro incluido —en el filme intervienen los inevitables niños por razones de marketing: el público potencial ha de tener referentes en la pantalla con los que identificarse.

La última secuencia de *Parque jurásico* reúne a los dinosaurios revividos por la maravilla técnica y a sus ancestros fósiles, en una especie de agujero de gusano que sitúa a fósiles y clones en un mismo plano<sup>54</sup>, un poco una metáfora del medio cinematográfico y de los efectos especiales. Ya Àngel Quintana había rumiado los sentidos metafóricos sobre la ontología y el estatuto de la imagen que se cuelan de soslayo en el filme, en una más de sus reflexiones sobre estética cinematográfica. *Parque Jurásico* constituye: «una parábola sobre las transformaciones que ha experimentado la huella en un universo en que la imagen aparece condenada a perder su valor como huella<sup>55</sup>», dado lo moldeable del píxel.

Como no podía ser de otra manera, teniendo en cuenta las prácticas publicitarias del orden vigente, Steven Spielberg intentó vender su producto al amparo de la supuesta bondad del mensaje ecologista: «Es además una película con mensaje que dice muchas cosas sobre el medio ambiente y el ecosistema<sup>56</sup>». Que dice muchas cosas está claro; ahora bien, ¿son pertinentes y adecuadas para el equilibrio ambiental? ¿Se está ofreciendo un mensaje digno de alguien con conciencia ecológica? A pesar de las declaraciones citadas, finalmente ante la evidencia Spielberg reconoció que por encima de todo se trataba de divertir a la audiencia. Quizá estimó excesivo presentar bajo la excusa medioambiental una película de contenido tan reaccionario y antiecologista. Teniendo presente las campañas de marketing, merchandising, los trucos audiovisuales y narrativos o el contexto de guion, hubiese sido un insulto a la inteligencia del espectador ahondar en esa táctica publicitaria.

La película resultó un éxito atronador, en parte debido a la potencia de las estrategias financieras centradas en venderla, pero también a la pericia narrativa y audiovisual de Spielberg y el resto del equipo. Claro que Disneyland también atrae a un público amplísimo. Ya en el año de su inauguración Disneylandia recibió un millón de visitantes<sup>57</sup>. Por su parte, a principios de los noventa iban a DisneyWorld cien mil personas en un día de gran concurrencia y treinta millones al año<sup>58</sup>. Cifras increíbles que probablemente se habrán incrementado.

Simplificando y estereotipando, podríamos decir que el yo en la era del parque temático como modelo «se siente como pez en el agua en Disneylandia, donde es posible consumir continuamente placeres y ver personas ataviadas de tantas maneras distintas»<sup>59</sup>. De ahí tal éxito de público.

### **La comunidad superviviente: un posible contramodelo**

En su condición de simulacro del mundo miniaturizado, el prototipo Disneyland tiene mucha más relación con las Exposiciones Universales (y sus zoológicos humanos) que con los parques de atracción tradicionales, demasiado sucios, desordenados, demasiado cercanos al circo.

Los parques temáticos se sitúan en las antípodas de ese tipo de colectividad, los destartalados circos, sugeridores y no pretendidamente miméticos respecto a lo evocado; además, los que viven en él se sitúan fuera de la norma social, regida por las emociones pautadas y la globalización económica; el circo, en la serie que comentaremos, se postula como una propuesta de alteridad, enfatizando lo extravagante, lo caótico, la miseria. Frente a una humanidad conformista y tendente a lo banal y lo kitsch, otra asilvestrada. La del circo es una comunidad mucho más primordial que las sociedades sedentarias que sueñan en Disneylandia.

Resulta comprensible por tanto que la opción escogida por los creativos de los modernos complejos de ocio erradique muchas de las características de su antecesor: la naturaleza errante, el placer de la excentricidad, la comunidad de iguales —pese a que alguno ejerza de director— la monstruosidad asumida. Ninguno de esos elementos está incluido en el aséptico por definición parque temático o de atracciones.

Si hay una obra fantástica audiovisual en la que el circo adquiera protagonismo es la serie televisiva *Carnivàle* (Daniel Knauf, HBO, 2003-2005). En un imaginario que viene de tiempos muy antiguos, el circo de *Carnivàle* se postula como otra comunidad fuera de la sociedad mayoritaria, regida por un código de conducta propio, en el que incluso se transgreden las leyes físicas, puesto que varios de los *freaks* poseen poderes psíquicos. Según aclara en el último capítulo el director del circo, el enano Sansón, la forma de relacionarse entre los feriantes es la de cuidar los unos de los otros, teniendo en cuenta los tiempos de naufragio que se retratan —los años treinta en los Estados Unidos—, en una estética del naufragio y de la resistencia, en expresión de Molinuevo<sup>60</sup>; los personajes se relacionan de una forma opuesta a la competitividad inexcusable en el capitalismo ultraliberal y a la valorización del trabajo, lo cual implica el proceso de sustitución tecnológica del operario. Quizá por su modo de vida itinerante, en el circo resuenan ecos más del bosque que de la ciudad y sus juegos de intereses.

Aunque la serie parte de una estructura en apariencia maniquea, con la lucha entre la facción angelical y la demoníaca, en realidad trata a los dos bandos con una gran

ambigüedad<sup>61</sup>. La gente del circo hace gala de muchos defectos que les otorgan precisamente su humanidad, mientras que la maldad de Justin se explica en cierta medida por su pasado. Es maniquea en su estructura, no en la moralidad subyacente. Para que el dispositivo de la serie funcione, se ha de articular en dos polos focales, el de la comunidad inconfesable de los nómadas fuera del orden social, frente a la sociedad jerarquizada y basada en un código moral religioso de los sedentarios.

Tal vez la diferencia primordial entre ambos grupos sea la capacidad de sacrificarse por otros, evidenciada en el bando del circo. Como marcan los cánones míticos del héroe, éste ha de renunciar a sus intereses egoístas en provecho de la comunidad. En la serie, Hawkins intenta inmolarse para regalar su energía a la moribunda mujer de la serpiente, con la que ha iniciado una relación; o también entrega la vida de una madre a su hija<sup>62</sup>. Para completar su camino de héroe en la línea descrita por Joseph Campbell, el héroe ha de ser capaz de ofrecerse a sí mismo<sup>63</sup>. En plena entrega, una visión hace comprender a Hawkins que él es el avatar, la energía de Dios en la Tierra según la cosmogonía hindú.

Sansón mantiene una discusión metafísica sobre el instinto de tánatos que alienta a Hawkins y a los grandes maestros del cristianismo, citando a Jesús y a San Juan Bautista. ¿Por qué ese deseo de muerte? ¿Por qué ese sacrificio previo a la muerte orgánica? ¿No será que temen a la vida? La postura de Sansón es la que se invita al espectador a tener, no la de Hawkins, quien apenas defiende su sacrificio con argumentos razonables<sup>64</sup>.

Ese tipo de conversaciones, incluso de cierta hondura psicológica, marcan una de las diferencias entre *Carnivàle* y la producción media, lo que coloca a la serie como una de las cimas del fantástico del periodo; ocultan las muchas virtudes a alguno de sus defectos, como esa molesta estructura diegética de las teleseries con sus recursos folletinescos, inevitable parece ser puesto que incluso se encuentra entre sus obras maestras y que obliga a golpes de suspense al final de los capítulos —no digamos ya a final de temporada— o a unos giros de guion inverosímiles y sin sustentarse en la psicología de los personajes, pero necesarios para mantener la atención de la audiencia con acciones emocionantes, pecado que ya se encontraba en la referente y precursora *Twin Peaks* (David Lynch, Mark Frost, ABC, 1990-1991). Pero *Carnivàle* logra superar esos fallos circunstanciales, así como su irresolución por culpa de la productora, exactamente lo mismo que *Twin Peaks*. Esas circunstancias denotan la época en que se creó, además de las condiciones industriales del medio.

Igualmente, el propietario del circo es capaz de renunciar a su propia salvación cuando, mortalmente herido, no permite que el sanador Hawkins lo cure porque sabe que ahora es el momento de su sucesor, el propio Hawkins. Esa es la última prueba que

debe pasar para poder ser un verdadero héroe, según el trayecto de Campbell, la prueba de la extinción física personal en provecho del colectivo para en cierta manera generarse una resurrección en su sustituto. ¿O será en el más allá?

En la serie no sólo se describe la falla que separa la sociedad norteamericana por el medio en la batalla dualista entre la luz y la oscuridad. La metáfora social también se encuentra en el episodio en que Hawkins conoce a su familia. La gran confrontación americana nace metafóricamente del sustrato representado en esa familia, un grupo de personas bizarras, con pulsiones animalizadas, rozando el canibalismo, una familia que crece y desarrolla sus incivilizadas pero bien humanas inclinaciones en los bosques americanos, no muy lejana a la de *La matanza de Texas (The Texas Chain Saw Massacre)*, Tobe Hooper, 1974), el desequilibrio hecho familia, lo cual ayuda a explicar muchas cosas de la historia del país, con una carga tan fuerte de violencia. El relato mágico de la gran lucha está teñido de desequilibrio y de negación del otro —cuando en realidad uno mismo es otro, o la alteridad en Lévinas—, algo que, por otra parte, forma parte de su herencia europea.

Al final de la segunda temporada el enano Sansón ha de hacer frente a una rebelión en la feria, con casi todos los miembros que rechazan sus órdenes. La comunidad de feriantes ya no puede continuar sin conocer los verdaderos detalles de su situación. Entonces se ha de revelar el verdadero estatus de Hawkins y lo que ha hecho por alguno de ellos en el pasado. De esa manera evita que la revuelta tome cuerpo, lo que implicaría que dejaran sin ayuda a Hawkins en su intento de derrotar al reverendo diabólico Justin.

Con la comunidad superviviente que vive al margen de la tendencia a *parque-tematizar* el mundo termina este recorrido. En el artículo, se ha analizado una de las condiciones nucleares de la sociedad tardocapitalista en su nuevo giro a partir de finales de los años setenta, tal y como se ha reflejado tanto en el urbanismo como en la idea del espacio urbano en algunos de los filmes y series de la misma época. Al reflexionar sobre las ideas de lugar en este medio artístico se ha aspirado a establecer algunas de las coordenadas básicas de la cartografía cognitiva del espacio.

Para concluir, conviene apuntar que en el artículo no se ha aspirado a listar un imposible corpus completo de películas o series que ilustraran las ideas básicas que sustentan este artículo, sino que se ha pretendido mostrar algunas películas y series que ejemplifican la tesis central expuesta, eso es, la tendencia de la sociedad contemporánea a convertir el espacio en un parque temático; según se ha defendido, esa tendencia se alimenta en buena medida en el imaginario cinematográfico, frente a la cual y como posible contramodelo se ha propuesto la particular idiosincrasia del circo.

---

<sup>1</sup> Investigador con contrato FPU (FPU-13/03280) del Ministerio de educación, cultura y deporte, gracias al cual se ha realizado la investigación. Este artículo es fruto parcial del trabajo realizado dentro del proyecto del Ministerio de economía y competitividad HAR2015-66262-P, con Àngel Quintana como investigador principal.

<sup>2</sup> Algunas referencias muy influyentes del periodo, como Baudrillard (Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1978) o Jameson (Jameson, Fredric. *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trotta, 1998), así lo atestiguan, igual que filósofos y teóricos de la estética más contemporáneos que han proseguido esa línea de pensamiento, como Fernández Porta (Fernández Porta, Eloy. *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona: Anagrama, 2008).

<sup>3</sup> Stoichita, Victor I. *Simulacros. El efecto Pigmalion: de Ovidio a Hitchcock*. Madrid: Siruela, 2006, pp 11-13.

<sup>4</sup> Marchán Fiz, Simón y Rodríguez Llera, Ramón. *Las Vegas. Resplandor pop y simulaciones posmodernas. 1905-2005*. Madrid: Akal, 2006, p 156.

<sup>5</sup> John wright (25 abril 2013). *Invasion of the Body Snatchers clip, the transformation hd* . [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=N4KdJQpqU4w>, última consulta, 11-4-17.

<sup>6</sup> René Christoffersen (11 enero 2011). *Dogville Prolog*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wQKZlps9Wok>, última consulta, 11-4-17.

<sup>7</sup> Font, Domènec. *Cuerpo a cuerpo. Radiografías del cine contemporáneo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg / Círculo de lectores, 2012, p 82.

<sup>8</sup> Font, Domènec. *Cuerpo a cuerpo. Radiografías del cine contemporáneo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg / Círculo de lectores, 2012, p 185.

<sup>9</sup> Bernardele, Omar Alberto. *Del Posmodernismo a la Deconstrucción*. Buenos Aires: Nobuko, 2009, pp 77-81.

<sup>10</sup> Marchán Fiz, Simón y Rodríguez Llera, Ramón. *Las Vegas. Resplandor pop y simulaciones posmodernas. 1905-2005*. Madrid: Akal, 2006, p 145.

<sup>11</sup> Marchán Fiz, Simón y Rodríguez Llera, Ramón. *Las Vegas. Resplandor pop y simulaciones posmodernas. 1905-2005*. Madrid: Akal, 2006, p 76.

<sup>12</sup> Bernardele, Omar Alberto. *Del Posmodernismo a la Deconstrucción*. Buenos Aires: Nobuko, 2009, p 81.

<sup>13</sup> Pardo, Carmen. *En el silencio de la cultura*. México D.F./ Madrid: Sexto Piso, 2016, p 137.

<sup>14</sup> Vidal Auladell, Felip. *El valor de la experiencia en la publicidad de la significación* [tesis doctoral]. Madrid: E-Prints Complutenses, 2014, p 18.

<sup>15</sup> Vivencia (*Erlebnis*) y experiencia (*Erfahrung*) como dos polos de algo en apariencia similar, la primera como un evento memorable pero que se consume y desaparece, la segunda como una forma comunitaria, intersubjetiva y que, por tanto, se puede comunicar y crear sendero en el bosque cognitivo comunitario, una distinción que fue objeto de estudio en la filosofía alemana durante todo el siglo XX.

Un teórico de lo estético tan diferente a Benjamin como John Dewey coincidió en este punto y más o menos por la misma época con el alemán: el capitalismo y el industrialismo provocaban un menoscabo en la experiencia (así como en la estética), debido a las condiciones de la producción de bienes, con una relación directa entre las carencias en lo estético, el nivel paupérrimo de la arquitectura en las ciudades por la época de Dewey (hacia el 1930) y la experiencia de vida: Dewey, John. *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós, 2008, pp 386-389.

<sup>16</sup> Marchán Fiz, Simón y Rodríguez Llera, Ramón. *Las Vegas. Resplandor pop y simulaciones posmodernas. 1905-2005*. Madrid: Akal, 2006, p 140.

<sup>17</sup> Marchán Fiz, Simón y Rodríguez Llera, Ramón. *Las Vegas. Resplandor pop y simulaciones posmodernas. 1905-2005*. Madrid: Akal, 2006, p 132.



- <sup>18</sup> Venturi, Robert; Izenour, Steven y Scott Brown, Denise. *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978, p 147.
- <sup>19</sup> Venturi, Robert; Izenour, Steven y Scott Brown, Denise. *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978, p 107.
- <sup>20</sup> Jameson, Fredric. *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trotta, 1998, p 46.
- <sup>21</sup> Fernández Porta, Eloy. *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona: Anagrama, 2008, p 236.
- <sup>22</sup> www.intermedio.net (8 marzo 2007). *The World (Shijie) Dir. Jia Zhangke, 2004*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=IUHunJGsBMU>, última consulta, 11-4-17.
- <sup>23</sup> Jonathan Kiefer (7 noviembre 2013). *A little part of "The World"*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=w1Yfy3QNRbQ>, última consulta 11-4-17.
- <sup>24</sup> Crawford, Margaret. «El mundo en un centro comercial». En Sorkin, Michael (ed.). *Variaciones sobre un parque temático* (pp 15-46). Barcelona: Gustavo Gili, 2004, p 16.
- <sup>25</sup> Joac340 (21 octubre 2009). *The World*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=kDo3EvuqNPs>, última consulta 11-4-17.
- <sup>26</sup> Font, Domènec. *Cuerpo a cuerpo. Radiografías del cine contemporáneo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg / Círculo de lectores, 2012, p 327.
- <sup>27</sup> Jiménez, Manel y Petrus, Anna. «Lost=E=mc<sup>2</sup>: tiempo y espacio como relatividad absoluta». En Piscitelli, Alejandro; Scolari, Carlos A. y Maguregui, Carina (comps.). *Lostología. Estrategias para entrar y salir de la isla* (pp. 33-68). Buenos Aires: Cinema, 2010, p 53.
- <sup>28</sup> Como ya se ha indicado en la nota 15, Dewey ya alertó sobre ese factor: Dewey, John. *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós, 2008, pp 386-389.
- <sup>29</sup> John WR (21 septiembre 2014). *Dawn of the Dead 1978 – Mall Zombies*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=OVryospoPkE>, última consulta 11-4-2017.
- <sup>30</sup> Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos, 2008.
- <sup>31</sup> Baudrillard, Jean. *América*. Barcelona: Anagrama, 1987, p 79. En otro texto el autor francés califica al parque de modelo perfecto del simulacro: Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1978, pp. 29-31.
- <sup>32</sup> Benjamin, Walter. «Experiencia y pobreza». En Benjamin, Walter. *Obras*, Libro II / vol. 1 (pp 216-222). Madrid: Abada, 2007.
- <sup>33</sup> Žizek, Slavoj. *El acoso de las fantasías*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2007, p 120, n 15.
- <sup>34</sup> Lyon, David. *Jesús en Disneylandia. La religión en la posmodernidad*. Madrid: Cátedra, 2002, p 20. De hecho, según Baudrillard su magia convierte en simulacro hiperreal el mundo externo a ella, lo que previamente hubiésemos considerado la sociedad real, en una inversión de los papeles entre el mundo cotidiano y la fantasía: Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1978, pp. 29-31.
- <sup>35</sup> Recogido en Lyon, David. *Jesús en Disneylandia. La religión en la posmodernidad*. Madrid: Cátedra, 2002, p 22 y ss.
- <sup>36</sup> Sorkin, Michael. «Nos vemos en Disneylandia». En Sorkin, Michael (ed.). *Variaciones sobre un parque temático* (pp 231-260). Barcelona: Gustavo Gili, 2004, p 251.
- <sup>37</sup> Font, Domènec. *Cuerpo a cuerpo. Radiografías del cine contemporáneo*. Barcelona: Galaxia Gutenberg / Círculo de lectores, 2012, p 63. ([Enlace al prólogo de la película aquí](#)): kouakouane (19 septiembre 2010). *truman opening scene 0001*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=WAJEyZ3Mg8s>, última consulta 11-4-17.
- <sup>38</sup> Quintana, Àngel. *Fábulas de lo visible. El cine como creador de realidades*. Barcelona: Acantilado, 2003, p 287.

- 
- <sup>39</sup> Eco, Umberto. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, 1986, pp 61-71.
- <sup>40</sup> Movieclips (25 octubre 2012). *Westworld (4/10) Movie CLIP – Behind the Scenes (1973) HD* [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=W7Dq7vqpGCM>, última consulta, 11-4-17.
- <sup>41</sup> Pardo, Carmen. *En el silencio de la cultura*. México D.F./ Madrid: Sexto Piso, 2016, p 145.
- <sup>42</sup> Fernández Porta, Eloy. *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona: Anagrama, 2008, p 170.
- <sup>43</sup> Jameson, Fredric. *Arqueologías del futuro. El deseo llamado utopía y otras aproximaciones de ciencia ficción*. Madrid: Akal, 2009, p 407. Fernández Porta reflexiona en términos más o menos similares cuando apunta que ese tipo de nostalgia actúa sobre algo que nunca ha existido: Fernández Porta, Eloy. *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona: Anagrama, 2008, p 173.
- <sup>44</sup> Lyon, David. *Jesús en Disneylandia. La religión en la posmodernidad*. Madrid: Cátedra, 2002, p 185.
- <sup>45</sup> Movieclips (25 octubre 2012). *Westworld (5/10) Movie CLIP - Was He Bothering You? (1973) HD*. [Vídeo]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=1KCTiqj\\_-tg](https://www.youtube.com/watch?v=1KCTiqj_-tg), última consulta, 11-4-17.
- <sup>46</sup> Guillaume Lambert (15 noviembre 2016). *Westworld – Allegory of the Peacock Beauty and the Mating Ritual*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=43HmrTUBiUA>, última consulta 13-4-17.
- <sup>47</sup> Westworld Watchers (18 octubre 2016). *WestWorld – To Meet my Maker scene HD*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=gw7XefyCj6c>, última consulta 11-4-17.
- <sup>48</sup> Sorkin, Michael. «Nos vemos en Disneylandia». En Sorkin, Michael (ed.). *Variaciones sobre un parque temático* (pp 231-260). Barcelona: Gustavo Gili, 2004, p 234.
- <sup>49</sup> Movieclips Trailer Vault (5 octubre 2012). *Rollerball Official Trailer #1 - James Caan Movie (1975) HD*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=aVUxK1mNups>, última consulta 11-4-17.
- <sup>50</sup> Movieclips (27 mayo 2011). *Jurassic Park (9/10) Movie CLIP - Raptors in the Kitchen (1993) HD*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dnRxQ3dcaQk>, última consulta 11-4-17.
- <sup>51</sup> Quintana, Àngel. *Fábulas de lo visible. El cine como creador de realidades*. Barcelona: Acantilado, 2003, p 277.
- <sup>52</sup> Movieclips (27 mayo 2011). *Jurassic Park (1/10) Movie CLIP – Welcome to Jurassic Park (1993) HD*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PJlmYh27MHg>, última consulta 11-4-17.
- <sup>53</sup> LuisGijon21 (24 abril 2013). *Parque Jurásico - El almuerzo, Opiniones (Escena Castellano/Español HD)*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=uTFzctzyAUA>, última consulta 11-4-17.
- <sup>54</sup> Movieclips (27 mayo 2011). *Jurassic Park (10/10) Movie CLIP – T-Rex vs. The Raptors (1993) HD*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=gTWo9oLJOWk>, última consulta 11-4-17.
- <sup>55</sup> Quintana, Àngel. *Después del cine. Imagen y realidad en la era digital*. Barcelona: Acantilado, 2011, p 86.
- <sup>56</sup> Herranz, Pablo. *Rumbo al infinito. Las 50 películas fundamentales del cine de ciencia-ficción*. Valencia: Mídon, 1998, p. 214.
- <sup>57</sup> Pardo, Carmen. *En el silencio de la cultura*. México D.F./ Madrid: Sexto Piso, 2016, p 137.
- <sup>58</sup> Sorkin, Michael. «Nos vemos en Disneylandia». En Sorkin, Michael (ed.). *Variaciones sobre un parque temático* (pp 231-260). Barcelona: Gustavo Gili, 2004, p 231.
- <sup>59</sup> Lyon, David. *Jesús en Disneylandia. La religión en la posmodernidad*. Madrid: Cátedra, 2002, p 141
- <sup>60</sup> Un tipo de estética de la vida como desastre que marca la sociedad contemporánea desde el Romanticismo. La existencia se concibe en esos términos catastróficos, mientras que el esteticismo (vinculado a la sociedad del espectáculo) se ofrece como un momentáneo respiro, por lo que Molinuevo propone incluso una resistencia a la estética: Molinuevo, José Luis. *Estéticas del naufragio y de la resistencia*. València: Institució Alfons el Magnànim – Diputació de València, 2001, p 9.

- 
- <sup>61</sup> Gaialess (17 noviembre 2010). *Carnivale – Sofie Makes Her Choice*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=RH03FCvZPzM> , última consulta 11-4-17.
- <sup>62</sup> Onur Minisker (28 enero 2013). *Carnivale-Ben transfers a mom's life to her dead son*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=g-2gaCOtrTM> , última consulta 11-4-17.
- <sup>63</sup> Campbell, Joseph. *The Hero with a Thousand Faces*. Princeton: Princeton University Press, 1973.
- <sup>64</sup> Mrpotterandrew (5 diciembre 2011). *Samson on Jesus*. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=TuT\\_kykrv4Y](https://www.youtube.com/watch?v=TuT_kykrv4Y) , última consulta, 11-4-17.