

# El género biográfico en la sociedad antiheroica y la feliz anomalía de la ficción italiana

**MILLY BUONANNO**

*Profesora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Università degli Studi di Roma La Sapienza*

milly@mclink.it

## Resumen

*Partiendo de una discusión crítica, en clave sociológica, del concepto de la era postheroica y el espíritu antiheroico que parecen caracterizar la sociedad occidental moderna, el artículo se centra en el papel de los medios de comunicación y, en particular, de la televisión, a la hora de promover y dar cabida a nuevos conceptos de heroísmo y fama –de los que son emblema las celebridades mediáticas (media celebrities)– en sintonía con la era del entretenimiento actual. La evolución histórica del género biográfico, ya sea en el cine o la televisión, aporta evidencias empíricas en favor de la discusión teórica, mientras que, por otra parte, todavía existe hoy en día un tipo de “televisión heroica” en el sentido tradicional, que se manifiesta en el caso inusual de la ficción italiana.*

## Palabras clave

*Sociedad antiheroica, celebridades mediáticas (media celebrities), fama, biopic, ficción 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.*

“Desgraciada la tierra que no tiene héroes”

Andrea Sarti

*Vita di Galileo*, de Bertolt Brecht

## 1. Una sociedad postheroica

En muchos países occidentales vuelve a escucharse la palabra “héroe” en el discurso público –tanto en los textos de los medios de comunicación como en boca de los ciudadanos– casi sólo con relación a acontecimientos trágicos y luctuosos, como en el caso de individuos caídos en cumplimiento de una difícil misión.

Es necesario que se produzca un acontecimiento mortal que implique emotivamente a la opinión pública para que palabras que hayan dejado de utilizarse emerjan fugazmente en la superficie del lenguaje periodístico y el sentimiento común. *Héroes* –así como *sacrificio*, *coraje* (y otros que gravitan en la misma área semántica del heroísmo)– es precisamente uno de esos términos en desuso que, no obstante, podrían desenterrarse si fuese preciso. Pero dado que esa posible necesidad implica a menudo realidades bastante molestas y rechazadas,

como la guerra, la muerte o el dolor de la pérdida, la emergencia deja lugar rápidamente a la remoción. En el breve lapso de pocos días, los héroes están destinados a salir de la escena de los medios de comunicación y a retirarse al vago fondo de la memoria de las personas.

Nos encontramos, por lo visto, justo en medio de una época que –siguiendo una inclinación intelectual muy difundida a definir la contemporaneidad como “post-algo”– se ha definido, en una obra reciente, como “postheroica” (Sheenan 2009).

Se crea o no en dicha transición a una época postheroica, es innegable que la preeminente identificación del héroe con la figura del guerrero o el líder militar, que nos ha llegado de la mitología y la épica clásica y medieval (entre otros), contribuye en gran parte a hacer el heroísmo, como mínimo, sospechoso en el *zeitgeist* pacifista contemporáneo. Y todavía más, de forma verosímil, en aquellos países que, como Italia, han vivido en tiempos bastante recientes bajo regímenes autoritarios, y en los que se han experimentado las consecuencias negativas de una política belicista imbuida más de retórica que de *ethos* heroico.

Parece, por otra parte, que la supremacía del héroe armado haya empezado a declinar ya antes de la “obsolescencia de la

guerra”, según la interesante y plausible hipótesis sobre la estrecha interrelación existente entre las tipologías heroicas y las distintas épocas de la comunicación (Strate 1994). Para reanudar la distinción entre oralidad y escritura establecida por Walter Ong (Ong 1986), la figura del héroe-guerrero florece especialmente en la época y las culturas en las que el medio de comunicación dominante es la oralidad. Las prodigiosas acciones que llevan a cabo héroes que van armados y, sobre todo, que tienen un coraje y una fuerza física extraordinarios, poseen en un grado muy elevado esa indispensable “memorabilidad” con el fin de que las culturas orales, confiadas a la volatilidad de la palabra hablada, puedan transmitirse a través de las generaciones.

La escritura y, sobre todo, el determinante papel de la imprenta de tipo móvil en la formación de una sociedad “letrada”, crean posteriormente las condiciones de una tipología heroica más diversificada, que sigue estando presidida por el criterio de la extraordinaria y valiente acción, entendida, sin embargo, en un sentido también mental e intelectual, no sólo físico. Desde el advenimiento, muchos siglos atrás, de una era de la imprenta (Eisenstein 1997), la figura del guerrero ha empezado, por tanto (si no a ceder), a compartir el estatuto heroico con figuras de científicos, inventores, descubridores, creadores, artistas; los propios líderes militares han ascendido a héroes más por sus capacidades estratégicas que por las gestas en los campos de batalla. En la época de la comunicación electrónica y del viraje pacifista de las actitudes colectivas, el guerrero ha sido posteriormente marginado del mundo heroico.

Los héroes ya no son lo que eran y quizás ya no son ni héroes, pura y simplemente. En sintonía con la idea de una edad postheroica, varios estudiosos y observadores han defendido en épocas más o menos recientes que Occidente se ha convertido en “un mundo sin héroes” –*a world without heroes*, tal como reza el título de un ensayo americano de los años ochenta (Roche 1987)– que, a falta de héroes, reconoce los inquietantes síntomas de “una tragedia moderna”. Del “cuerpo creciente de literatura contemporánea que denuncia la pérdida del héroe tradicional” (Drucker y Cathart 1994, 3), Joseph Campbell se identifica probablemente como el precursor de mayor valía. Campbell es el autor de un célebre e influyente estudio sobre el héroe mítico, *L'eroe dai mille volti* (Campbell 2008), una sapiente obra de antropología simbólica que se ha enriquecido y ha adquirido mayor complejidad con los enfoques psicoanalíticos de matriz *junguiana*. En las páginas finales del libro, impreso originalmente en 1949, Campbell constató lo lejano de la contemporaneidad que estaba ya el universo simbólico que había dado vida a los héroes legendarios, las figuras fabulosas y las personalidades divinas de los antiguos mitos. La sociedad humana se ha hecho extraña e inhóspita para los héroes tradicionales, y éstos han dejado de habitarla.

Posteriormente, a principios de los años sesenta, Daniel Boorstin –en un anticipador libro (Boorstin 1961) que todavía puede, a pesar de la distancia de casi medio siglo, iluminar nuestro conocimiento de los fenómenos culturales endémicos

en las sociedades mediatizadas actuales– habría sostenido que los héroes de otra época estaban siendo destronados por las “celebridades” creadas por los medios de comunicación (*media celebrities*). Ya volveré más adelante sobre el tema de las celebridades de los medios, ahora me interesa aprovechar algunas notas del autor sobre las actitudes desconfiadas y a veces desmitificadoras hasta llegar a ser denigrantes, de las que se alimentan actualmente el sentido y la opinión comunes respecto a los héroes y el heroísmo. “Vemos la grandeza [de los héroes] como una ilusión”, escribe Boorstin (Boorstin 1961, 51). Incluso, al fin, como la carga de una sociedad imperfecta e infeliz, podría añadirse: especialmente en vista de la fortuna desmesurada y persistente que no deja de favorecer las palabras pronunciadas por Galileo Galilei en la obra de Bertolt Brecht: “desgraciada la tierra que no tiene héroes” (Brecht 1970).

Resulta sorprendente, pero sobre todo altamente sintomático de la tendencia a expulsar el heroísmo del horizonte de la sensibilidad contemporánea, como esta frase, extrapolada de su contexto dramático, se ha convertido en una especie de mantra cuya repetición se dispara, como un reflejo condicionado, cada vez que se presenta la ocasión. En el caso italiano, especialmente, la frase se ha vuelto a proponer en una versión, por así decirlo, revisada y corregida –“bienaventurado (o feliz) el pueblo que no necesita héroes”– que, aunque no trastoque en sustancia el significado del original, le añade un plus de sentido liberador y de ligereza eufórica, gracias a la bienaventuranza o a la felicidad evocadas en el incipit. En el drama de Bertolt Brecht se trata, en cambio, de unas palabras amargas, doloridas; Galileo replica así a su discípulo Andrea Sarti, que en la afirmación opuesta –“desgraciada la tierra que no tiene héroes”– ha expresado con fuerza su desilusión y la condena del comportamiento antiheroico del maestro frente al tribunal de la inquisición. Galileo es, a su vez, sin embargo, un hombre profundamente decepcionado y atormentado, y así permanecerá durante el resto de su vida. Al aceptar, bajo la amenaza de la tortura, abjurar de sus tesis, no ha traicionado sólo la fe de sus discípulos, sino la ética de la ciencia (admitirá “he traicionado mi profesión”) y su propia concepción “heroica” de la práctica científica; “no creo que la práctica de la ciencia pueda estar desvinculada del coraje”, dirá más adelante, durante un largo monólogo autoacusatorio. Galileo tiene razón, por tanto, al declarar “desgraciada la tierra que no tiene héroes”; no es (o no tan sólo) la expresión del anhelo utópico de una sociedad idílica, sino la amarga constatación de quien, conociendo por propia experiencia la fragilidad humana frente al exigente llamamiento del heroísmo, sabe que la necesidad de héroes puede, desgraciadamente, permanecer desatendida e insatisfecha.

El Galileo *brechtiano* no es un personaje admirable ni mucho menos ejemplar. El autor ha querido realizar una figura de antihéroe, para no dejar margen de incertidumbre alguno a la condena de una ciencia que se deja dominar por el poder y la renuncia a asumir responsabilidades morales frente a la humanidad. Las palabras “desgraciada la tierra que no tiene héroes” revisten sus complejidades, así como significados que no son

unívocos, sólo en el contexto del drama de la culpa (y el sentimiento de culpa) de Galileo: lo que Brecht consideraba “el pecado original” de la física, el primer paso de un camino destinado a conducir hasta las armas atómicas. No obstante, si estas palabras han entrado en el lenguaje común y en los repertorios de citas de tantos que ignoran su fuente, es evidentemente porque recoge y vuelve a traducir de forma eficaz, simple y popular una concepción de la vida antiheroica que se ha ido abriendo paso progresivamente en las sociedades occidentales desde la segunda mitad del siglo xx.

## 2. La crítica antiheroica

Puede no estarse de acuerdo sobre el advenimiento de una época postheroica. No se trata, obviamente, de negar la existencia de saltos y discontinuidades entre el presente y el pasado con respecto a concepciones y prácticas de heroísmo. Se trata, en cambio, de constatar cómo la definición de era postheroica, al limitarse a caracterizar el presente en términos de sucesión temporal y superación cultural respecto a una época heroica precedente, elude totalmente el auténtico punto de inflexión y ruptura del cambio de época. Lo que realmente caracteriza el mundo en el que vivimos, efectivamente, no es tanto la coyuntura de haber llegado después y haber dejado atrás los mundos heroicos del pasado –tal como lo indica el prefijo *post*– sino el hecho de que se hayan dado unas condiciones que hayan favorecido y sigan alimentando corrientes culturales contrarias al heroísmo –lo que requiere que debería recurrirse más bien al prefijo *anti*. Dicho de otra forma: por muy avanzados que puedan estar en el camino de una eventual desaparición, los héroes (reales e imaginarios) viven todavía el presente, y tampoco es una experiencia tan extraña encontrarse con vidas, acciones y personalidades auténticamente heroicas, a condición, se entiende, de saber reconocerlas. Por tanto, no es totalmente cierto que vivamos en un mundo sin héroes. Al contrario, es verdad que ese poco o mucho heroísmo, tradicional o moderno, que sigue vivo en nuestra época, está expuesto a las tensiones de una crítica antiheroica vibrante y difusa como nunca antes había existido; voces intolerantes o desmitificadoras no dejaron de levantarse también en el pasado (Voltaire decía que detestaba a los héroes porque eran demasiado “ruidosos”; Ralph Waldo Emerson los consideraba insoportablemente “aburridos”), pero eso que vemos hoy es el avance aparentemente irresistible, en la opinión pública y en el sentido común, de un rechazo antiheroico de vastas proporciones colectivas. Más que postheroica, la era actual se presta mejor a definirse como *antiheroica*.

En un bellísimo ensayo aparecido a principios de los años noventa, Mike Featherstone no dudó en afirmar, respecto a ese tema, que “la modernidad occidental [...] ha presentado un *asalto* [la cursiva es nuestra] a la vida heroica” (Featherstone 1992, 173). Entre los principales “asaltadores”, él incluye el feminismo, con su crítica a los valores masculinos y machistas

a los que acusa de constituir la armadura de las concepciones heroicas; sin embargo, en definitiva, Featherstone cree que el hecho de que en las sociedades occidentales el heroísmo se haya convertido en un terreno de contestación se debe, sobre todo, a la creciente valoración de la vida cotidiana, en sintonía con la moderna cultura del consumo y el tiempo libre. La vida cotidiana y la vida heroica aparecen, en efecto, como los dos pulsos de una antinomia no conciliable –no es por casualidad que el viaje del héroe mítico se inicia ritualmente con el abandono de su mundo cotidiano. La cotidianidad es el territorio de la existencia ordinaria, del sentido común, de las prácticas rutinarias y, al mismo tiempo (y cada vez más), el inmanente horizonte dentro del que hay que conducir la búsqueda de bienestar y autorrealización personales; la vida heroica es, por el contrario, el reino de las experiencias únicas, de las gestas extraordinarias, en las que grandes virtudes individuales que se han hecho sensibles a los llamamientos de la trascendencia se ponen al servicio de objetivos dirigidos al bien común. Y todavía más, el heroísmo requiere coraje, implica sufrimiento, expone a los peligros y exige la prueba suprema de afrontar y superar el miedo de la muerte; en cambio, la vida cotidiana aspira a una existencia feliz, aliviada por los placeres de las actividades lúdicas y consumistas, gratificada por las satisfacciones de las relaciones afectivas y por las prácticas de sociabilidad y, sobre todo, protegida al máximo de las circunstancias de riesgo que recuerdan a los humanos su intolerable condición de mortales. En la concepción y la vivencia moderna de la vida cotidiana reside, por tanto, un potencial de crítica de la vida heroica, oportunamente señalado por Gouldner hace más de treinta años: “He sugerido muchas veces que la vida cotidiana es un *contraconcepto*, que da expresión a la crítica de un cierto tipo de vida, específicamente la existencia... heroica” (Gouldner 1975, citado en Featherstone 1992, 164).

No obstante, la vida heroica existe y todavía persiste. Esa es la prerrogativa de todos los que –en los campos de operatividad y expresión más diversos, de la ciencia, el arte, la enseñanza, la defensa de la ley y el orden, el deporte y la religión, entre otros– organizan su propia existencia según los principios exigentes de una ética, precisamente heroica, que anima y valora el sacrificio, la autodisciplina, la dedicación a una causa o a una misión, la capacidad de enfrentarse a pruebas difíciles (aunque no necesariamente mortales), incluyendo la desaprobación y la hostilidad de una cultura antiheroica predominante.

De hecho, “es posible que cualquiera pueda convertirse en un héroe y llevar a cabo acciones heroicas, a pesar de no pertenecer a una sociedad heroica o dedicarse a una vida heroica” (Featherstone 1992, 167). La afirmación de Nathaniel Hawthorne citada tan a menudo “un héroe no puede ser un héroe si no está en un mundo heroico”, se desmiente cada vez que, por ejemplo, bajo la urgencia de circunstancias imprevistas, hay quien, inesperadamente (quizás incluso por sí mismo), atraviesa sin dudarlo los límites entre la vida cotidiana ordinaria y el heroísmo, gracias a un gesto extraordinario, la mayoría de veces salvador, a menudo a costa de la propia vida.

Los muchos “héroes por casualidad” (según el cliché superficial repetido por los medios) que viven en nuestro mundo nos hablan, entre otras cosas, de la ambivalencia de la vida cotidiana frente al heroísmo: polaridad alternativa y crítica de la vida heroica, pero también potencial generador de nuevas tipologías de héroes que se funden y se confunden con la gente común. Son “los héroes comunes de la vida cotidiana”, como se definen normalmente: los únicos que la actual cultura antiheroica parece reconocer y aceptar, excepto en el caso de hacer inútil ese reconocimiento a través de un otorgamiento indiscriminado y, por tanto, sustancialmente no valorador, de los méritos heroicos, porque, evidentemente, allí donde todos o casi todos son héroes, aunque sean comunes, nadie lo es realmente.

Definir como “héroes por casualidad” a los individuos cuyas acciones (a menudo, cabe subrayarlo, sacrificadas, y siempre al máximo de valerosas o altruistas) están inequívocamente inspiradas en opciones conscientes y, por contra, banalizar el significado de “heroísmo de la vida cotidiana”, atribuyéndolo de forma totalmente convencional a comportamientos admirables y encomiables, pero no por eso heroicos (como, por ejemplo, el honesto y escrupuloso desarrollo del propio trabajo): en ambos casos, lo que se descubre es el descuido o la renuncia a identificar, donde sea, ese rasgo distintivo –con respecto a valores, objetivos, motivaciones– que pertenece propiamente a la acción y a la vida heroica.

Un descuido análogo por criterios y factores de distinción está presente en un ámbito de fenómenos relacionados directamente con la presencia y la influencia de los media en las sociedades contemporáneas. Me refiero a las llamadas celebridades mediáticas (*media celebrities*), esto es, a aquellos personajes cuya fama está preferentemente generada y alimentada por los modernos medios de comunicación, con la televisión al frente. La referencia es totalmente adecuada en el contexto de este discurso, si es válida la consideración, abundantemente acreditada en la literatura, de que las celebridades mediáticas representan a los héroes de nuestros tiempos y han reemplazado a los héroes tradicionales en la función de modelos de rol para los individuos y especialmente para los jóvenes contemporáneos.

Como sostiene de forma muy convincente Mark Rowlands (Rowlands 2008), las celebridades de los medios testimonian una mutación cultural radical de la fama y se benefician de ella. Mientras que, en otra época, la fama era un recurso relativamente escaso, que constituía el reconocimiento y el premio a un talento especial, o a un hecho excepcional, o a una prueba de excelencia, en nuestros días se ha convertido en un bien casi universalmente disponible y, sobre todo, “disociado de cualquier éxito o excelencia en cualquier forma reconocible” (Rowlands 2008, 25). Con la creación de una expresión de gran eficacia, destinada a ser mencionada, Daniel Boorstin ya había diagnosticado en su día la naturaleza tautológica de esta variante contemporánea de la fama, cuyos poseedores, en la mayoría de casos, son puramente y simplemente “conocidos por ser conocidos”.

Es evidente que sólo en una época y una cultura antiheroica los “conocidos por ser conocidos” pueden ascender al rango de héroes y disfrutar de los beneficios de la fama. Pero si las celebridades de los medios (*media celebrities*) parecen bastante difícilmente recuperables para una concepción de la vida y la personalidad heroica débiles, no puede decirse lo mismo de los “héroes comunes de la vida cotidiana” –a condición de mantener firme la expectativa y la demanda de una trascendencia “en cualquier forma reconocible” de la antiheroica medianía cultivada a la sombra de la vida cotidiana.

Los grandes narradores populares conocen mejor que nadie el potencial heroico escondido y poco conocido de la gente común, y saben cómo activarlo con la fuerza explosiva de la imaginación. John R. R. Tolkien, en *El señor de los anillos*, ha convertido en un héroe sorprendente al humilde personaje de Frodo: no un guerrero valeroso e indómito como Aragorn ni un mago con poderes extraordinarios como Gandalf, sino sólo un hombrecillo (mejor dicho, un *hobbit*) cualquiera, desprovisto de cualquier recurso y, no obstante, capaz de desplegar una estupefaciente dedicación para librarse, cueste lo que cueste, de una terrible misión heroica.

### 3. Narrar los héroes. El género biográfico

Mencionando a un gran narrador popular entramos en los terrenos de la ficción. La narrativa popular es abundante, tradicionalmente, en héroes, y si bien no está totalmente exenta de los influjos antiheroicos de la era actual, no ha dejado todavía hoy de alimentar a nuestra imaginación con las historias de vidas y personajes propiamente heroicos, tanto inventados como extraídos de la vida real. Historias de vida, biografías: ahora es preciso introducir algunas consideraciones sobre el género biográfico.

El género narrativo de la biografía experimenta una especie de “desequilibrio de estatus” que nada tiene que ver con su presencia en el ámbito literario o historiográfico, sino más bien en el área de los grandes medios de comunicación popular: la prensa, el cine y, en lo que sobre todo nos interesa, la televisión. El desequilibrio reside en la contradicción entre la preeminencia relativa que el género ha adquirido en la producción cinematográfica y televisiva, y, correlativamente, en las preferencias de consumo de los públicos y, por contra, la difusa indolencia de la que parece ser objeto por parte de estudiosos y críticos. Pueden mencionarse, a propósito de ello, dos testimonios autorizados, que están totalmente de acuerdo a pesar de la distancia de más de medio siglo el uno del otro. Leo Lowenthal, en la apertura de su célebre ensayo sobre las biografías en la prensa popular americana de la primera mitad del siglo xx, observaba cómo “de forma más bien sorprendente, no se prestado demasiada atención a este fenómeno” (Lowenthal 1944, 109). A su vez, Steve Neale, al situar la biografía (vulgarmente, *biopic* o película biográfica) entre los *major genres* del cine de Hollywood, subraya la “falta de consideración críti-

ca” (Neale 2000, 60) que, con poquísimas excepciones –entre las que destaca el importante trabajo de George Custen, ampliamente mencionado más adelante– ha acompañado el devenir histórico del género.

La ausencia de atención crítica y académica no puede dejar de sorprender por su incongruencia respecto a una doble evidencia: la consistente presencia del *biopic* en la producción cinematográfica y televisiva de ayer y hoy, lo que lo convierte en un componente no despreciable del *storytelling* popular y, en general, la buena acogida, a menudo óptima, que dan los públicos a las historias biográficas.

Más allá de breves fases de declive, las biografías han contribuido constantemente a ganar para el cine de Hollywood éxitos conspicuos de taquilla y prestigiosos reconocimientos, como nominaciones y premios Oscar: basta con mencionar a *Lawrence de Arabia* (1962), *Gandhi* (1982), *La lista de Schindler* (1993), *Una mente maravillosa* (2001), *Capote* (2004), *En la cuerda floja* (2005), *La reina* (2006) o *Milk* (2008). Igualmente, la película biográfica ha sido, y sigue siéndolo todavía, dentro y a través de las transformaciones de los sistemas televisivos, un recurso de creatividad y popularidad para las redes de emisoras de televisión y todavía más de la difusión selectiva (*narrowcasting*). En Estados Unidos, por ejemplo, dentro de la operación de recuperación y utilización de los formatos del telefilm y de la miniserie como instrumentos de *channel branding* (Lotz 2009), las redes vía cable, *basic* y *premium*, han empezado a invertir regularmente en la producción en serie de ficción biográfica. En la Gran Bretaña, las nuevas redes creadas por la BBC para el digital terrestre, BBC3 y BBC4, apuestan, a su vez, por las biografías con el fin de condensar los reducidos nichos de audiencia de la difusión selectiva. Las redes más importantes no renuncian, por su parte, a frecuentar un género al que se han entregado numerosos clásicos, así como contemporáneas obras maestras de la televisión inglesa: desde *Yo, Claudio* (BBC 1976) a *Miss Austen Regrets* (BBC 2008).

#### 4. La definición de la fama

Mi interés, en el contexto de un discurso que ha empezado a partir de las orientaciones antiheroicas de la cultura contemporánea, se centra prioritariamente en la tipología de los personajes biografiados. ¿Quiénes son, no en el sentido de registrar cada individualidad, sino de la esfera de acción en la que han ejercido su excelencia y han obtenido, en consecuencia, su fama –si de eso se trata–, los personajes que los medios de comunicación populares han considerado dignos de ser narrados?

En efecto, para reanudar el inciso introducido anteriormente, se trata exactamente de eso: de la *fama*, de personajes que en la biografía encuentran la prueba y la consagración de una fama ya adquirida en virtud de talentos especiales, hechos heroicos, existencias completas, de algún modo excepcionales. Cada género narrativo, el negro, el de hospitales, el familiar,

crea a sus propios héroes protagonistas y, en condiciones de gran éxito prolongado, les lleva a una popularidad a veces muy similar a la fama, que debe entenderse como una forma de “reconocimiento glorioso”, según lo que reza en los diccionarios, tradicionalmente “asociado al respeto, y no simplemente al respeto, sino al respeto merecido” (Rowlands 2008, 9). No obstante, el género biográfico es el único en el que su propia existencia y razón de ser se sustentan sobre el valor ejemplar, el reconocimiento cultural, la consideración social de la fama adquirida por hombres y mujeres, artífices de grandes cosas y consecuciones heroicas en los ámbitos más variados de la actuación humana.

Custen tiene razón cuando dice que “definir públicamente la fama” (Custen 1992, 215) es el “rol cultural” del género biográfico. En cualquier caso, del mismo modo que ofrece a muchas personas espectadoras una versión accesible de la historia, el género biográfico ofrece a los observadores y a los analistas culturales un acceso privilegiado a las concepciones interactivas del heroísmo y la fama que encuentran expresión, en un momento determinado, en los textos y los discursos de los medios de comunicación. Leo Lowenthal, ya mencionado, ha sido el primero en analizar las biografías en esta clave; y si bien su trabajo pionero respecto a la prensa periódica, y no el cine o la televisión, constituye también una referencia imprescindible por el hecho de iluminar, en parte anticipándolas, tendencias destinadas a manifestarse también en el cine y, más tarde, en la televisión. El estudio de Lowenthal, llevado a cabo sobre un vasto corpus de artículos biográficos publicados durante cuarenta años (1901-1941) en dos revistas populares de Estados Unidos, es, con todo, demasiado conocido como para que sea necesario realizar más que una breve alusión. Bastará con recordar cómo los resultados de la investigación evidencian claramente una progresiva y decisiva reconfiguración de la composición tipológica de los personajes biografiados: seleccionados preferentemente, en los primeros veinte años del siglo, entre las élites políticas y militares, los profesionales y los hombres de negocios, y rápidamente sustituidos a lo largo de los sucesivos decenios por figuras populares del mundo del arte y el espectáculo. Al respecto, Lowenthal distingue entre las “artes serias” (pintura, música, danza, etc.) y las artes populares, y subraya la progresiva desaparición de las primeras entre las esferas de actividad que proporcionan a los héroes de la prensa periódica. En las definiciones de Lowenthal, “los héroes de la producción” –una aristocracia de individuos con cualidades y virtudes fuera de lo común, inspirados por y potenciales inspiradores de ideales elevados– ceden definitivamente el paso a los “héroes del consumo” –figuras emblemáticas de una sociedad que coloca el tiempo libre y el entretenimiento en el centro de los propios intereses.

No es necesario compartir el desdén de Frankfurt de Lowenthal hacia “los ídolos de masas” (o, por contra, una cierta idealización de los “héroes de la producción”), para reconocer el mérito de haber diagnosticado de forma aguda, por primera vez, un cambio (*shift*) cultural que no habría tardado en marcar la

evolución del género biográfico también en el contexto creativo y productivo de otros medios de comunicación.

En el cine de Hollywood, lo hemos aprendido con el estudio de Custen: las películas biográficas realizadas hasta principios de los años cuarenta llegaban preferentemente al sector de las élites tradicionales, los soberanos, los hombres ilustres de la política y la economía, las personalidades insignes del arte y la ciencia; no faltaban las biografías de estrellas del espectáculo, a través de las que Hollywood se autocelebraba, pero que constituían una minoría relativa. Es en los dos decenios posteriores cuando se verifica el cambio de dirección ya observado por Lowenthal en los diarios populares. Durante los años cuarenta y cincuenta, el avance constante de los “héroes del consumo” reconfigura “la agenda de la fama” de los *biopics* cinematográficos; las figuras de *entertainers*, que desde el principio eran menos del 10%, llegan al 28% sobre el total de las biografías producidas en los años cincuenta, como también lo harán los campeones deportivos, mientras que las representaciones de las élites que toman las decisiones y las artísticas retroceden, sin desaparecer. Emerge una nueva élite, que construye su fama en las profesiones del entretenimiento.

No obstante, el advenimiento de la nueva figura paradigmática de la fama contemporánea no altera de por sí el requisito fundamental, la condición necesaria (aunque no suficiente) que hace que una vida sea digna de ser narrada; el *biopic* cinematográfico sigue “exigiendo”, efectivamente, de los propios sujetos biografiados, tanto si se trata de líderes políticos como de personajes del espectáculo, una (cierta) dimensión de grandeza, una inclinación heroica, unos comportamientos admirables y, en definitiva, la evidencia de una personalidad y una existencia, al menos en parte, extraordinarias, que ya han encontrado un reconocimiento público en el tributo de la fama.

Esta condición disminuye, afirma Custen, cuando con los cambios de los años sesenta, el género biográfico pasa –como otros– a la televisión. Bastante rápidamente, en efecto, la televisión (cabe recordar que el autor analiza la escena americana) reescribe el código de la película biográfica, y altera de forma esencial el componente primario mediante un auténtico hundimiento de la agenda de la fama: ya no hay figuras celebradas y respetadas por haber conseguido grandes resultados en un ámbito específico de actuación, sino que la gente corriente se convierte en protagonista de las películas biográficas (*biopics*) televisivas –cuando, repentinamente, son sustraídos fugazmente del anonimato de la vida cotidiana por cualquier acontecimiento inesperado y disruptivo. Se entiende que la gente normal no ocupa completamente la escena protagonista; las celebridades del entretenimiento siguen ocupando un gran espacio, y tampoco desaparecen del todo las biografías de personajes ilustres; sin embargo, sin duda, a través de esta forma de aparente democratización de una fama que cada vez se mide menos en términos de excelencia y heroísmo, el género biográfico reconvierte el propio rol cultural en el cumplimiento de la misión –abrazada por una gran parte de la televisión contemporánea– de dar a todo el mundo su minuto de gloria.

Custen escribía a principios de los años noventa; sus datos, así como sus consideraciones sobre el *biopic* televisivo, están influenciados (aunque el autor no realice ninguna mención explícita a ello) por la numerosa presencia en los *networks* americanos de telefilmes (*movies of the week*: Rapping 1992) que, a menudo en los tiempos apremiantes de la *instant movie*, llevaban a la pantalla hechos y personajes de las crónicas de éxitos periodísticos, extrayendo la materia narrativa preferentemente de la prensa sensacionalista.

No disponemos de recopilaciones sistemáticas de datos para los años más recientes, pero las informaciones, procedentes de una gran variedad de fuentes –revistas especializadas, lugares de las redes televisivas, otros recursos accesibles en línea– confirman el *demotic turn* (Turner 2010), como Graeme Turner define la creciente visibilidad de la gente corriente en la televisión, del género biográfico. Parece que no puede haber duda alguna sobre la presencia abundante en los *biopics* televisivos contemporáneos de celebridades del mundo del entretenimiento y el *show business*: estrellas del cine y la televisión, cantantes, bailarines, autores e intérpretes de cualquier género musical. A estos personajes –famosos exponentes de carreras artísticas que requieren, no obstante, una mínima cantidad de talento y compromiso para proporcionar a quien se dedica a ellas el gratificante beneficio de la notoriedad– les flanquean más recientemente nuevas figuras de la celebridad, que, a pesar de encontrarse verosímelmente en el origen de un restringidísimo corpus de *biopics*, señalan, sin embargo, con su presencia, un cambio significativo en el *modus operandi* de la televisión contemporánea. Se trata, efectivamente, en sentido propio, de celebridades televisivas pertenecientes a la categoría de los “individuos conocidos por ser conocidos”, citando a Boorstin; y más precisamente, conocidos por haber participado en alguno de los muchos *reality shows* a través de los que la televisión produce hoy sus propias, efímeras, celebridades o *celetoids*, según la definición de Chris Rojek (Rojek 2001). A semejanza de los *factoids*, que son hechos inauténticos, fabricados por los medios de comunicación, los *celetoids* son celebridades falsas, fabricadas por la televisión en ausencia de los requisitos de una auténtica fama. “Individuos sin ningún talento particular que pueda alimentar expectativas de trabajo en la industria del entretenimiento, y ningún objetivo especial de carrera salvo el de obtener una visibilidad mediática” (Turner 2010, 14) consiguen, así, una notoriedad que hace que algunos accedan al rango de personajes a biografiar.

Los contenidos del entretenimiento ocupan ya, en el total de las redes del ambiente multicanal, grandes espacios; su omnipresencia y su influencia sobre los modelos de consumo lo convierten, en muchos casos, en el género televisivo dominante. Aunque produzca sólo una fracción del inmenso corpus de los programas de la televisión contemporánea, el género biográfico contribuye a confirmar –remodelando de forma sintonizada la propia agenda– que se ha entrado en “la era del entretenimiento”.

## 5. Un enclave heroico en la ficción italiana

Reservo la última parte del artículo para explorar rápidamente la biografía en la ficción italiana contemporánea, tras haber acumulado a lo largo del recorrido precedente los elementos cognitivos que permiten situar este caso en un contexto comparativo.

Con respecto a los perfiles relevantes que el género biográfico simula revestir en la escena televisiva (y cinematográfica) internacional, una primera peculiaridad del caso italiano es inmediatamente observable en la vertiente cuantitativa. En los últimos veinte años (años noventa y primera década del siglo XXI), la producción y la oferta de *biopics* en el ámbito de la ficción italiana han llegado a niveles conspicuos: da testimonio de ello el elevado número total de biografías, que casi llegan a los cien títulos (97) y, todavía de forma más elocuente, su peso dentro de la programación del horario de máxima audiencia, equivalente a un abundante 10%. En otros términos, una ficción de cada diez en horario de máxima audiencia es un *biopic*. Que se trate de una proporción considerable, y verosímilmente nada fácil de emular en el presente o el pasado, puede validarse por el hecho de que ha bastado con una incidencia mucho menor para incluir a los *biopics* entre los *major genres* cinematográficos. En el período de treinta y tres años (1927-1960) cubierto por el estudio de Custen, por ejemplo, menos del 3% de las otras 10.000 películas producidas por los grandes estudios de Hollywood eran biográficas y, no obstante, es considerado el período de mayor expansión del género biográfico. Con la preparación de una rica galería de retratos de personalidades heroicas, la ficción italiana se ha concedido una prerrogativa tan peculiar como premiadora: este género de historias biográficas ha ganado una gran popularidad y ha expresado casi sistemáticamente, a lo largo de las

temporadas televisivas de principios del siglo XXI, el mayor éxito del año (Bechelloni 2010).

La intensiva presencia del género biográfico en la ficción italiana de los últimos veinte años plantea una interesante cuestión sobre el modo específico en el que el *storytelling* doméstico ha tomado posición, por así decirlo, respecto a cuestiones de heroísmo y fama, implicadas en la definición del género y en sus funciones culturales. Hemos seguido la evolución del *biopic* sobre un horizonte internacional, en el paso del cine a la televisión, y en su adhesión plástica al *demotic turn* y a la creciente importancia del entretenimiento televisivo. Se trata ahora de verificar parecidos y diferencias del *biopic* italiano respecto a las tendencias internacionales, en cuanto a la tipología de los personajes biografiados según el área de actividad en la que han alcanzado reconocimiento público.

Cualquiera que conozca, aunque sea de forma superficial, la ficción italiana no puede encontrar ningún motivo de sorpresa en la preeminencia de que, dentro del corpus de los *biopics* de los últimos veinte años, revisten las figuras religiosas (los santos, los papas, los beatos, los sacerdotes de la Iglesia católica) y los personajes del Antiguo Testamento (Abraham, Moisés, Salomón...) y del Nuevo Testamento (Cristo, María, los apóstoles). La tendencia religiosa que empezó a funcionar a principios de los años noventa (Buonanno 2009) ha encontrado, efectivamente, desde sus inicios, una expresión casi exclusiva en el género biográfico. En total, las figuras religiosas y bíblico-evangélicas equivalen al 43% del corpus: en otras palabras, más de 2 de cada 5 biografías están dedicadas a los que podríamos definir como "héroes de la fe".

El segundo grupo más numeroso de personajes biografiados (13) está constituido por los hombres y las mujeres que, dando muestras de coraje excepcional al servicio de grandes ideales éticos y civiles, han combatido el mal político del siglo XX

**Tabla 1. Tipología de los personajes biografiados (1989-2009)**

Personajes biografiados	Rai	Mediaset	Total
Figuras religiosas (santos, papas, sacerdotes)	14	10	24
Figuras bíblico-evangélicas	13	5	18
Héroes-mártires (nazismo, mafia...)	9	4	13
Gobernantes y políticos	8	3	11
Artistas (creativos)	7	2	9
Artistas y deportistas	5	3	8
Figuras próximas a élites políticas*	5	1	6
Científicos, inventores	2	1	3
Empresarios	1	1	2
Criminales	-	2	2
Otros	-	1	1
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>33</b>	<b>97</b>

\* Se trata de personajes femeninos cuya biografía está estrechamente vinculada a nivel privado –como amantes, esposas, hijas de...– a la de gobernantes y políticos. Equivalen, en parte, a las que Custen define como *paramours*.

Font: Elaboración propia.

encarnado en los totalitarismos fascistas y nazis, y el mal social de Italia, identificado en la cultura y la criminalidad mafiosa. Estos “héroes de la libertad y la justicia” son, muy a menudo, héroes-mártires, en el marco de una tradición de heroísmo (del martirologio cristiano a los mártires del Risorgimento y otros) arraigada en la historia y la cultura italianas.

Recuperamos de Lowenthal la definición de “héroes de la producción” para determinar la categoría de las élites políticas y empresariales, tan numerosas como la categoría precedente (13 biografías, añadiendo a los políticos la escasa representación de los empresarios). Encontramos, en este grupo, a grandes figuras históricas de gobernantes, legisladores, conquistadores (César, Augusto, Carlomagno), de líderes políticos y sindicales de la Italia republicana (De Gasperi, Moro, Di Vittorio), empresarios innovadores (Ferrari, Mattei). Figuras a menudo controvertidas, pero aureoladas por la fascinación por el poder, rodeadas por una fama que se alimenta del respeto admirado por la influencia que han ejercido sobre la historia del mundo o del país.

No mucho más reducido (12 biografías) es el grupo formado por artistas creativos (Miguel Ángel, Caravaggio, Puccini... incluyendo, con toda la razón, a una estilista revolucionaria como Coco Chanel) y figuras de científicos e inventores (Montessori, Einstein, Meucci). Individuos hermanados por el “don” de un talento, de un ingenio, un intelecto fuera de lo común, que ha permitido a estos “héroes del arte y la ciencia” destacar en sus ámbitos.

La grandeza, ciertamente, es también la prerrogativa de los campeones deportivos (Coppi, Bartali, Carnera) que, junto con algunas figuras populares de la música ligera, integran la categoría de los “héroes del entretenimiento”. Generador tan sólo de 8 biografías, el entretenimiento figura en el quinto lugar en la agenda de la fama de los *biopics* italianos: lejos, por tanto, de tener el peso que parece haber asumido en otros lugares, como “polo de reclutamiento” de las celebridades narradas por el género biográfico.

Las biografías de personalidades femeninas próximas a la élite del poder merecerían una atenta valoración individual para ser clasificadas de forma más pertinente. La operación, sin embargo, no modificaría, de todos modos, el resultado que se expresa en la siguiente tabla:

**Taula 2. Tipologías heroicas**

Tipologías	
Héroes de la fe	43,30%
Héroes de la libertad y la justicia	13,40%
Héroes de la producción	13,40%
Héroes del arte y la ciencia	12,40%
Héroes del entretenimiento	8,20%
Otros	9,30%

Font: Elaboración propia.

La misión y el testimonio de la fe religiosa, los ideales de la libertad y la justicia, las responsabilidades y las conquistas del poder, la expresión de la creatividad y el ingenio: más del 80% de las biografías realizadas por la ficción italiana en los últimos veinte años cubre estos ámbitos, donde, a lo largo del pasado histórico lejano y reciente, se ha generado la fama de personajes que pueden ser vistos legítimamente como ejemplos y modelos para la inspiración de la grandeza humana. En estas biografías encontramos, por tanto, pocas concordancias con el avance de una era del entretenimiento, de la que la propia televisión italiana es todo el contrario que refractaria o ajena por una parte notable de los contenidos de su programación.

El corpus de las biografías de los últimos veinte años es cuantitativamente poca cosa, un cascarón de nuez en el mar de una oferta televisiva exponencialmente amplificada por el ambiente multicanal. No obstante, hay que reconocer a la ficción italiana el hecho de haber cultivado, en plena era del entretenimiento y en el contexto de una sociedad antiheroica, la “feliz anomalía” de un pequeño pero valioso enclave de televisión “heroica”.

## Referencias

- BECELLONI, G. *I nostri eroi. La funzione bardica della televisione*. Nápoles: Liguori, 2010.
- BOORSTIN, D. *The Image: a Guide to Pseudo-Events in America*. Nueva York: Vintage Books, 1961.
- BRECHT, B. *Vita di Galileo*. Turín: Einaudi, 1970.
- BUONANNO, M. “Religion and History in Italian TV Drama”. En: O'DONNELL, H.; CASTELLO, E.; DHOEST, A. (ed.). *Nation on the Screen*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2009, pág. 13-28.
- CAMPBELL, J. *L'eroe dai mille volti*. Milán: Guanda, 2008.
- CUSTEN, G. *Bio/Pics*. New Brunswick, NJ [Estados Unidos]: Rutgers University Press, 1992.
- EISENSTEIN, E. *Le rivoluzioni del libro*. Bolonia: il Mulino, 1997.
- LOTZ, A.D. (ed.). *Beyond Prime Time*. Londres: Routledge, 2009.
- LOWENTHAL, L. “The Triumph of Mass Idols”. En: LOWENTHAL, L. (ed.). *Literature, Popular Culture and Society*. Englewood Cliff: Prentice-Hall, 1944, pág. 109-140.
- NEALE, S. *Genre and Hollywood*. Londres: Routledge, 2000.
- ONG, W. *Oralità e scrittura*. Bolonia: 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. *Letà post-eroica*. Roma: Laterza, 2009.

STRATE, L. "Heroes: a Communication Perspective". En: DRUCKER, S.; CATHCART, R. (ed.). *American Heroes in a Media Age*. Cresskill: Hampton Press, 1994, pág. 15-24.

TURNER, G. *Ordinary People and the Media. The Demotic Turn*. Londres: Sage, 2010.