

El gènere biogràfic en la societat antiheroica i la felicitat anomalia de la ficció italiana

MILLY BUONANNO

*Professora de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la
Universit  degli Studi di Roma La Sapienza*

milly@mclink.it

Resum

Partint d'una discussió crítica, en clau sociol gica, del concepte de l'era postheroica i de l'esperit antiheroic que semblen caracteritzar la societat occidental moderna, l'article se centra en el paper dels mitjans de comunicació i, en particular, de la televisió, en promoure i donar cabuda a nous conceptes d'heroisme i de fama –dels quals són emblema les celebritats dels mitjans (media celebrities)– en sintonia amb l'era de l'entreteniment actual. L'evolució hist rica del gènere biogràfic, ja sigui al cinema o a la televisió, aporta evidències empíriques a favor de la discussió te rica, mentre que, d'altra banda, encara existeix avui dia un tipus de "televisió heroica" en el sentit tradicional, que es manifesta en el cas inusual de la ficció italiana.

Paraules clau

Societat antiheroica, celebritats dels mitjans (media celebrities), fama, biopic, ficció italiana.

Abstract

The article opens with a critical discussion from a sociological standpoint of the concept of the post-heroic era and anti-heroic spirit which appear to characterise modern western society. It focuses on the role of the media, particularly television, in promoting and giving rise to new concepts of heroism and fame (of which media celebrities are the emblem), more in tune with the current entertainment era. The historical development of the biographical genre both in cinema and television provides empirical evidence for this theoretical discussion. However, a kind of "heroic television" in the traditional sense can still be found in the unexpected case of Italian fiction.

Key words

Antiheroic society, media celebrities, fame, biopic, Italian fiction.

"Dissortada la terra que no t  herois"
Andrea Sarti
Vita di Galileo, de Bertolt Brecht

1. Una societat postheroica

En molts països occidentals torna a sentir-se la paraula "heroi" en el discurs públic –tant en els textos dels mitjans de comunicació com en les paraules dels ciutadans– gairebé només amb relació a esdeveniments tr gics i luctuosos, com en el cas d'individus que han caigut en compliment d'una missió difícil.

Cal que es produeixi un esdeveniment mortal que impliqui emotivament l'opinió pública perquè paraules que hagin deixat d'utilitzar-se emergeixin fugaçment a la superfície del llenguatge periodístic i del sentiment comú. *Herois* –com també *sacrifici*, *coratge* (i altres que graviten en la mateixa  rea sem ntica de l'heroisme)–  s precisament un d'aquells termes en desús que, no obstant això, es podrien desenterrar si calgués. Però atès que aquesta possible necessitat implica sovint realitats força molestes i rebutjades, com ara la guerra, la mort o el dolor de la pèrdua, l'emergència deixa lloc ràpidament a

la remoció. En el lapse breu de pocs dies, els herois estan destinats a sortir de l'escena dels mitjans de comunicació i a retirar-se al fons vague de la memòria de la gent.

Ens trobem, pel que sembla, al bell mig d'una època que –seguint una inclinació intel·lectual molt difosa a definir la contemporaneitat com a "post-alguna cosa"– s'ha definit, en una obra recent, com a "postheroica" (Sheenan 2009).

Es cregui o no en aquesta transició a una època postheroica,  s innegable que la identificació preeminent de l'heroi amb la figura del guerrer o del líder militar, que ens ha arribat de la mitologia i de l' pica clàssica i medieval (entre d'altres), contribueix en gran manera a fer l'heroisme, com a mínim, sospitós en el *zeitgeist* pacifista contemporani. I encara més, de manera versemblant, en aquells països que, com Itàlia, han viscut en temps bastant recents sota règims autoritaris, i en els quals s'han experimentat les conseq ncies negatives d'una política bel·licista imbuïda m s de ret rica que no pas d'*ethos* heroic.

Sembla, d'altra banda, que la supremacia de l'heroi armat hagi començat a declinar ja abans de l'"obsolescència de la guerra", segons la hipòtesi interessant i plausible sobre la interrelació estreta existent entre les tipologies heroiques i les dife-

rents èpoques de la comunicació (Strate 1994). Per reprendre la distinció entre oralitat i escriptura establida per Walter Ong (Ong 1986), la figura de l'heroi-guerrer floreix especialment en l'època i en les cultures en què el mitjà de comunicació dominant és l'oralitat. Les accions prodigioses que duen a terme herois que van armats i, sobretot, que tenen un coratge i una força física extraordinària, posseeixen en un grau molt elevat aquella "memorabilitat" indispensable per tal que les cultures orals, confiades a la volatilitat de la paraula parlada, es puguin transmetre a través de les generacions.

L'escriptura, i sobretot el paper determinant de la impremta de tipus mòbil en la formació d'una societat "llettrada", creen posteriorment les condicions d'una tipologia heroica més diversificada, la qual continua estant presidida pel criteri de l'acció extraordinària i valenta, entesa, però, en un sentit també mental i intel·lectual, no tan sols físic. Des de l'adveniment, molts segles enrere, d'una era de la impremta (Eisenstein 1997), la figura del guerrer ha començat, per tant (si no a cedir) a compartir l'estatut heroic amb figures de científics, inventors, descobridors, creadors, artistes; els mateixos líders militars han ascendit a herois més per les seves capacitats estratègiques que no pas per les gestes als camps de batalla. En l'època de la comunicació electrònica, i de la virada pacifista de les actituds col·lectives, el guerrer ha estat posteriorment marginat del món heroic.

Els herois ja no són el que eren i potser ja no són ni herois, purament i simplement. En sintonia amb la idea d'una edat postheroica, força estudiosos i observadors han defensat en èpoques més o menys recents que Occident s'ha convertit en "un món sense herois" –a *world without heroes*, tal com diu el títol d'un assaig americà dels anys vuitanta (Roche 1987)– que, en absència d'herois, reconeix els símptomes inquietants d'"una tragèdia moderna". Del "cos creixent de literatura contemporània que denuncia *la pèrdua* de l'heroi tradicional" (Drucker i Cathart 1994, 3), Joseph Campbell s'identifica probablement com el precursor de més vàlua. Campbell és l'autor d'un cèlebre i influent estudi sobre l'heroi mític, *L'eroe dai mille volti* (Campbell 2008), una obra sapient d'antropologia simbòlica que s'ha enriquit i s'ha fet més complexa amb els enfocaments psicoanalítics de matriu *junguiana*. En les pàgines finals del llibre, imprès originalment el 1949, Campbell va constatar com de llunyà de la contemporaneïtat era ja l'univers simbòlic que havia donat vida als herois llegendaris, les figures fabuloses i les personalitats divines dels antics mites. La societat humana s'ha fet estranya i inhòspita per als herois tradicionals, i aquests han deixat d'habitar-la.

Posteriorment, a la primeria dels anys seixanta, Daniel J. Boorstin –en un llibre anticipador (Boorstin 1961) que encara pot, malgrat la distància de gairebé mig segle, il·luminar el nostre coneixement dels fenòmens culturals endèmics en les societats mediatitzades actuals– hauria sostingut que els herois d'una altra època estaven sent destronats per les "celebritats" creades pels mitjans de comunicació (*media celebrities*). Ja tornaré més endavant sobre el tema de les celebritats dels

mitjans, ara m'interessa aprofitar algunes notes de l'autor sobre les actituds desconfiades i a vegades desmitificadores fins a ser denigrants, de les quals s'alimenten actualment el sentit i l'opinió comuns respecte dels herois i de l'heroisme. "Veiem la grandesa [dels herois] com una il·lusió", escriu Boorstin (Boorstin 1961, 51). Fins i tot, a la fi, com la càrrega d'una societat imperfecta i infelicitat, s'hi podria afegir: especialment en vista de la fortuna desmesurada i persistent que no deixa d'afavorir les paraules pronunciades per Galileo Galilei en l'obra de Bertolt Brecht: "malaurat el país que necessita herois" (Brecht 1970).

Resulta sorprenent, però sobretot altament simptomàtic de la tendència a expulsar l'heroisme de l'horitzó de la sensibilitat contemporània, com aquesta frase, extrapolada del seu context dramaturgic, s'ha convertit en una mena de mantra la repetició del qual es dispara, com un reflex condicionat, cada vegada que se'n presenta l'ocasió. En el cas italià, especialment, la frase s'ha tornat a proposar en una versió, per dir-ho així, revisada i corregida –"benaurat (o felicitat) el poble que no necessita herois"– que, tot i que no trastoqui en substància el significat de l'original, li afegeix un plus de sentit alliberador i de lleugeresa eufòrica, gràcies a la benaurança o a la felicitat evocades en l'incipit. En el drama de Bertolt Brecht es tracta, en canvi, d'unes paraules amargues, adolorides; Galileu replica així al seu deixeble Andrea Sarti, que en l'afirmació oposada –"dissortada la terra que no té herois"– ha expressat amb força la seva desil·lusió i la condemna del comportament antiheroic del mestre enfront del tribunal de la inquisició. Galileu és, al seu torn, però, un home profundament decebut i turmentat, i així romanirà durant la resta de la vida. En acceptar, sota l'amenaça de la tortura, abjurar de les seves tesis, no ha traït només la fe dels seus deixebles, sinó l'ètica de la ciència (admetrà "he traït la meua professió") i la seva mateixa concepció "heroica" de la pràctica científica; "no crec que la pràctica de la ciència pugui anar deslligada del coratge", dirà més endavant, durant un llarg monòleg autoacusatori. Galileu té raó, per tant, en declarar "malaurat el país que necessita herois"; no és (o no tan sols) l'expressió de l'anhel utòpic d'una societat idíl·lica, sinó la constatació amarga de qui, coneixent per pròpia experiència la fragilitat humana enfront de la crida exigent de l'heroisme, sap que la necessitat d'herois pot, malauradament, romandre desatesa i insatisfeta.

El Galileu *brechtian* no és un personatge admirable ni molt menys exemplar. L'autor n'ha volgut fer una figura d'antiheroi, per no deixar cap marge d'incertesa a la condemna d'una ciència que es deixa dominar pel poder i renuncia a assumir responsabilitats morals enfront de la humanitat. Les paraules "malaurat el país que necessita herois" revesteixen les seves complexitats i també, significats que no són unívocs, només en el context del drama de la culpa (i del sentiment de culpa) de Galileu: allò que Brecht considerava "el pecat original" de la física, el primer pas d'un camí destinat a conduir fins a les armes atòmiques. No obstant això, si aquestes paraules han entrat en el llenguatge comú i en els repertoris de cites de tants

que n'ignoren la font, és evidentment perquè recull i torna a traduir de manera eficaç, simple i popular una concepció de la vida antiheroica que s'ha anat obrint pas progressivament en les societats occidentals des de la segona meitat del segle xx.

2. La crítica antiheroica

Es pot no estar d'acord sobre l'adveniment d'una època postheroica. No es tracta, òbviament, de negar l'existència de salts i de discontinuïtats entre el present i el passat pel que fa a concepcions i pràctiques d'heroisme. Es tracta, en canvi, de constatar com la definició d'era postheroica, en limitar-se a caracteritzar el present en termes de successió temporal i de superació cultural respecte d'una època heroica precedent, eludeix totalment l'autèntic punt d'inflexió i de ruptura del canvi d'època. El que realment caracteritza el món en què vivim, efectivament, no és tant la conjuntura d'haver arribat després i d'haver deixat enrere els mons heroics del passat –tal com ho indica el prefix post– sinó el fet que s'hagin donat unes condicions que hagin afavorit i continuïn alimentant corrents culturals contraris a l'heroisme –la qual cosa requereix que s'hauria de recórrer més aviat al prefix anti. Dit d'una altra manera: per molt avançats que puguin estar en el camí d'una desaparició eventual, els herois (reals i imaginaris) viuen encara el present, i no és tampoc una experiència tan estranya trobar-se amb vides, accions i personalitats autènticament heroiques, a condició, s'entén, de saber reconèixer-les. Per tant, no és totalment cert que visquem en un món sense herois. Al contrari, és veritat que aquell poc o molt heroisme, tradicional o modern, que continua viu en la nostra època, està exposat a les tensions d'una crítica antiheroica vibrant i difusa com no havia succeït mai abans; veus intolerants o desmitificadores no van deixar d'aixecar-se també en el passat (Voltaire deia que detestava els herois perquè eren massa “sorollosos”; Ralph Waldo Emerson els trobava insuportablement “avorrits”), però això que veiem avui és l'avanç aparentment irresistible, en l'opinió pública i en el sentit comú, d'un rebuig antiheroic de vastes proporcions col·lectives. Més que postheroica, l'era actual es presta millor a definir-se com a *antiheroica*.

En un bellíssim assaig aparegut a la primeria dels anys noranta, Mike Featherstone no va dubtar a afirmar, respecte d'aquest tema, que “la modernitat occidental [...] ha presentat un *assalt* [la cursiva és nostra] a la vida heroica” (Featherstone 1992, 173). Entre els principals “assaltadors”, ell hi inclou el feminisme, amb la seva crítica als valors masculins i masculistes als quals acusa de constituir l'armadura de les concepcions heroiques; però, en definitiva, Featherstone creu que el fet que en les societats occidentals l'heroisme s'hagi convertit en un terreny de contestació es deu, sobretot, a la valoració creixent de la vida quotidiana, en sintonia amb la moderna cultura del consum i del temps lliure. La vida quotidiana i la vida heroica apareixen, en efecte, com els dos pols d'una antinòmia no conciliable –no és per casualitat que el viatge de l'heroi mític s'i-

nicia ritualment amb l'abandonament del seu món quotidià. La quotidianitat és el territori de l'existència ordinària, del sentit comú, de les pràctiques rutinàries i, al mateix temps (i cada vegada més), l'horitzó immanent dins del qual cal conduir la recerca de benestar i d'autorealització personals; la vida heroica és, al contrari, el regne de les experiències úniques, de les gestes extraordinàries, en què grans virtuts individuals que s'han fet sensibles a les crides de la transcendència es posen al servei d'objectius adreçats al bé comú. I encara més, l'heroisme requereix coratge, implica sofriment, exposa als perills i exigeix la prova suprema d'afrontar i de superar la por de la mort; en canvi, la vida quotidiana aspira a una existència feliç, alleujada pels plaers de les activitats lúdiques i consumistes, gratificada per les satisfaccions de les relacions afectives i per les pràctiques de sociabilitat i, sobretot, protegida al màxim de les circumstàncies de risc que recorden als humans la seva condició intolerable de mortals. En la concepció i en la vivència moderna de la vida quotidiana resideix, per tant, un potencial de crítica de la vida heroica, oportunament assenyalat per Gouldner fa més de trenta anys: “He suggerit moltes vegades que la vida quotidiana és un *contraconcepte*, que dóna expressió a la *crítica* d'un cert tipus de vida, específicament l'existència... heroica” (Gouldner 1975, citat a Featherstone 1992, 164).

Això no obstant, la vida heroica existeix i encara persisteix. Aquesta és la prerrogativa de tots aquells que –en els camps d'operativitat i d'expressió més diversos, de la ciència, l'art, l'ensenyament, la defensa de la llei i de l'ordre, l'esport, la religió, entre d'altres– organitzen la seva pròpia existència segons els principis exigents d'una ètica, precisament heroica, que encoratja i valora el sacrifici, l'autodisciplina, la dedicació a una causa o a una missió, la capacitat d'enfrontar-se a proves difícils (encara que no necessàriament mortals), incloent-hi la desaprovació i l'hostilitat d'una cultura antiheroica predominant.

De fet, “és possible que qualsevol es pugui convertir en un heroi i portar a terme accions heroiques, tot i no pertànyer a una societat heroica o dedicar-se a una vida heroica” (Featherstone 1992, 167). L'afirmació de Nathaniel Hawthorne citada tan sovint “un heroi no pot ser un heroi si no és en un món heroic”, es desmenteix cada vegada que, per exemple, sota la urgència de circumstàncies imprevistes, hi ha qui, inesperadament (potser fins i tot per si mateix), travessa sense dubtar-ho els límits entre la vida quotidiana ordinària i l'heroisme, gràcies a un gest extraordinari, la major part de les vegades salvador, sovint a costa de la pròpia vida.

Els molts “herois per casualitat” (segons el clíxe superficial repetit pels mitjans de comunicació) que viuen al nostre món ens parlen, entre altres coses, de l'ambivalència de la vida quotidiana enfront de l'heroisme: polaritat alternativa i crítica de la vida heroica, però també potencial generador de noves tipologies d'herois que es fonen i es confonen amb la gent comuna. Són “els herois comuns de la vida quotidiana”, com es defineixen normalment: els únics que la cultura antiheroica actual sembla reconèixer i acceptar, excepte en el cas de fer inútil aquest reconeixement a través d'un atorgament indiscriminat i,

per tant, substancialment no valorador, dels mèrits heroics, perquè, evidentment, allà on tots o gairebé tots són herois, encara que siguin comuns, ningú no ho és realment.

Definir com a “herois per casualitat” els individus les accions dels quals (sovint, cal subratllar-ho, sacrificades, i sempre el màxim de coratjoses o altruistes) estan inequívocament inspirades en opcions conscients i, per contra, banalitzar el significat d’“heroisme de la vida quotidiana”, tot atribuint-lo de manera totalment convencional a comportaments ben admirables i encomiables, però no per això heroics (com, per exemple, l’honest i escrupolós desenvolupament de la pròpia feina): en ambdós casos, el que es descobreix és la descurança o la renúncia a identificar, allà on sigui, aquell tret distintiu –pel que fa a valors, objectius, motivacions– que pertany pròpiament a l’acció i a la vida heroica.

Una descurança anàloga per criteris i factors de distinció és present en un àmbit de fenòmens relacionats directament amb la presència i la influència dels mitjans de comunicació en les societats contemporànies. Em refereixo a les anomenades celebritats dels mitjans (*media celebrities*), o sigui, a aquells personatges la fama dels quals és preferentment generada i alimentada pels moderns mitjans de comunicació, amb la televisió al capdavant. La referència és totalment adequada en el context d’aquest discurs, si és vàlida la consideració, àmpliament acreditada en la literatura, que les celebritats mediàtiques representen els herois dels nostres temps i han reemplaçat els herois tradicionals en la funció de models de rol per als individus i especialment per als joves contemporanis.

Com sosté de manera molt convincent Mark Rowlands (Rowlands 2008), les celebritats dels mitjans testimonien una mutació cultural radical de la fama i se’n beneficien. Mentre que, en una altra època, la fama era un recurs relativament escàs, que constituïa el reconeixement i el premi a un talent especial, o a un fet excepcional, o a una prova d’excel·lència, en els nostres dies s’ha convertit en un bé quasi universalment disponible i, sobretot, “dissociat de qualsevol èxit o excel·lència en qualsevol forma recognoscible” (Rowlands 2008, 25). Amb la creació d’una expressió de gran eficàcia, destinada a ser esmentadíssima, Daniel Boorstin ja havia diagnosticat al seu temps la natura tautològica d’aquesta variant contemporània de la fama, els posseïdors de la qual, en la majoria dels casos, són purament i simplement “coneguts per ser coneguts”.

És evident que només en una època i una cultura antiheroica els “coneguts per ser coneguts” poden ascendir al rang d’herois i gaudir dels beneficis de la fama. Però si les celebritats dels mitjans (*media celebrities*) semblen força difícilment recuperables per a una concepció de la vida i de la personalitat heroica ben febles, no es pot dir el mateix dels “herois comuns de la vida quotidiana” –a condició de mantenir ferma l’expectativa i la demanda d’una transcendència “en qualsevol forma recognoscible” de l’antiheroica mitjanja cultivada a l’ombra de la vida quotidiana.

Els grans narradors populars coneixen millor que ningú el potencial heroic amagat i poc conegut de la gent comuna, i

saben com activar-lo amb la força explosiva de la imaginació. John R. R. Tolkien, a *El senyor dels anells*, ha convertit en un heroi sorprenent l’humil personatge de Frodo: no un guerrer valeros i indòmit com Àragorn ni un mag amb poders extraordinaris com Gàndalf, sinó només un homenet (millor dit, un *hobbit*) qualsevol, desproveït de qualsevol recurs i, no obstant això, capaç de desplegar una dedicació estupefaent per deslluir-se, costi el que costi, d’una missió heroica terrible.

3. Narrar els herois. El gènere biogràfic

Amb l’esment d’un gran narrador popular entrem en els territoris de la ficció. La narrativa popular és abundant, tradicionalment, en herois i, si bé no està totalment exempta dels influjos antiheroics de l’era actual, no ha deixat encara avui de nodrir la nostra imaginació amb les històries de vides i de personatges pròpiament heroics, tant inventats com extrets de la vida real. Històries de vida, biografies: cal ara introduir algunes consideracions sobre el gènere biogràfic.

El gènere narratiu de la biografia experimenta una espècie de “desequilibri d’estatus” que té a veure amb la seva presència no tant en l’àmbit literari o historiogràfic, sinó en l’àrea dels grans mitjans de comunicació popular: la premsa, el cinema i, en el que sobretot ens interessa, la televisió. El desequilibri resideix en la contradicció entre la preeminència relativa que el gènere ha adquirit en la producció cinematogràfica i televisiva, i, correlativament, en les preferències de consum dels públics i, per contra, la descurança difusa de la qual sembla que és objecte per part d’estudiosos i de crítics. Es poden esmentar, a propòsit d’això, dos testimonis autoritzats, que estan totalment d’acord malgrat la distància de més de mig segle l’un de l’altre. Leo Lowenthal, en l’obertura del seu cèlebre assaig sobre les biografies en la premsa popular americana de la primera meitat del segle xx, observava com “de manera més aviat sorprenent, a aquest fenomen no se li ha prestat gaire atenció” (Lowenthal 1944, 109). Al seu torn, Steve Neale, en situar la biografia (vulgarment, *biopic* o pel·lícula biogràfica) entre els *major genres* del cinema de Hollywood, subratlla la “falta de consideració crítica” (Neale 2000, 60) que, amb poquíssimes excepcions –entre les quals destaca l’important treball de George Custen, àmpliament esmentat més endavant– ha acompanyat l’esdevenir històric del gènere.

L’absència d’atenció crítica i acadèmica no pot deixar de sorprendre, per la seva incongruència respecte d’una doble evidència: la consistent presència del *biopic* en la producció cinematogràfica i televisiva d’ahir i d’avui, la qual cosa el converteix en un component no menyspreable de l’*storytelling* popular i, en general, la bona acollida, sovint òptima, que donen els públics a les històries biogràfiques.

Més enllà de fases breus de declivi, les biografies han contribuït constantment a guanyar per al cinema de Hollywood èxits conspicus de taquilla i de reconeixements prestigiosos, com ara nominacions i premis Oscar: n’hi ha prou amb esmentar *Law-*

rence d'Àràbia (1962), *Gandhi* (1982), *La llista de Schindler* (1993), *Una ment meravellosa* (2001), *Capote* (2004), *A la corda fluixa* (2005), *La reina* (2006) o *Milk* (2008). Igualment, la pel·lícula biogràfica ha estat, i continua sent-ho encara, dins i a través de les transformacions dels sistemes televisius, un recurs de creativitat i de popularitat per a les xarxes d'emissores de televisió i encara més de la difusió selectiva (*narrowcasting*). Als Estats Units, per exemple, dins de l'operació de recuperació i d'utilització dels formats del telefilm i de la minisèrie com a instruments de *channel branding* (Lotz 2009), les xarxes via cable, *basic* i *premium*, han començat a invertir regularment en la producció en sèrie de ficció biogràfica. A la Gran Bretanya, les noves xarxes creades per la BBC per al digital terrestre, BBC3 i BBC4, aposten, al seu torn, per les biografies per tal de condensar els reduïts nínxols d'audiència de la difusió selectiva. Les xarxes més grans no renuncien, per la seva banda, a freqüentar un gènere al qual s'han entregat nombrosos clàssics, així com contemporànies obres mestres de la televisió anglesa: des de *Jo, Claudi* (BBC 1976) a *Miss Austen Regrets* (BBC 2008).

4. La definició de la fama

El meu interès, en el context d'un discurs que ha començat a partir de les orientacions antiheroiques de la cultura contemporània, se centra prioritàriament en la *tipologia* dels personatges biografiats. Qui són, no en el sentit de registrar cada individualitat, sinó de l'esfera d'acció en la qual han exercit la seva excel·lència i han obtingut, en conseqüència, la seva fama –si d'això es tracta– els personatges que els mitjans de comunicació populars han considerat dignes de ser narrats?

En efecte, per reprendre l'incís introduït tot just més amunt, es tracta exactament d'això: de la *fama*, de personatges que en la biografia troben la prova i la consagració d'una fama ja adquirida en virtut de talents especials, fets heroics, existències senceres, d'alguna manera excepcionals. Cada gènere narratiu, el negre, el d'hospitals, el familiar, crea els seus propis herois protagonistes i, en condicions d'èxit elevat i perllongat, els porta a una popularitat a vegades molt similar a la fama, que s'ha d'entendre com una forma de "reconeixement gloriós", segons allò que en diuen els diccionaris, tradicionalment "associat al respecte, i no simplement al respecte, sinó al respecte ben merescut" (Rowlands 2008, 9). No obstant això, el gènere biogràfic és l'únic en què la seva pròpia existència i raó de ser se sustenta sobre el valor exemplar, el reconeixement cultural, la consideració social de la fama adquirida per homes i dones, artífexs de grans coses i assoliments heroics en els àmbits més diversos de l'actuació humana.

Custen té raó quan diu que "definir públicament la fama" (Custen 1992, 215) és el "rol cultural" del gènere biogràfic. En tot cas, així com ofereix a moltes persones espectadores una versió accessible de la història, el gènere biogràfic ofereix als observadors i als analistes culturals un accés privilegiat a

les concepcions interactives de l'heroisme i de la fama que troben expressió, en un moment determinat, en els textos i en els discursos dels mitjans de comunicació. Leo Lowenthal, ja esmentat, ha estat el primer a analitzar les biografies en aquesta clau; i si bé el seu treball pioner respecte de la premsa periòdica, i no el cinema o la televisió, constitueix també una referència imprescindible pel fet d'il·luminar, en part anticipant-les, tendències destinades a manifestar-se també en el cinema i, més tard, en la televisió. L'estudi de Lowenthal, dut a terme sobre un vast corpus d'articles biogràfics publicats en el lapse de quaranta anys (1901-1941) en dues revistes populars dels Estats Units, és, amb tot, massa conegut com perquè calgui fer-hi quelcom més que una al·lusió breu. N'hi haurà prou amb recordar com els resultats de la recerca evidencien clarament una reconfiguració progressiva i decisiva de la composició tipològica dels personatges biografiats: seleccionats preferentment, en els primers vint anys del segle, entre les elits polítiques i militars, els professionals i els homes de negocis, i ràpidament substituïts al llarg dels decennis successius per figures populars del món de l'art i de l'espectacle. Respecte d'això, Lowenthal distingeix entre les "arts serioses" (pintura, música, dansa, etc.) i les arts populars, i subratlla la desaparició progressiva de les primeres entre les esferes d'activitat que proporcionen els herois de la premsa periòdica. En les definicions de Lowenthal, "els herois de la producció" –una aristocràcia d'individus amb qualitats i virtuts fora del comú, inspirats per i potencials inspiradors d'ideals elevats– cedeixen definitivament el pas als "herois del consum" –figures emblemàtiques d'una societat que col·loca el temps lliure i l'entreteniment al centre dels propis interessos.

No cal compartir el desdeny de Frankfurt de Lowenthal vers "els ídols de masses" (o, per contra, una certa idealització dels "herois de la producció"), per reconèixer-hi el mèrit d'haver diagnosticat agudament, per primera vegada, un canvi (*shift*) cultural que no hauria trigat a marcar l'evolució del gènere biogràfic també en el context creatiu i productiu d'altres mitjans de comunicació.

Al cinema de Hollywood, ho hem après amb l'estudi de Custen: les pel·lícules biogràfiques realitzades fins a la primera dels anys quaranta arribaven preferentment al sector de les elits tradicionals, els sobirans, els homes il·lustres de la política i de l'economia, les personalitats insignes de l'art i de la ciència; no faltaven les biografies d'estrelles de l'espectacle, a través de les quals Hollywood s'autocelebrava, però que constituïen una minoria relativa. És en els dos decennis posteriors quan es verifica el canvi de direcció ja observat per Lowenthal als diaris populars. Durant els anys quaranta i cinquanta, l'avançada constant dels "herois del consum" reconfigura "l'agenda de la fama" dels *biopics* cinematogràfics; les figures d'*entertainers*, que des del principi eren menys del 10%, puguen al 28% sobre el total de les biografies produïdes als anys cinquanta, així com també ho faran els campions esportius, mentre que les representacions de les elits que prenen les decisions i les artístiques retrocedeixen, sense desaparèixer. Emergeix

una nova elit, que construeix la seva fama en les professions de l'entreteniment.

No obstant això, l'adveniment de la nova figura paradigmàtica de la fama contemporània no altera de per si el requisit fonamental, la condició necessària (encara que no suficient) que fa que una vida sigui digna de ser narrada; el *biopic* cinematogràfic continua, efectivament, "exigint" dels mateixos subjectes biografiats, tant si es tracta de líders polítics com de personatges de l'espectacle, una (certa) dimensió de grandesa, una inclinació heroica, uns comportaments admirables i, en definitiva, l'evidència d'una personalitat i d'una existència, almenys en part, extraordinàries, que ja han trobat un reconeixement públic en el tribut de la fama.

Aquesta condició disminueix, afirma Custen, quan amb els canvis dels anys seixanta, el gènere biogràfic passa –com altres– a la televisió. Bastant ràpidament, en efecte, la televisió (cal recordar que l'autor analitza l'escena americana) reescriu el codi de la pel·lícula biogràfica, i n'altera de manera fonamental el component primari mitjançant un autèntic esfondrament de l'agenda de la fama: ja no hi ha figures celebrades i respectades per haver aconseguit grans resultats en un àmbit específic d'actuació, sinó que la gent corrent es converteix en protagonista de les pel·lícules biogràfiques (*biopics*) televisives –quan, sobtadament, són sostrets fugaçment de l'anonimat de la vida quotidiana per qualsevol esdeveniment inesperat i disruptiu. S'entén que la gent normal no ocupa completament l'escena protagonista; les celebritats de l'entreteniment hi continuen tenint un gran espai, i tampoc no desapareixen del tot les biografies de personatges il·lustres; però, sens dubte, a través d'aquesta forma de democratització aparent d'una fama que cada vegada es mesura menys en termes d'excel·lència i d'heroisme, el gènere biogràfic reconverteix el propi rol cultural en el compliment de la missió –abraçada per una gran part de la televisió contemporània– de donar a tothom el seu minut de glòria.

Custen escrivia a principis dels anys noranta; les seves dades, així com les seves consideracions sobre el *biopic* televisiu, estan influenciades (per bé que l'autor no hi faci cap menció explícita) per la nombrosa presència en els *networks* americans de telefilms (*movies of the week*: Rapping 1992) que, sovint en els temps apressats de l'*instant movie*, portaven a la pantalla fets i personatges de les cròniques de successos periodístics, tot extraient la matèria narrativa preferentment de la premsa sensacionalista.

No disposem de reculls sistemàtics de dades per als anys més recents, però les informacions, procedents d'una gran varietat de fonts –revistes especialitzades, llocs de les xarxes televisives, altres recursos accessibles en línia– confirmen el *demotic turn* (Turner 2010), com Graeme Turner defineix la visibilitat creixent de la gent corrent a la televisió, del gènere biogràfic. Sembla que no hi pot haver cap dubte sobre la presència abundant als *biopics* televisius contemporanis de celebritats del món de l'entreteniment i del *show business*: estrelles del cinema i de la televisió, cantants, ballarins, autors i intèrprets de qualsevol gènere musical. A aquests personatges –exponents

famosos de carreres artístiques que requereixen, no obstant això, una mínima quantitat de talent i de compromís per proporcionar a qui s'hi dedica el benefici gratificant de la notorietat– els flanquegen més recentment noves figures de la celebritat, les quals, tot i trobar-se versemblantment en l'origen d'un corpus restringidíssim de *biopics*, assenyalen, tanmateix, amb la seva presència, un canvi significatiu en el *modus operandi* de la televisió contemporània. Es tracta, efectivament, en sentit propi, de celebritats televisives pertanyents a la categoria dels "individus coneguts per ser coneguts", per citar Boorstin; i, més precisament, coneguts per haver participat en algun dels molts *reality shows* a través dels quals la televisió produeix avui les seves pròpies, efímeres, celebritats o *celetoids*, segons la definició de Chris Rojek (Rojek 2001). A semblança dels *factoids*, que són fets inautèntics, fabricats pels mitjans de comunicació, els *celetoids* són celebritats falses, fabricades per la televisió en absència dels requisits d'una autèntica fama. "Individus sense cap talent particular que pugui alimentar expectatives de treball en la indústria de l'entreteniment, i cap objectiu especial de carrera si no és el d'obtenir una visibilitat mediàtica" (Turner 2010, 14) aconsegueixen així una notorietat que fa que alguns accedeixin al rang de personatges a biografiar.

Els continguts de l'entreteniment ocupen ja, en el total de les xarxes de l'ambient multicanal, espais molt grans; la seva omnipresència i la seva influència sobre els models de consum el converteixen, en molts casos, en el gènere televisiu dominant. Tot i que produeixi només una fracció de l'immens corpus dels programes de la televisió contemporània, el gènere biogràfic contribueix a confirmar –tot remodelant de manera sintonitzada la pròpia agenda– que s'ha produït l'entrada en l'"era de l'entreteniment".

5. Un enclavament heroic en la ficció italiana

Reservo l'última part de l'article per explorar ràpidament la biografia en la ficció italiana contemporània, després d'haver acumulat al llarg del recorregut precedent els elements cognitius que permeten situar aquest cas en un context comparatiu.

Pel que fa als perfils rellevants que el gènere biogràfic simula revestir en l'escena televisiva (i cinematogràfica) internacional, una primera peculiaritat del cas italià és immediatament observable en el vessant quantitatiu. En els últims vint anys (anys noranta i primera dècada del segle XXI), la producció i l'oferta de *biopics* en l'àmbit de la ficció italiana han arribat a nivells conspicus: en dona testimoni l'elevat nombre total de biografies, que gairebé arriben als cent títols (97) i, encara de manera més eloqüent, el seu pes dins de la programació de l'horari de màxima audiència, equivalent a un abundant 10%. En altres termes, una ficció de cada deu en horari de màxima audiència és un *biopic*. Que es tracti d'una proporció considerable, i versemblantment no fàcil d'emular en el present o en el passat, es pot validar pel fet que n'hi ha hagut prou amb una incidència molt menor per incloure els *biopics* entre els *major genres* cine-

matogràfics. En el període de trenta-tres anys (1927-1960) cobert per l'estudi de Custen, per exemple, menys del 3% de les altres 10.000 pel·lícules produïdes pels grans estudis de Hollywood eren biogràfiques i, no obstant això, és considerat el període de més expansió del gènere biogràfic. Amb la preparació d'una rica galeria de retrats de personalitats heroiques, la ficció italiana s'ha concedit una prerrogativa tan peculiar com premiadora: aquest gènere d'històries biogràfiques ha guanyat una gran popularitat i ha expressat quasi sistemàticament, al llarg de les temporades televisives de principis del segle XXI, l'èxit més gran de l'any (Bechelloni 2010).

La presència intensiva del gènere biogràfic en la ficció italiana dels últims vint anys planteja una qüestió interessant sobre el mode específic en què l'*storytelling* domèstic ha pres posició, per dir-ho així, respecte de qüestions d'heroisme i de fama, implicades en la definició del gènere i en les seves funcions culturals. Hem seguit l'evolució del *biopic* sobre un horitzó internacional, en el pas del cinema a la televisió, i en la seva adhesió plàstica al *demotic turn* i a la importància creixent de l'entreteniment televisiu. Es tracta ara de verificar semblances i diferències del *biopic* italià respecte de les tendències internacionals, pel que fa a la tipologia dels personatges biografiats segons l'àrea d'activitat en la qual han conquerit reconeixement públic.

Qualsevol que conegui, ni que sigui superficialment, la ficció italiana no pot trobar cap motiu de sorpresa en la preeminència que, dins del corpus dels *biopics* dels últims vint anys, revesteixen les figures religioses (els sants, els papes, els beats, els sacerdots de l'Església catòlica) i els personatges de l'Antic Testament (Abraham, Moisès, Salomó...) i del Nou Testament (Crist, Maria, els apòstols). La tendència religiosa

que va començar a funcionar a principis dels anys noranta (Buonanno 2009) ha trobat, efectivament, des dels seus inicis, una expressió quasi exclusiva en el gènere biogràfic. En total, les figures religioses i biblicoevangèliques equivalen al 43% del corpus: en altres paraules, més de 2 de cada 5 biografies estan dedicades als que podríem definir com a "herois de la fe".

El segon grup més nombros de personatges biografiats (13) està constituït pels homes i les dones que, tot donant mostres de coratge excepcional al servei de grans ideals ètics i civils, han combatut el mal polític del segle XX encarnat en els totalitarismes feixistes i nazis, i el mal social d'Itàlia, identificat en la cultura i en la criminalitat mafiosa. Aquests "herois de la llibertat i de la justícia" són, molt sovint, herois-màrtirs, en el marc d'una tradició d'heroisme (del martirologi cristià als màrtirs del Risorgimento i d'altres) arrelada en la història i en la cultura italianes.

Recuperem de Lowenthal la definició d'"herois de la producció" per determinar la categoria de les elits polítiques i empresarials, tan nombroses com la categoria precedent (13 biografies, afegint als polítics l'escassa representació dels empresaris). Hi trobem, en aquest grup, grans figures històriques de governants, legisladors, conqueridors (Cèsar, August, Carlemany), de líders polítics i sindicals de la Itàlia republicana (De Gasperi, Moro, Di Vittorio), empresaris innovadors (Ferrari, Mattei). Figures sovint controvertides, però aureolades per la fascinació pel poder, envoltades per una fama que es nodreix del respecte admirat per la influència que han exercit sobre la història del món, o del país.

No gaire més reduït (12 biografies) és el grup format per artistes creatius (Miquel Àngel, Caravaggio, Puccini... incloent-hi, amb tota la raó, una estilista revolucionària com ho és Coco

Taula 1. Tipologia dels personatges biografiats (1989-2009)

Personatges biografiats	Rai	Mediaset	Total
Figures religioses (sants, papes, sacerdots)	14	10	24
Figures biblicoevangèliques	13	5	18
Herois-màrtirs (nazisme, màfia...)	9	4	13
Governants i polítics	8	3	11
Artistes (creatius)	7	2	9
Artistes i esportistes	5	3	8
Figures pròximes a elits polítiques*	5	1	6
Científics, inventors	2	1	3
Empresaris	1	1	2
Criminals	-	2	2
Altres	-	1	1
Total	64	33	97

* Es tracta de personatges femenins la biografia dels quals està estretament lligada a escala privada –com a amants, dones, filles de...– a la de governants i polítics. Equivalen, en part, a les que Custen defineix com a *paramours*.

Font: Elaboració pròpia.

Chanel) i figures de científics i d'inventors (Montessori, Einstein, Meucci). Individus agermanats pel "do" d'un talent, d'un enginy, un intel·lecte fora del comú, que ha permès a aquests "herois de l'art i de la ciència" destacar en els seus àmbits.

La grandesa, certament, és també la prerrogativa dels campions esportius (Coppi, Bartali, Carnera) que, juntament amb algunes figures populars de la música lleugera, integren la categoria dels "herois de l'entreteniment". Generador tan sols de 8 biografies, l'entreteniment figura en el cinquè lloc en l'agenda de la fama dels *biopics* italians: ben lluny, per tant, de tenir el pes que sembla haver assumit en altres llocs, com a "pol de reclutament" de les celebritats narrades pel gènere biogràfic.

Les biografies de personalitats femenines pròximes a l'elit del poder mereixerien una valoració individual atenta per ser classificades de manera més pertinent. L'operació, però, no modificaria, de tota manera, el resultat que s'expressa en la taula següent:

Taula 2. Tipologies heroiques

Tipologies	
Herois de la fe	43,30%
Herois de la llibertat i de la justícia	13,40%
Herois de la producció	13,40%
Herois de l'art i de la ciència	12,40%
Herois de l'entreteniment	8,20%
Altres	9,30%

Font: Elaboració pròpia.

La missió i el testimoni de la fe religiosa, els ideals de la llibertat i de la justícia, les responsabilitats i les conquestes del poder, l'expressió de la creativitat i de l'enginy: més del 80% de les biografies realitzades per la ficció italiana en els últims vint anys cobreix aquests àmbits, on, al llarg del passat històric llunyà i recent, s'ha generat la fama de personatges que poden ser vistos legítimament com a exemples i models per a inspiració de la grandesa humana. En aquestes biografies hi trobem, per tant, poques concordances amb l'avenç d'una era de l'entreteniment, de la qual la mateixa televisió italiana és tot el contrari que refractària o aliena per una part notable dels continguts de la seva programació.

El corpus de les biografies dels últims vint anys és quantitativament poca cosa, una closca de nou al mar d'una oferta televisiva exponencialment amplificada per l'ambient multicanal. No obstant això, cal reconèixer a la ficció italiana el fet d'haver conreat, en plena era de l'entreteniment i en el context d'una societat antiheroica, la "felicitat anòmala" d'un petit però valuós enclavament de televisió "heroica".

Referències

- BECELLONI, G. *I nostri eroi. La funzione bardica della televisione*. Nàpols: Liguori, 2010.
- BOORSTIN, D. *The Image: a Guide to Pseudo-Events in America*. Nova York: Vintage Books, 1961.
- BRECHT, B. *Vita di Galileo*. Torí: Einaudi, 1970.
- BUONANNO, M. "Religion and History in Italian TV Drama". A: O'DONNELL, H.; CASTELLO, E.; DHOEST, A. (ed.). *Nation on the Screen*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2009, pàg. 13-28.
- CAMPBELL, J. *L'eroe dai mille volti*. Milà: Guanda, 2008.
- CUSTEN, G. *Bio/Pics*. New Brunswick, NJ [Estats Units]: Rutgers University Press, 1992.
- EISENSTEIN, E. *Le rivoluzioni del libro*. Bolonya: il Mulino, 1997.
- LOTZ, A.D. (ed.). *Beyond Prime Time*. Londres: Routledge, 2009.
- LOWENTHAL, L. "The Triumph of Mass Idols". A: LOWENTHAL, L. (ed.). *Literature, Popular Culture and Society*. Englewood Cliff, NJ [Estats Units]: Prentice-Hall, 1944, pàg. 109-140.
- NEALE, S. *Genre and Hollywood*. Londres: Routledge, 2000.
- ONG, W. *Oralità e scrittura*. Bolonya: il Mulino, 1986.
- RAPPING, E. *The Movie of the Week. Private Stories, Public Events*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.
- ROCHE, G. *A World Without Heros. The Modern Tragedy*. Hillsdale: The Hillsdale College Press, 1987.
- ROJEK, C. *Biography & Autobiography*. Londres: Reaktion Books, 2001.
- ROWLANDS, M. *Fame*. Stocksfield: Acumen, 2008.
- SHEEHAN, J. J. *L'età post-eroica*. Roma: Laterza, 2009.
- STRATE, L. "Heroes: a Communication Perspective". A: DRUCKER, S.; CATHCART, R. (ed.). *American Heroes in a Media Age*. Cresskill: Hampton Press, 1994, pàg. 15-24.
- TURNER, G. *Ordinary People and the Media. The Demotic Turn*. Londres: Sage, 2010.