

Nuevos santos de la farándula

Estrategias discursivas
en sus autobiografías

Paola Calderón



Serie Magíster

Nuevos santos de la farándula

Estrategias discursivas
en sus autobiografías

Paola Calderón



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador

Serie Magíster
Vol. 268

*Nuevos santos de la farándula:
Estrategias discursivas en sus autobiografías*
Paola Calderón

Primera edición
Coordinación editorial: Jefatura de Publicaciones
Corrección de estilo: Valeria Molina
Diseño de la serie: Andrea Gómez y Rafael Castro
Impresión: Ediciones Fausto Reinoso
Tiraje: 300 ejemplares

ISBN Universidad Andina Simón Bolívar,
Sede Ecuador: 978-9978-19-936-7

Derechos de autor: 056381

Depósito legal: 006214

© Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
Toledo N22-80

Apartado postal: 17-12-569 • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 322 8085, 299 3600 • Fax: (593 2) 322 8426

• www.uasb.edu.ec • uasb@uasb.edu.ec

La versión original del texto que aparece en este libro fue sometida a un proceso de revisión por pares, conforme a las normas de publicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Impreso en Ecuador, mayo de 2019

Título original:

«Los nuevos santos de la farándula y las estrategias discursivas de la comunicación mediática en sus libros autobiográficos»

Tesis para la obtención del título de magíster en Comunicación

Autora: Paola Daniela Calderón Acurio

Tutor: José Laso

Código bibliográfico del Centro de Información: T-1557

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	5
--------------------	---

Capítulo primero

HACIA UNA COMPRENSIÓN TEÓRICA: LA AUTOBIOGRAFÍA, LA FARÁNDULA Y EL DISCURSO DE LA EJEMPLARIDAD	9
--	---

LA AUTOBIOGRAFÍA	9
------------------------	---

El género autobiográfico: Sus concepciones multidisciplinarias	9
---	---

El relato: La actividad narrativa de la vida	14
--	----

La narración y la construcción de la identidad	18
--	----

AUTOBIOGRAFÍA: ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO	20
--	----

La visibilidad de la intimidad.....	22
-------------------------------------	----

La intimidad como espectáculo	23
-------------------------------------	----

LA FARÁNDULA	24
--------------------	----

Importancia de estudio de la farándula	24
--	----

Definiciones de la farándula	25
------------------------------------	----

Construcción de los famosos o figuras públicas	30
--	----

Antecedentes de la inscripción de la farándula y de sus libros autobiográficos en la cotidianidad.....	31
---	----

Los fans	33
----------------	----

Experiencia vivida-experiencia mediática	34
--	----

Los detractores	35
-----------------------	----

LO EJEMPLAR	36
-------------------	----

Lo ético y lo moral en las narrativas de la identidad.....	36
--	----

Identificación e imagen modélica en la autobiografía	37
--	----

La vida de los santos en el discurso hagiográfico	38
---	----

Capítulo segundo

LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA USADAS EN LAS AUTOBIOGRAFÍAS DE LA FARÁNDULA	41
---	----

NARRATIVA E INTERPELACIÓN MEDIÁTICA	42
---	----

LA ESPECTACULARIZACIÓN Y FICCIONALIZACIÓN DEL YO	44
--	----

LOS MODELOS DE REFERENCIA	46
---------------------------------	----

EL MELODRAMA DE TELENOVELA: PRIMER MODELO DE REFERENCIA	47
--	----

Antecedentes del melodrama	47
----------------------------------	----

Lo televisivo.....	50
La vida como telenovela	53
Sinopsis de los libros autobiográficos	55
<i>Cada día más fuerte</i> , Thalía	56
<i>Gloria</i> , Gloria Trevi.....	56
<i>Persiguiendo el sol</i> , Juanes.....	57
<i>Memorias de un gordo</i> , Carlos Luis Andrade	57
ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA COMUNICACIÓN	
MEDIÁTICA.....	57
Infancia	58
Inicios y fama.....	65
Amor.....	73
Enfermedad.....	76
Ser padres.....	78
Deseo de libertad	81
La meta conocida: La felicidad o el bien	82
 Capítulo tercero	
LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA HAGIOGRAFÍA	
USADAS EN LAS AUTOBIOGRAFÍAS DE LA FARÁNDULA	85
FAMOSOS: ENTRE HÉROES Y SANTOS.....	86
INTERPELACIÓN POR MEDIO DE VIDAS EN SANTIDAD	89
LO HAGIOGRÁFICO: SEGUNDO MODELO DE REFERENCIA.....	90
ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA HAGIOGRAFÍA	92
Inicio del yo espiritual.....	93
Lo martirial y la liberación.....	94
Las experiencias místicas	99
La generosidad desinteresada	101
 Resultados de la investigación	
¿CÓMO SE CONSTRUYEN DISCURSIVAMENTE	
LAS PERSONAS DE LA FARÁNDULA EN LOS RELATOS	
AUTOBIOGRÁFICOS PARA INTERPELAR AL PÚBLICO?	105
RESULTADOS PARTICULARES	105
RESULTADOS GENERALES	106
 BIBLIOGRAFÍA	 111

INTRODUCCIÓN

Los libros autobiográficos de las personas de la farándula deben ser comprendidos no únicamente como parte de los intereses comerciales de la comunicación de masas, sino como materiales que, por medio de sus estrategias discursivas, responden a las necesidades afectivas, míticas y de entretenimiento del público. De ahí el interés por analizar cómo se construyen los discursos, cómo se forman los famosos y sus vidas en las narrativas autobiográficas para lograr el reconocimiento, la admiración o el placer de leer.

Se considera que las autobiografías aquí analizadas integran estrategias que involucran interacciones de las lógicas del discurso mediático (vidas desde lo estelar y el entretenimiento) y del discurso de virtudes (vidas desde lo ejemplar).

Para analizar las estrategias discursivas autobiográficas, se plantea establecer cuáles son las estrategias discursivas de los libros autobiográficos desde la comunicación mediática e identificar las estrategias discursivas que relacionan el discurso autobiográfico de la farándula con el discurso de virtudes.

El calificativo propuesto de *los nuevos santos* de la farándula surge bajo el criterio de que los famosos, a pesar de su desmitificación, porque los medios los muestran más humanos, en ocasiones, son objetos de admiración, actúan como modelos y referentes sociales, más aún cuando se exponen sus vidas ejemplares y en búsqueda de perfeccionamiento. Se refleja discursivamente una representación de sujetos ideales para la

sociedad, de famosos que asimilan el llamado de la vida en santidad. La *santidad*, en este contexto, es comprendida entonces como una categoría discursiva.

Incorporamos el aporte de varios autores para lograr las articulaciones conceptuales. Leonor Arfuch, en *El espacio biográfico: Dilemas de la subjetividad contemporánea*,¹ considera el espacio biográfico como reflexión teórica y analiza las *narrativas del yo*.

Omar Rincón, en *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*,² contribuye a la reflexión de las autobiografías en el ámbito de la comunicación mediática, así como a la comprensión de la lógica del entretenimiento en los medios de comunicación como lucha contra el aburrimiento.

Michel de Certeau, en *La escritura de la historia*,³ nos acerca al discurso de la vida de los santos, tema que está inscrito dentro de lo que se denomina *hagiografía*⁴ y permite abordar la relación entre el *discurso autobiográfico* y el *discurso hagiográfico* o discurso de virtudes.

Otros aportes valiosos se obtienen desde Jesús Martín-Barbero,⁵ Paul Ricoeur,⁶ Sylvia Molloy,⁷ John Thompson,⁸ Jesús González Requena,⁹ Paula Sibilía,¹⁰ Nicolás Peralta.¹¹

- 1 Leonor Arfuch, *El espacio biográfico: Dilemas de la subjetividad contemporánea* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2002), 49, 67 y 87.
- 2 Omar Rincón, *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento* (Barcelona: Gedisa, 2006), 42-3.
- 3 Michel de Certeau, *La escritura de la historia* (México DF: La Galera, 1993), 264.
- 4 La hagiografía es un género literario que favorece a los actores de lo sagrado (los santos).
- 5 Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía* (México DF: Gustavo Gili, 1991).
- 6 Paul Ricoeur, *Tiempo y narración: Configuración del tiempo en el relato histórico* (México DF: Siglo XXI, 1995).
- 7 Sylvia Molloy, *Acto de presencia: La escritura autobiográfica en Hispanoamérica* (México DF: Fondo de Cultura Económica, 1996).
- 8 John Thompson, *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona: Paidós, 1998).
- 9 Jesús González Requena, *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad* (Madrid: Cátedra, 1999).
- 10 Paula Sibilía, *La intimidad como espectáculo* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008).
- 11 Nicolás Peralta, *No todo lo que reluce es oro: Un estudio antropológico sobre la farándula* (Buenos Aires: Hojas del Sur, 2013).

Son cuatro los libros autobiográficos considerados para el análisis; tres corresponden a la farándula latina y uno a la farándula ecuatoriana.

Los libros de la farándula latina son: *Gloria*, *Persiguiendo el sol* y *Cada día más fuerte*;¹² y el que representa a la farándula ecuatoriana: *Memorias de un gordo*.¹³ La selección está basada en las características discursivas de nuestro interés. Los libros hacen referencia a personas de la farándula con trayectoria artística y fácilmente reconocibles en el medio por su exposición mediática; son personas contemporáneas en la industria.

Para identificar cómo se construyen los famosos, es necesario revisar la manera en que se cuentan los temas comunes de las cuatro autobiografías, desde la infancia hasta la adultez de los protagonistas y ver cómo, en esta cronología, se van intercalando mecanismos de la comunicación de masas y del discurso de virtudes.

El primer capítulo recoge la propuesta teórica que permite un acercamiento con los tres descriptores principales: la autobiografía, la farándula y lo ejemplar. En el segundo, se analiza la muestra de las cuatro autobiografías a partir de las estrategias discursivas que utiliza la comunicación mediática. En el tercer capítulo, se identifica la relación de las autobiografías con el discurso de virtudes.

Los cuatro libros son comprendidos a partir de *modelos de referencia* que permiten conocer cómo otros discursos se combinan en los relatos autobiográficos. Para establecer cuáles son las estrategias discursivas de los libros autobiográficos desde la comunicación mediática, el modelo de referencia es el *melodrama de telenovela*, por presentar rasgos discursivos similares a los de las autobiografías de la farándula como el conflicto, las víctimas, los justicieros, los traidores y las luchas del bien contra el mal.

Para identificar las estrategias del discurso de virtudes que se relacionan con el discurso autobiográfico de la farándula, el modelo de referencia es lo *hagiográfico*; lo común entre los discursos de las hagiografías

12 Gloria Trevi, *Gloria* (México DF: Planeta, 2002); Juanes, *Persiguiendo el sol* (Nueva York: Celebra, 2013); Thalía, *Cada día más fuerte* (Nueva York: Celebra, 2011).

13 Carlos Luis Andrade y Jaime Chonillo, *Memorias de un gordo* (Guayaquil: Senefelder, 2011). A pesar de ser considerado, en el mercado nacional, más como un libro de motivación y de memorias, por su contenido que gira alrededor de una temática específica (el sobrepeso), reúne los elementos de análisis en cuanto al protagonista, siendo la única muestra identificada en el mercado ecuatoriano en las categorías biográfico-farándula en el momento de realización de este trabajo.

y las autobiografías es el aprendizaje de los valores de los protagonistas, el martirio, la culpa, el arrepentimiento, lo místico y la generosidad desinteresada.

Al finalizar se presenta un conjunto de resultados particulares y de resultados generales que sintetizan lo obtenido de la interrelación de los discursos de la comunicación de masas con lo virtuoso y lo ejemplar en las autobiografías de la farándula.

CAPÍTULO PRIMERO

HACIA UNA COMPRENSIÓN TEÓRICA: LA AUTOBIOGRAFÍA, LA FARÁNDULA Y EL DISCURSO DE LA EJEMPLARIDAD

El capítulo presenta una construcción que permite teorizar la autobiografía, la farándula y lo ejemplar. Se propone un acercamiento a los conceptos más comunes que involucra la autobiografía desde un punto de vista multidisciplinar con la ayuda de autores que posibilitan dar una lectura tradicional y contemporánea; posteriormente, se hace referencia a los conceptos que identifican la farándula con un interés por su inscripción en la cotidianidad. Finalmente, se contextualiza a las autobiografías en lo ejemplar con un acercamiento al discurso hagiográfico o discurso de virtudes.

LA AUTOBIOGRAFÍA

EL GÉNERO AUTOBIOGRÁFICO: SUS CONCEPCIONES MULTIDISCIPLINARIAS

La construcción teórica del concepto de género autobiográfico presenta una larga reflexión, constituyéndose como un objeto de análisis privilegiado que implica ciertos debates desde el abordaje de diversos y polémicos enfoques clásicos como la lingüística, la literatura, la psicología o la filosofía, con un interés por la complejidad de la noción de sujeto.

El inicio del género autobiográfico es incierto. Leonor Arfuch, en *El espacio biográfico: Dilemas de la subjetividad contemporánea*, explica que la aparición de un *yo* como garante de una biografía es un hecho que se remonta apenas a poco más de dos siglos, indisociable del capitalismo y del mundo burgués, siendo en el siglo XVIII cuando comienza a delinearse nítidamente la especificidad de los géneros literarios autobiográficos, en la tensión entre la indagación del mundo privado y su relación con el nuevo espacio de lo social.

Más allá de su valor literario intrínseco, los géneros autobiográficos trazarían un espacio de autorreflexión para el afianzamiento del individualismo como uno de los rasgos típicos de Occidente, que delineaba la sensibilidad del mundo burgués ante la vivencia de un *yo* que necesitaba definir los nuevos tonos de la afectividad, el decoro o los límites de lo permitido y lo prohibido.¹⁴

Francisco Rodríguez, en *El género autobiográfico y la construcción del sujeto autorreferencial*, cita al crítico alemán Bernd Neumann y dice: «[P]ara el autor, el inicio de la autobiografía está emparentado con el origen del desarrollo de la mentalidad burguesa, puesto que, en ella, se manifiesta el valor que la burguesía tiene del individuo en tanto motor de la actividad económica y cultural».¹⁵ Lo que significa, para Rodríguez, que el relato de la propia vida no tiene cabida más que en la mentalidad individualista propiciada por la burguesía; la autobiografía expone, en sus inicios, el individualismo como una nueva forma de vida.

Karl J. Weintraub, en *Autobiografía y conciencia histórica*, coincide con Neumann en que el nacimiento de la autobiografía está emparentado con el desarrollo de la vida burguesa, porque «en las sociedades clásicas, no existía esta conciencia individual, ya que la concepción de la personalidad se emparentaba con una prolongación de las omnipresentes realidades sociales; específicamente, la evolución de la personalidad estuvo dominada por el ideal social y religioso del guerrero perfecto, el héroe colectivo, la imagen del hombre público dominaba la formación de las generaciones».¹⁶

14 Arfuch, *El espacio biográfico*, 33-4.

15 Francisco Rodríguez, «El género autobiográfico y la construcción del sujeto autorreferencial», *Revista de Filología y Lingüística* 26, n.º 2 (2000): 11.

16 *Ibid.*, 12.

Según Rodríguez, las primeras reflexiones teóricas acerca de la autobiografía corresponden al filósofo alemán Wilhelm Dilthey, quien miró la importancia de la autobiografía para la comprensión histórica, como método de entendimiento de los principios organizativos de la experiencia. Según este pensamiento, la autobiografía corresponde a la autoconstrucción de la vida por medio de la interpretación de la realidad histórica en que vive el autor de los textos autobiográficos.

Para este pensador, el trabajo autobiográfico es el resultado de un proceso de desarrollo vital; la escritura se realiza en un período de madurez, puesto que, al escribir, el sujeto intenta comprenderse a sí mismo (y a la vez a la historia de su período vital) buscando la conexión histórica de su vida, luego de haber atravesado vivencias que le han dado valor a su existencia, después de haber cumplido planes, realiza una retrospectiva desde el presente. Ello implica seleccionar los momentos más significativos y olvidar el resto, además de que deja constancia de los errores, los cuales ya han sido rectificadas gracias al transcurrir temporal.¹⁷

Además de un método hermenéutico de comprensión histórica, por medio de Dilthey se concibe a la autobiografía como reflejo, reconstrucción verídica, objetiva y comprobable de la vida que le proporciona el conocimiento de sí mismo al autobiógrafo, además de conocimiento confiable, sistemáticamente adquirido, a quienes lo leen.¹⁸

Georges Gusdorf, en *Condiciones y límites de la autobiografía*, polemiza acerca de la posibilidad de reconstruir el pasado objetivamente, porque opera una especie de creación que se lleva a cabo desde el presente.

El interés de la teoría ya no se centra en las relaciones entre texto e historia, sino entre texto y sujeto. Para Gusdorf, este género tiene que ver con la preocupación del hombre occidental de complacerse consigo mismo, de considerarse privilegiado y digno de interés para los demás; se encierra un principio del placer narcisista, el autor de la autobiografía se contempla en su ser y le place ser contemplado. El yo autobiográfico se considera digno de la memoria de los hombres, es decir, un personaje modelizante, actitud considerada como típica en el hombre del Renacimiento.

17 *Ibíd.*, 13.

18 *Ibíd.*

Para Gusdorf la autobiografía no consiste en el recuento verídico de la vida, sino en la construcción de un yo por una memoria que a veces falla, con lo cual los recuerdos se mediatizan.¹⁹

Philippe Lejeune dice: «[L]a autobiografía consistirá en el relato retrospectivo en prosa que una persona real hace de su propia existencia, poniendo el acento en su vida individual, en particular, en la historia de su personalidad».²⁰ Esta definición de Lejeune propone el reconocimiento por parte del lector de un *yo autor*, lo que conlleva la interrogante de ¿cómo saber qué *yo* es el que dice *yo*? Es ante esta imposibilidad verificable que Lejeune, consciente de enfrentar un dilema filosófico, propone la idea del *pacto autobiográfico*, una especie de contrato entre el autor que se compromete a contar la verdad y el lector a creer el relato. Bajo la idea del pacto contractual «un texto deviene autobiográfico en la medida en que yo como lector establezco un contrato de veridicción con el sujeto que firma el texto, y con ello le creo lo que me relata, es decir, confío en la construcción del yo autobiográfico que realiza, en ese momento de la lectura, un sujeto de enunciación determinado».²¹

El escritor norteamericano Paul de Man, en su ensayo *La autobiografía como desfiguración*, se pregunta por la relación entre los conceptos historia y ficción, y termina inclinándose por valorar no la autobiografía como género, sino la textualidad denominada «autobiografía», considerando el elemento ficticio, es decir, estudiando los elementos retóricos que construyen la ficción autobiográfica. De Man afirma que la autobiografía no es un género sino una figura de lectura y de entendimiento que se produce en todo texto, y el momento autobiográfico (que es lo que existe) se presenta como una alineación entre los sujetos implicados en la lectura, en la cual ambos se determinan por una sustitución reflexiva mutua, lo que implica una relación especular. De Man insiste en que, antes que estudiar al sujeto en tanto individuo, es necesario considerar el texto especular como una estructura retórica, es decir, analizar los elementos tropológicos con que el sujeto de enunciación se construye como referente (como ilusión de referencialidad).²²

19 Ibid., 10-6.

20 Lejeune, citado en Arfuch, *El espacio biográfico*, 45-6.

21 Rodríguez, «El género autobiográfico», 17.

22 Ibid., 17-8.

Mijaíl Bajtín nos permite considerar el género como un espacio de enunciación que posibilita escuchar la voz de los otros que son los que *me constituyen*, a la vez, género que remite a los problemas de la constitución del sujeto que no se puede analizar desde una óptica monológica, debido a que un sujeto no puede ser percibido ni estudiado como cosa, no puede permanecer sin voz; por lo tanto, su conocimiento solo puede tener carácter dialógico;²³ es decir, la comprensión de la autobiografía como un espacio donde conviven elementos referenciales, antropológicos o culturales. Bajtín se refiere además a los valores biográficos que debe poseer una autobiografía. Afirma: «[U]n valor biográfico no solo puede organizar una narración sobre la vida del otro, sino que también ordena la vivencia de la vida misma y la narración de la propia vida de uno, este valor puede ser la forma de comprensión, visión y expresión de la propia vida».²⁴

Al revisar los debates teóricos de la autobiografía, resulta compleja la tarea de entenderla desde una única perspectiva.

Las reflexiones contemporáneas plantean todavía una serie de interrogantes que tratan de buscar explicaciones acerca de la autobiografía. Para Arfuch, una pregunta latente es ¿cuál es el umbral que separa autobiografía y ficción?, que pese al deseo de sinceridad, el contenido de la narración puede escaparse, perderse en la ficción.

Paula Sibilia dice que, aunque sea bastante ambigua, todavía persiste una distinción entre las narraciones de ficción y aquellas que se apoyan en la garantía de una existencia real. La autora se pregunta: ¿son obras producidas por artistas que encarnan una nueva forma de arte y un nuevo género de ficción, o se trata de documentos verídicos sobre las vidas reales de personas comunes?²⁵

Para la escritora y crítica Sylvia Molloy:

La autobiografía es siempre una re-presentación, esto es un volver a contar, ya que la vida a la que supuestamente se refiere es, de por sí, una suerte de construcción narrativa. La vida es siempre, necesariamente, relato: relato que nos contamos a nosotros mismos, como sujetos, a través de la rememoración; relato que oímos contar o que leemos, cuando se trata de vidas ajenas.²⁶

23 *Ibíd.*, 23.

24 Mijaíl Bajtín, citado en Arfuch, *El espacio biográfico*, 47.

25 Sibilia, *La intimidad como espectáculo*, 36.

26 Molloy, *Acto de presencia*, 15-6.

Para Molloy, decir que la autobiografía es el más referencial de los géneros, entendiendo por referencia un remitir ingenuo a una «realidad», a hechos concretos y verificables, es, en cierto sentido, plantear mal la cuestión. La autobiografía, dice, no depende de los sucesos sino de la *articulación* de esos sucesos almacenados en la memoria y reproducidos mediante el recuerdo y su verbalización.

Molloy señala además que, al considerar la mediación narrativa presente en toda autobiografía, interesan no solo el «texto» no escrito almacenado en la memoria que guía la inscripción de sí, sino las «formas culturales» y los fragmentos de textos verdaderos a los que recurre el autobiógrafo para dar forma a lo que almacenó la memoria.

Podemos distinguir de forma recurrente inquietudes de la autobiografía entre lo *real* y la *ficción*. *Vida y ficción* en la autobiografía, a partir de la perspectiva de Paul Ricoeur, pueden ser reconciliadas cuando se habla desde la *narración*.

EL RELATO: LA ACTIVIDAD NARRATIVA DE LA VIDA

Paul Ricoeur manifiesta que, desde siempre, ha sido conocido que la vida tiene que ver con la narración; que hablamos de la historia de una vida para caracterizar el intervalo entre nacimiento y muerte, pero que esta asimilación de la vida a la historia no es automática, sino que se trata, incluso, de una idea trivial que es necesario someter a una duda crítica: «Esta duda es el resultado de todo el conocimiento adquirido en las décadas pasadas en relación con el relato y la actividad narrativa, un saber que parece alejar el relato de la vida en tanto que vivida y que confina al relato en el campo de la ficción».²⁷

Ricoeur propone cruzar esta zona crítica para repensar de manera diferente la relación entre historia y vida. Toma como punto de debate una afirmación que dice: las historias son narradas y no vividas; la vida es vivida y no narrada.

Para enfrentar esta paradoja, revisamos desde Ricoeur los dos términos: *ficción* y *vida*. En un primer momento, para referirse a la ficción, dice:

Situémonos por un momento del lado del relato, es decir, de la ficción, y veamos cómo acompaña a la vida. Mi tesis aquí es que el proceso de

27 Paul Ricoeur, «La vida: un relato en busca de narrador». *Ágora* 25, n.º 2 (2006): 9.

composición, de configuración, no se acaba en el texto, sino en el lector, y bajo esta condición, hace posible la reconfiguración de la vida por el relato. Más concretamente: el sentido o el significado de un relato surge en *la intersección del mundo del texto con el mundo del lector*. El acto de leer pasa a ser así el momento crucial de todo análisis. Sobre él descansa la capacidad del relato de transfigurar la experiencia del lector.²⁸

Ricoeur considera, desde un punto de vista hermenéutico, que un texto tiene una significación distinta a la que el análisis estructural tomado de la lingüística le reconoce; y dice que es una mediación entre el hombre y el mundo (*referencialidad*), entre el hombre y el hombre (*comunicabilidad*), entre el hombre y sí mismo (*comprensión de sí*). Una obra implica estas tres dimensiones de referencialidad, de comunicabilidad y de comprensión de sí, en donde la construcción de la trama sería la obra común del texto y el lector.²⁹

Para Ricoeur, relato y vida pueden ser reconciliados, ya que la propia lectura es una manera de vivir en el universo ficticio de la obra; en este sentido, las historias se narran y se viven *imaginariamente*.

En un segundo momento, se refiere a *la vida* y dice que es necesario poner en cuestión la falsa evidencia según la cual la vida se vive y no se narra: «Una vida no es más que un fenómeno biológico en tanto la vida no sea interpretada. Y en la interpretación, la ficción desempeña un papel mediador considerable».³⁰ Según Ricoeur, para abrir paso a esta nueva fase de análisis, se debe hacer hincapié en la mezcla entre actuar y sufrir, entre acción y sufrimiento, que constituye la trama misma de una vida, mezcla que el relato quiere imitar de manera creativa. «Debemos, pues, buscar, en primer lugar, los puntos de apoyo que el relato puede encontrar en la experiencia viva del actuar y del sufrir; lo que, en esta experiencia viva, requiere la inserción de lo narrativo y quizá expresa la necesidad del mismo».³¹

Para entender la relación entre vida y relato, Ricoeur propone tres anclajes:

28 *Ibíd.*, 15.

29 *Ibíd.*, 16.

30 *Ibíd.*, 17.

31 *Ibíd.*

El primero, que se encuentra para entender la narrativa en la experiencia viva, consiste en la estructura misma del actuar y del sufrir humanos, porque comprendemos qué es una acción y una pasión gracias a nuestra competencia para utilizar, de una manera significativa, toda la red de expresiones y conceptos que nos ofrecen las lenguas naturales.

El segundo anclaje es que la acción puede ser narrada, porque ya está articulada en signos, reglas, normas; es decir, la acción se encuentra siempre *mediatizada simbólicamente*.

El tercer anclaje del relato en la vida consiste, en lo que se podría llamar la *cualidad prenarrativa de la experiencia humana*, porque gracias a ella tenemos el derecho a hablar de la vida como una historia en estado naciente, de la vida como una actividad y una pasión en busca de relato.³²

Ricoeur afirma:

[E]s realmente cierto que la vida se vive y que se narra la historia. Una diferencia insuperable subsiste, pero esta diferencia es suprimida parcialmente por el poder que tenemos de aplicarnos a nosotros mismos las tramas que recibimos de nuestra cultura y de experimentar así los distintos papeles asumidos por los personajes favoritos de las historias que nos son más queridas. De esta manera, es a través de las *variaciones imaginativas* sobre nuestro propio *ego* que intentamos alcanzar una comprensión narrativa de nosotros mismos.³³

Resulta cuestionable entonces el enunciado de que la vida se vive y que la historia se narra, porque existe una doble relación entre la vida y la narración: en primer lugar, la narración remite a la vida (el proceso de composición se realiza en el lector); y, en segundo lugar, la vida remite a la narración, porque está pidiendo ser narrada (de la vida biológica se pasa a la vida interpretada).³⁴ La narración hace que nos definamos a nosotros mismos.

Para Sibilia, el *yo* autobiográfico no deja de ser una ficción, dice, que a pesar de su contundente autoevidencia, el estatuto del *yo* siempre es frágil, una unidad ilusoria construida en el lenguaje, a partir del flujo caótico y múltiple de cada experiencia individual.

32 *Ibíd.*, 17-8.

33 *Ibíd.*, 22.

34 Juan Masiá, Tomás Domingo Moratalla y Alberto Ochaíta, *Lecturas de Paul Ricoeur* (Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 1998), 59.

Pero si el *yo* es una ficción gramatical, un centro de gravedad narrativa, un eje móvil e inestable donde convergen todos los relatos de uno mismo, también es innegable que se trata de un tipo muy especial de ficción. Porque además de desprenderse del magma *real* de la propia existencia, acaba provocando un fuerte efecto en el mundo: nada menos que nuestro *yo*, un efecto-sujeto. Es una ficción necesaria, puesto que estamos hechos de esos relatos: son la materia que nos constituye como sujetos. El lenguaje nos da consistencia y relieves propios, personales, singulares, y la sustancia que resulta de ese cruce de narrativas se (auto)denomina «yo».

El lenguaje no solo ayuda a organizar el tumultuoso fluir de la propia experiencia y a dar sentido al mundo, sino que también estabiliza el espacio y ordena el tiempo, en diálogo constante con la multitud de otras voces que también nos moldean, colorean y rellenan.³⁵

A pesar de la ficción narrativa del *yo*, al referirse a las nuevas versiones de los géneros autorreferenciales, Sibilia explica en función al pacto de lectura de Lejeune, que:

Los acontecimientos relatados se consideran auténticos y verdaderos porque se supone que son experiencias íntimas de un individuo real: el autor, narrador y personaje principal de la historia. [...] los hechos narrados en los géneros autobiográficos se consideran verídicos e inclusive, se supone que son datos verificables. [...] Tal vez eso suceda porque estos relatos están envueltos en un halo autoral que remite, por definición, a una cierta autenticidad.³⁶

Dice además: «En los últimos años, ha estallado una intensa sed de realidad, un apetito voraz que incita a consumir vidas ajenas y reales. Los relatos de este tipo reciben gran atención del público: la *no ficción* florece y conquista un terreno antes ocupado de manera casi exclusiva por las historias de ficción».³⁷

Como manifiesta Sibilia, la respuesta para todas estas cuestiones alberga una complejidad.

Hayden White sostiene que

la narrativa no es meramente una forma discursiva neutra que pueda o no utilizarse para representar los acontecimientos reales en su calidad de

35 Sibilia, *La intimidad como espectáculo*, 37-8.

36 *Ibíd.*, 45.

37 *Ibíd.*, 41.

procesos de desarrollo; es una forma discursiva que supone determinadas opciones ontológicas y epistemológicas con implicaciones ideológicas e incluso específicamente políticas.³⁸

La propuesta de White es que se acepten los aspectos dinámicos del mundo, junto con el carácter metafórico y provisional de los constructos que usamos para ordenar y dar sentido a nuestra experiencia.

La autobiografía, por esa complejidad, debe entonces comprenderse desde sus diferentes posibilidades de análisis:

Por ello, lo más conveniente quizá no es fijar un ámbito para la autobiografía (el de la identidad ontológica, el de la ficción, el del testimonio antropológico, el de la retórica...), sino seguir esas formas de interrelación, aquellas fronteras inestables en que hallemos elementos de variada naturaleza y miremos la escritura como artificio y como enunciado histórico-social, intertextualidad que se permite los desplazamientos.³⁹

Para categorizar la autobiografía, se toma el concepto de *género discursivo* de Arfuch que, según dice, remite a un paradigma que significó un verdadero salto epistemológico «de las viejas concepciones normativas y clasificatorias de los géneros, preferentemente literarios, a la posibilidad de pensarlos como configuraciones de enunciados en las que se entrama el discurso —todos los discursos— en la sociedad, y, por ende, la acción humana».⁴⁰

La posibilidad de tratar las autobiografías como *género discursivo*, con configuraciones de enunciados y el concepto de valor biográfico donde se otorga valor y orden a la vida, se convierten en fundamento para pensarlas desde la concepción de la *narración* como forma estructurante de la vida y de la existencia.

LA NARRACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD

La identidad se entiende como el constructo narrativo que le permite al individuo definirse y construirse a sí mismo. La identidad adquiere una categoría práctica mediante la narración, pues narrar se convierte

38 Hayden White, citado en Dante Duero, «Relato autobiográfico e interpretación: una concepción narrativa de la identidad personal», *Athenea Digital*, n.º 9 (2006): 137, <<http://antalya.uab.es/athenea/num9/duero.pdf>>.

39 Rodríguez, «El género autobiográfico», 20.

40 Arfuch, *El espacio biográfico*, 54.

en una acción realizada por alguien que relata o representa su propia vida, que siempre está imbricada por la vida de los demás.⁴¹

Díaz Cotacio dice: «El relato de la propia vida implica, de alguna manera, salir de la interioridad propia para entrar en relación con otras e ir construyendo una identidad personal y cultural, que afirma y relaciona a los sujetos mediante un proceso inacabado, que se enriquece permanentemente».⁴²

En el mismo sentido, Leonor Arfuch asume que no hay identidad por fuera de la representación, es decir, de la narrativización, «pues narrar es hablar de una vida, en donde cada sujeto, usando los recursos del lenguaje, de su cultura y de su historia, se representa, es representado o puede representarse siempre».⁴³

Según Díaz Cotacio, la identidad, además de ser una resultante narrativa, se mueve entre la *permanencia o conservación* y el *cambio o transformación*.

La *permanencia* permite constituirse individual y culturalmente; permite identificar a alguien por las características propias que le singularizan frente a los demás; sin ella no se podría hablar de sujetos y de culturas específicas o particulares.

El *cambio* en la identidad es fundamental porque le permite al individuo transformarse, ser de alguna manera otro cuando se define o lo definen. Cuando un sujeto se transforma, no solo lo hace él, sino que su medio social también es transformado, porque cada uno es producto de las relaciones sociales y discursivas que establece y de las interacciones con otros.⁴⁴ La identidad es relacional porque necesita de los otros para formarse y consolidarse.

«“Identidad” tiene, para Ricoeur, el sentido de una categoría de la práctica, supone la respuesta a la pregunta ¿quién ha hecho tal acción?, ¿quién fue el autor?; respuesta que no puede ser sino narrativa»,⁴⁵ una identidad que se construye de forma dinámica dentro del proceso

41 María Eugenia Díaz Cotacio, «Construcción de la identidad por medio del discurso», *Cifra*, n.º 5 (2010): 127.

42 *Ibíd.*

43 Arfuch, *El espacio biográfico*, 22.

44 Díaz Cotacio, «Construcción de la identidad», 128.

45 *Ibíd.*, 90.

narrativo, una identidad que el sujeto alcanza por medio de la mediación de esta función narrativa.

Ricoeur recurre a la identidad narrativa para establecer el espacio donde ocurre la mismidad y la ipseidad: la *idem* y la *ipse*. La identidad *idem* apunta a una identidad sustancial o formal, mientras que la identidad *ipse* atañe más a la identidad narrativa. «En este proceso se conserva la mismidad del carácter o las marcas distintivas que permiten identificarse a un sujeto como siendo él mismo, y la ipseidad que hace posible observar el sí mismo reconfigurado por el juego reflexivo de la narrativa».⁴⁶

Como afirma Díaz Cotacio, gracias a la narración, el sujeto se configura, se construye y se define a sí mismo, pero además es configurado, representado, construido y definido por otros con los que se relaciona. La narración hace que la construcción identitaria, por un lado, mantenga la singularidad y particularidad de los sujetos, y por otro, le permiten cambiar.

AUTOBIOGRAFÍA: ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

La definición clásica de lo público-privado tiene una variedad de significaciones asociadas, como: exterior-interior, común-propio, sociedad-individuo. John B. Thompson dice:

Lo «público» significa «abierto» o «disponible al público». Lo que es público, en este sentido, es lo que resulta visible u observable, aquello que se realiza ante espectadores, lo que se expone a todos o a muchos para que sea visto u oído, o para que tengan noticia de ello. Lo que es privado, por oposición, es lo que queda oculto a la mirada, lo que es dicho o realizado en la privacidad o en secreto o dentro de un círculo restringido de personas.⁴⁷

Según Thompson, se evidencia una marcada diferenciación o delimitación que se hace de ambos espacios. Lo público-privado tiene que ver con la *apertura* frente al *secretismo*, con la *visibilidad* frente a la *invisibilidad*. «Un acto público es un acto visible, un acto expuesto a la mirada de otros; un acto privado es invisible, un acto realizado secretamente y detrás de puertas cerradas».⁴⁸

46 *Ibíd.*, 129.

47 Thompson, *Los media y la modernidad*, 166.

48 *Ibíd.*

El desarrollo de los medios de comunicación ha reconstruido las fronteras entre vida pública y privada.⁴⁹

El desarrollo de los *media* ha creado formas de propiedad pública nuevas, diferentes de la propiedad pública tradicional basada en la copresencia; la propiedad pública de los individuos, las acciones o acontecimientos, dejan de vincularse al hecho de compartir un lugar común. Las acciones o acontecimientos pueden ser hecho público independiente de su capacidad para ser vistos u oídos directamente por individuos copresentes.

El fenómeno de la propiedad pública se ha desvinculado progresivamente de la idea de una conversación dialógica en cierto lugar compartido. Se ha convertido en desespacializada y no-dialógica, y de manera creciente más vinculada al tipo de visibilidad distintiva producida por y mediante los *media*.⁵⁰

La configuración actual de los espacios público y privado se presenta sin límites nítidos, sin incumbencias específicas y sometidas a constante experimentación. Ambos espacios se interceptan sin cesar, en una y otra dirección: no solo lo íntimo/privado saldría de cauce invadiendo territorios ajenos, sino que lo público (en sus viejos y nuevos sentidos, lo político, lo social, lo de uso, interés y bien común, etc.), tampoco alcanzará todo el tiempo el estatuto de visibilidad. Esta dinámica conspira contra todo contenido «propio» y asignado. Los temas serán entonces públicos o privados, según las circunstancias y los modos de su construcción.⁵¹

La aceptación de esta ambigüedad constitutiva no supone la cancelación de los espacios público o privado como tales, contribuye a una reflexión más atenta sobre la actualidad, sobre los modos cambiantes de expresión, manifestación y construcción de sentidos; modos que tornan «públicas» ciertas personas y «privadas» ciertas escenas colectivas.⁵²

Para Arfuch, toda biografía, todo relato de la experiencia es, en un punto, *colectiva/o*, expresión de una época, de un grupo, de una generación, de una clase, de una narrativa común de identidad; y es esta

49 *Ibíd.*, 168-9.

50 *Ibíd.*, 177.

51 Arfuch, *El espacio biográfico*, 76.

52 *Ibíd.*, 76-7.

cualidad colectiva, como huella impresa en la singularidad, lo que hace relevantes las historias de vida.

Se visualiza la acentuación contemporánea de la relación entre lo íntimo y lo público, en donde las narrativas biográficas se convierten en articuladoras del yo y el nosotros, del conocimiento del sí mismo y de los otros.

LA VISIBILIDAD DE LA INTIMIDAD

Paula Sibilia dice que, en el siglo XVIII, se privilegió al espacio público constituyéndose en el siglo del hombre público; mientras que la privacidad quedó como el ámbito de la familia y de la mujer. En el siglo XIX, el espacio público empezó a ser estigmatizado, temido por engañoso e hipócrita; y, el espacio de la intimidad pasó a ser el de la verdad y la autenticidad, donde se podía estar sin máscaras, y era moralmente superior.

En las décadas de 1960-1970, algo empezó a cambiar de forma compleja, desdibujando la frontera entre lo privado y lo público, siendo desde entonces que la intimidad pasa a mostrarse en el espacio público.⁵³

Ante la proliferación actual de la exhibición de la intimidad, afirma:

Se nota un abandono de aquel locus interior hacia una gradual exteriorización del yo. Por eso, en vez de solicitar la técnica de la introspección, que intenta mirar hacia dentro de sí mismo para descifrar lo que se es, las nuevas prácticas incitan el gesto opuesto: impelen a mostrarse hacia afuera.⁵⁴

El yo tiene que elaborar sus experiencias y comprender el sentido de lo que le sucede, y para eso requiere de ejercicios de introspección y de confesión íntima, diario íntimo, cartas, lectura, escritura. Esas prácticas tenían lugar en la interioridad; se guardaban dentro de cada uno, dando una riqueza enorme, pero también una atadura, ya que era aquello que estaba adentro de uno y uno no se lo podía sacar. Ahí quedaba, por ejemplo, aquella culpa nacida de chiquito; aunque uno se haya olvidado, permanecía y podía reaparecer; nos condenaba. Ahora hay un desplazamiento que desinfla la interioridad, sacando sus contenidos, y el eje y el centro de lo que somos deja de estar ahí adentro para mostrarse, para estar visible,

53 Claudio Martyniuk, «Antes lo íntimo era secreto, ahora se lo hace público en internet: Entrevista a la antropóloga Paula Sibilia», *Clarín.com*, 21 de septiembre de 2008, <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=75578>>.

54 Sibilia, *La intimidad como espectáculo*, 131.

[...]. Se luchó mucho por no tener que estar condenado a una identidad impuesta, para poder autocrearse.⁵⁵

Este abandono del espacio interior da paso a un *yo* que se construye o se estructura a partir del cuerpo o de esa imagen visible de lo que cada uno es. En este nuevo contexto, dice Sibilia, el cuerpo se torna un objeto de diseño:

Hay que exhibir en la piel la personalidad de cada uno y esa exposición debe respetar ciertos requisitos. Las pantallas —de la computadora, del televisor, del celular, de la cámara de fotos o de lo que sea— expanden el campo de visibilidad, ese espacio donde cada uno se puede construir [...]. La profusión de pantallas multiplica al infinito las posibilidades de exhibirse ante las miradas ajenas para, de ese modo, volverse un *yo* visible.⁵⁶

Habítamos una cultura de las apariencias, del espectáculo y de la visibilidad en donde, como plantea Sibilia, «cada vez más, hay que *aparecer para ser*».

LA INTIMIDAD COMO ESPECTÁCULO

El siglo XXI convoca a las personalidades para que se muestren, aparece un tipo de *yo* más epidérmico y dúctil, que se exhibe en la superficie de la piel y de las pantallas, se habla de personalidades y de construcciones de sí, orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizada.

Para Sibilia, todo lo que permanezca oculto o fuera del campo de la visibilidad —ya sea dentro de sí, encerrado en el hogar o en el interior del cuarto propio— corre el riesgo de no ser interceptado por ninguna mirada; y, según la sociedad del espectáculo y la moral de la visibilidad, si nadie ve algo, es muy probable que ese algo no exista.⁵⁷

Considera que emerge algo a lo que podríamos denominar «tiranías de la visibilidad» y lo explica:

La tiranía de la intimidad es un fenómeno del siglo XIX. Fue una imposición sutil, placentera, fue el deseo intenso de encerrarse en la privacidad y cultivar las relaciones afectivas, las emociones. [...] Ahora, a la tiranía de la intimidad se le superpuso la tiranía de la visibilidad, otra tiranía

55 Martyniuk, «Antes lo íntimo era secreto».

56 Sibilia, *La intimidad como espectáculo*, 130.

57 *Ibíd.*, 27-8 y 130.

no dictatorial. [...] La tiranía de la intimidad actual promueve cultivar la intimidad, pero en tanto sea visible, porque si no es visible tal vez no exista. Nuestra lógica es la de la sociedad del espectáculo: solo existe lo que se ve. No solamente es gente que quiere mostrarse, sino que hay gente que quiere verlo. Entonces, esos personajes que aparecen estereotipados toman visibilidad y es la pantalla la que les da existencia, y todo el mundo sabe quiénes son.⁵⁸

[...] parece tratarse de un gran movimiento de mutación subjetiva, que empuja paulatinamente los ejes del *yo* hacia otras zonas: desde el interior hacia el exterior, del alma hacia la piel, del cuarto propio a las pantallas de vidrio.⁵⁹

Estamos frente a estrategias que los sujetos contemporáneos ponen en acción para responder a las nuevas demandas socioculturales, que orientan las nuevas formas de ser y estar en el mundo. Parafraseando a Sibilía, nacen personalidades que emergen como un atrayente producto para ser consumido e incluso imitado.

LA FARÁNDULA

IMPORTANCIA DE ESTUDIO DE LA FARÁNDULA

Hablar de farándula nos sitúa frente a los medios masivos y, por ende, a la comunicación mediática, pero es necesario a la vez preguntarnos cómo los sujetos la vuelven parte de su día a día. Jesús Martín-Barbero, en *De los medios a las mediaciones*, plantea «cambiar el lugar de las preguntas, para hacer investigables los procesos de constitución de lo masivo por fuera del chantaje culturalista que los convierte inevitablemente en procesos de degradación cultural».⁶⁰

La farándula cumple un rol destacado como fenómeno social que debe ser estudiado por el constante contacto que se tiene a diario con ella mediante los medios de comunicación y por las relaciones que establece con los distintos tipos de público.

La problemática en este sentido, al decir de Nicolás Peralta, es que la farándula es un tema que se menosprecia, que se ve trivial, pero del que se tiene que hablar porque existe, porque está en la sociedad y en su cotidianidad.

58 Martyniuk, «Antes lo íntimo era secreto».

59 Sibilía, *La intimidad como espectáculo*, 105.

60 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 11.

Peralta afirma: «[A]unque muchas personas consideran que el mundo farandulesco no es más que una frivolidad, estoy convencido de que merece ser estudiado porque muchas cuestiones, en apariencia simples, no lo son tanto».⁶¹

Existen cuestiones, según Peralta, consideradas importantes para abordar la farándula. La esencia del universo mediático se observa como si se tratara de un mundillo paralelo a la vida real, un cosmos astral celeste que sobrevuela y que provoca atracción desde lo alto. Incandescente, distante, brillante, espectacular, el micromundo de las estrellas interpela llamando la atención por ser distinto y al mismo tiempo encantador.

Ya se trate de consumidores, fanáticos o detractores, todos reconocen la existencia de la farándula y legitiman su estatus como tal.

A pesar de que también cobra entidad en las revistas del corazón, las páginas web y los programas radiales especializados en espectáculos, su pilar se sitúa en la pantalla chica, pues no existe farándula a espaldas de la televisión.

En esencia, los artistas son personas como todas: ríen, lloran, sufren, triunfan y se caen. La diferencia radica en que cualquier cosa que les pase adquiere notoriedad pública, se exhibe en los medios de comunicación y su vida deja de ser privada para pasar a ser de todos.⁶²

DEFINICIONES DE LA FARÁNDULA

Nicolás Peralta define la *farándula*⁶³ como una relación espectacular que cobra sentido gracias a los medios de comunicación, que otorgan prestigio y dan autoridad a individuos o grupos, legitimando su estatus; Miriam Kriger mira la farándula como una construcción mítica, espectacular, mediante la cual se otorga realidad social a los personajes televisivos, constituidos como comunidad creada con la complicidad de diversos espacios sociales mediáticos como revistas especializadas,

61 Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 18.

62 *Ibíd.*, 18-21.

63 La farándula es un ambiente de personas conocidas como celebridades, famosos o estrellas, que se desenvuelven en entornos denominados como prensa del corazón, *star system*, mundo del espectáculo, industria del entretenimiento o industria cultural. Se utilizarán estos conceptos indistintamente de acuerdo a los criterios de los autores y al criterio personal.

secciones específicas de diarios, reportajes televisivos y radiales; y no mediáticos, como el público en general.⁶⁴ Peralta considera que farándula no es un concepto unívoco sino que es polisémico; sostiene que sus múltiples significados tienen que ver con el punto de vista del actor en cuestión, es decir, cómo se ven los famosos a sí mismos, cómo se ven los que tienen larga trayectoria, cómo se ven los que recién inician, cuál es la perspectiva del público espectador. No es igual ser miembro y vivir en carne propia el mundo farandulero que tener una relación indirecta pero significativa sobre el mismo. Según Peralta, cada actor tendrá su propia perspectiva de lo que se puede llamar farándula; se puede mirar la farándula de manera peyorativa o como un mundo mágico que tiene ficción y realidad; como un ambiente difícil en el que cuesta mantenerse o como un mundo maravilloso, lleno de luces, fama y flashes; un mundo donde todo es efímero, se negocia y se canjea.⁶⁵

La farándula es espectáculo

Jesús González Requena postula que el espectáculo consiste en la relación de dos factores: una determinada actividad que se ofrece y un determinado sujeto que la contempla. El espectáculo nace de la dialéctica de estos dos elementos, que se materializa en la forma de una relación espectacular, entendida esta como la interacción que surge de la puesta en relación de un espectador y de una exhibición que se le ofrece. La relación espectacular comporta una mirada y un cuerpo, entre los que media una determinada distancia. Esta distancia se nos revela como huella de una carencia: la de ese cuerpo negado del espectador que, reducido a la mirada, se entrega a la contemplación de otro cuerpo esta vez afirmado y que, por ello, se manifiesta como necesariamente fascinante.

González Requena habla del espectáculo como la realización de una operación de seducción: hay una mirada, una distancia y un cuerpo que se exhibe, afirmado como imagen que fascina; elementos que definen una situación de seducción, pues lo que pretende el cuerpo que se exhibe es seducir, atraer la mirada deseante del otro.

64 Miriam Kriger, Susana Giménez: *Una estrella en la superficie* (Buenos Aires: Colihue, 1995), 23-4, citada en Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 66.

65 Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 67-72.

El espectáculo comporta el ejercicio de un determinado poder: el poder sobre el deseo del otro. Si todo espectáculo instituye una relación de poder, el poder es, esencialmente, generador de espectáculos.

Por medio de González Requena, Nicolás Peralta afirma:

La farándula es espectáculo: las celebridades seducen desde la pantalla televisiva a los espectadores, quienes consumen [...] el mundo, en apariencia perfecto, que habitan los famosos. Aunque deseen formar parte, los consumidores saben que existe una barrera infranqueable que les impide acceder al universo de la fama. Es la distancia de la que habla González Requena.⁶⁶

La farándula es entretenimiento

Omar Rincón indica que la lógica del entretenimiento es la estrategia narrativa preferida para producir seducción, conformidad, afectos y saberes. Los medios de comunicación intervienen los mundos de la vida desde la lógica del entretenimiento al proponer goces, emociones e historias para encantar el tedio de una sociedad llena de tecnicismos productivos.

El entretenimiento es aquello que divierte, su promesa vital es que toda vida puede ser divertida y cumple con «llevarnos fuera de nuestros problemas diarios, de escapar de las miserias de la vida».⁶⁷

El entretenimiento tiene una actuación significativa en la sociedad. Omar Rincón refiere algunos de sus impactos. Es importante pensarlos en relación con la farándula: la lógica del entretenimiento propone la felicidad en los tiempos del afecto, en asumir la vida como un mecanismo de entretenimiento, en actuar nuestras vidas más que vivirlas; el entretenimiento es una lógica de interpelación social de alta comunicabilidad y seducción: quien la practica encanta, el entretenimiento es el propósito de la vida; las fantasías se han convertido en más reales que la realidad, tanto, que la vida es experimentada como una película; todos podemos ser celebridades, ser las estrellas de nuestra propia vida, que, más que vivirla, la actuamos como un espectáculo; el buen gusto y el tener estilo es lo divertido.

66 Concepciones del espectáculo desarrolladas por Jesús González Requena, *El discurso televisivo* (Madrid: Cátedra, 1988), 55-9, tomadas de Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 33-4.

67 Gabler, citado en Rincón, *Narrativas mediáticas*, 44.

Lo más potente del entretenimiento, como matriz de la acción simbólica y la actuación colectiva contemporánea, es que provee a la sociedad de un sistema de creencias (celebridades que iluminan, iconos para vivenciar).⁶⁸

La farándula es entretenimiento: atrae, seduce, propone goces, expone historias que sacan al público de su rutina —es un escape a la cotidianidad—, provoca emociones.

La farándula es mercado

El potencial económico de los medios de comunicación está en la creación y producción de ideas que interpelan masivamente a la sociedad, logrando capacidad de venta. «No se pueden pensar los medios de comunicación sin su lógica de mercado, su ser industrial y su interés de ganancia».⁶⁹ Rincón se refiere a los medios como aquellos que se han legitimado como industria de producción en serie, obligados a diseñar mensajes cuya función es generar mercados masivos.

La farándula, siendo un producto de los medios de comunicación, responde a la lógica de mercado. Por medio de ella, se da una relación de intercambio. Jesús González Requena describe la dimensión económica: de un lado, el deseo de ver, del otro un cuerpo instituido en mercancía y, entre ambos, el dinero, como mediador universal de todo valor de cambio; y, califica como «perfecto» el acoplamiento entre la economía mercantil y la del deseo: «Circulan el deseo y el dinero de manera solidaria: el ojo desea y se apropia de la imagen de su deseo, el cuerpo se apropia del deseo del que mira y la transacción es mediada por el dinero que paga el que sustenta la mirada y recibe el cuerpo que la excita».⁷⁰

La farándula es cultura de masas

Jesús Martín-Barbero contrasta las reflexiones de Theodor Adorno y Max Horkheimer con algunas claves propuestas por Walter Benjamin, para pensar lo popular en la cultura no como su negación, sino como experiencia y producción.

68 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 43-4.

69 *Ibíd.*, 23.

70 González Requena, *El discurso televisivo*, 60.

En el concepto de industria cultural de Adorno y Horkheimer, se entiende la lógica de la industria como la introducción en la cultura de la producción en serie, referida como la mercantilización de la cultura, como producción de bienes culturales en forma masiva y la reproducción que vuelve inevitable que las mismas necesidades sean satisfechas con bienes estándares.⁷¹

Los puntos de análisis para Jesús Martín-Barbero son la degradación de la cultura en industria de la diversión; y, la desublimación del arte definida esta última como la otra cara de la degradación de la cultura, en que, en un mismo movimiento, la industria cultural banaliza la vida cotidiana y positiviza el arte; el arte se incorpora al mercado como bien cultural adecuándose enteramente a la necesidad.⁷²

Jesús Martín-Barbero, en su reflexión, dice: «[Q]ué sentido tiene todo lo afirmado acerca de la lógica de la mercancía, qué sentido tiene criticar la industria cultural «si lo que parece decadencia de la cultura es su puro llegar a sí misma»».⁷³

Walter Benjamin difiere con la Escuela de Frankfurt. Para Benjamin, *pensar la experiencia* es el modo de entender lo que pasa culturalmente en las masas, «pues, a diferencia de lo que pasa en la cultura culta, cuya clave está en la obra, para aquella otra la clave se halla en la percepción y en el uso».⁷⁴

La tarea de Benjamin es pensar los cambios que configuran la modernidad desde el espacio de la percepción, mezclando lo que pasa en las calles con lo que pasa en las fábricas, en las salas de cine y en la literatura. El interés de Benjamin es la necesidad de pensar la modernidad desde el espacio de la percepción, del uso y de la experiencia social, además de ver en la masificación una forma de hacer llegar la actividad artística a diferentes clases sociales.

La abolición de las separaciones y los privilegios gracias a las tecnologías es motivo de análisis de Benjamin. La operación de *acercamiento* hace entrar en declive el viejo *modo de recepción*, pasando del *recogimiento* (ante una obra de arte) a la *dispersión*; del individuo que se sumerge en la

71 Theodor Adorno y Max Horkheimer, *Dialéctica de la ilustración* (Madrid: Akal, 2007), 134.

72 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 49-51.

73 *Ibíd.*, 53.

74 *Ibíd.*, 57.

profundidad de la obra, a la recepción colectiva cuyo sujeto es la masa y que sumerge en sí misma la obra artística; «las masas buscan disipación pero el arte reclama recogimiento». Benjamin ve en la técnica y las masas un modo de emancipación del arte.⁷⁵

La farándula es cultura de masas. «[...] una nueva relación de la masa con el arte, con la cultura, en la que la distracción es una actividad y una fuerza de la masa frente al degenerado recogimiento de la burguesía».⁷⁶

CONSTRUCCIÓN DE LOS FAMOSOS O FIGURAS PÚBLICAS⁷⁷

Para Omar Rincón, las *celebridades* son producidas y manejadas por el mundo de los medios. Según Douglas Kellner, «las celebridades son esos íconos de la cultura mediática, los dioses de la vida diaria. Para llegar a ser celebridad, se requiere el reconocimiento como estrellas en el espectáculo mediático, los deportes, el entretenimiento, los negocios o la política».⁷⁸ «Las celebridades devienen en marcas como Madonna, Michael Jordan, Tom Cruise o Jennifer López, quienes son imágenes, pero también productos, estilos de vida. Irónicamente, ser alguien en el mundo de la vida significa convertirse en alguien en la ficción, llegar a ser celebridad».⁷⁹

Nicolás Peralta expone algunas condiciones para ser famoso:

Una condición necesaria para ser famoso es aparecer por televisión. Es tener visibilidad en los medios de comunicación. Son famosos los que hacen, los que dicen, los que ponen la cara, los que han tenido un escándalo. Todo el que adquiere visibilidad es famoso. Cualquier persona que salga en televisión y que sea reconocido puede ser famosa, aunque esto no signifique que tenga talento, o que sea bueno o malo para formar parte del medio.

Famoso es alguien que tiene notoriedad pública y que es conocido por lo que sea. Esta idea hace que se distingan distintos tipos de famosos:

75 Ibid., 59-60.

76 Ibid., 60.

77 Famoso o figura pública es la persona que se desenvuelve dentro de lo que en este trabajo se ha definido como farándula. Se utilizan estos conceptos famoso, celebridad, estrella, actor, artista o figura pública, de acuerdo con los autores y sin hacer mayor distinción en los significados que otorgan ciertos grupos sociales.

78 Kellner, citado en Rincón, *Narrativas mediáticas*, 55

79 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 56.

el que se hizo famoso por el público, que lo admira por sus actuaciones; o los que se creen famosos porque están en un programa de éxito. Famoso es quien aparece en televisión, aunque es más valorable que lo reconozca el público por sus dotes artísticas.

Ser famoso es adoptar un modo de vida de acuerdo con el grupo que se pretende integrar. Ser famoso es saber de antemano cuáles son las reglas; los personajes tienen un perfil muy determinado; la felicidad y sus metas pasan por tener notoriedad pública.

Famoso es un adjetivo que se ha convertido en sustantivo: un actor, un fotógrafo, un periodista. Un famoso tiene algo que la gente le entregó, la fama. Ser famoso es destacarse en la profesión, lo que provoca admiración.⁸⁰

Además de estas condiciones, hay que reconocer que el mundo se interpela e interpreta masivamente desde el entretenimiento *made in U. S. A.* Estados Unidos exporta su modelo cultural mediante el cine, la televisión, la música y los medios de comunicación.⁸¹

ANTECEDENTES DE LA INSCRIPCIÓN DE LA FARÁNDULA Y DE SUS LIBROS AUTOBIOGRÁFICOS EN LA COTIDIANIDAD

Con el desarrollo de los *media*, las personas acceden cada vez más a información y comunicación que procede de fuentes lejanas y tienen mayor acceso a un conocimiento no local, lo que ha generado un aumento de su capacidad para interactuar y experimentar en su cotidianidad con fenómenos que no están en sus coordenadas de tiempo y de espacio.⁸²

John B. Thompson señala que el desarrollo de los *media* da lugar a un nuevo tipo de intimidad que antes no existía. Afirma:

En el caso de la «interacción *mediática*», como la que se sostiene mediante el intercambio de cartas a través de la correspondencia o de una conversación telefónica, los individuos pueden establecer formas de intimidad de carácter recíproco pero que carecen de algunas características típicamente asociadas al hecho de compartir espacio común. En contraste, en el caso de la «casi-interacción *mediática*», los individuos crean y establecen formas de intimidad fundamentalmente no recíprocas.⁸³

80 Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 74–8.

81 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 49.

82 Thompson, *Los media y la modernidad*, 269.

83 *Ibíd.*, 270.

La nueva forma mediática de la intimidad no recíproca, que se extiende por el tiempo y el espacio, se da por ejemplo en la relación entre fan y estrella, relación que, a diferencia de la interacción cara a cara, se encuentra libre de las obligaciones de reciprocidad. «Sin embargo, igualmente puede llegar a constituirse como forma de dependencia en la que los individuos dependen de otros cuya ausencia e inaccesibilidad los convierte en objeto de veneración».⁸⁴

Los *media* han aumentado la capacidad de la gente para experimentar por medio de la casi-interacción *mediática* fenómenos que tal vez no tendrían lugar donde viven. La capacidad de experimentar está desconectada de la actividad del encuentro. Además, el desarrollo de los medios de comunicación ha tenido un profundo impacto en el proceso de autoformación de los individuos, por encontrarse continuamente ante nuevas posibilidades, nuevos horizontes y puntos de referencia simbólica.⁸⁵

A decir de Thompson, «la proliferación de materiales *mediáticos* puede proveer a los individuos de medios para explorar formas alternativas de vida de modo simbólico o imaginario; puede ofrecerles una visión momentánea de alternativas, permitiéndoles de ese modo reflexionar críticamente sobre ellos mismos y sobre las actuales circunstancias de sus vidas».⁸⁶

Existen algunas *consecuencias negativas en la formación del yo* de los individuos por el creciente papel de los productos mediáticos. Los textos y programas *mediáticos* repletos de imágenes estereotipadas, mensajes tranquilizadores, etc., podrían ser retomados por receptores y utilizados de manera totalmente imprevisibles. La enorme variedad y multiplicidad de mensajes puestos a disposición por los *media* da lugar a un tipo de *sobrecarga simbólica*. Los individuos se enfrentan a innumerables narrativas de formación del yo, innumerables visiones del mundo, innumerables formas de información y comunicación que podrían no ser del todo efectivas o coherentemente asimiladas.

Que los mensajes mediáticos sean ideológicos dependerá de la manera en que sean acogidos por los individuos que los reciben e incorporan reflexivamente a sus vidas.⁸⁷

84 *Ibíd.*

85 *Ibíd.*, 271, 274-5.

86 *Ibíd.*, 276.

87 *Ibíd.*, 276-83.

Los individuos, indica Thompson, con frecuencia utilizan los productos *mediáticos* como fuente. Libros, manuales, programas de radio y televisión, etc., ofrecen constantemente consejos sobre cómo afrontar las dificultades y complejidades de la vida.

LOS FANS

Según Thompson, en las sociedades modernas, la mayoría de los individuos establecen y mantienen relaciones no recíprocas de familiaridad con otros distantes: «Los actores y actrices, presentadores de noticias y de *shows* televisivos, estrellas de cine y otros se convierten en figuras familiares y reconocibles que con frecuencia forman parte de las discusiones de la vida cotidiana de los individuos».⁸⁸

En algunos casos, este tipo de relaciones pueden asumir un mayor significado en la vida de individuos concretos, convirtiéndoles en fans o fanáticos.

Ser fan consiste en organizar la vida diaria de uno mismo de manera que el seguimiento de una determinada actividad (tal como ver deportes), o el cultivo de una relación con determinados productos *mediáticos* o géneros llega a constituirse como preocupación central del yo, sirviendo para dirigir una parte significativa de la propia actividad e interacción con los otros.⁸⁹

Thompson explica que hay formas de admiración que no necesariamente implican el cultivo intensivo de relaciones no recíprocas de familiaridad; sino que muchos fans pueden desarrollar lazos de lealtad más que relaciones de familiaridad. Ser fan comúnmente implica más que la orientación afectiva hacia alguien distante. «Los fans, por lo general, se dedican a una multitud de actividades sociales rutinarias, tales como coleccionar discos, casetes, videos y otros productos *mediáticos*». Quienes han estudiado a los fans han destacado el hecho de que su mundo es, frecuentemente, un mundo social complejo y profundamente estructurado, con sus propios convencionalismos, sus propias reglas de interacción y formas de experiencia, sus propias jerarquías de poder y prestigio, sus propias prácticas de canonización, sus propias divisiones entre el *cognoscente* y el principiante, el fan y el no fan, etcétera.⁹⁰

88 *Ibíd.*, 285.

89 *Ibíd.*, 287.

90 *Ibíd.*, 287-8.

Para Nicolás Peralta, los fans establecen una relación profundamente emocional con el «universo astral». En su mayoría, dice, son miembros de clubes de fans y reconocen tener un estrecho amor para con las estrellas en general y sus ídolos en particular. «El valor principal que se pone en juego en vínculos como este es el afecto, a tal punto que los fanáticos suelen construir relaciones «seudoíntimas» con los famosos a los que admiran».⁹¹

Para los fans, los famosos son personas ideales que, aunque en la mayoría de casos son inalcanzables, los sienten cercanos, los admiran; las estrellas pasan a ser sus objetos de veneración.

EXPERIENCIA VIVIDA-EXPERIENCIA MEDIÁTICA

Thompson utiliza el término «experiencia vivida» para referirse a la experiencia tal y como la vivimos en el transcurso de nuestras vidas cotidianas y la distingue de la «experiencia mediática» que es la que adquirimos mediante la casi-interacción mediática.

La experiencia vivida se trata de la experiencia de acontecimientos que ocurren en las mismas coordenadas espacio-temporales del yo, y en los que el yo puede potencialmente influir por medio de sus acciones.

La experiencia mediática generalmente implica acontecimientos que ocurren en lugares lejanos, quizá en el tiempo, siendo más probable que mantengan una relación tenue, intermitente y selectiva con el yo. La experiencia mediática, según Thompson, no supone flujo continuo, sino que tiene una secuencia discontinua de experiencias que poseen varios grados de relevancia para el yo:

Para muchos individuos cuyos proyectos de vida están arraigados en los contextos rutinarios de sus vidas diarias, muchas formas de experiencia *mediática* suponen una tenue conexión con sus vidas diarias; pueden ser intermitentemente interesantes, ocasionalmente divertidas, pero no son las cuestiones que preocupan a la mayoría. Sin embargo, los individuos también aprovechan selectivamente la experiencia *mediática*, enlazándola con la experiencia vivida que forma el tejido colectivo de sus vidas diarias; y en tanto que la experiencia mediática ha sido incorporada reflexivamente al proyecto del yo, puede adquirir una profunda y permanente relevancia.⁹²

91 Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 109.

92 Thompson, *Los media y la modernidad*, 296.

Thompson explica que, en un extremo del espectro, está el individuo que valora solo la experiencia vivida y que mantiene relativamente poco contacto con las formas mediáticas. Para estos individuos, las formas mediáticas pueden ser advertidas o recordadas para realizar una tarea puntual, pero permanecen periféricas a las preocupaciones centrales del yo.

Por el contrario, al otro extremo del espectro, está el individuo para el que la experiencia mediática es capital en su proyecto de yo. Como ejemplifica Thompson, a este grupo pertenecen los «devotos fans», quienes incluso pueden suplantar o llegar a confundir la experiencia mediática con la experiencia vivida, siendo para ellos difícil distinguirlas.

En cambio, para la mayoría de la gente, las diferentes formas de experiencia oscilan entre un punto y otro de los dos polos. Adquieren tanto experiencia vivida como mediática, y las incorporan a su proyecto de vida continuamente en evolución: «Organizan sus itinerarios espaciotemporales de forma que ciertas experiencias *mediáticas* puedan ser planificadas, como las noticias de la tarde, por ejemplo, los episodios de una serie televisiva, una telenovela o la difusión en directo de acontecimientos deportivos».⁹³

LOS DETRACTORES

Nicolás Peralta manifiesta: «Así como existe un alto porcentaje de la población que asegura consumir productos relacionados con la difusión de la vida farandulesca, también existe otro grupo de personas que se muestra reacio y hasta distante respecto del mundo de los famosos. Los llamaremos alternativamente detractores, o no consumidores de la farándula».⁹⁴

Los detractores, en su mayoría, explica Peralta, no se identifican con el universo de las *celebrities* mediáticas, situándose en una posición crítica.

Según Peralta, se reconoce que este grupo está gobernado por la razón, por lo que no puede lograr empatía con el mundo de los astros en el que reina el afecto, el vínculo amoroso y/o jocoso.

93 *Ibíd.*

94 Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 102.

Quienes miran de reojo y con reticencia el cosmos de los astros mediáticos juran no entender cómo para otras personas resulta tan atractivo. La propia lejanía de su posición, regida por la razón, les impide comprender el lazo empático que une a los consumidores y a los fans con las estrellas.⁹⁵

Además, según el autor, los detractores llegan a catalogar el ámbito de la farándula como «desprestigiado», en donde dejaron de tener importancia los valores y el talento para dar paso a los escándalos.

Otro de los motivos señalados por Peralta para que algunas personas no consuman nada relacionado con la farándula tiene que ver con que no están unidos a los famosos ni por un lazo amoroso, ni por el entretenimiento desprendido por el espectáculo.

Parecería ser que, a pesar de que la farándula atraviesa de alguna manera todas las clases sociales, asistimos, como dice Omar Rincón, a la lucha entre dos públicos, dos gustos y valoraciones: «[U]na, la de los ilustrados/cultos, y otra, la de los gustos masivos de clase media; donde unos ven perversión, los otros afirman que se trata de imaginación».⁹⁶

LO EJEMPLAR

LO ÉTICO Y LO MORAL EN LAS NARRATIVAS DE LA IDENTIDAD

La noción de identidad desde la narratividad postula la compatibilidad de una lógica de las acciones con el trazado de un espacio moral. Bajo este criterio, Dante G. Duero dice que la trama autobiográfica que nos permite dar cuenta de quiénes somos y de cómo nos insertamos en el mundo parece hallarse enmarcada por un trasfondo de intencionalidad, racionalidad y moralidad.⁹⁷ Se entiende que, al construir relatos, sustentamos una serie de supuestos, incorporados al sentido común, acciones que cobran sentido y que podemos adjudicarles alguna connotación moral o ética.

Explica Arfuch:

Es la impronta valorativa de los géneros, de la cual participa, recordemos, el valor biográfico, como ordenador de la vida en el relato y de la «propia» vida del narrador (y del lector), la que señala la mayor coincidencia [...],

95 *Ibíd.*, 105.

96 Rincón, *No todo lo que reluce es oro*, 46.

97 Duero, «Relato autobiográfico e interpretación», 139.

justamente a nivel de la ética. La «puesta en forma» de la narrativa no se alejará entonces demasiado de esa otra *forma*, esa visión configurativa que los géneros imponen a nuestra relación con el mundo y con los otros.⁹⁸

Se vuelve al valor biográfico como concepto base que da sentido a la vida en la construcción de relatos, esta vez desde la ética; lo que sugiere nuevamente pensar en el estudio del sujeto autobiográfico no únicamente como un ser individual, sino como un ser en relación con los otros, una doble articulación entre lo individual y lo colectivo; siendo el acceso a las narrativas lo que permite el acercamiento a los individuos y a las especificidades de la sociedad en la que se desenvuelven.

IDENTIFICACIÓN E IMAGEN MODÉLICA EN LA AUTOBIOGRAFÍA

Y aquí, aunque las vidas susceptibles de identificación se reparten en un universo indecible entre ficción y no ficción, hay sin duda un suplemento de sentido en las vidas «reales», ese que la literatura, el cine, la televisión, internet —el completo horizonte de la mediatización contemporánea—, se empeñan, incansablemente, en pregonar.⁹⁹

Cuando se habla de las autobiografías de la farándula, se desprende una inquietud personal acerca de cuáles son las vidas que se consideran para difundirse (en el caso del lado de la producción) o cuáles son las referencias que el público toma como ideal o modelo (en el caso del consumo mediático). Leonor Arfuch plantea ciertas interrogantes: «¿Cuáles son las vidas objetos de deseo que se reflejan en la pantalla compensatoria de la fantasía? ¿Hay modelos (sociales) identificatorios que el espacio biográfico tendería a desplegar, haciendo de ello, quizá, una especialidad?».¹⁰⁰ Arfuch responde que seguramente sí, pero que sería erróneo pensar que esos modelos delineados con trazo fuerte en el horizonte mediático integran una especie de galería de personajes ilustres, que son solo aquellos que encarnan el éxito o el «cumplimiento del deseo», y se refiere a ricos y famosos, jóvenes, felices, brillantes pensadores, héroes o heroínas, princesas o príncipes de turno. Agrega, que el rasgo básico de nuestra identificación con alguien —que está, en

98 Arfuch, *El espacio biográfico*, 94.

99 *Ibíd.*, 62.

100 *Ibíd.*, 63.

general, oculto— no es de ningún modo necesariamente glamoroso, sino que también puede ser cierta falla, debilidad, culpa, del otro.

Arfuch plantea otra cuestión que se debe despejar respecto a la identificación imaginaria y dice: «La identificación lo es siempre en *virtud de cierta mirada en el Otro*, por lo cual, frente a cada imitación de una imagen modélica, cabría formularse la pregunta del *para quién* se está actuando ese rol, qué mirada es considerada cuando el sujeto se identifica él mismo con una imagen».¹⁰¹

Integrando los planteamientos de Arfuch, se podría entender que el sujeto autobiográfico es susceptible de autocreación, y que en esto opera tanto el deseo como las determinaciones de lo social, lo que evita una interpretación simplista de la proliferación de las narrativas del yo, solo en términos de voyeurismo o narcisismo; lo que da paso a preguntarse sobre el tránsito que lleva del «yo» al «nosotros» —o que permite revelar el *nosotros* en el yo—.¹⁰²

Por el interés en revisar cómo se manifiesta la ejemplaridad en las autobiografías de la farándula, hemos considerado la relación con el discurso hagiográfico.

LA VIDA DE LOS SANTOS EN EL DISCURSO HAGIOGRÁFICO

La hagiografía es un género literario, según explica Michel de Certeau, que, en el siglo XVII, se llamaba también hagiología o hagiológica. La hagiografía favorece a los actores de lo sagrado (los santos) y tiene por fin la edificación (una «ejemplaridad»). «El discurso hagiográfico hace de la autobiografía del virtuoso, un material con el que se construye la imagen de un cristiano ejemplar, una imagen digna de imitarse».¹⁰³

El *Acta Sanctorum* es uno de los títulos que antiguamente se daba a este tipo de relatos, donde la combinación de los hechos, de los lugares y de los temas revela una estructura propia que no se refiere esencialmente a «lo que pasó», como ocurre con la historia, sino a «lo que es ejemplar».

101 *Ibíd.*, 64.

102 *Ibíd.*, 65-6.

103 Jaime Borja, «Cuerpos barrocos y vidas ejemplares: la teatralidad de la autobiografía», *Fronteras de la Historia*, n.º 7 (2002): 104.

De Certeau define la hagiografía como un *discurso de virtudes*. Para el autor, el término no tiene sino secundariamente, y no siempre, una significación moral, sino que se acerca a lo extraordinario y a lo maravilloso.

La hagiografía lleva consigo toda una gama de representantes, desde el martirio, el milagro, o hasta el cumplimiento del deber de estado. Cada vida de santo nos ofrece un campo de elección y una organización propias de este tipo de virtudes, y para lograrlo se vale del material proporcionado ya por los hechos y gestas del santo o ya por episodios que pertenecen al fondo común de una tradición.¹⁰⁴

La vida de un santo se inscribe dentro de la vida de un grupo, iglesia o comunidad. En la «vida de un santo», el recuerdo se combina con la «edificación» productora de una imagen destinada a proteger al grupo contra su dispersión.¹⁰⁵

Según el autor, en el siglo XX, otros personajes, los de la política, del crimen o del amor, sustituyen a los santos;¹⁰⁶ esta es una de las ideas centrales consideradas en este trabajo y que desarrollamos en relación con las personas de la farándula.

104 De Certeau, *La escritura de la historia*, 257-8, 264-5.

105 *Ibíd.*, 260.

106 *Ibíd.*, 259.

CAPÍTULO SEGUNDO

LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA USADAS EN LAS AUTOBIOGRAFÍAS DE LA FARÁNDULA

El propósito del capítulo es establecer cómo las autobiografías de las personas de la farándula consideran en su construcción narrativa las estrategias discursivas que utiliza la comunicación mediática. Entendemos, en esta sección, por estrategias discursivas, el conjunto de mecanismos que la comunicación de masas emplea en sus narrativas para lograr la interpelación del público;¹⁰⁷ son los elementos para lograr que las autobiografías en el contexto de la industria, produzcan sentido y se tornen significantes.

Son seis secciones las que forman este capítulo: en la primera, proponemos un acercamiento más directo con la narrativa mediática y sus formas de interpelación; en la segunda sección, abordamos

107 Se toma como referencia teórica y metodológica para los Capítulos 2 y 3 la investigación de: Dalia Ruiz Ávila, «Estrategias discursivas de la narración autobiográfica», *Estudios de Lingüística Aplicada*, n.º 42 (2005): 15-31; y el artículo de Federico Pastene Labrín, «La era del acceso y de la novela popular: una lectura de *Hija de la Fortuna* de Isabel Allende», *Theoria* 13 (2004): 111-20.

la espectacularización y ficcionalización del yo, como recursos de la exposición de la intimidad ante las miradas de un público; en la tercera sección, explicamos en qué consisten los modelos de referencia para comprender su inclusión en el análisis de las autobiografías de la farándula; en la cuarta, concebimos el melodrama de telenovela como modelo de referencia para el análisis, por presentar ciertas estrategias discursivas comunes con las autobiografías de la farándula, como: el conflicto, la lucha entre el bien y el mal, o la retórica del exceso; en la quinta sección, presentamos una sinopsis de los libros elegidos como muestra de análisis; y, finalmente en la sexta sección, analizamos las cuatro autobiografías desde la perspectiva de la comunicación mediática.

NARRATIVA E INTERPELACIÓN MEDIÁTICA

Para ser y comprendernos, contamos. Los seres humanos, las culturas y las sociedades son experiencia; frente a ella, podemos intentar comprensiones y explicaciones teóricas y conceptuales, pero solo podemos comunicar lo que vivimos o deseamos si convertimos nuestras experiencias en historias. Siempre que buscamos explicarnos, nos convertimos en una historia, ¡narramos! Según Omar Rincón, la herencia de explicarnos desde la experiencia narrada es celebrada en extremo por las culturas mediáticas: «La vida se cuenta, esa es la gran promesa de los medios de comunicación de masas».¹⁰⁸

Para Rincón:

No es la alucinación tecnológica y esteticista de la *cultura mediática* el factor que promueve la comunicación, es su forma de narrar y su cuento contado; los *media* tienen que encontrar sus modos de narrar porque se ha probado que la tecnología encandila, pero no cuenta sola. Los humanos requerimos de héroes con los cuales identificarnos y generar deseo. Héroes herederos del amor, portadores de sabiduría, protectores de nuestros destinos. Y esos héroes y esos mitos nos los deben brindar los medios de comunicación como los grandes narradores de nuestro mundo que son.¹⁰⁹

La narrativa la comparten los productores y las audiencias porque posibilita la inteligibilidad de lo comunicado y permite generar

108 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 88-9 y 92.

109 *Ibíd.*, 94.

comunidad de sentido sobre la comunicación. «La narrativa es una perspectiva para captar el significado o el funcionamiento de los fenómenos comunicativos; es una matriz de comprensión y explicación de las obras de la comunicación».¹¹⁰

Entre las características de la narrativa mediática, tenemos que se refiere a los mecanismos por medio de los cuales se establece el intercambio simbólico y dramático entre quien produce y quien asiste al mensaje mediático. El potencial de acción simbólica de los medios de comunicación está en la competencia que tienen para producir vínculo y conexión entre los seres humanos, para imaginar relatos en los que quepamos todos; la narración o su efecto, llamado *trama* o *historia*, produce dispositivos de comprensión social.

La finalidad de la conexión e identificación que generan los relatos mediáticos no es evadir la realidad, sino ir al encuentro de las experiencias de la vida.

La productividad mediática se da cuando una comunidad de productores y audiencias comparten las mismas reglas narrativas para comprender e imaginar historias.

El poder de interpelación (comunicar, llamar la atención, tener impacto) que tiene la narración se encuentra en que propone una relación emocional y comprensible desde y en el hecho de *contar historias*.¹¹¹

El *contar historias* se ha convertido, según Rincón, en uno de los ejes principales para la interpelación del público en la comunicación mediática; se buscan relatos que retomen viejas tradiciones, que imaginen nuevos héroes, que cuenten historias que nos permitan soñar y nos salven del tedio cotidiano.

A este eje principal, se suman tres ejes adicionales: el entretenimiento, la industria cultural y los contenidos.¹¹² A continuación, tomamos algunas características que se relacionan directamente con las autobiografías en estudio:

El entretenimiento: los medios de comunicación, en este caso los libros autobiográficos, interpelan desde el horizonte del entretenimiento, que conecta con los tiempos de ocio y el afecto mediante historias que se

110 *Ibíd.*, 95.

111 *Ibíd.*, 96, 99-100.

112 *Ibíd.*, 22-3.

convierten en ejemplificadoras; historias que buscan generar conformidad emocional y conversación pública, distensión social y placer individual.

La industria cultural: no se pueden pensar los medios de comunicación sin esta lógica, sin su ser industrial y su interés de ganancia. Lo ideal está en encontrar los formatos que produzcan una interpelación masiva a la sociedad.

Los contenidos: Rincón propone que tiene que haber más mensajes reflexivos, que hay que producir ideas para la conversación cotidiana y la utilidad social. Creemos que las autobiografías de farándula reconocen esta propuesta; de ahí que las experiencias de vida se plantean como reflexión para el lector.

LA ESPECTACULARIZACIÓN Y FICCIONALIZACIÓN DEL YO

La tendencia de las nuevas narrativas autorreferenciales apunta a la autoconstrucción de personajes reales, pero, al mismo tiempo, ficcionalizados por el lenguaje altamente codificado de los medios, donde se administran estrategias para manejar la exposición ante las miradas ajenas.¹¹³

Para Paula Sibilia:

Cuando más se ficcionaliza y estetiza la vida cotidiana con recursos mediáticos, más ávidamente se busca una experiencia auténtica, verdadera, que no sea una puesta en escena. Se busca lo realmente *real*. O, por lo menos, algo que así lo *parezca*. Una de las manifestaciones de esa «sed de veracidad» en la cultura contemporánea es el ansia por consumir chispazos de intimidad ajena. [...] el espectáculo de la realidad tiene éxito: todo vende más si es real, aunque se trate de versiones dramatizadas de una realidad cualquiera.¹¹⁴

Según la autora, hoy vemos cómo los medios de comunicación están cada vez más atravesados por los imperativos de lo real, con una proliferación de narrativas e imágenes que retratan la vida tal como es en todos los circuitos de la comunicación. Mientras tanto, dice, la propia vida tiende a ficcionalizarse recurriendo a códigos mediáticos, especialmente a los recursos dramáticos de los medios audiovisuales, en cuyo uso hemos sido persistentemente alfabetizados a lo largo de las últimas décadas.

113 Sibilia, *La intimidad como espectáculo*, 62.

114 *Ibíd.*, 221.

En una sociedad tan espectacularizada como la nuestra, no sorprende que las fronteras siempre confusas entre lo real y lo ficcional se hayan desvanecido aún más. El flujo es doble: una esfera contamina a la otra, y la nitidez de ambas definiciones queda comprometida. Por los mismos motivos, se ha vuelto habitual recurrir a los imaginarios ficcionales para tejer las narraciones de la vida cotidiana, lo cual genera una colección de relatos que confluyen en la primera persona del singular: *yo*.¹¹⁵

Si la paradoja del realismo clásico consistía en inventar ficciones que pareciesen realidades, manipulando todos los recursos de verosimilitud imaginables, hoy asistimos a otra versión de ese aparente contrasentido: una voluntad de inventar realidades que parezcan ficciones. «Espectacularizar el *yo* consiste precisamente en eso: transformar nuestras personalidades y vidas (ya no tan) privadas en realidades ficcionalizadas con recursos mediáticos».¹¹⁶

Las nuevas estrategias narrativas que se generalizan hoy denotan otros vínculos entre la ficción y lo real. La ficción ya no recurre a lo real para ganar veracidad; la realidad parece haber perdido su potencia legitimadora. Aunque parezca paradójico, la realidad empieza a imponer sus propias exigencias, porque, para ser percibida como plenamente real, deberá intensificarse y ficcionalizarse con recursos mediáticos.¹¹⁷ «Lo real, entonces, recurre al glamur de algún modo irreal —aunque innegable— que emana del brillo de las pantallas, para *realizarse* plenamente en esa ficcionalización».¹¹⁸

Para Sibia, el *yo* se convierte en personaje en ese movimiento que lo espectaculariza y lo ficcionaliza; parece volverse más real por la legitimación que ofrecen los medios.

Son las narrativas mediáticas las que cada vez más toman el *efecto* de *lo real* porque son susceptibles de ser atestiguadas por protagonistas, testigos, grabaciones, *paparazzi*; Arfuch dice:

Allí, en ese registro gráfico o audiovisual que intenta dar cuenta empecinada —cada vez más «por boca de sus protagonistas»— del «esto ocurrió», es quizá donde se pone de manifiesto, con mayor nitidez, la búsqueda de

115 *Ibíd.*, 223.

116 *Ibíd.*

117 *Ibíd.*, 224–5.

118 *Ibíd.*, 252.

la plenitud de la *presencia* cuerpo, rostro, voz, como resguardo inequívoco de la existencia, de la mítica singularidad del yo.¹¹⁹

Los géneros de *no ficción* o denominados de *cierta autoficción* prosperan en los ámbitos más variados y en los diversos medios de comunicación, casi siempre con el acento puesto en la espectacularización de la intimidad de quien habla y se muestra, respondiendo además a la lógica de la visibilidad y de la exteriorización del yo.¹²⁰

Afirma Sibilia:

[L]as ventas de biografías aumentan en todo el planeta, confirmando esa creciente fascinación por las vidas reales. Aunque no sean grandes vidas, de figuras ilustres o ejemplares, como se ve por todas partes: basta con que sean auténticas, realmente protagonizadas por un yo de verdad. O, de nuevo, que al menos así lo parezcan.¹²¹

En el caso de las autobiografías de las personas de la farándula, el yo se ficcionaliza por medio de *modelos de referencia* de la comunicación mediática. Modelos que tienen un poder de interpelación, que son asumidos en estas construcciones de vida para comunicar, llamar la atención, despertar el interés y provocar el impacto en los lectores.

En las autobiografías, se observan, entonces, hibridaciones entre la realidad de las vidas y las construcciones propias de la narrativa de la comunicación mediática, que tienden a ficcionalizarlas. Los protagonistas de estas vidas son personas que se han construido y se siguen construyendo en correspondencia a las estrategias de la espectacularización mediática y las autobiografías responden a estas.

LOS MODELOS DE REFERENCIA

En la actualidad, no habitamos los géneros de manera pura, sino como *modelos de referencia*. Estamos en la época de las narraciones intertextuales, en que crear significa tomar los géneros y sus modos de organización de la creación para imaginar nuevos modos del relato.¹²² Como lo hemos venido tratando a partir de Arfuch, se debe dar la

119 Arfuch, *El espacio biográfico*, 60-1.

120 Sibilia, *La intimidad como espectáculo*, 239-40, 244 y 246.

121 *Ibíd.*, 231.

122 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 108.

posibilidad de pensar la autobiografía como género discursivo que permite las configuraciones de enunciados en las que se entranan varios discursos.

Las autobiografías de la farándula corresponden a una productividad mediática, en el hecho de que una comunidad de productores y audiencias (lectores) comparten las mismas reglas narrativas para comprender y producir historias.

En este contexto, la narración existe como modo de creación que se somete a reglas. Los géneros son el referente apropiado al momento de crear, narrar o explicar las historias de vida, porque son matrices culturales universales, populares y tradicionales, asignando una comprensión (casi) universal a dichas historias. No son los temas, son los modos de contar los que generan comprensión universal.¹²³

Las autobiografías, entonces, pueden valerse en sus narrativas de las combinaciones de los mecanismos de otros géneros para lograr comprensión e impacto en el público mediante lo que cuentan y cómo lo cuentan. La autobiografía conservará también sus características propias, transformándose entre lo *conocido y lo innovador*,¹²⁴ integrando además lo virtuoso, tratando de evitar encasillarse como *novela autobiográfica*, en la que primarían los elementos de ficción y en la que la veracidad no sería un factor primordial demandado por el público en su pacto de lectura.

Estos modos de contar de las autobiografías desde los recursos de los distintos géneros permiten entender su *estrategia de comunicabilidad*, en la que los géneros al ser un conjunto de reglas, estructuras repetitivas y convenciones garantizan la estabilidad de la comunicación entre el autor o la industria y el espectador.¹²⁵

EL MELODRAMA DE TELENOVELA: PRIMER MODELO DE REFERENCIA

ANTECEDENTES DEL MELODRAMA

El melodrama nace en 1790, especialmente en Francia e Inglaterra, como un espectáculo popular que tiene su base en el teatro, pero que integra además las formas y modos de los espectáculos de feria y los

123 *Ibíd.*, 103-4.

124 *Ibíd.*, 105.

125 *Ibíd.*

temas de los relatos que vienen de la literatura oral, en especial de los cuentos de miedo y de misterio, de los relatos de terror. A finales del siglo XVII, los teatros oficiales son reservados a las clases altas, y solo hasta 1806 se autoriza en París el uso limitado de algunos teatros para la puesta en escena de espectáculos populares.

El melodrama de 1800 se liga a las transformaciones que produce la Revolución Francesa, entre ellas la del populacho en pueblo y su entrada en escena. «Las pasiones políticas despertadas y las terribles escenas vividas durante la Revolución han exaltado la imaginación y exacerbado la sensibilidad de unas masas populares que pueden darse al fin el gusto de poner en escena sus *emociones*».¹²⁶

Nace la complicidad del melodrama con un público «que lo que busca en escena no son palabras, sino acciones y grandes pasiones. Y ese fuerte sabor emocional es lo que demarcará definitivamente al melodrama colocándolo del lado popular».¹²⁷ En este contexto, se trazan las claves que sitúan al melodrama en el vértice que lleva de lo popular a lo masivo, según Martín-Barbero.

El melodrama identificado como género popular ha sido considerado tradicionalmente como un género femenino:

La recuperación del realismo y de la tragedia en el cambio del siglo XIX al XX como categorías que demarcan la alta cultura frente a la cultura popular coincide con una remasculinización del valor cultural. Mientras la tragedia y el realismo se enfocan en asuntos sociales «serios» o dilemas internos, los sentimientos y la emotividad son reducidos a sentimentalismo y exageración, los detalles domésticos se cuentan como algo trivial, y lo melodramático se considera una fantasía de escape, totalmente devaluado al asociarse con una cultura popular «femenina».¹²⁸

El melodrama, desde principios del siglo XX hasta los años 60, es concebido en términos peyorativos: «Constituye básicamente un antivalor para un campo crítico en el que la tragedia y el realismo

126 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 124.

127 *Ibid.*, 125.

128 Christine Gledhill, *Home is Where the Heart is: Studies in Melodrama and The Women's Film* (Londres: British Film Institute, 1987), citada en Maribel Castro Díaz, «Lo melodramático en la fotografía escenificada: fotodrama como tipología artística», *Fotocinema*, n.º 4 (2012): 39.

representan las piedras angulares de la «alta» cultura, que necesita protegerse de la masa, del entretenimiento melodramático». ¹²⁹

Será posiblemente Peter Brooks el autor que más ha hecho por rescatar el melodrama del descrédito: «Brooks defiende el papel del melodrama más allá de su mera condición de espectáculo, proponiéndolo como un modo específicamente moderno que resurge de la pérdida de los valores ilustrados y de las formas simbólicas, y que funciona como respuesta a las consecuencias físicas del orden social burgués, en el que lo social debía ser expresado como lo personal». ¹³⁰

Para Peter Brooks, el melodrama encubre «lo más oculto», el dominio de unos valores que se señalan y se enmascaran a la vez, mostrando la superficie de la realidad. ¹³¹

El melodrama puede definirse como un género que trabaja paradójicamente con la idea de *represión* para alcanzar una total expresividad:

Uno está tentado a especular que los diferentes tipos de drama tienen sus correspondientes privaciones de sentido: para la tragedia, ceguera, ya que la tragedia trata sobre la visión interior y la iluminación; para la comedia, la sordera, ya que la comedia está relacionada con problemas de comunicación, malentendidos y sus consecuencias; y para el melodrama, la mudez, ya que el melodrama trata de la expresión. ¹³²

Según Castro Díaz, en los comienzos del melodrama, el éxito de esta nueva forma de expresión se explica en que, en un momento de extrema pobreza y monotonía, la gente ansiaba las crudezas y la violencia del melodrama, esperando del espectáculo un cierto consuelo, alguna voz de esperanza o de justicia.

La autora manifiesta que el término de «lo popular» define un terreno en que diferentes clases y grupos sociales se encuentran y hallan su identidad. En este sentido, hay una construcción ideológica: que el texto melodramático trabaja con un asunto «imaginario», inherente a la producción ficcional, pero en un ámbito realista, que remite al mundo externo al texto; y que, en el melodrama, hay una relación desajustada entre estéticas, placer e ideología.

¹²⁹ Castro Díaz, «Lo melodramático en la fotografía escenificada», 39.

¹³⁰ *Ibid.*, 40.

¹³¹ *Ibid.*

¹³² Brooks, citado en Castro Díaz, «Lo melodramático en la fotografía escenificada», 41.

El melodrama, de alguna forma, supone una expresión democrática en la ilusión de posibilidad de una vida mejor para los desfavorecidos o los débiles oprimidos por las clases dominantes. La familia, con su moral y sus valores, se convierte en el centro de las tramas, que se vuelven cada vez más domésticas. El género del melodrama, obsesionado con sus propias superficies, apuesta por la exteriorización y la exageración sobre la profundidad o lo complejo.

Se dice que la popularidad del melodrama suele coincidir con épocas de crisis intensa, sociológica o ideológica, y en estos contextos puede funcionar como elemento subversivo o como entretenimiento de escape, de acuerdo con las necesidades ideológicas. En cualquiera de estos casos, siempre se mantiene constante una polarización extrema de los valores (bien/mal, héroe/villano, virtuoso/corrupto...).¹³³

Con lo tratado, la definición de melodrama que se propone de acuerdo con Castro Díaz es:

El término melodrama se refiere a la obra que exagera los aspectos sentimentales y patéticos de las situaciones con la intención de conmover a un público. Denota un tipo ficcional o teatral relacionado con la cultura popular, entre el realismo y la tragedia, manteniendo complejas relaciones históricas entre ambas. No solo se refiere a un tipo de estética, sino a un modo de ver el mundo.¹³⁴

LO TELEVISIVO

Los medios de comunicación, y sobre todo los medios audiovisuales, son el material básico de los procesos de comunicación; la televisión crea el marco para todos los procesos que se pretenden comunicar a la sociedad, esta formula el lenguaje de la comunicación social.

Nuestro referente narrativo más importante en la actualidad es el de la televisión. Ella produjo una reconfiguración de la actuación social de los diversos medios: hizo que la radio ganara en flexibilidad para adaptarse a la vida cotidiana; que el cine llegara a las audiencias más necesitadas de entretenimiento y a la pantalla televisiva [...]; y que los libros se escribiesen como si fueran guiones televisivos.¹³⁵

133 Castro Díaz, «Lo melodramático en la fotografía escenificada», 41-3.

134 *Ibíd.*, 38.

135 Castells, citado en Rincón, *Narrativas mediáticas*, 21.

Los mensajes mediáticos en formato de telenovelas, *realities* o historias de Hollywood llevan a producir una práctica cotidiana de imaginación/comprensión común: todos tenemos los mismos espejos desde donde mirarnos, todos tenemos la posibilidad de ver nuestras vidas en las historias transmitidas por los medios. En este sentido, las historias mediáticas constituyen un repertorio desde donde producir significación en la vida cotidiana.¹³⁶

Ciertos elementos han hecho que la televisión triunfe como medio más popular y como narrador central de nuestras vidas y, según nuestro criterio, se adaptan a los libros autobiográficos de la farándula porque responden a una temporalidad hogareña, promueven relaciones afectivas e identificaciones con los públicos, se adaptan al tono de conversación diaria, sirven de compañía y, en su interpelación, establecen una complicidad entre productores y públicos.¹³⁷

La televisión, además, es un modelo de referencia, por tratarse de un discurso sobre lo afectivo y lo sentimental:

Se produce y se ve la televisión para vivenciar emociones: con las películas de miedo, «buscamos» asustarnos; con el melodrama, queremos soñar que el amor y la moral lo puede todo; con la tragedia, nos liberamos de los karmas de este mundo; con la comedia, nos evadimos de la dura realidad para ganar una subversión cínica. Pero, aún hay más, cuando producimos y vemos televisión, queremos sentir lástima, rabia, envidia, pasión, fastidio, odio; queremos sentir. La buena televisión busca el suspiro, el goce, la catarsis.¹³⁸

Omar Rincón, acerca de la narrativa televisiva, dice: «La televisión, todo lo que toca lo convierte en conflicto dramático. [...] La televisión, como máquina narrativa, todo lo que toca lo convierte en disrupción, ruptura, competencia para poder generar drama, emoción, acción».¹³⁹ La narrativa televisiva siempre buscará el conflicto y las estructuras dramáticas que permitan comunicar el relato.

La televisión ha elevado el *conflicto* como elemento esencial para generar suspiros y emociones; entonces, la manera como se encare el

136 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 103.

137 Adaptación de la televisión a los libros autobiográficos realizada a partir de Rincón, *Narrativas mediáticas*, 22.

138 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 187.

139 *Ibíd.*, 181.

conflicto determinará la estructura dramática que se utilice: drama, melodrama, tragedia, comedia, *suspense*.

La televisión trabaja sobre las mismas estructuras narrativas (géneros, arquetipos, temporalidades), pero lo que importa son sus variaciones: «La repetición de fórmulas narrativas atrae siempre que se produzcan nuevas combinatorias, que se genere incertidumbre, que se prometan sorpresas en el caminar, mas no en la llegada; interesa el cómo se llega, la meta se conoce: la felicidad».

La narración en televisión es una combinatoria de fragmentos que producen efectos dramáticos y emocionales; no sigue la pureza de los géneros o los formatos, todo se mezcla. «La narración en televisión es el resultado de una mezcla caótica, de una hibridación permanente, de diversos intentos de *collage*, de un palimpsesto imaginado. La impureza es lo propio de la televisión, juntar todo lo que le sirve o ha sido útil o exitoso en una perspectiva de aparente innovación es la fórmula.»

En televisión, narrar es «intervenir el tiempo interno del relato llevando a que el público viva la experiencia sin sentir que pierde la emoción a causa de la velocidad o de la lentitud. [...] Toda acción narrativa implica una preparación que debe durar no más que lo suficiente para calentar la emoción del público; luego viene una acción intensa de realización del conflicto, que debe ser contundente, para finalmente promover el relax del comentario sin quedarse en él».¹⁴⁰

Además de la narrativa, debemos considerar la relación estrecha de las autobiografías de la farándula con la televisión, ya que es la televisión «la que permite construir el mundo astral celeste, gracias a la masividad de su alcance y penetración social [...]. Las personas se interesan por el mundo de las celebridades, pero llegan a este solo mediadas por la pantalla del televisor [...] la farándula no puede ser pensada sin la televisión».¹⁴¹ «Cabe a la pantalla, o la mera visibilidad, la capacidad de conceder un brillo extraordinario a la vida común recreada en el rutilante espacio mediático».¹⁴²

Las estrategias utilizadas en televisión para construir celebridades se reúnen en las autobiografías de la farándula, convirtiéndose en

140 *Ibíd.* 181-5.

141 Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 125.

142 Sibilia, *La intimidad como espectáculo*, 274.

estrategias discursivas que inducen a la lectura (hacen que el lector esté inmerso con el texto) y permiten, sobre todo, una construcción más cercana e íntima (tanto en la producción como en el consumo) de la imagen de los famosos. Entonces, las autobiografías (al igual que las revistas de espectáculos, los sitios web o programas de radio especializados) se convierten en soporte o apoyo de la televisión, en que la farándula también adquiere consistencia.

LA VIDA COMO TELENOVELA

La televisión se encuentra con sus televidentes a partir de los formatos; la televisión se produce en la perspectiva de los géneros, pero se comunica mediante los formatos.

Tenemos que la telenovela, dice Rincón, es un formato que ha construido una tradición y un reconocimiento en los productores y el público; y que, como formato, puede estar narrado en tono de melodrama, suspenso, comedia, tragedia o ser resultado de una múltiple combinación de perspectivas dramáticas.

A pesar de que, para algunos autores, melodrama no es sinónimo de historia de amor, ni mucho menos de telenovela porque «existen telenovelas no melodramáticas, melodramas sin historias de amor y amor sin melodrama»¹⁴³ conservaremos las palabras de Rincón cuando dice que: «La televisión interpela con mayor fuerza dramática y moral a sus audiencias desde el melodrama. ¿Por qué? Porque sus reglas de funcionamiento están plenamente reconocidas en las comunidades populares que constituyen los sujetos mayoritarios de las audiencias televisivas».¹⁴⁴ A partir de esta concepción consideramos como *modelo de referencia* a la telenovela desde el melodrama:

La telenovela consiste, en primer lugar, en un melodrama [...] que utiliza el moderno lenguaje de la televisión para contar de cierto modo algún aspecto de la vida. Como en cualquier operación de dramatización, exagera diversas relaciones y realiza una serie de operaciones que resaltan los objetos de referencia de su colocación normal en la densidad de la vida diaria.¹⁴⁵

143 Dago García, citado en Rincón, *Narrativas mediáticas*, 186.

144 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 186.

145 González, citado en Miguel Aguilar, Ana Rosas y Verónica Vásquez, «Telenovelas: la ficción que se llama realidad», *Política y cultura*, n.º 4 (1995): 174.

Para Eduardo Santa Cruz, la telenovela, como género ficcional, se limita a hablarnos de nosotros mismos desde su propia construcción retórica:

Tal vez allí esté la clave de su resonancia masiva y heterogénea. Algunos podrán seguir tachando a la telenovela de banal y alienante con nulo valor estético. Pero ella seguirá en su labor de cristalización y sedimentación de un sentido común, que entrega una explicación de lo que somos, lo que fuimos y lo que es posible ser, en el corto tiempo de la vida individual, por la vía de la entretención.¹⁴⁶

El autor advierte que pareciera inoficioso insistir en que las telenovelas *no reflejan la realidad*; la idea de que la televisión sea un puro espejo de la sociedad se vuelve insostenible. Es obvio, dice el autor, que el discurso de la telenovela evita o elude determinadas temáticas.¹⁴⁷

La telenovela responde a la funcionalidad que le cabe a la ficción narrativa televisiva:

La función *fabuladora* o la oferta repetida y la narración incesante de historias que nos hablan *a* y *de nosotros*, trabajando sobre fórmulas y géneros ya existentes en la tradición literaria y cinematográfica, articulando y reelaborando los temas básicos primordiales, relacionados con experiencias centrales de la vida.

La función de *familiarización* con el mundo social, preservando, construyendo y reconstruyendo un sentido común de la vida cotidiana, referida a garantizar un reconocimiento de la *cultura* en un *nosotros*.

La función de *ficción*, que, como función propia de la programación televisiva en general, tiene la capacidad de atraer la atención e implicación de audiencias bastas y heterogéneas.¹⁴⁸

La telenovela, al ser un producto de la televisión, responderá a las funciones de las narrativas televisivas, y conservará la práctica de las reglas del género melodramático:

La telenovela conjuga los cuatro sentimientos básicos: miedo, entusiasmo, lástima, risa; a los que corresponden cuatro tipos de situaciones: terribles, excitantes, tiernas, burlescas; encarnadas por cuatro personajes: el traidor, el justiciero, la víctima y el bobo; que al juntarse

146 Eduardo Santa Cruz, *Las telenovelas puertas adentro: el discurso social de la telenovela chilena* (Santiago: LOM, 2003), 7.

147 *Ibíd.*, 8.

148 Buonano, 1999, citado en Santa Cruz, *Las telenovelas puertas adentro*, 7-8.

realizan la revoltura de cuatro géneros: novela negra, epopeya, tragedia y comedia.¹⁴⁹

La telenovela tiende hacia la afirmación de una significación moral, con un lenguaje de relaciones familiares y de parentesco, como estructura de las fidelidades primordiales. Además, la estructura melodramática en la telenovela exigirá una *retórica del exceso*;

todo en el melodrama tiende al derroche. Desde una puesta en escena que exagera los contrastes visuales y sonoros a una estructura dramática y una actuación que exhiben descarada y efectivamente los sentimientos exigiendo en todo momento del público una respuesta en risas, en llantos, en sudores y estremecimientos.¹⁵⁰

Entre otras de las características que permiten asociar las autobiografías de la farándula con la telenovela tenemos que:¹⁵¹ no se inventa situaciones narrativas originales, sino que combina un repertorio de situaciones «tópicas» conocidas de antemano, aceptadas, y totalmente del gusto de su público; se encuentra siempre un universo sometido a las actuaciones contrapuestas del bien y del mal; por una parte están los que sufren, sujetos pacientes unas veces de los actos criminales de los que abusan de su poder, y otras de la acción correctiva de sus benefactores: inocentes, protegidos y víctimas al mismo tiempo, algo que tiene que ver con los héroes y los protagonistas. La curva narrativa constante exige que, dentro del argumento general, se abra espacio a la crisis y a las contradicciones, y que, después, dichas contradicciones queden subsanadas y el orden sea debidamente restablecido. La catarsis, por razones comerciales, tiene que ser optimista.

SINOPSIS DE LOS LIBROS AUTOBIOGRÁFICOS

Cada día más fuerte, *Gloria*, *Persiguiendo el sol*, *Memorias de un gordo...* historias de vida llenas de contrastes, que cautivan, que atrapan y que

149 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 128.

150 *Ibíd.*, 131.

151 La telenovela hereda influencia de la novela popular (término que refiere a la amplia producción literaria del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX en Francia, España, México y América), razón por la que tomamos ciertas características a partir de Umberto Eco, *El superhombre de masas: Retórica e ideología en la novela popular* (Barcelona: Random House Mondadori, 2012), 88-93, 103-6.

transportan a la fantasía, al amor, a la pasión y al odio... un preámbulo al estilo de telenovela.¹⁵²

CADA DÍA MÁS FUERTE, THALÍA

Thalía es una cantante, actriz y estrella internacional. Es considerada como la actriz de telenovelas más famosa del mundo, con un público de aproximadamente 2000 millones de personas en todo el planeta. Thalía ha recibido más de 2000 premios a lo largo de su carrera por su trabajo como cantante y actriz. Ha vendido más de 40 millones de discos a escala global. Es además autora, personalidad de radio y empresaria, que ha lanzado varias marcas comerciales. Vive en la ciudad de Nueva York con su familia.

En *Cada día más fuerte*, Thalía habla por primera vez de los acontecimientos devastadores, tragedias familiares y experiencias de vida o muerte que cambiaron su destino por completo, sin nunca definirla como persona. Por medio de reflexiones íntimas, Thalía se enfrenta a sus miedos y a dolorosos obstáculos para descubrir los regalos más preciosos e irremplazables que le ha dado la vida.

GLORIA, GLORIA TREVI

En este libro, cuenta los principales episodios de su vida: desde sus primeros éxitos musicales y el ritmo frenético de sus giras artísticas, sus populares películas y sus famosos calendarios, que, en los años 90, la consagraron como ídolo indiscutido, hasta las peripecias del negocio del espectáculo (la disputa entre Televisa y TV Azteca por asegurar su exclusividad, que culmina con la campaña feroz desatada contra ella); la inquietante relación clave con su controvertido representante y la historia del «clan Trevi-Andrade», el nacimiento y muerte misteriosa de su hija Ana Dalai; la persecución implacable que la llevó a ser encarcelada en Brasil; y todos los horrores de la prisión hasta el nacimiento, en febrero de 2002, de su hijo Ángel Gabriel; así como su vehemente lucha por recuperar la libertad.

152 Las sinopsis son extractos textuales o adaptados de las portadas y contraportadas de los libros elegidos para el análisis. Es una presentación aleatoria, sin ningún orden específico. Los libros han sido elegidos por las formas de contar que utilizan. En la presentación de Carlos Luis Andrade, se agrega su participación como animador, porque con esta faceta ha logrado mayor notoriedad.

PERSIGUIENDO EL SOL, JUANES

Juanes es un músico colombiano que ha vendido más de 15 millones de álbumes en todo el mundo. Ha ganado el Premio Grammy Latino en distintas ocasiones, y un premio Grammy. Juanes recibió el premio BMI del Presidente en los premios BMI Latinos. Es conocido por su trabajo humanitario, sobre todo en Colombia, donde ayuda a las víctimas de minas antipersonales.

En *Persiguiendo el sol*, el ícono humanitario y estrella internacional de la música comparte la increíble historia de su vida y de cómo la música y la fe lo han guiado en su camino. Juanes habla de sus momentos más definitivos, desde su infancia hasta el presente, reflexionando acerca de su camino espiritual y musical y sobre las experiencias personales y profesionales que lo han convertido en el hombre que es hoy.

MEMORIAS DE UN GORDO, CARLOS LUIS ANDRADE

Carlos Luis Andrade ha sido productor y actor de televisión, animador del *Pozo Millonario*, de *Una forma de vivir* y del programa de imitación *Yo me llamo*.

El libro presenta la historia sobre la infancia, adolescencia y madurez de Carlos Luis Andrade como niño gordo, adolescente sincero que busca un futuro en televisión y adulto que lucha por perder peso por razones de trabajo y salud.

Este libro cuenta la historia de su vida, su gente, sus inicios, sus luchas, su motivación, su gran amor y sobre todo su sistema personal para bajar de peso.

ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

Para establecer cómo se construyen los famosos a partir de las estrategias discursivas de la comunicación mediática, revisaremos la narrativa de las autobiografías desde la cronología de las vidas: la infancia, la fama, el deseo de libertad, el amor, la enfermedad y el ser padres, que constituyen los principales *núcleos temáticos*,¹⁵³ y cómo estos

153 En la macroestructura de las narraciones autobiográficas, destaca el establecimiento de núcleos temáticos; estos son grandes bloques que el sujeto aborda de manera profunda y prolongada; se encuentran muy vinculados con los acontecimientos, y pueden retomarse a lo largo del tiempo de exposición cuantas veces sea necesario. Ruiz Ávila, «Estrategias discursivas de la narración autobiográfica», 18-9.

núcleos intercalan múltiples combinatorias de la *realidad* con rasgos del melodrama de telenovela.

INFANCIA

Los relatos de la infancia son una introducción a la vida de las personas de la farándula, infancias que se desenvuelven en escenarios familiares, etapa en la que empieza la formación de valores y el descubrimiento de la afición por lo artístico; algo que se vuelve recurrente en este tipo de autobiografías es que, a pesar de haber elementos que indican que las vidas transcurren entre situaciones propias y descomplicadas de la niñez, se prioriza el *conflicto* propio de la narrativa de telenovela y, al estilo de lo televisivo, se empiezan a generar emociones con tramas, situaciones o conflictos *repetidos* que recrean situaciones similares de dificultad vividas por los protagonistas.

Las autobiografías revelan el temprano encuentro de los famosos con los sufrimientos y con las experiencias dolorosas, que los coloca constantemente en papeles de *víctimas*, cuya heroicidad se considera «cada vez más en términos de sufrimiento, de aguante y paciencia [...] personajes cuya debilidad reclama todo el tiempo protección —excitando el sentimiento protector en el público— pero cuya virtud es una fuerza que causa admiración y, en cierto modo, tranquiliza». ¹⁵⁴

El *exceso*, propio del melodrama, tendrá la función de despertar las emociones del lector.

El *conflicto*, la *repetición*, los *héroes melodramáticos* y el *exceso* son características narrativas que permanecerán no únicamente en el relato de la infancia sino, a lo largo del relato de estas vidas.

Lo trágico y la culpa en el origen de los sufrimientos: La función de repetición

Los relatos autobiográficos remiten a un pasado en el que los protagonistas tienen que empezar a sortear una serie de obstáculos. Los acontecimientos dolorosos forman parte de sus narrativas como «otra forma de contar las cosas a través de detalles mínimos contemplados con ojos desencantados». ¹⁵⁵

154 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 129.

155 Eco, *El superhombre de masas: Retórica e ideología en la novela popular*, 207.

Las narrativas autobiográficas con orientación melodramática presentan a los protagonistas como seres predestinados al sufrimiento, que es principalmente motivado por causas familiares o de parentesco.

Tal es el caso de la muerte de los seres queridos, que desarrolla los sufrimientos de las estrellas, convirtiéndose en acontecimientos terribles para sus vidas. La muerte del padre somete a Thalía a una profunda tristeza por lo que dejó de hablar, optó por el silencio durante todo un año: «Apenas comenzaba a hablar y me quedé sin palabras. Tenía solo seis años cuando mi padre murió y mi dolor fue tan grande que no tuve otra alternativa más que el silencio. [...] El impacto de su partida fue tan fuerte para mí que dejé de hablar».¹⁵⁶

La muerte del ser querido no es en sí el único suceso trágico, sino todo lo que conlleva este hecho a lo largo de las vidas de los famosos: dolor, carencia, frustración; y el más evidente: el sentimiento de *culpa*.

La *culpa* como elemento constitutivo del melodrama, se presenta en las narrativas como la sensación de haber hecho daño a los seres queridos o de no haber podido actuar de acuerdo a la *moral*. En las narrativas, la funcionalidad del apareamiento de las culpas será la búsqueda constante por parte de los protagonistas de una sanación tanto moral como espiritual.

El día que murió mi papá, me llevaron al hospital a visitarlo. [...] Entonces, en un momento dado, mi mamá me dijo en voz baja: «Acércate a su oído y dile, muy despacito, que lo quieres mucho». Entonces me acerqué con mucho cuidado, y muy despacito le dije que lo quería mucho, despidiéndome de él con un besito. Casi de inmediato salimos del cuarto y cuando íbamos atravesando la puerta de la habitación empezaron a sonar las máquinas, entraron corriendo las enfermeras y llamaron a los doctores. Mi papá se estaba muriendo. Fue entonces que muy adentro de mí pensé que mi papá se había muerto porque yo le había dado un beso.¹⁵⁷

Las narrativas autobiográficas en la adherencia con la *realidad*, traducen los recuerdos trágicos de la infancia, exteriorizando una intimidad que muestra los sentimientos más profundos y las luchas de las personas de la farándula, como una forma de que la privacidad de estas vidas sea abierta y entregada al público; como una entrega de los famosos a su

156 Thalía, *Cada día más fuerte*, 13.

157 *Ibíd.*, 15-7.

gente. Las autobiografías, como productos mediáticos, hacen evidente la utilización de fórmulas melodramáticas televisivas, que responden a motivaciones narrativas y comerciales, como el caso de la *repetición*.

La repetición tiene que ver con lo *conocido*. Por eso la narrativa mediática articula sus temas principales con las experiencias conocidas de la vida. A decir de Omar Rincón cuando habla sobre que la narrativa televisiva ha ido repitiendo a lo largo de la historia personajes, situaciones y conflictos, es porque «la costumbre brinda satisfacción, el placer está en lo conocido».¹⁵⁸

En *Persiguiendo el sol* y en *Gloria* (en etapas posteriores a la infancia), identificamos argumentos similares, de muerte y de culpa, a los de *Cada día más fuerte*:

Mi papá estaba molesto por aquello de mi cabello largo —él era, a fin de cuentas, más conservador que mi mamá— y estábamos discutiendo sobre el tema. En cuestión de un segundo y un poco tajante le contesté: —Alto, no me voy a motilar y me dejan ya tranquilo con ese tema. Pues bueno, nunca me imaginé que una semana más tarde estaría en una clínica agonizando. Durante más de cinco años después de su muerte seguía pidiendo perdón por discutir con él de esa manera por una tontería.¹⁵⁹

Tuve que volver a México, pues la filmación debía continuar. Días después supe que mi bisabuelita había fallecido. Aunque mi mamá trató de comunicarse conmigo no pudieron avisarme con tiempo [...]. Se me fue al cielo y seguí trabajando y arrastrándome por el suelo.¹⁶⁰

Para Rincón, la repetición «se refiere a una filosofía de la industrialización, con modos de ensamblaje y producción en serie de productos masivos y la estandarización de las mercancías intelectuales, como los folletines y los diarios».

La repetición (de contenidos, formas, narrativas, iconos y referentes) produce rutinas en la producción y el consumo. La repetición estabiliza las expectativas de audiencias y productores y los modos de disfrute en la vida cotidiana, ya que se va al mismo supermercado, se sigue una telenovela infinita, se disfruta una música ya conocida en el cuerpo, se utiliza una

158 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 183.

159 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 105.

160 Trevi, *Gloria*, 63-4.

misma ruta para ir al trabajo, se construye la seguridad simbólica en la experiencia vital por la reiteración narrativa en lo cotidiano.¹⁶¹

La repetición habla de esa necesidad humana de reconocerse, evaluarse y burlarse en actos conocidos; de disfrutar de lo que ya se ha sabido disfrutar. El goce es la repetición de lo conocido, pero de manera distinta.¹⁶²

Junto al recurso de la repetición está el recurso de la variación: «La repetición captura al espectador y las variaciones tenues en el tema lo mantienen fiel al crear expectativas sobre lo conocido».¹⁶³

En *Gloria*: «De niña amé a todos los animales que cruzaron mi vida. Le llené a mi mamá la casa de conejos, perritos, gatos, pollos, gallinas, hámsters, tortugas, palomas, borregos, chivos, pericos, canarios, ratones blancos e incluso tuve dos cochinitos».¹⁶⁴

En *Cada día más fuerte*, acerca de Thalía: «Entre la comida de las tortugas, los conejos y los hámsters, ¡mi recámara olía a tienda de mascotas! Todos los animalitos que compraba los metía a vivir en mi cuarto».¹⁶⁵

A pesar de la innegable repetición en la estructura narrativa, se recurre a la variación al mencionar las situaciones particulares que originan estos recuerdos. En el caso de Thalía, se menciona que los animales eran su única compañía durante el día por ser una niña solitaria que nunca tuvo muchas amigas; y, en el caso de Gloria, porque, en un momento en el que sentía que quería la muerte, se ata a los recuerdos de su niñez. Lo trágico se sigue conservando: lo trágico de la soledad, lo trágico del deseo de la muerte.

Al público le es grato el conocimiento anticipado de lo que ocurrirá a partir de su aprendizaje de los elementos claves del género. Así, se desconoce la historia particular que se cuenta, pero se saben los mecanismos narrativos que permiten controlarla. Se percibe la similitud de argumentos (pobres que se casan con ricos y luego resulta que su origen no era pobre, el triángulo y la duda amorosa, enredos y confusiones entre personajes), lo mismo que lo inverosímil de la situación narrada: perros que hablan, absurdas coincidencias que impiden el conocimiento de la verdad reveladora. Escuchamos afirmaciones tales como «nos gusta oír la misma historia»,

161 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 33-4.

162 *Ibíd.*, 182.

163 *Ibíd.*, 34.

164 Trevi, *Gloria*, 35.

165 Thalía, *Cada día más fuerte*, 29.

«aunque la trama sea la misma nos gusta verla con otros artistas. Es como una canción. Hay diferentes maneras de interpretarla».¹⁶⁶

Las víctimas de las burlas: La función de familiarización

Los relatos de la infancia cuentan cómo los famosos, en ocasiones, fueron el blanco de abusos y burlas provenientes de otros niños y, en algunos casos de la misma familia, provocándoles vulnerabilidad y aislamiento:

Tenía cerca de siete años cuando una prima me pidió que la acompañase afuera de su casa donde estaban jugando todos los niños del barrio. Había unos niños de nuestra edad que jugaban a la rueda de San Miguel, y uno de los más grandecitos no me dejó participar porque decía: «A ella no, que se le acaba de morir su papá... ¡Que no juegue con nosotros!». Los otros niños se comenzaron a reír de mí, empezaron a rodearme y comenzaron a cantar: «¡La niña que no tiene papi! ¡La niña que no tiene papi! [...]» Fue la primera vez que sentí como un puñetazo en mi interior, como si mi corazón llorara por dentro, un dolor profundo en la boca del estómago.¹⁶⁷

En *Persiguiendo el sol* y en *Memorias de un gordo*, las burlas que sufren los protagonistas son debido a su peso:

En el colegio, siempre fui buen estudiante; era tímido y gordito. Uno de mis hermanos, en broma, me decía «barriga de sapo»... uff, ¡yo lo quería matar! Pero bueno [...] las porciones que yo comía eran gigantes, una montaña completa en el plato. Y eso sí, no podía faltar la salsa de tomate.¹⁶⁸

Y la venganza de la vida la sentí a los seis años, cuando comencé a descubrir los sinsabores que esta sociedad asigna a los niños gordos [...] fue el inicio de una etapa en que las bromas y apodosos oficialmente comenzaron y pasé a ser un subproducto de la sociedad [...] si por casualidad me topaba en la calle con alguien que con la peor falta de originalidad me gritaba ¡Gordo! ¡Me parecía un halago! Sin embargo, debo confesar que esto nunca me afectó, siempre me jacté de decir que era gordito pero feliz, y la verdad así era.¹⁶⁹

Las narrativas autobiográficas describen a personas que, por estos hechos, tuvieron que aprender a madurar, cambiar hábitos de vida y a tomar decisiones a temprana edad.

166 Aguilar, Rosas y Vásquez, «Telenovelas: la ficción que se llama realidad», 179.

167 Thalía, *Cada día más fuerte*, 36.

168 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 27.

169 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 24-5.

Los temas tratados en las autobiografías describen las dificultades en la infancia de los famosos y las situaciones conflictivas que tuvieron que aprender a superar, sosteniéndose esta vez en la estructura melodramática de los *inocentes, protegidos y víctimas* contra *los que abusan de su poder*.

La *función de familiarización* como recurso de la telenovela está en la propuesta de los temas de las autobiografías, como los problemas del sobrepeso o el abuso en la niñez, que son de común reconocimiento social, y que, consideramos, insisten en que el lector se reconozca en esas situaciones y se sienta identificado con ellas.

El suspenso, la curiosidad y la sorpresa:

La retórica del exceso

En los relatos autobiográficos de la infancia, suelen ser comunes además las descripciones de los padres, la familia, casas, ciudades o pueblos: «Jamás olvidaré los paseos a la finca cuando mi papá bañaba o vacunaba el ganado, cuando el tiempo pasaba más despacio y yo me sentía completamente libre, disfrutando del olor del campo, de la bosta seca del ganado y del sudor de los caballos».¹⁷⁰

Pero, como una manera de generar expectativa y de tornarse más significativos, los relatos recurren a una dosis de suspenso: «Realmente, en mi casa, se sentía una energía extraña [...]. Estoy convencida de que esa casa se encuentra edificada sobre una coordenada energética muy fuerte; o tal vez, lo del cementerio sea cierto, porque definitivamente la mujer de negro era el espíritu de una mujer muerta que quizás lloraba por algún hijo que perdió».¹⁷¹

Este estilo se convierte en un componente de interés de la narración. Como los recuerdos de Thalía por su padre y de su laboratorio de criminología, de cómo tenía que estar enterado de todo tipo de noticias, y de su despacho que tenía una mesa para poner las noticias de los periódicos, junto con los expedientes de los casos que estaba revisando; se cuenta cómo uno de los casos la marcó de por vida: «El caso de la tamalera». Las fotos en blanco y negro, tamaño carta, mostraba un bote de metal sobre una base con carbón encendido que servía para mantener calientes los tamales. Dentro del bote se veía la imagen atroz

170 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 33.

171 Thalía, *Cada día más fuerte*, 27.

de la cabeza hinchada y decapitada de un hombre, que se cocinaba junto con los tamales». ¹⁷²

Es muy común que la narrativa mediática utilice la química entre: suspenso, curiosidad y sorpresa; y, las autobiografías de los famosos toman provecho de esta.

Pero ¿cómo puede haber suspenso en una historia que todos conocemos? Las telenovelas lo resuelven con la combinación de una trama principal —por todos sabida— y varias secundarias, cuyo desenlace es incierto y que muestran una amplia gama de personajes, situaciones, familias, personalidades. El suspenso es posiblemente el mecanismo narrativo fundamental en el género: desear saber lo que ocurrirá en el próximo capítulo es un factor de atracción. ¹⁷³

La narración mediática rompe con las ideas tradicionales del límite y de la medida y toma la forma del exceso, volviéndose mucho más explícita. Si retomamos la historia del «caso de la tamalera», según se explica, consistía en una esposa oprimida que vendía tamales en el mercado y que, en un momento de ceguera, ya no pudiendo soportar los maltratos del marido alcohólico, lo mató para después convertirlo en tamales.

La armonía, la medida y la proporción de Aristóteles parecen haber dado paso a un nuevo tipo de formas que buscan lo excesivo, lo monumental, tanto cualitativa como cuantitativamente. [...] El mostrar se convierte en una apuesta por la transgresión de los límites. ¹⁷⁴

Las motivaciones de los personajes

Los niños empiezan a sentir sus motivaciones artísticas, motivaciones que, en el mundo de la narrativa, se constituyen en la guía de los personajes para generar su actuación: «El personaje, según las motivaciones que lo hacen actuar y sus formas de enfrentar el conflicto, se convierte en un tipo de héroe [...]». ¹⁷⁵ En el caso de las autobiografías, los protagonistas son motivados por hechos puntuales que les impulsan al camino hacia la fama, como cuando, en uno de sus cumpleaños, el padre de Thalía la llevó a una peña a ver en vivo a los cantantes:

172 *Ibíd.*, 23.

173 Aguilar, Rosas y Vásquez, «Telenovelas: la ficción que se llama realidad», 179.

174 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 35.

175 *Ibíd.*, 106.

Ahí, sentada con mi refresco, de frente con esas personas que nos hacían vibrar con lo que decían al compás de la música, me subyugó y entró en mí ser el profundo deseo de hacer lo mismo. Desde ese momento comencé a soñar con estar frente a un grupo de personas que sintieran lo que yo cantara, haciéndonos uno con la música,¹⁷⁶

o, cuando Juanes fue a su primer concierto:

La primera vez que fui a un concierto fue cuando tenía más o menos ocho años. Fue en el Teatro Pablo Tobón Uribe, donde vi presentarse a los Hermanos Visconti en dúo con el Duetto de Antaño. Aún recuerdo la silla donde me senté y la sensación de susto en el estómago por ser la primera vez que presenciaba música en vivo. [...] Quedé tan impactado con ese concierto que luego le pedí a mi tía Pastora que por favor me hiciera un traje de gaucho como el que usaban Los Hermanos Visconti y Los Chalchaleros. Lo único que quería era ser como ellos.¹⁷⁷

INICIOS Y FAMA

Los relatos de la infancia han reunido los matices de lo melodramático, lo televisivo y lo telenovelesco mediante sus distintas combinaciones en las narrativas autobiográficas, como estrategias de entretención y apelación; de la misma manera, los relatos de los acontecimientos relevantes en la vida artística de los famosos, desde sus inicios hasta la cima de sus carreras, conservarán estas hibridaciones.

Los dispositivos de reconocimiento

Los dispositivos de reconocimiento responden a lo que hemos tratado como *función de familiarización*, esta vez como un concepto trabajado por Jesús Martín-Barbero. Para el autor, estos dispositivos son los que hacen posible que el lector tenga acceso a la lectura y a su comprensión. El reconocimiento se revela, dice Martín-Barbero, no solo como problema «narrativo» (identificación de los personajes), sino como *problema de comunicación* (de identificación del lector con los personajes).¹⁷⁸ La identificación del lector con los personajes se produce cuando las narrativas proponen héroes cercanos a la vida de la gente.

176 Thalía, *Cada día más fuerte*, 31-2.

177 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 24-7.

178 Martín-Barbero, *De los medios a las mediciones*, 147.

Las autobiografías hablan de personas famosas que, desde sus inicios, han sido conscientes de las realidades sociales, temas que, de alguna manera, pueden resultar interesantes y admirables para el público por ser reconocibles, provocando una percepción de identificación tanto con los protagonistas como con las situaciones:

Al entrar en la preadolescencia, empecé a conocer la realidad de mi país. [...] Era una Colombia muy convulsionada.

Pasé de escuchar música popular a metal directo y sin virajes. Fue un cambio de paradigma total, como si algo en mi interior hubiera estado esperando durante mucho tiempo este momento. A partir de ahí, mi vida cambió de rumbo.

Era la Medellín convulsionada de finales de los 80 donde la vida no valía nada. A través del *rock* logré sobrevivir, siento que la música me salvó de todo en esa época: de las drogas, de la violencia, de los miedos, de las frustraciones y hasta de la timidez.

Fue entonces que conocí a Andy y formamos nuestra primera banda de *rock*: Ekhymosis. Yo tenía 15 años de edad y todas las ganas de comerme el mundo.¹⁷⁹

Otro hecho que se vuelve reconocible es que los famosos, al igual que cualquier persona común, tuvieron que *empezar desde abajo* para poder abrir su camino. Situaciones más cotidianas que hacen que lo mediático se vuelva cercano al público lector:

Como era nuestro primer *show*, no teníamos ingeniero, ni sonidista, ni técnico. Tocamos cinco canciones como en la época de Los Beatles, casi sin amplificación, en las que no se escuchó nada, mucho menos yo. [...] El público empezó a tirar pedazos de ladrillo y de tejas. [...] No entendíamos bien si era por nosotros o porque no oían nada... Fue aterrador, pero a la vez maravilloso. Resultó ser que el sonido no era el problema sino que parece que una banda a la que realmente habían esperado había cancelado.¹⁸⁰

La receta aristotélica es bien sencilla: tómese un personaje, con el que pueda identificarse el lector; que no sea decididamente malo ni tampoco demasiado perfecto, y hágase que le ocurran sucesos tales que pase de la felicidad a la infelicidad o viceversa, a través de múltiples peripecias y distintas escenas de reconocimiento.¹⁸¹

179 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 35, 44 y 47.

180 *Ibíd.*, 90.

181 Eco, *El superhombre de masas*, 16.

La solución de los conflictos secundarios

Los conflictos presentados en las autobiografías responden a la vida misma, a una vida *real* con problemas. No obstante, como narrativas mediáticas, las autobiografías acuden a los conflictos para atraer la atención del público y para entretenerlo. Para Alfredo Caminos:

Un personaje «vive» en un argumento como si fuese una vida real. Un personaje participa de una historia «viviendo» en ella. Y esa vida, como en la realidad, está plagada de conflictos. Algunos son insignificantes, ínfimos casi sin importancia, pero no para el autor, quien sabe que esos conflictos forman parte de un entramado mayor, que son una pequeña dosis de tensión dramática para mantener el entretenimiento del espectador. Y al mismo tiempo son un mosaico más de la gran superficie de los acontecimientos narrados.¹⁸²

Hay conflictos secundarios que no tienen la importancia del conflicto central «pero que igualmente deben superarse para no enturbiar la felicidad que significa la resolución de la trama. Estos conflictos secundarios pueden surgir y solucionarse inmediatamente, o por el contrario, pueden mantenerse a lo largo del argumento».¹⁸³

Yo formaba parte de un grupo de *rock* llamado Raíces, yo era el cantante y el integrante a quien nunca le pedían autógrafos por ser gordo.

Dos meses después de aquellos sucesos, viajé a los Estados Unidos para aprender inglés. [...] Recuerdo que ahí tuve encuentros más fuertes con la discriminación. Estando junto con mis amigos en un café comiendo, se nos acercó un grupo de gringuitos, quienes nos tiraban donas en la cabeza a la vez que nos hacían muecas relacionadas con nuestro peso.

El Salvation Army tenía un coliseo, así que, junto a mi amigo Welmer, comenzamos a jugar básquet. Yo lo hacía con la secreta esperanza de bajar de peso para regresar flaco al Ecuador.

Dos meses después, regresé al Ecuador y todo el mundo se quedó con la boca abierta... ya no era gordo, ahora se notaban las facciones de mi rostro. Las chicas ahora se fijaban en mí, se me quedaban mirando y luego se reían. [...] Comencé a ensayar y vinieron los primeros conciertos. Eso fue la locura pues ahora... Yo era la sensación... Al finalizar todos y todas me pidieron autógrafos.¹⁸⁴

182 Alfredo Caminos, «La crisis de los personajes», Razón y Palabra, n.º 56 (2007): <www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n56/acaminos.html>.

183 *Ibíd.*

184 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 45-54.

Si recurrimos a palabras de Eco, las crisis y contradicciones de la curva narrativa deben ser superadas para poder restablecer el orden.¹⁸⁵

Ahí comenzó una nueva etapa en mi carrera como artista, y toda una serie de retos que jamás me imaginé. El primero, siendo que llegué al grupo como una intrusa, entrando de lleno en la vida de un equipo de niños que ya se habían convertido en una pequeña familia cerrada. Tuve que pagar el precio de ser la niña nueva, un alto precio para sostenerme dentro del grupo.

Pero el principio, con las que sufrí más fue con las chicas [...] creo que a la que más trabajo le costó aceptarme fue a Paulina, pues había perdido a Sasha que era su mejor amiga [...] la sorpresiva salida de Sasha no le cayó nada bien a Paulina.

Es por eso que al principio nos costó mucho trabajo, pero más adelante llegamos a tener una relación de mucho cariño y una hermosa amistad.¹⁸⁶

El justiciero o protector frente al traidor, perseguidor o agresor

La inocencia y la virtud, como características principales de los personajes protagónicos del melodrama, están amparadas por los justicieros, personajes que buscan el bien y previenen de riesgos y de problemas a sus protegidos, en ciertos casos, como una forma de subsanar equivocaciones propias.

Entonces se rebeló, en todo el sentido de la palabra. De ser una mujer sumisa, mi madre se convirtió en la mujer que hablaba de tú a tú con los más altos ejecutivos de Televisa. De la noche a la mañana, sin saber cómo, sin planearlo, se convirtió en mi *mánager*, y su actitud era como de «No se me pongan enfrente, porque ahora sí van a saber quién es Yolanda Miranda, nunca más volverán a humillarme».

Se convirtió en una mujer indestructible. No sé si era un deseo de venganza lo que sentía, pero sí sé que de alguna manera la terminaron pagando los cientos de productores, ejecutivos, empresarios y palenqueros de todos los *shows* en los cuales tuve algo que ver.¹⁸⁷

El justiciero o protector está «ligado a la víctima por amor o parentesco»¹⁸⁸ y buscará la justicia con firmeza y a costa de cualquier sacrificio.

185 Eco, *El superhombre de masas*.

186 Thalía, *Cada día más fuerte*, 58-61.

187 *Ibíd.*, 37-8.

188 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 130.

Una vez, mi mamá se puso a pelear con el empresario de un palenque que era como «mafiosón» y le dijo: «Si usted no nos paga por adelantado, Thalía no sale a cantar». Y sin decir nada, el hombre agarró su pistola y encañonó a mi mamá en la sien respondiéndole: «¿Cómo que no sale, Señorito?». Sobra decir que el *show* comenzó tres minutos más tarde.¹⁸⁹

Los justicieros pueden ejercer distintos tipos de control sobre los protagonistas; toman decisiones por ellos hasta el punto de coartar su libertad, con la justificación de practicar acciones correctivas.

A todas estas, mi madre era como mi apéndice. Estaba siempre pegada a mí, viendo, oyendo y oliendo todo lo que yo veía, a tal grado que incluso me esperaba en la cafetería de la universidad hasta que yo saliera de las clases. Era un poco bizarro ver a una señora rodeada de jóvenes, sentada todos los días tres horas esperándome. Fue una situación muy difícil para mí porque, en su afán de cuidarme, me limitó la oportunidad de desarrollarme libremente como adolescente y como mujer.¹⁹⁰

Para Jesús Martín-Barbero, el justiciero «tiene por función desenredar la trama de malentendidos y desvelar la impostura haciendo posible que «la verdad resplandezca». Toda, la de la víctima y la del traidor. Pero, truncando la tragedia, ese final feliz acerca el melodrama al cuento de hadas».¹⁹¹

«Pero todo tiene su por qué, y probablemente si no hubiera sido así, tal vez no hubiera vivido todo lo que viví. Ella lo hacía porque sentía que, como madre, era lo que tenía que hacer: protegerme. Y eso se lo agradeceré por siempre».¹⁹²

En *Gloria*, Sergio Andrade cumple con el rol de protector, a pesar de que este nombre sugerirá polémica y escándalo a lo largo del relato:

[C]uando tenía 16 años y estudiaba en el centro de capacitación de Televisa, luego de haber ganado una beca en un concurso convocado por Lucerito en *Chispita*, una telenovela de amplia difusión en ese tiempo, tuve la oportunidad de audicionar con Sergio Andrade. [...] Sergio estaba formando un grupo musical de jovencitas que cantarían y tocarían instrumentos musicales y se llamaría Boquitas Pintadas. Muchas jóvenes audicionamos y fui la última

189 Thalía, *Cada día más fuerte*, 91-2.

190 *Ibid.*, 69-70.

191 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 130.

192 Thalía, *Cada día más fuerte*, 69-70.

en integrarme al grupo y la que más sufrió. [...] Sergio Andrade, productor artístico, compositor de éxitos internacionales, hacedor de estrellas.

«Quién mejor que él para conducir nuestras carreras artísticas. Teníamos suerte. Es un genio», así se expresó Raúl Velasco, en aquellos años conductor del programa *Siempre en domingo*, con nuestras madres cuando nos presentamos en su programa y nos felicitó. [...] Sergio había contratado dos maestros para que me dieran clases de baile y actuación, pero, antes de que las tomara, quiso ver lo que había yo avanzado por mi cuenta en horas y días de ensayos.¹⁹³

El justiciero, «es, por lo generoso y sensible, la contrafigura del traidor».¹⁹⁴

El traidor, para Martín-Barbero, es el personaje que enlaza el melodrama con la novela negra y el relato de terror. «Su figura es la personificación del *mal* y del vicio, pero también la del mago y el *seductor* que fascina a la víctima, y la del sabio en engaños, en disimulos y disfraces».¹⁹⁵

Un día nos invitaron a comer a casa de Salinas Pliego, contrataron meseros y asistieron unas cuantas amistades, algunos ejecutivos de la empresa. El ambiente era casi íntimo y, cuando los invitados se fueron, nos pusimos a hablar de negocios, mientras la esposa de Ricardo Salinas daba tumbos por la casa. [...] Sergio discutía mi contratación. Luego, con toda la pena del mundo, pedí pasar al baño y me dijeron dónde era. Estaba en una especie de pasillo y entré. Cuando salí, ante la puerta estaba el dueño de la casa. Al verlo, primero me asusté, luego me dio pena. Me extrañó, se me ocurrió que también quería pasar al baño, pero me detuvo y quedé entre él y la pared. Me dijo: —Gloria, siento mucho los desfiguros de mi esposa [...] ¡Chin!, pensé, está usando la táctica del marido incomprendido. Aparte, me molestaba que hablara mal de su mujer y en su propia casa. Me sentía incómoda y quise volver a donde estaba todo mundo. ¡Caramba!, siempre iba acompañada a cualquier junta para evitar ese tipo de cosas y era increíble, en el más insignificante descuido, el señor se ponía a hablar íntimamente conmigo, tratando de verse seductor.¹⁹⁶

[El traidor] es sociológicamente un aristócrata malvado, un burgués megalómano e incluso un clérigo corrompido. Su modo de acción es la impostura —mantiene una secreta relación invertida con la víctima, pues

193 Trevi, *Gloria*, 15 y 25.

194 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 130.

195 *Ibíd.*, 129.

196 Trevi, *Gloria*, 92-3.

mientras ella es noble creyéndose bastarda, él es con frecuencia un bastardo que se hace pasar por noble— y su función dramática es acorrallar y hacer sufrir a la víctima.¹⁹⁷

[D]on Emilio Azcárraga, dueño de Televisa, vio mi actuación en el programa con un obispo que de prostituta francesa no me bajó. El ultimátum era: «Si quería volver a pisar un escenario de Televisa tenía que peinarme, remendarme las medias y cuidar que no se me vieran los calzones».¹⁹⁸

La espectacularización: Entre lo real y lo estelar

A las situaciones tópicas de las narrativas del melodrama telenovelesco, se juntan los elementos de espectacularización propios de una narrativa de la vida en la fama, que, en lugar de pretender que el lector se sienta identificado, esta vez busca su fascinación mediante cómo son narrados los momentos en los que los famosos se consolidan como artistas; relatos que se vuelven sorprendentes y asombrosos. Los relatos de las vidas de los famosos procuran mostrar héroes cercanos con la gente; pero, con la espectacularización, las personas comunes y cercanas se transforman en superestrellas para admirar.

Mi éxito internacional ha sido uno de los sucesos más importantes de mi carrera. Viagé muchísimo, conocí diferentes países y gente increíble; vi el mundo de una manera que jamás podría haber soñado. No solo era el honor de que me pagaran por hacer mi espectáculo, sino que, cuando llegaba al lugar, me trataban como a una reina; inclusive la prensa de estos países me llamaba la reina azteca, la reina mexicana, la embajadora de México, y yo como pavo real, traía la bandera de mi México por todo lo alto.

—Thalía, es la gente que quiere verte... y el helicóptero está cubriendo en vivo cada paso que das en la televisión. No te preocupes, dijo. Mi mamá y yo nos miramos y él añadió: —La única otra vez que sucedió algo así fue cuando nos visitó el Papa Juan Pablo II el 14 de enero de 1995.¹⁹⁹

En palabras de Omar Rincón, «el espectáculo, todo lo que toca lo reconvierte a su modo de interpelación preferida: la incitación, la fascinación, el encanto. Busca emocionarnos, no quiere nada más».²⁰⁰

197 Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 129.

198 Trevi, *Gloria*, 48.

199 Thalía, *Cada día más fuerte*, 83-4.

200 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 59.

Apenas salió «A Dios le pido», el primer sencillo del álbum, ocupó los primeros lugares en la lista de los más vendidos. Yo no podía creer lo que estaba sucediendo, parecía una película. No parábamos de tocar, giras, conciertos, entrevistas, un día en Argentina, al segundo, desayuno en Madrid, y más tarde almuerzo en Alemania. Era increíble; los fans empezaron a sumarse y la compañía a crecer más y a apostarle al proyecto.

De repente «La camisa negra» empezó a sonar en todas las radios del mundo. Me escribían amigos de lugares tan recónditos como Marruecos, Alemania, Japón y Australia porque la estaban escuchando.²⁰¹

«El espectáculo construye y se comunica a través de fórmulas y prácticas aprendidas de disfrute; su estructura está llena de elementos accesorios; su dramaturgia es efectivista; su reiteración evita el fraude, se sabe que se asiste a emocionarse sin comprometerse».²⁰²

El hecho es que mis giras ya no fueron en carro sino en avión. De otra parte la compañía estaba desesperada, pues los 30 mil discos que sacaron a la venta, cantidad que mandaban a hacer para los lanzamientos, no habían sido suficientes. Contra todo cálculo, se habían agotado y tardarían días en hacer más y distribuirlos.

Empresario que me contrataba tenía que pagar en efectivo y antes de que saliera al escenario. Las maletas llenas de billetes se volvieron algo común, que me parecía divertido. Hubiese podido bañarme en dinero de haber sido tan cursi como la Demi Moore de *Una propuesta indecorosa*. Pero aunque me parecía fantástico tener dinero, estaba mil veces más preocupada por la comunicación con el público y el desempeño de mi trabajo.²⁰³

Estratégicamente aparece nuevamente el *conflicto*, como para volver de la vida estelar a las situaciones más humanas; otra vez se presenta la *culpa*, sentimiento negativo pero necesario para buscar la redención posterior:

Cuando la fama te envuelve con toda su gloria, cuando todos te quieren, cuando todos cantan tus canciones [...] es muy fácil perder la perspectiva. Los pies se te van despegando de la tierra y ni te das cuenta de lo que está sucediendo porque todo es como un sueño.

201 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 142 y 148.

202 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 59.

203 Trevi, *Gloria*, 60.

La fama te saca de la realidad y te introduce en un plano en el que todo se puede; y algunas veces esa sensación de poder me hizo hacer cosas tontas y arrogantes por el simple placer de hacerlas.²⁰⁴

Lo que parecería evidente, dice Arfuch, es la coexistencia en el imaginario social de ambos «modelos», el estelar y el de las vidas comunes, en su invariable mezcla y superposición —como en la vida: desventuras de los poderosos, ascensos y caídas, golpes de suerte de los humildes, felicidad de las cosas simples, etc.—.²⁰⁵ En *Memorias de un gordo*, se define a un Carlos Luis Andrade que tiene que batallar entre la vida de la televisión y los problemas de peso: «Con las grabaciones, comenzó a complicarse un poco mi vida, pues empecé a llegar tarde a las clases del ITV. [...] Lo tenía todo, menos una cosa: el completo control de mis horarios. Y con eso, los problemas de peso REAPARECIERON en mi vida».²⁰⁶

AMOR

Las historias del amor romántico surgen en las narrativas autobiográficas provocando ciertas emociones que dan fuerza a los protagonistas; son historias que revitalizan las tramas y que sirven como oportunidad para exaltar las pasiones en el público lector. En las narrativas autobiográficas, se reúnen los elementos envolventes del amor de telenovela.

El encuentro casual: El inicio del verdadero amor

En *Memorias de un gordo*, el inicio del enamoramiento se da cuando el protagonista coincide por casualidad y por primera vez en el mismo lugar con la persona que despierta en él ciertos sentimientos positivos: «No sé si han escuchado que, cuando dos personas tienen que encontrarse, el universo conspira de muchas formas para que este encuentro se dé». Posteriormente se insiste en los reencuentros «No sé si ella me llamó para venderme otro boleto de un evento o algo por el estilo, el caso es que cuando recordé lo bien que lo habíamos pasado sentí ganas de verla una vez más».²⁰⁷ Surge entre ambos una especie de conexión que, con el pasar

204 Thalía, *Cada día más fuerte*, 94.

205 Arfuch, *El espacio biográfico*, 63-4.

206 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 63.

207 *Ibíd.*, 71-3.

del tiempo, se convierte en un sentimiento capaz de vencer cualquier obstáculo; se establece un compromiso y sello de amor:

En el caso de las telenovelas, los héroes hacen cualquier cosa por el amor de sus parejas, «cruzan mares, escalan montañas, se esconden en grietas o se abren paso por la selva».²⁰⁸

Un 13 de enero la invité a Salinas. Mi plan era declarármele oficialmente para lo cual quería crear una ocasión especial. [...] estaba atardeciendo, nos fuimos caminando por la playa, de pronto me di cuenta de que estaba en el escenario perfecto, me arrodillé ante ella, tomé su mano e hice la pregunta clave... ¿Quieres ser mi enamorada? Y ella dijo que sí, y yo estaba feliz.²⁰⁹

El amor al estilo de cuento de hadas

Un cuento de hadas en el que *suenan campanas de boda* y que evoca la frase *vivieron felices para siempre* parecería ser la descripción perfecta para el relato de amor de *Cada día más fuerte*:

Al terminar *Rosalinda*, felices de que ya podíamos gozar más tiempo juntos, Tommy me invitó a pasar un verano con él en su casa de los Hamptons. [...] Fue en ese verano que nos enamoramos profundamente. Mientras más tiempo pasábamos juntos, más nos gustábamos [...] Al terminar el verano, me dijo: «¿Por qué no te quedas a vivir en mi casa conmigo para siempre? Quiero que vivamos juntos».

El relato autobiográfico de Thalía es narrado al estilo de los cuentos en el que las princesas cumplen sus sueños, con la idea tradicional del matrimonio y del casarse de blanco.

Le expliqué que le había prometido a mi mamá salir de mi casa de blanco para casarme, como el resto de mis hermanas... una tradición familiar y muy mexicana. [...] Le expresé mi más profundo miedo, y con mucho amor y paciencia Tommy me reconfortó y me convenció de que era una buena idea.²¹⁰

Las autobiografías, al igual que los cuentos de hadas, describen los lugares y las cosas de forma extraordinaria y maravillosa.

208 Susana Arroyo Redondo, «La estructura de la telenovela como relato tradicional», *Culturas Populares* 2 (2006): 5.

209 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 78-9.

210 Thalía, *Cada día más fuerte*, 139-140.

Se tardaron como seis meses en hacer mi vestido, y es que era un sueño. Fue confeccionado en seda pura y organza, la cual se mandó a Turquía para ser bordada a mano con hilos de plata, perlas naturales y cristales de Swarovski [...] su peso completo estaba cerca de 14 kilos.

La ceremonia se hizo en la Catedral de San Patricio [...] Una semana antes se habían casado cerca de allí [...] Catherine Zeta-Jones y Michael Douglas. La policía de la ciudad había tenido que bloquear la avenida por seguridad porque se habían juntado como 3000 personas a curiosear. Te imaginas, ¡3000 personas acompañándote en uno de los días más importantes de tu vida! Me impresionó muchísimo. Me impresionó aún más cuando me enteré de que el día de mi boda se reunieron cerca de 10 mil personas, para acompañarnos. [...] estoy agradecida con los miles de fans que me acompañaron a celebrar mi propio cuento de hadas.²¹¹

La historia del amor imposible

Como en la telenovela, las autobiografías priorizan el sufrimiento de los protagonistas, esta vez, desde el campo del amor. Se muestra cómo, en ocasiones, los protagonistas tienden a idealizar a la persona amada hasta el punto de crear inseguridades en ellos mismos. En el caso de *Gloria*: «Mis sentimientos hacia Sergio estaban cambiando. ¿A partir de cuándo? No lo sé, pero no fue desde el principio pues cada quien tenía su pareja y aparte nuestros fuertes temperamentos chocaban».²¹²

Sergio parecía no tener remedio. Era inteligente, sensible, talentoso, trabajador, no fumaba, no tomaba, no era jugador, pero... Tenía una debilidad: las mujeres.

Sentí pena de mis pensamientos y sentí pena por mí, pues la realidad era que Sergio prefería a la una que entre todas formaban, que a mí. Para él era yo su amiga, su hermana, pero ellas eran sus mujeres, sus amantes, sus incondicionales almas gemelas. Yo, la eterna rebelde, pero a fin de cuentas, solitaria, eterna solterona, aferrada a ser fiel a un amor platónico.²¹³

El amor que triunfa sobre la adversidad

Introducir estas historias en las narrativas mediáticas suele resultar propicio para mantener la atención del público. *Persiguiendo el sol* cuenta que, durante la filmación del video para «Podemos hacernos daño»,

211 *Ibíd.*, 162, 164-5.

212 Trevi, *Gloria*, 17-8.

213 *Ibíd.*, 23 y 159.

pasó algo especial. Una de las modelos del video era Karen Martínez, exreina de belleza y actriz cartagenera.

Allí comenzó el amor de mi vida. Comenzó el verdadero amor, una relación que se convirtió en el centro de mi existencia. Desde el primer instante en que nos conocimos, nos amamos locamente y nos prometimos amor eterno.

Y así fue que nos fuimos a vivir juntos a un pequeño apartamento en Bogotá que inicialmente ella pagaba, pues yo aún no tenía cómo hacerlo. Durante esos primeros meses con Karen, tuve que hacer muchos viajes de promoción, conciertos y demás. Ella tenía que estar casi todo el tiempo en Colombia por su trabajo de actriz y presentadora de noticias, lo que hizo que tuviésemos que pasar mucho tiempo separados.²¹⁴

Finalmente, el amor verdadero triunfa sobre las adversidades y vence las distancias. «El amor es el gran eje del relato melodramático, siempre presenta dificultades o dudas, pero al final vence, siendo la solución a todo conflicto. Mediante el amor, se alcanza el triunfo y sin él, la felicidad no es posible».²¹⁵

ENFERMEDAD

El mensaje parecería ser que a pesar de la fama, los dramas humanos afectan a las celebridades y, al ser contados, convierten a las estrellas en personas vulnerables; la salud y la enfermedad, como partes integrales de la vida, se unen en estos relatos como una forma de mostrar a los famosos en todas sus manifestaciones, ya sean buenas o malas, como seres humanos que pasan por situaciones como cualquier otra persona; o, una de las posibles formas de la comunicación mediática de utilizar todos los recursos posibles para mantener la atención y para conmovir al público lector.

El padecimiento como parte del conflicto

Los protagonistas de las autobiografías, a lo largo de los relatos, se ven enfrentados a una serie de problemas y obstáculos que, por

214 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 119.

215 Victoria Mirasol Rodríguez, «El universo melodramático de Pedro Almodóvar. Caso práctico: *Todo sobre mi madre*» (Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica de Valencia, 2013), 16.

determinados momentos, impiden la consecución de sus objetivos de vida. Las autobiografías insisten en los momentos dolorosos y esta vez la narrativa recurre al padecimiento de los famosos frente a los quiebres de su salud.

Cuando comencé a sentirme mal físicamente, tenía ocho meses de embarazo. No sabía qué era lo que me estaba pasando, pero me había convertido en una persona muy sedentaria porque siempre estaba agotada. [...] Pero una vez que nació Sabrina, las cosas no mejoraron y comencé a sentirme de mal en peor. [...] El principal síntoma que tenía fue que comencé a perder toda mi energía. El cansancio era cada día peor y hasta me daba cuenta de que mi masa muscular había comenzado a desaparecer.

En los relatos, se trata el tema del presentimiento de muerte, la narrativa toma un tinte fatalista pero necesario para comprender la amenaza que enfrentan los famosos, angustia que se transmitirá al lector.

Como a los cinco meses de haber dado a luz, nos encontrábamos en Florida y una mañana desperté y olfateé que la muerte estaba cerca. [...] Con gran esfuerzo me levanté de la cama y me paré frente a mi esposo. La certeza de que me iba era tan veraz que le dije: «Tommy, veme, disfrútame al máximo, porque me estoy muriendo y siento que este es mi último día».²¹⁶

Los padecimientos se ponen de manifiesto para evidenciar una vez más la lucha constante de los famosos contra las adversidades.

En los casos de Juanes y Carlos Luis, se puede advertir que sus problemas de salud provienen del peso, y cómo estos problemas traspasan a otros ámbitos de desarrollo personal y profesional.

En este tiempo, trabajé en el estudio y me operé la rodilla derecha, enferma por el trote constante de muchos años. Soy fan del ejercicio desde los 15 años por mi problema de obesidad cuando era niño, entonces no importaba en qué parte del mundo anduviera, todos los días de la vida corría por las calles o parques durante 45 minutos. Y finalmente llegó el día en que la rodilla derecha me pasó factura.²¹⁷

Yo me volví un fanático del deporte y empecé a cuidar mis hábitos alimenticios. Jugaba fútbol [...] y un día haciendo una magia para dejar

216 Thalía, *Cada día más fuerte*, 235-8.

217 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 225.

atrás a mi adversario, sentí el dolor más espantoso de mi vida, me había roto los ligamentos cruzados y tuve que ser intervenido [...]. De ahí venía una etapa de siete meses de rehabilitación. A mí siempre me ha gustado trabajar y más en un programa como *Cosas de casa*, que es de corte familiar. Durante el trance de mi accidente, TC se portó maravillosamente, pagaron la cuenta del hospital, me dieron tiempo de descanso, me esperaron y me dijeron que no me preocupara.²¹⁸

La narrativa sugiere nuevamente la *repetición* de la trama, tal vez por tratarse de un tema (el peso) que preocupa y que es de interés social o un tema con el que el lector se va a sentir identificado.

SER PADRES

La fama que correspondería a un ámbito visible ya no es suficiente para un público que cada vez demanda de la comunicación mediática conocer más acerca de la intimidad, de la vida personal y familiar de sus celebridades. Así, se procura, mediante las narrativas, presentar estos ámbitos y mostrar a los famosos en otras facetas, en este caso, en la de padres.

Temas como el éxito, los contratos o la popularidad son reemplazados por la ternura, los miedos y el desarrollo del carácter protector que trae consigo la paternidad o la maternidad.

Las situaciones tiernas

Una vez que las narrativas muestran el lado «profesional estelar» de los famosos, la vida familiar toma un rol importante dentro de ellas. El nacimiento de los hijos tiene un gran valor para los protagonistas y marca una nueva etapa en sus vidas. Las narrativas suscitan amor y esperanza.

Cuando le vi su carita y esos ojitos buscando los míos, y su pequeña manita, la besé y comencé a llorar. Todo había valido la pena, todo el dolor, esas 32 horas de lucha, todo por verla, por fin estábamos juntas: «Te amo, mi amor, te amo», le dije una y otra vez.

[...] Mi hogar está creciendo, pues mientras escribo estas líneas, estoy esperando el nacimiento de mi segundo bebé. Sabrina tendrá con quien jugar; ella será la hermana mayor, la maestra, la que ya conoce el camino.²¹⁹

218 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 89.

219 Thalía, *Cada día más fuerte*, 220 y 225.

Pese a que las narrativas recurren a relatos de felicidad, intercalan nuevamente los *conflictos* propios de la vida real y del melodrama. Las situaciones tiernas y terribles del melodrama nuevamente se juntan.

La frustración

Las autobiografías develan cómo los famosos hacen un alto a sus actividades artísticas, posponiendo contratos o proyectos, para dedicar su tiempo a la familia y principalmente a sus hijos. Pero se cuenta cómo esos momentos de felicidad pueden ser opacados por dar prioridad a lo laboral. En *Persiguiendo el sol*, Juanes empieza a tener frustración y un desequilibrio en su vida afectiva y emocional, entre el ritmo de trabajo y el ser padre y esposo:

Durante la época con más viajes y más promoción para *Un día normal*, nació en Miami nuestra primera hija, Luna. Aquel momento es indescriptible, supe inmediatamente que mi vida se había partido en dos, un antes y un después. Cuando la cargué por primera vez en el hospital, no lo podía creer, me sentía el hombre más feliz del mundo.

Sin embargo, el trabajo seguía a un ritmo frenético y me debatía entre la alegría de ser padre por primera vez y la angustia de viajar todo el tiempo. Karen fue muy valiente y supo soportar mi ausencia durante esos primeros meses tan cruciales en la vida de nuestra hija.

[...] Paloma nació en la mañana y a las tres de la tarde tuve que salir de nuevo para Venezuela a terminar la gira. La felicidad de estar reunido con mi familia y la alegría indescriptible de conocer por fin a nuestra Paloma hacían que lo último que quisiera en ese momento fuera subirme a un avión. Me sentía como un condenado al que obligan a hacer algo que no quiere. Era una contradicción: el éxito con el que había soñado toda mi vida estaba destruyendo lo que más amaba en ese momento, el tiempo para estar con mis hijas y mi esposa.²²⁰

En *Memorias de un gordo*, se muestra a Carlos Luis con nuevas preocupaciones al saberse cabeza de familia, pero, al final, con la gran emoción de ser padre:

[...] y después del matrimonio recibimos el siguiente memo [...]. Por medio de la presente, se les comunica que está prohibido que personas con lazos familiares trabajen juntos en el canal. Adjuntamos el reglamento interno.

220 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 141 y 158.

[...] Y aunque el jefe de Recursos Humanos luego me dijo que podía quedarme en el canal, para evitarle posibles problemas a mi esposa, preferí irme de Teleamazonas, además sentí que mi ciclo ahí había terminado.

Estaba nervioso, pues estaba recién casado, con una hija que venía en camino y sin trabajo. Pero tenía una férrea confianza en mí y comencé a armar mi estrategia pues de una cosa estaba seguro: a mi hija no iba a faltarle nada.

[...] prácticamente a las 7 de la noche de ese día, Polly Andrade Díaz comenzó su entrada a este mundo. Cuando ella coronó y vi su cabecita, no lo pude creer, era mi hija, sentí una mezcla de ternura, maravilla, emoción... cuando vine a darme cuenta, se me estaban saliendo las lágrimas. Y por primera vez en mi vida... lloré de felicidad.²²¹

La intriga y lo terrible

Cuando llegan los hijos son momentos llenos de alegría y felicidad para los famosos en los relatos; para otros, se pueden convertir en la *peor pesadilla*. La historia presentada en *Gloria* es digna de concebirse como *terrible* por los aspectos turbios que la rodean y por los traidores que se presentan. Se revelan los peores sufrimientos de la actriz y cantante:

Mi hija nació a las 5:10 de la mañana del 10 de octubre de 1999 en Río de Janeiro, Brasil. [...] Mi niña era hermosa, blanca, de cabellitos castaño ceniza y proporciones perfectas [...]. Lloré de felicidad con ella en mis brazos, tanta felicidad que no me cabía en el pecho.

[...] Terminé de amamantar a mi hijita y la recosté. Fui a lavar los pañales y desde el baño la escuché llorar. Fui a ver qué pasaba, pues era raro que llorara. Siempre la acostaba boca abajo y así se hallaba, pero con flemitas, babitas y llanto haciéndole burbujas. Me asusté, la tomé en brazos y se calmó.

—¿No le toca comer a la niña? —me preguntó Sergio de repente.

—Sí, desde hace rato.

—Katya, trae a la niña por favor, dijo Sergio. [...]

Mi hija estaba blanca, gris, con los labios azulados y algo seco que parecía haberle escurrido de la boca.

Lloré. ¡Más de cinco días! Ninguna pesadilla dura cinco días. ¿Dónde estaban esos cinco días? ¿Dónde estuve?²²²

221 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 79 y 88.

222 Trevi, *Gloria*, 190, 198 y 202.

En el relato, se evidencian situaciones ocultas, secretos y misterios, que giran en torno al suceso de la hija de Gloria, entonces la *intriga* pasa a formar parte del argumento y se configura en el conflicto para generar interés y crear tensión.

Entre sus macabras historias y las cositas de mi niña que Lilita mostraba en TV Azteca, destacaba una cruz con la que me dijeron que la niña había sido enterrada. Ahora, según ella, mi niña había sido arrojada a un río en una bolsa de plástico, sin siquiera una señal cristiana.²²³

DESEO DE LIBERTAD

Los sacrificios y los aprendizajes de vida

Las narrativas autobiográficas reflejan que la incursión en el medio artístico deja secuelas negativas en la vida de los famosos, por lo que, en ocasiones, se presenta un deseo de volver a ser más humanos:

De los 19 a los 27 años, mi ritmo de trabajo era a marchas forzadas. Novela tras novela, palenque tras palenque, presentación musical tras presentación musical; así que mis escapes eran muy importantes, eran la forma más rápida de que la presión saliera de mi ser. [...] En una ocasión, en *María del barrio*, tuve una crisis nerviosa. Los últimos capítulos se hacían en vivo y yo sentía que el peso de la telenovela caía sobre mí. [...] ¡Quiero ser una mujer normal! Quiero ser común y corriente, tener paz y tranquilidad... Yo ya no puedo con esta responsabilidad.²²⁴

Nos encontramos frente a esa proximidad que buscan las narrativas con el público lector cuando se comparten experiencias, sacrificios y aprendizajes de vida:

En Londres, vino un proceso doloroso, solitario y seco, como estar caminando por horas en un desierto sin una gota de agua. Todo era interior, nada exterior, en mi alma, en mi corazón, en el deseo de hacer las cosas de manera diferente, pero no podía. Estaba preso en mi propio invento, encadenado al miedo y cansado de todo, a punto de estallar. Eran ocho años de trabajo maravilloso, éxito y alegrías, pagando un precio personal y creativo muy alto. Prácticamente me odiaba, estaba sobreexpuesto, casi quemado.²²⁵

223 *Ibíd.*, 249.

224 Thalía, *Cada día más fuerte*, 121-2.

225 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 194.

Como no estaba trabajando al ritmo de los últimos años, descansaba algo más y comía normalmente, había aumentado unos 10 o 12 kilos. Aunque no se me veía mal, pues previamente estaba delgada en exceso, no me sentía cómoda y me urgía quitármelos antes de los conciertos. Para bajar de peso materialmente me mataba de hambre; dejé de comer días enteros y hacía ejercicio con trajes de plástico para sudar más. Y aunque no perdí todos aquellos kilos, si disminuí ocho o nueve para el día en que me presenté en el Auditorio Nacional. Allí anuncié que me retiraría. El retiro en parte se debía a la promesa y en parte a las traiciones y los robos. Además necesitaba un año sabático.²²⁶

LA META CONOCIDA: LA FELICIDAD O EL BIEN

La narrativa mediática tiende a lo positivo. La priorización de los conflictos se vuelve necesaria y útil para mostrar las distintas situaciones entre el bien y el mal, y para despertar diferentes emociones y sensaciones en los espectadores, pero siempre se tiende a una *solución* de estos. En palabras de Eco:

De todas formas, hay una constante que seguirá diferenciando la novela popular de la novela problemática, y es que en la primera se librará siempre una lucha del bien contra el mal, que, cueste lo que cueste, siempre se resolverá —independientemente de que el desenlace rebose felicidad o dolor— a favor del bien, definido según los términos de la moralidad, de los valores, y de la ideología al uso.²²⁷

Los conflictos de las autobiografías se resuelven como en el *melodrama*, para dar paso a la felicidad, por medio de los grandes temas:

El amor: es el gran tema que domina el melodrama, siempre representa dificultades pero al final vence; el amor es la solución final a todo conflicto.

La familia: es el otro tema importante del melodrama, porque la familia es el núcleo de la sociedad; surgen conflictos en el seno de la familia, con el fin didáctico de preservar el amor por ella.

La ascensión social como un sentimiento muy humano: el afán por ascender en la escala social se logra de tres maneras: ganando dinero, ostentando el poder, o mediante el triunfo personal.

226 Trevi, *Gloria*, 95.

227 Eco, *El superhombre de masas*, 22.

Los prejuicios sociales y los conflictos existenciales: son presentados como lo negativo y son castigados con un fin *moralizante*, para que triunfen los buenos sentimientos.²²⁸

Después de realizar el recorrido por las cuatro autobiografías, se puede determinar cómo las narrativas de estas vidas, por tratarse de personas que se deben a una industria, responden a las hibridaciones de la *realidad* con la *ficcionalización* de la comunicación mediática, como estrategias para fascinar, para seducir, para encantar; es decir, para producir sentido y provocar esa complicidad con los lectores.

La ficcionalización, al basarse en el melodrama, tiende a la *moral*, porque el melodrama es:

Un modo de concepción y de expresión, un cierto sistema ficcional que trata de dar sentido a la experiencia. El deseo de expresar todo parece ser la característica fundamental de la modalidad melodramática. Nada se omite, porque todo se ha dicho. Los personajes entran en escena y expresan lo inexpresable, dan voz a sus sentimientos más profundos, dramatizando a través de sus palabras y gestos intensificados y polarizados todo lo que se debe saber sobre su relación. Asumen papeles primarios psíquicos: padre, madre e hijo y expresan condiciones síquicas esenciales. La vida tiende, en estas ficciones, a manifestarse por medio de gestos y declaraciones cada vez más concentrados y totalmente expresivos... esta concepción melodramática existe para localizar y articular una moral oculta... es un tipo de representación de la vida social. [...]

El melodrama surge de la ansiedad que produce un aterrador mundo nuevo en el que los patrones tradicionales del orden moral ya no cohesionan la sociedad. También representa la fuerza de la ansiedad de que venza el mal; pero, con el triunfo de la virtud, se disipa la ansiedad. Del mismo modo, demuestra una y otra vez que las fuerzas éticas se pueden descubrir y hacer evidentes.²²⁹

De la tendencia de las autobiografías a la *moral* del melodrama, nace el modelo ejemplarizador, de virtudes, modelo que desarrollamos en el tercer capítulo.

228 Temas tomados de: Irene Rodríguez, «Secretos del melodrama», Blog de Estudios Culturales, 18 de mayo de 2009, <<http://blog.pucp.edu.pe/item/56080/secretos-del-melodrama>>.

229 Brooks, citado en Eustasio Rivera, *La Vorágine*, ed. Flor María Rodríguez-Arenas (Miami: Stockcero, 2013): 113-4.

LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA HAGIOGRAFÍA USADAS EN LAS AUTOBIOGRAFÍAS DE LA FARÁNDULA

La finalidad del capítulo es analizar la relación de las autobiografías de la farándula con la hagiografía, término que «hace referencia a los textos que recogen las narraciones de las vidas de los santos o, por extensión, a aquellos donde se narran las vidas de sujetos ejemplares».²³⁰ Se demuestra nuevamente cómo los relatos autobiográficos se producen mediante las hibridaciones, esta vez desde el discurso de virtudes; discurso que se sugiere como modelo de referencia, pero con un tratamiento particular, por encontrarse de forma exclusiva en este tipo de narrativas. Las estrategias discursivas serán comprendidas como el conjunto de recursos de la hagiografía que dan forma a los relatos de vida para identificar cómo se construyen personas de la farándula ideales y ejemplares, para captar la atención del público y despertar el interés o, en este contexto, la *benevolencia*²³¹ o la propia reflexión de los lectores.

230 Jaime Borja, «Historiografía y hagiografía: vidas ejemplares y escritura de la historia en el Nuevo Reino de Granada», *Fronteras de la Historia* 12 (2007), 56.

231 Término denominado retóricamente la *captatio benevolentiae*. Se trataba de atraer la atención y disponer al lector sobre lo que iba a leer. *Ibíd.*, 71.

El capítulo está formado por cuatro secciones: en la primera, presentamos las ideas de distintos autores acerca de los famosos desde las concepciones de héroes y santos, que nos ayudan a comprender la utilización del término *los santos de la farándula*; en la segunda sección, aspiramos a conocer por qué la vida de los santos interpela y resulta atractiva para el público lector; en la tercera sección, explicamos lo hagiográfico como modelo de referencia en el análisis de las autobiografías de la farándula, por presentar estrategias discursivas comunes como: la formación de los valores, el martirio, o la culpa frente al arrepentimiento; y, en la última sección, entramos al análisis de las cuatro autobiografías desde esta mirada hagiográfica.

FAMOSOS: ENTRE HÉROES Y SANTOS

En las sociedades tradicionales, [...] la fama y la reputación estaban, en general, asociadas a personalidades extraordinarias o a los héroes protagonistas de gestas memorables. Estos personajes únicos eran admirados o idolatrados por el «pueblo» que les convertía en referentes culturales y modelos de conducta. En todas las épocas han existido seres carismáticos que, en virtud de sus dones y capacidades, destacan y son más visibles. Son motivo de emulación e imitación por parte de otros individuos.²³²

Al definir a un héroe o una heroína, Jordi Busquet dice que es un personaje eminente, con habilidades sobrehumanas o características de personalidad idealizadas que le permiten llevar a cabo gestas memorables que quedan fuera del alcance de los seres humanos ordinarios. El héroe sobresale entre el resto de los mortales por unas cualidades singulares y es reconocido por el resto de la sociedad. Busquet cita además: «Las diferentes sociedades y civilizaciones han encontrado siempre, a lo largo del tiempo, estos referentes mítico-humanos a los que venerar, admirar, seguir y aún adorar para después, quizá, destruir o aniquilar».²³³

En la farándula, «como si su mundo girara en una órbita distinta a la del resto, los famosos se transformaron en un grupo selecto de personas que provocan tanto admiración como misterio»; es la forma

232 Jordi Busquet Durán, «El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica», *Revista de Estudios de Juventud*, n.º 96 (2012): 13.

233 Rivière, citado en «El fenómeno de los fans», 14.

como Nicolás Peralta describe el tema de la *fascinación por los famosos* y plantea la pregunta ¿por qué provoca tanta atracción ver famosos?, que aquí se traduciría como ¿por qué provoca tanta atracción saber de los famosos? Según las primeras aproximaciones de Peralta, sería porque hay una cierta aspiración de la gente a ser famosa.²³⁴

La estrella fue promocionada como objeto de culto y admiración principalmente por la industria cinematográfica; y es a principios de los años 60 que esta industria entra en crisis con la irrupción de la televisión y de otras alternativas para el ocio familiar, lo que trajo una transformación drástica del *star system* tradicional con una cierta desmitificación de las estrellas: «En los inicios, las estrellas eran dioses y diosas, héroes, modelos, encarnaciones de los *ideales* de comportamiento. En los últimos tiempos, las estrellas son figuras de identificación, gente como nosotros mismos, encarnaciones de los modos *típicos* de proceder».²³⁵

Pero la figura de los «héroes» no ha desaparecido, según Zygmunt Bauman, en su comprensión de la modernidad tardía, esta imagen se ha transformado respecto a los ideales, tomando un matiz de «lo efímero»; se descarta los viejos ideales de sacrificio y bienestar colectivo que encarnaban los héroes y, «en su lugar, se instituyen aquellas personas famosas o célebres que son reconocidas como tales no por los motivos de su acción sino por su notoriedad. Obviamente, esta institucionalización será efímera y volátil como todo en la vida líquida».²³⁶

Más allá de la heroicidad por la notoriedad, que coloca a los famosos en una lucha constante por mostrarse y por sobrevivir en este ambiente competitivo, donde el éxito para muchos es momentáneo o de muy corto plazo; para Margarita Rivière, la fama tiene un papel decisivo en la formación de la opinión pública, porque «el personaje mediático, transformado en ícono y celebridad, actúa como símbolo, embajador de valores y modelos sociales y creador de opinión en todos los terrenos (desde la estética hasta la ética). También impulsor de cambios sociales».²³⁷

234 Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 86-7.

235 Dyer, citado en Busquet, «El fenómeno de los fans», 18.

236 Soledad Lastra, «Vida líquida», *Cuadernos de H Ideas* 1, n.º 1 (2007): 221-2.

237 Margarita Rivière, «Fama, medios de comunicación y opinión pública», *Quaderns del CAC*, n.º 33 (2009): 122.

No obstante, para Rivière, el fenómeno y la dinámica de la fama mediática expresan la naturaleza de los media, «estos son creadores de una realidad virtual y sintetizadores de la realidad real: trabajan, pues, con la realidad y la ficción, con el riesgo de confundirlas a menudo (la tendencia a convertir al famoso en «santo mediático» que equivale a marca comercial es ejemplo de ello), en especial cuando se utiliza la realidad real con una única finalidad comercial».²³⁸

A nuestro criterio, los temas de la proyección y la identificación del público merecen una importante atención. Afirma Peralta: «Para el psicoanálisis, la identificación es un proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad o un atributo de otro, y se transforma, ya sea total o parcialmente, sobre el modelo de este».²³⁹

La idea de que a la celebridad le pasa lo mismo que a *mí* es uno de los aspectos que permiten identificación. El pensamiento social es: si les pasa a ellas, que tienen todo al alcance de la mano y quedan devastadas, ¿cómo no me puede pasar a mí? A los famosos les pasa lo mismo, por eso se produce una identificación extraordinaria y se los quiere. Hay ciertos elementos que nos unen a todos, y son los que importan porque nos vuelven parecidos: la familia, el casamiento, el vestido blanco, la pérdida de un hijo.²⁴⁰

Ciertas características de la comunicación mediática hacen que el público se sienta identificado y familiarizado y que, en otros momentos, se perciba a los famosos como personas relevantes que hacen que se los eleve a categorías de héroes y a categorías divinas; manifiesta Morin: «Elevadas a la categoría de héroes y divinizadas, las estrellas son algo más que objetos de admiración. Son también objetos de culto. Alrededor suyo se constituye una religión embrionaria. Esta religión difunde sus fermentos por el mundo».²⁴¹ Con los pensamientos de Morin, se entiende que el culto y la admiración depende del reconocimiento del público: «La estrella es diosa. El público la convierte en tal. Pero el *star system* la prepara, la adereza, la forma, la fabrica. La estrella responde a una necesidad afectiva o mítica que no es creada por el *star system*. Pero

238 *Ibíd.*

239 Peralta, *No todo lo que reluce es oro*, 88.

240 *Ibíd.*, 89.

241 Morin, citado en Busquet, «El fenómeno de los fans», 17.

sin el *star system*, esta necesidad no encontrará sus formas, sus apoyos, sus afrodisiacos». ²⁴²

La comunicación mediática ha integrado a sus narrativas elementos modélicos, de ejemplaridad o divinidad, que responden a la necesidad afectiva y mítica del público. De acuerdo con la comunicación mediática y con el reconocimiento del público, suelen construirse personas ideales, *santos*, desde el sistema de *valores* que conforman los discursos actuales:

Los santos significaban más que devoción: histórica y culturalmente, son una representación del sujeto ideal para una sociedad. Por esta razón, el concepto de santidad cambia y se adecúa a los esquemas de valores y a las formas como se percibe la conformación discursiva de los sujetos que deben hacer parte de un cuerpo social particular. En este sentido, las vidas ejemplares son exactamente eso: vidas que una cultura propone como modelos de comportamiento, las cuales representan, a su vez, la jerarquía de los valores que esa sociedad determina como base de sus relaciones individuales y sociales. ²⁴³

INTERPELACIÓN POR MEDIO DE VIDAS EN SANTIDAD

La hagiografía es tan antigua como el cristianismo; sin embargo, es el siglo XVII su tiempo de popularidad. Las historias de vidas de santos pretendían la atracción emocional del creyente, la dirección de su religiosidad y, en última instancia, de su vida, o lo que es lo mismo, la cimentación de los valores y virtudes individuales ideales en el catolicismo contrarreformista. ²⁴⁴

Según González Sánchez, no sería osado decir que lograron arrebatar parte del espacio lector de las novelas de aventuras, a las que imitan en estructura y en los rasgos genuinos de su éxito. En efecto, dice el autor, son relatos didáctico-moralizantes sencillos, que pretenden instruir, y a la vez entretener, mediante una trama, de captación extrarracional, repleta de milagros y prodigios maravillosos.

242 *Ibíd.*

243 Borja, «Historiografía y hagiografía», 55-6.

244 Carlos Alberto González Sánchez, *Los mundos del libro: medios de difusión de la cultura occidental en las Indias de los siglos XVI y XVII* (Sevilla: Universidad de Sevilla, 1999), 140.

Para Sánchez Lora, la novela de los santos es «una forma de narrar eficaz por directa, que implica al lector, que le embauca vinculándole, con complicidad, a la figura que pretende aleccionarle».²⁴⁵

Los relatos de las vidas de los santos atraen porque ponen de manifiesto aspectos muy similares a las vidas comunes, en las que empiezan a manifestarse dones y aspectos extraordinarios, virtudes que se proponen como un ejemplo para los lectores, como un incentivo para corregir errores y para lograr la virtud y el perdón en la ansiada búsqueda de la felicidad.

El santo es un caballero andante cristiano y entregado al amor de Dios; su vida, una aventura, camino de purificación, en la que, con la fe como espada, hará gala de las virtudes necesarias para sortear al enemigo, el mal, y alcanzar la gloria, la salvación.²⁴⁶

Estos relatos propician una lectura individual que invita al lector a integrarse e identificarse en estas vivencias espirituales, pero que, siendo un género de masas, no impide una lectura colectiva en voz alta, una modalidad de los actos religiosos de ese entonces.

LO HAGIOGRÁFICO: SEGUNDO MODELO DE REFERENCIA

Este trabajo hace referencia a los santos como una representación de los famosos como sujetos ideales dentro de una conformación discursiva. Es este calificativo de *santos* el que nos permite tomar lo hagiográfico como modelo de referencia, modelo que no es lejano para el discurso autobiográfico, porque la vida en las narraciones de la farándula es concebida desde una matriz cultural, desde una especie de metarrelato, desde un discurso católico con sensibilidad de Dios, que demuestran que la moral y las virtudes vienen dadas de una tradición católica en la historia latinoamericana.

El discurso hagiográfico hace de la autobiografía del virtuoso un material con el que se construye la imagen de un cristiano ejemplar, una imagen digna de imitarse. En el análisis de las autobiografías de la farándula, tomamos como referencia la hagiografía, porque las narrativas muestran una imagen de personas que buscan una vida de perfeccionamiento en cualidades que garantizan el bien, a pesar de los obstáculos o desdichas.

245 Sánchez Lora, citado en González Sánchez, *Los mundos del libro*, 140.

246 González Sánchez, *Los mundos del libro*, 141.

Tanto el discurso hagiográfico como el discurso autobiográfico de los famosos se emplean como modelos de vida, y de escritura; proporcionan una estructura de comprensión narrativa en donde los relatos son organizados sobre la base de un elemento de espiritualidad.

La hagiografía recoge experiencias tanto terrenas como místicas —visiones, raptos, sueños sagrados— en función de demostrar sus procesos personales de santidad. Como todo discurso de vidas ejemplares, son desmedidos, no temen alejarse de la realidad empírica de los hechos. Las autobiografías presentan estos elementos característicos tratados por la hagiografía. Dentro de las narrativas, por medio de las visiones, las manifestaciones o lo ejemplar, se anuncia algún cambio en la vida de los protagonistas o se marcan situaciones esperadas o anheladas por ellos.

Las autobiografías de la farándula se comprenden en relación con las hagiografías, entonces, por presentar características discursivas similares.²⁴⁷

Además, no únicamente se identifican, entre las autobiografías y las hagiografías relaciones entre las vidas ejemplares y con virtudes de los santos y de los famosos, sino además ciertas características en sus narrativas que responden al *placer de narrar* y al *placer de leer*, y que vienen dadas desde las narrativas del entretenimiento planteadas por Omar Rincón. El placer de narrar que propone los goces, las emociones y las historias para encantar y el placer de leer en el que se produce seducción, conformidad, afectos y saberes.²⁴⁸

Algunas características que relacionan la hagiografía con las autobiografías de los famosos desde el entretenimiento se pueden identificar desde Michel de Certeau:

La vida de los santos aporta a la comunidad un elemento *festivo*, se sitúa del lado del descanso y del solaz, corresponde a un «tiempo libre». Si bien es cierto, las autobiografías plantean reflexiones y aprendizajes cuando los protagonistas tienen que superar problemas y obstáculos; al igual que la hagiografía, no se encuentran del lado de la instrucción, de la norma pedagógica, del dogma, «divierten».

De un modo diferente a los textos que precisan creer o practicar, la autobiografía, como la hagiografía, oscila entre lo creíble y lo increíble, propone lo que es *agradable* para pensar o hacer.

247 Las referencias del discurso hagiográfico son tomadas de Borja, «Cuerpos barrocos y vidas ejemplares», 104.

248 Rincón, *Narrativas mediáticas*, 43.

El uso de la hagiografía corresponde a su contenido. Se la lee durante las comidas o en el recreo de los monjes. Durante el año, interviene en los días de fiesta; se la narra en los lugares de peregrinación y se la escucha en las horas de libertad. Las autobiografías de la farándula plantean una lectura para momentos relajados y, de la misma manera, provocan conversaciones para los tiempos libres.²⁴⁹

Para Rincón, lo más potente del entretenimiento como matriz de la acción simbólica y la actuación colectiva contemporánea es que provee a la sociedad de un sistema de creencias: «La espiritualidad, una realidad alterna, el fácil trascendentalismo, celebridades que iluminan, iconos para vivenciar; [así] la religión se ha convertido en un entretenimiento y el entretenimiento ha devenido en religión».²⁵⁰

ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA HAGIOGRAFÍA

Se considera que las narrativas de las vidas de los famosos empiezan a tomar elementos de las narrativas hagiográficas, cuando la función de los discursos es describir las luchas contra el mal, las virtudes y dar evidencia de lo ejemplar en estas vidas. Como ya lo ha venido haciendo la hagiografía con los actores de lo sagrado (los santos), las autobiografías muestran una ejemplaridad de sus protagonistas con temas más humanos y cotidianos, pero sin dejar de lado ciertas condiciones extraordinarias y maravillosas que permiten una construcción discursiva de los famosos como personas que, por la fe o por su reencuentro con ella, con el amor y con la esperanza, han podido luchar y vencer. Estas manifestaciones en la narrativa se convierten en elementos puestos al servicio del lector para una posible benevolencia o para su edificación.²⁵¹

249 De Certeau, *La escritura de la historia*, 261.

250 Gabler, citado en Rincón, *Narrativas mediáticas*, 44.

251 La hagiografía es asimilada desde sus diferentes estilos y formas de narración. Como se ha explicado, se toma este discurso como modelo de referencia; no se pretende hacer énfasis en un modelo hagiográfico específico. Se utilizarán, como guía para el análisis, algunos de los aspectos y subgéneros hagiográficos tratados en Jorge Sáenz Herrero, «Lo real, lo fantástico y lo maravilloso en el relato hagiográfico: El caso de los diálogos de Gregorio Magno», en *Ensayos sobre ciencia ficción y literatura fantástica: actas del Primer Congreso Internacional de literatura fantástica y ciencia ficción*, ed. Teresa López Pellisa y Fernando Ángel Moreno Serano (Madrid: Asociación Cultural Xatafi, 2009).

INICIO DEL YO ESPIRITUAL

El proceso de las vidas ejemplares de los protagonistas empieza a cobrar sentido en las narraciones de sus infancias, siendo esta etapa en la que los famosos cultivan virtudes y adquieren ciertos valores que posteriormente se convierten en su armadura para vencer las dificultades.

Cada día más fuerte, además de señalar de dónde se aprenden los valores, define la figura modélica que servirá como directriz para la vida de Thalía: «Fui testigo desde niña, del espíritu de fuerza y valentía que animaban a mi madre, quien dejaba toda tristeza y dolor en el pasado; que luchaba incansablemente por conseguir lo que se proponía; que fue una gran guerrera de quien aprendí los valores más importantes que hoy día son pilares fundamentales en mi diario vivir». ²⁵² Lo mismo sucede en *Persiguiendo el sol*, similares características narrativas se hacen presentes y empiezan además a aparecer en los relatos aspectos provenientes de una fe religiosa: «Desde pequeño, mi madre me enseñó el valor de la espiritualidad que ha marcado mi vida para siempre. Aún tengo guardadas algunas imágenes en mi mente: de rodillas en la cama orando antes de acostarme mientras mi hermano Jaime dormía o veía televisión». ²⁵³

Jorge Sáenz Herrero manifiesta: «Por lo general, el santo muestra, desde su infancia, su predisposición a la santidad y, a veces, su madurez inaudita [...], que lo lleva a alejarse de los juegos propios de la niñez y a asombrar a todos con su sabiduría» ²⁵⁴ como cuando se describe que en casa de Thalía se sentía una energía extraña: «Fue ahí donde empecé a hablar con Dios para protegerme y sentirme segura en su buena y preciosa compañía, dejando fuera toda presencia fantasmagórica». ²⁵⁵ La madurez para aceptar aspectos difíciles y delicados a temprana edad se evidencia en la descripción que se realiza en *Memorias de un gordo*: «Sin embargo, debo confesar que esto nunca me afectó, siempre me jacté de decir que era gordito pero feliz, y la verdad así era. [...] Tenía una vida plena y por más difícil que fuera enfrentar la solapada crueldad, las humillaciones y otros demonios, siempre lo hacía como si no fuera

252 Thalía, *Cada día más fuerte*, 4.

253 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 12.

254 Sáenz Herrero, «Lo real, lo fantástico y lo maravilloso», 834.

255 Thalía, *Cada día más fuerte*, 27.

conmigo, como si la crítica a medias pero bien dirigida que me lanzaban no llegara a alcanzarme, pasaba a mi lado pero no me tocaba».²⁵⁶

LO MARTIRIAL Y LA LIBERACIÓN

En las narrativas autobiográficas, las vidas de los famosos, al igual que las de los santos, pasan por batallas frente a situaciones dolorosas y de sufrimiento, pero que al contrario de algunos relatos hagiográficos en donde los acontecimientos de martirio desencadenan la muerte del santo, aquí han sido superadas por la creencia, por el poder divino o por la fe. «Que el relato se centre en mostrar la santidad del personaje no implica el que no aparezca una breve reseña del deseo de santidad y el camino de perfeccionamiento religioso que sufre su protagonista. Frente a los otros tipos de relatos [...] aquí se presenta como una auténtica batalla existencial, pues significa la liberación, y, por tanto, el éxito de la empresa divina».²⁵⁷

En algunos de los siguientes textos seleccionados se presenta la relación de la *batalla existencial* frente a la *liberación*.

El martirio por ideas o pensamientos

En *Cada día más fuerte*, se muestra a Thalía como una niña que tuvo que lidiar con la idea de que su padre había muerto por un beso:

Llegó por fin el momento del reencuentro con aquella niña silenciosa que pensaba que su padre había muerto por culpa de ese último beso; todo cambió. La abracé, la rescaté, le pedí perdón, le dije con todo mi ser: «Te amo... nada te va a faltar... no tengas miedo del futuro, yo estoy ahí... todo saldrá bien». Me abracé... me rescaté... me perdoné. Porque más que aceptarte a ti mismo, es perdonarte de tantas cosas... Yo fui muy severa conmigo misma, una jueza implacable de mis propios actos. Los peores jueces que puede uno tener somos nosotros mismos, los más severos castigos suelen salir de nosotros mismos.²⁵⁸

En *Persiguiendo el sol*, el sufrimiento por varios años se relaciona con una discusión de Juanes con su padre, pero finalmente se demuestra una liberación esperada:

256 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 25-9.

257 Sáenz Herrero, «Lo real, lo fantástico y lo maravilloso», 841.

258 Thalía, *Cada día más fuerte*, 41.

Durante más de cinco años después de su muerte, seguía pidiendo perdón por discutir con él de esa manera por una tontería.

Han pasado casi 20 años desde el día de la muerte de mi papá y mi relación con Dios y con él es cada día más fuerte. Realmente no sé quién es quién, solo siento que ha estado conmigo estos años y que vigila y cuida mis pasos como lo hago hoy con mis hijos. En mis oraciones, le hablo constantemente, le pido a Dios por su alma y su felicidad, con la certeza absoluta de que está feliz y en paz en algún lugar del universo, o en todas partes al mismo tiempo.²⁵⁹

El martirio por el fracaso profesional

En *Cada día más fuerte*, cuando a pesar de todo el esfuerzo de Thalía para la grabación y promoción del disco, los comentarios fueron implacables, llegó al punto de no salir de su habitación en dos semanas:

Aquel día aprendí una de las lecciones más valiosas que jamás me haya dado mi madre: aprendí que el valor está dentro de uno y que a veces hay que enfrentarse a las situaciones, por más dolorosas que sean, porque es la única manera de hacernos más fuertes, más sabios y más humanos.²⁶⁰

En *Persiguiendo el sol*, Juanes tiene una lucha constante entre el trabajo y su familia:

Nunca antes me había pasado algo así, la música siempre fluía de mí con total naturalidad y casi sin esfuerzo. Sin embargo, algo me había pasado que ahora estaba fallando. Me sentía rodeado de un silencio y una preocupación tenaces. No estaba dando lo mejor de mí, lo sabía, pero sentía que si me aplicaba todavía podía salvar el partido. Todavía tenía energía extra para ganar.

[...] Luego de largos meses regresé a casa, pedí perdón por mi ausencia y volvimos a estar juntos y a fortalecer nuestra relación después del daño mutuo y a terceros.²⁶¹

En *Memorias de un gordo*, Carlos Luis no comprende por qué en su canal procedieron mal con él; sin embargo, muestra su confianza en que nadie puede hacerle daño: «En mi pequeño mundo, no podía entender por qué procedieron así conmigo, me dolió muchísimo, a tal punto que

259 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 105-6.

260 Thalía, *Cada día más fuerte*, 77.

261 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 170-4.

pensé en abandonar la televisión. Sin embargo, una frase resonaba en mi cerebro continuamente... Nadie podrá hacerte daño a menos que tú lo permitas». ²⁶²

El sufrimiento por los seres queridos

En *Cada día más fuerte*, cuando secuestraron a las hermanas de Thalía:

Durante mucho tiempo me torturé y me culpé a mí misma por todo lo que tuvieron que vivir mis hermanas, hasta que al fin comprendí, con mucho trabajo, que todo eso en realidad se escapaba de mis manos pues al final todo está en manos de Dios. Así es que he tenido que aprender a sacarme todo ese dolor, esa impotencia, esa carga, esa culpa, desde lo más profundo de mi corazón, para poder recobrar mi paz y mi equilibrio.

[...] Es difícil decir exactamente qué fue lo que nos llevó a esta situación tan negativa y dolorosa, pero la verdad es que, después del secuestro, todos estábamos luchando con tantos sentimientos encontrados de ira, resentimiento y culpa, que quizá perdimos de vista lo más importante: que somos una familia unida por un lazo de amor. Yo confío con todo mi corazón en que el tiempo que apacigua y cura todo, y la sabiduría de Dios harán regresar la armonía un día a mi familia. El tiempo es sabio y solo hay que dejar todo en manos de Dios.

[...] En lo que al secuestro de mis hermanas se refiere, yo prácticamente fui mi propio flagelador, yo cargué la cruz, yo me crucifiqué hasta que entendí que tenía que dejar todo eso, que todo ya estaba planeado por Dios. ²⁶³

En *Persiguiendo el sol*, se hace referencia al dolor de Juanes al estar separado de su familia por motivo de sus viajes; se habla por ejemplo de la relación con su hija: «Cada vez que regresaba de un viaje, tenía que recuperar el tiempo perdido. A medida que fue creciendo, Luna comenzó a extrañar que papá llegara y se fuera todo el tiempo. Me cobraba con indiferencia mi ausencia y, en el proceso, me partía el alma, pero no podía hacer nada más que tratar de ser el mejor papá del mundo en el poco tiempo que compartía con ella». ²⁶⁴

En *Gloria*, se muestra a la protagonista angustiada por los seres que ella ama, al punto de hacer promesas en su fe:

262 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 95.

263 Thalía, *Cada día más fuerte*, 183, 189 y 191.

264 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 142.

Sergio empezó a sentir un dolor en la espalda y a sufrir extrañas bajas de presión y taquicardias. [...] Me sentía muy angustiada y temía lo peor, y fue cuando hice una promesa a la virgen de Guadalupe. [...] Al parecer el tumor había disminuido con medicamentos y Sergio estaba en franca recuperación, cosa que atribuí a mi promesa.

Yo estaba preocupada porque el 10 de noviembre Ana cumpliría un mes y yo debía cumplir la promesa de bautizarla antes de que lo cumpliera. [...] Faltaba poco para el día en que bautizaban antes del 10, esto es, el día 7, pero como no tenía a la niña registrada y para bautizarla había que sacar antes sus papeles, no me daría tiempo de ir a las pláticas.

—¡Por favor! Es que se lo prometí a Dios —dije llorando.²⁶⁵

La lucha contra la muerte

En *Cada día más fuerte*, Thalía tiene que batallar contra la enfermedad de Lyme:

Ese fue el día en que decidí no entregarme a la muerte. Sabiéndome en el centro de la palma de Dios y abrigada por el poder inquebrantable de mi fe, pude dormir como no lo había hecho en meses pues sabía que la batalla ya estaba ganada.

[...] y sobre todo después de haber pasado por mi lucha contra el Lyme, es que hay que atreverse a vivir la vida intensamente, entregándose al presente, al momento, disfrutando plenamente de la experiencia que se presenta, explorando, investigando, inventando, imaginando, soñando, siendo un ser ilimitado. [...] La vida pasa demasiado rápido para desperdiciarla en tristezas; no hay que olvidar que todo tiene solución menos... la muerte.²⁶⁶

La culpa y el arrepentimiento

En determinado momento de la vida de los famosos, se dan situaciones que, en el futuro, despiertan sentimiento de culpa y el deseo de una redención:

Lo pienso ahora, y no puedo creer que haya sido capaz de decir semejantes cosas. En ese momento yo tendría 23 o 24 años nada más y ya me sentía una diosa. Pensaba que el mundo estaba a mis pies y que podía controlar todo y a todos los que estaban a mi alrededor... Era completamente

265 Trevi, *Gloria*, 95-6, 194-5.

266 Thalía, *Cada día más fuerte*, 244-50.

inconsciente del poco control que en realidad tenemos y lo frágil que puede ser la vida.²⁶⁷

Se entiende, a partir de Sáenz Herrero, que, en las narrativas hagiográficas, se muestra una vida anterior pecaminosa por parte del santo; es decir, se narra la vida inmoral para contraponerla a la posterior santidad que alcanzará el personaje (la santificación nace del arrepentimiento).²⁶⁸

En *Cada día más fuerte*, el binomio *culpa-arrepentimiento* está reflejado de la siguiente manera: «Mi estrategia era que cuando una relación ya no me hacía vibrar, les decía suavemente, de manera indirecta, que deberíamos ya separarnos y que cada quien se fuera por su lado». Cuando experimenta en una relación lo mismo que ella hacía con otras personas, aparece el arrepentimiento:

Me sentí tan mal que agarré todas las agendas que llené a lo largo de mi vida y levanté el teléfono para llamarlos uno por uno a pedirles perdón por el daño que les había hecho. [...] En realidad lo único que mi corazón deseaba era escucharlos decir, «¿Sabes qué, Thalía? Te perdono», y después de hacer esto, muchos pedacitos de mi alma volvieron a mí.

Hay momentos y circunstancias de la vida que te paran en seco. Para que no sigas por donde vas, tienen que darte un jalón para detener tu loca carrera, tu actitud; o un sentón, o una buena bofetada para recapacitar y despertar revalorizando tu esencia como ser humano y darte cuenta de que ni la fama, ni el éxito, ni el egocentrismo, pueden darte la paz y el amor que son la substancia por la cual uno está en el mundo.²⁶⁹

La organización de las hagiografías, como menciona Sáenz Herrero, puede reflejarse del siguiente modo: a) vida licenciosa: deseo de vida placentera, proceso de degeneración y resultado (arrepentimiento); y b) vida ejemplar: deseo de santidad (arrepentimiento), proceso de perfeccionamiento y éxito (santidad probada).²⁷⁰

Esta secuencia de lo *anterior-malo* con lo *posterior-bueno* después del *proceso de arrepentimiento*, que sería utilizada por la hagiografía, se vería ahora practicada por las autobiografías de farándula. En el siguiente

267 *Ibíd.*, 95.

268 Sáenz Herrero, «Lo real, lo fantástico y lo maravilloso», 838-9.

269 Thalía, *Cada día más fuerte*, 95-7.

270 Sáenz Herrero, «Lo real, lo fantástico y lo maravilloso», 839.

caso de *Gloria, la culpa y el arrepentimiento* se presentan después de un actuar negativo para la protagonista:

No necesité agua para ingerir las pastillas. Lloraba tanto que hubiera podido tragarlas con mis propias lágrimas, ese llanto exacerbado por el recuerdo de mis animalitos muertos, el divorcio de mis padres, el fallecimiento de mi bisabuelito, la traición de mis escasos amigos, el fracaso que sentía estar viviendo en el amor, la horrible sensación de que no le importaba a nadie. ¡Pobre de mí! No sabía entonces lo que en verdad era la soledad, el dolor, la pérdida, la traición y la tragedia.

Y yo, cobarde, egoísta, sentimental, por estúpida estaba cayendo en pecado. Me di cuenta de que estaba pecando. Era pecado lo que estaba haciendo. ¿Y Dios? ¿Y mi fe? Reaccioné. Me arrepentí. Vaya si me arrepentí. Tenía que hacer algo y traté de levantarme, pero no conseguí mover ni una mano. Solo podía llorar. Quise gritar y no pude hacerlo. ¡Dios mío, perdóname!²⁷¹

Es evidente, además, en las autobiografías, que las narrativas se refieren a esa búsqueda, a ese *proceso de perfeccionamiento* de los protagonistas; la *santidad probada* quedaría como elemento exclusivo de la narrativa hagiográfica.

LAS EXPERIENCIAS MÍSTICAS

En las narrativas de las autobiografías tratadas, se identifica una serie de acontecimientos con los que sus vidas humanas y terrenales tienen un encuentro cercano con expresiones de lo sagrado. En *Cada día más fuerte*, cuando se reseña acerca de la muerte de la expareja de Thalía, se describe cómo la protagonista presencia una manifestación:

¿Por qué me abandonaste?, le grité como si me oyera. ¿Por qué te fuiste? ¿Por qué me dejaste? Justo en ese momento vino una brisa, agitándolo todo, especialmente las pequeñas flores del árbol bajo el cual estaba sentada. Entonces me cayó una lluvia de florecitas blancas, cayó como bálsamo sobre mí, reconfortándome y como diciéndome: «Aquí estoy, y siempre lo estaré... a tu lado siempre».²⁷²

Se habla de lo que en la hagiografía correspondería al *relato de visiones*, en la que la narración aborda con detalle estas visiones precisamente

271 Trevi, *Gloria*, 35-6.

272 Thalía, *Cada día más fuerte*, 116.

porque son las que santifican;²⁷³ en *Gloria*: «Al terminar de leer todo Isaías 54, lloraba emocionada y feliz. Cuando abrí otra página de la Biblia y leí «La anunciación», ya no tenía dudas, supe que estaba embarazada».²⁷⁴

Una variante en las autobiografías es que, a pesar de que, en ocasiones, las manifestaciones místicas se hacen presentes a los mismos protagonistas; en otras, las visiones, los sueños o las revelaciones vienen por parte de terceros.

En *Persiguiendo el sol*:

En San Francisco, yo caminaba con mi esposa y mis hijos por el punto de seguridad para llegar al Gate y, allí mismo, de la nada, se me acerca una señora de unos 50 años que me reconoció y me dice en español: «Le voy a decir algo, por favor no se me asuste. Yo soñé con usted en estos días y ahora que lo tengo aquí enfrente, le tengo que decir». Yo me quedé frío y le respondí: «¿Conmigo? ¿En serio? Espero que haya sido un buen sueño por lo menos». Y sonreí.

Ella me explicó que meses atrás le había dicho algo similar a otra persona y más adelante se hizo realidad. Me dijo que tendría una pelea con alguien cercano, que viviría una época de pruebas, pero saldría adelante. «Dios mío, ¿en serio, usted cree eso?», le respondí a la señora. Ella me aclaró que a veces le pasaban esas cosas y no podía evitar decirlo.

[...] Pensaba en las señales extrañas de aquel día: la señora en el punto de seguridad, la chica que se suicidó en el restaurante, los motores que no funcionaron, mi discusión en el camerino con la gente del *staff* y, por último, el señor de 70 años que, al final, con el maravilloso público de aquella noche, me sacaron de este mal rollo.²⁷⁵

En *Cada día más fuerte*:

Mi ser interior estaba abatido y triste, me faltaba algo, me faltaba ser madre y no podía pensar en que me fuera negado este privilegio.

[...] Hablamos otro rato más y luego hicimos una oración a través del teléfono. Yo necesitaba más de la presencia de Dios; había tenido tantas cosas en mi corazón, había pedido perdón a tanta gente, me había puesto en paz con todo y con todos... Pero me faltaba conectarme con el ser más importante sobre todas las cosas: Dios.

273 Sáenz Herrero, «Lo real, lo fantástico y lo maravilloso», 839.

274 Trevi, *Gloria*, 250.

275 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 200, 202 y 209.

Después de esa oración tan fuerte y tan bella que penetró en lo más profundo de mi alma, Fede y yo colgamos y yo continué mi conversación con Dios. De pronto sonó el teléfono y descolgué, era Fede otra vez:

—Hermanita, el Señor me acaba de mostrar algo hermoso... Te vi de cinco meses de embarazo; me dijo llena de gozo, yo no comprendía lo que me estaba diciendo, pero su voz me contagió ese entusiasmo.²⁷⁶

Se había observado anteriormente cómo, mediante las narrativas mediáticas, los famosos, en muchos aspectos, pasan de lo estelar a lo más cotidiano y cercano para el público; se puede distinguir cómo, por medio de las narrativas con inclinación hagiográfica, según nuestro modelo interpretativo, los famosos pasan por situaciones extraordinarias que, en este caso, los acerca más hacia lo sobrenatural y divino; y, que nuevamente los coloca en una posición de vidas privilegiadas.

LA GENEROSIDAD DESINTERESADA

La *generosidad ferviente* no se puede dejar de lado por ser una característica muy propia y común de los santos, y que está en las narrativas autobiográficas de la farándula. Se puede observar esta característica cuando los famosos destinan bienes, no solo materiales sino morales o espirituales, a personas necesitadas o vulnerables. Como diría González Sánchez, «se trata de paradigmas de vidas piadosas, famosas por su sacrificio religioso y desinteresada generosidad».²⁷⁷ Como el evangelio de las «multitudes hambrientas» y la «multiplicación de los panes y de los peces» se narra:

Al llegar a mi hotel, veía por la ventana cómo los fans se tiraban a dormir en el suelo un día antes del concierto para esperarme a que saliera y saludarme. En esos casos, mandaba a alguien de mi equipo a que les comprara algo de cenar [...]. Siempre fui muy consciente de cuidar a mis fans, porque ellos me cuidan a mí.

En *María la del barrio*, también viví momentos interesantes y de mucha adrenalina. Ella se ganaba la vida recogiendo botellas en el basurero y la filmación la hacíamos en el tiradero de basura más grande de la Ciudad de México. [...] aprovechaba en los descansos para hablar con los pepenadores, que son los que se ganan la vida rebuscando en la basura [...].

276 Thalía, *Cada día más fuerte*, 208.

277 González Sánchez, *Los mundos del libro*, 141.

Ver a los niños buscando entre la basura algo que comer, así como sus carritos, muñecas o cualquier otro juguete que hacían suyos, me marcó de por vida. Meses después, regresaba con despensas y juguetes para esas familias que vivían alrededor de la basura.²⁷⁸

A lo largo de las narrativas, se observa cómo los famosos empiezan a administrar sus bienes a favor de los demás. «Esta correcta administración de bienes es medio indispensable para la consecución de la virtud y, por consiguiente, para alcanzar la santidad a la que Dios llama a todo cristiano».²⁷⁹

Años atrás, cuando salió «Fíjate bien» que habla sobre la problemática de las minas antipersonales en Colombia, recibí invitaciones por parte de fundaciones y del gobierno nacional para vincularme a campañas de sensibilización sobre este tema. Entonces tuve la oportunidad de acercarme más a esta realidad y conocí de primera mano el dolor profundo que sufren las personas mutiladas... Sentí que tenía que hacer algo y, en 2006, tomé la decisión de crear la Fundación Mi Sangre para hacer un trabajo más concreto y contundente.²⁸⁰

La afabilidad,²⁸¹ entendida como una virtud en la que se ayuda al prójimo dándose a sí mismo, es una manera de presentar las narrativas:

Ese mismo día canté en el programa, cosa que no solía hacer. Canté «Zapatos viejos» y mientras cantaba vi entre el público a un niño pobre que cantaba emocionado y me mostraba sus zapatos viejos. Lo entrevisté al aire y supimos que no tenía casa. Lloramos emocionados y prometí que lo ayudaría. [...] Fuera del aire, un animador del público se acercó y me dijo que deseaba cuidar de aquel niño pobre de nombre Marcelo. [...] Para mí fue maravilloso. Yo no podía llevarme al niño a vivir conmigo porque no podría cuidar de él. [...] Pero Gustavo podía darle ese hogar y yo podía darle ayuda y cariño. Gustavo me prometió que no le faltaría nada a Marcelo.²⁸²

Mi intención no es hacer que ustedes hagan lo mismo que yo, mi intención es que entiendan que para cambiar lo de afuera, primero tienen

278 Thalía, *Cada día más fuerte*, 88, 102-3.

279 José Francisco Nolla, «La virtud de la generosidad según Santo Tomás de Aquino». *Excerpta* 56, n.º 5 (2010): 21.

280 Juanes, *Persiguiendo el sol*, 212.

281 El contexto de afabilidad en Nolla, «La virtud de la generosidad», 23.

282 Trevi, *Gloria*, 111-2.

que cambiar lo de adentro, y eso, entre otras cosas, significa que ustedes mismos se amen. Significa tener buenos hábitos y ser constantes, significa llenarse de esperanza, saber que Dios nos puso en esta tierra para que realicemos lo que queramos por nuestros propios medios, saber que Dios está con nosotros y nos acompañará en el camino que escojamos recorrer, entender que al estar bien nosotros seremos ejemplo para muchos.²⁸³

Con lo expuesto y, parafraseando a González Sánchez, los relatos hagiográficos son relatos sencillos, que pretenden instruir pero además entretener mediante una trama de virtudes y acontecimientos maravillosos, que se convierten en un modelo que emular;²⁸⁴ o como dice Sáenz Herrero: «En este complejo proceso de relaciones entre la religión culta y la popular, se configuró un género literario que utilizó la Iglesia como materia para la predicación, expuesta a los fieles con el fin de alimentar su devoción y estimular en ellos su fervor espiritual».²⁸⁵ Estas características se encuentran en las autobiografías analizadas. Es en este contexto que se construyen las personas de la farándula, entre formas discursivas de lo estelar con lo cotidiano, pero del mismo modo entre lo místico, lo virtuoso, lo sobrenatural y lo maravilloso; narrativas expuestas al público como vidas ejemplares y que además entretienen.

283 Andrade y Chonillo, *Memorias de un gordo*, 113.

284 González Sánchez, *Los mundos del libro*, 141.

285 Sáenz Herrero, «Lo real, lo fantástico y lo maravilloso», 845-6.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

¿CÓMO SE CONSTRUYEN DISCURSIVAMENTE LAS PERSONAS DE LA FARÁNDULA EN LOS RELATOS AUTOBIOGRÁFICOS PARA INTERPELAR AL PÚBLICO?

RESULTADOS PARTICULARES

Cada día más fuerte, Gloria, Persiguiendo el sol y Memorias de un gordo, cuentan historias de vida que nos permiten conocer situaciones de las distintas etapas de las vidas de los protagonistas, desde la infancia hasta la adultez, sus inicios en la fama, triunfos, derrotas, batallas contra las enfermedades, los más grandes miedos, sus amores y desamores.

Como lo hemos planteado desde el inicio, esta investigación se centra en lo que *cuentan* las autobiografías de farándula, pero sobre todo en *cómo lo cuentan*. Las cuatro autobiografías de la farándula cuentan las vidas desde una *realidad autobiográfica* que propone un conocimiento más cercano e íntimo con los protagonistas; pero además las narraciones se interrelacionan con la *ficcionalización* de la comunicación mediática para interpelar y entretener; y, con el discurso de virtudes para promover ejemplos de vida, vidas que triunfan con fe sobre las adversidades.

Thalía, Gloria Trevi, Juanes y Carlos Luis Andrade se construyen desde las estrategias de la comunicación mediática que hacen de las historias, materiales atractivos y entretenidos; pero al ser lo *virtuoso* el rasgo nuevo que se integra a este tipo de narraciones mediáticas, en la definición de sus autobiografías se explota lo ejemplar por encima de lo artístico y lo espectacular.

En *Cada día más fuerte*, Thalía es construida mediante una narrativa que plasma sus experiencias de vida y que refleja su lucha constante sobre todo lo malo que puede paralizarle. Se exponen situaciones dolorosas, pensamientos y el deseo de inspirar y de impulsar a los lectores.

Entre injusticias, envidias, mentiras y traiciones se cuenta la vida de Gloria Trevi en *Gloria*, características que reflejan el sufrimiento y el padecimiento, pero que proyectan la fe y la esperanza de la protagonista.

Persiguiendo el sol muestra la vida de Juanes como una forma de agradecimiento al apoyo de su música. Sus raíces, su gloria, sus encrucijadas y sus reflexiones son contadas para que se sepa quién está detrás de las canciones, para que se sepa por qué hace un determinado tipo de música y para dar a conocer cómo piensa. Se destaca en el libro que más que una historia de vida lo que se cuenta es la experiencia de Juanes con la fe y cómo Dios ha sido parte de ese recorrido.

En *Memorias de un gordo*, la vida de Carlos Luis Andrade es contada para que se conozca que, al igual que los lectores, ha sido rechazado, apoyado, se ha enamorado y lo han amado. Este relato de vida aborda principalmente los problemas con el peso, describe lecciones aprendidas que le enseñaron a levantarse, con el objetivo de transmitir un mensaje de esperanza.

RESULTADOS GENERALES

Las autobiografías de la farándula posibilitan la hibridación de varios discursos, lo que rompe con los paradigmas clasificatorios tradicionales de los géneros literarios; esta condición permite comprenderlas como un *género discursivo* en donde interactúan diversos enunciados.

Las personas de la farándula se construyen por el entramado de las estrategias discursivas de la comunicación mediática con las estrategias del discurso de virtudes, lo que sugiere que estamos en la época de las narraciones intertextuales que dan forma a nuevos modos de relato.

Son estas narraciones las que estructuran la vida y la existencia de los famosos.

Lo íntimo y lo público están en constante relación en los relatos. La intimidad de los famosos se exhibe como en respuesta a la sociedad del espectáculo y a la moral de la visibilidad que exige mostrarse para existir y para permanecer.

Mediante las autobiografías, los famosos son construidos como sujetos contemporáneos que reconocen las demandas de un público que reclama la visibilidad de sus celebridades.

Los famosos, en las autobiografías, se construyen bajo el potencial de acción simbólica de los medios de comunicación; es decir, con la competencia para producir vínculo y conexión entre los seres humanos.

Mediante las autobiografías, los famosos pueden crear vínculos más cercanos con los fans, pueden generar experiencia mediática o, por el contrario, habrá otro tipo de público que tome una posición crítica.

Los famosos enfrentan el debate complejo de lo real o la ficción de los relatos, por ser vidas que se narran desde el entretenimiento y desde el *yo espectacular*. Se construyen en una trama autobiográfica que da cuenta de quiénes son y de cómo se insertan en el mundo, y en una trama que utiliza estrategias de la comunicación mediática.

Sería ingenuo el no hablar de que, detrás de los materiales mediáticos, hay equipos completos de productores, editores y hasta escritores. Es conocido en el medio que a menudo se recurre a la figura de *escritor fantasma* o *ghost writer* para escribir autobiografías, es decir, personas que escriben con el nombre de otras previo su consentimiento. En este caso, el relato ya no depende únicamente de la memoria, del lenguaje o de la retórica del propio autor, sino además de los requerimientos de una producción.

La narración mediática hace que los famosos se configuren, se construyan y se definan a sí mismos, pero además son construidos, definidos, representados por otros; alrededor de su identidad o de su imagen están productores, editores, escritores e incluso el mismo público. A manera de paréntesis, tenemos que decir que, de las cuatro autobiografías en estudio, *Memorias de un gordo* destaca que es escrita por su protagonista Carlos Luis Andrade y por Jaime Chonillo; y en *Cada día más fuerte*, en los agradecimientos, se entiende la participación y colaboración de otras personas.

En este sentido la función del pacto de lectura es imprescindible y cumple un rol importante porque el lector será quien reconozca al escritor y el que considere si los hechos narrados son verídicos y si cree o no en el relato.

Este trabajo, más allá de reconocer autores, narradores o personajes, ha pretendido comprender el discurso, que se forma con estrategias, con esas interrelaciones entre lo real, *lo estelar y lo entretenido* de la comunicación mediática, además de *lo ejemplar y virtuoso* de la hagiografía, para interpelar al público en función de necesidades míticas, afectivas o de esparcimiento. Más allá de las características de producción o de los efectos de las casas editoras, lo que interesa es el *cómo se dice*.

Las personas de la farándula se construyen entre la infancia, la fama, el deseo de libertad, el amor, la enfermedad y el ser padres, pero las autobiografías mediáticas no presentan únicamente un orden cronológico, sino que revelan una estructura de significación.

La cronología de las vidas intercala los mecanismos de la comunicación mediática, se distingue en esta una sucesión de acontecimientos que hacen que los relatos se asemejen al melodrama por la constante manifestación de tragedias, víctimas, justicieros y traidores, amores, desamores y padecimientos. Las autobiografías recurren al conflicto, al exceso melodramático y a fórmulas televisivas, con tramas y situaciones repetidas que permiten el reconocimiento y la familiarización del público, adecuándose a mecanismos de la comunicación de masas para que haya suspenso y sorpresa. Las tragedias y los éxitos, los amores y las decepciones, entre las que se desenvuelven los famosos son competencias necesarias de la comunicación mediática, para conectarse con la gente.

Las personas de la farándula se construyen entre argumentos de la lucha del bien contra el mal, entre conflictos que se resuelven y entre desenlaces de felicidad y de paz. Las autobiografías, al basarse en el melodrama, tienden a la *moral* y de ahí nace su modelo ejemplarizador.

Los elementos del discurso de virtudes constituyen las autobiografías, con las que los famosos se construyen como personas ejemplares y como modelos o referentes de vida, que por la fe, el amor y la esperanza han podido enfrentar las dificultades. Las narrativas ponen de manifiesto la espiritualidad de los protagonistas con referentes hagiográficos

como lo martirial y la liberación, la culpa y el arrepentimiento, las experiencias místicas o la generosidad desinteresada.

Los famosos discursivamente son construidos entre lo cercano y cotidiano, y entre lo heroico y lo divino. Los relatos contribuyen a que el público se sienta identificado y familiarizado; y que, en otros momentos, se perciba a los famosos como personas relevantes que hacen que se los eleve a categorías de héroes y a categorías divinas.

Los protagonistas de las autobiografías de la farándula tienen procedencia latinoamericana (México, Colombia, Ecuador); por lo tanto, lo hagiográfico no es un modelo distante en este tipo de relatos, sino que las vidas son narradas desde un discurso católico.

Por lo expuesto, las autobiografías de la farándula tienen una misma intencionalidad persuasiva, utilizan los mismos modelos, de ahí una niñez semejante o situaciones artísticas conflictivas similares, responden a técnicas de elaboración, con estrategias que involucran interacciones de las lógicas del discurso mediático y del discurso de virtudes.

Por medio de la exposición pública de una intimidad con conflictos pero en búsqueda de perfeccionamiento, las personas mediáticas son transformadas en símbolos, en embajadores de valores y en referentes sociales que, con el reconocimiento del público, pueden constituirse en figuras de identificación o de admiración, en los *nuevos santos mediáticos*.

Las personas de la farándula en las autobiografías son humanas, cotidianas y cercanas, con una vida que aunque terrenal, además se forma por lo ejemplar, por la virtud, por lo modélico y por lo extraordinario; elementos que ha integrado la comunicación mediática. Las narrativas de las vidas asemejan el llamado de las vidas en santidad, por esta razón, la categoría de *los nuevos santos*. Santos en el sentido discursivo de la representación de sujetos ideales para la sociedad.

Las autobiografías se narran, todos narramos, se narra desde modelos, pero lo que importa es *cómo se narra*, lo que interpela es el *cómo se dice*. La narración autobiográfica no es pura ficción, o pura estrategia comercial, es intertextualidad para seducir. De ahí tal vez podría considerarse la gran proliferación y la demanda actual en el mercado de las narrativas de estos *nuevos santos de la farándula*.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor, y Max Horkheimer. *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Akal, 2007.
- Aguilar, Miguel, Ana Rosas y Verónica Vásquez. «Telenovelas: La ficción que se llama realidad». *Política y Cultura*, n.º 4 (1995): 174-84.
- Andrade, Carlos Luis, y Jaime Chonillo. *Memorias de un gordo*. Guayaquil: Senefelder, 2011.
- Arfuch, Leonor. *El espacio biográfico: Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2002.
- Arroyo Redondo, Susana. «La estructura de la telenovela como relato tradicional». *Culturas Populares 2* (2006): 1-20.
- Borja, Jaime. «Cuerpos barrocos y vidas ejemplares: la teatralidad de la autobiografía». *Fronteras de la Historia*, n.º 7 (2002): 99-115.
- . «Historiografía y hagiografía: vidas ejemplares y escritura de la historia en el Nuevo Reino de Granada». *Fronteras de la Historia* 12 (2007): 53-78.
- Busquet, Jordi. «El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica». *Revista de Estudios de Juventud*, n.º 96 (2012): 13-29.
- Camino, Alfredo. «La crisis de los personajes». *Razón y Palabra*, n.º 56 (2007), <www.razonypalabra.org.mx/antiores/n56/acaminos.html>.
- Castro Díaz, Maribel. «Lo melodramático en la fotografía escenificada: fotodrama como tipología artística». *Fotocinema*, n.º 4 (2012): 37-67.
- De Certeau, Michel. *La escritura de la historia*. México DF: La Galera, 1993.
- Díaz Cotacio, María Eugenia. «Construcción de la identidad por medio del discurso». *Cifra*, n.º 5 (2010): 127-32.
- Duero, Dante. «Relato autobiográfico e interpretación: una concepción narrativa de la identidad personal». *Athenea Digital*, n.º 9 (2006), <<http://antalya.uab.es/athenea/num9/duero.pdf>>.
- Eco, Umberto. *El superhombre de masas: Retórica e ideología en la novela popular*. Barcelona: Random House Mondadori, 2012.
- González Requena, Jesús. *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra, 1999.
- González Sánchez, Carlos Alberto. *Los mundos del libro: medios de difusión de la cultura occidental en las Indias de los siglos XVI y XVII*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 1999.
- Juanes. *Persiguiendo el sol*. Nueva York: Celebra, 2013.
- Lastra, Soledad. «Vida líquida». *Cuadernos de H Ideas* 1, n.º 1 (2007): 220-4.

- Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. México DF: Gustavo Gili, 1991.
- Martyniuk, Claudio. «Antes lo íntimo era secreto, ahora se lo hace público en internet: Entrevista a la antropóloga Paula Sibia». *Clarín.com*, 21 de septiembre de 2008. <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=75578>>.
- Masiá, Juan, Tomás Domingo Moratalla y Alberto Ochaíta. *Lecturas de Paul Ricoeur*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 1998.
- Mirasol Rodríguez, Victoria. «El universo melodramático de Pedro Almodóvar. Caso práctico: *Todo sobre mi madre*». Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica de Valencia, 2013.
- Molloy, Sylvia. *Acto de presencia: La escritura autobiográfica en Hispanoamérica*. México DF: Fondo de Cultura Económica, 1996.
- Nolla, José Francisco. «La virtud de la generosidad según Santo Tomás de Aquino». *Excerpta* 56, n.º 5 (2010): 359-435.
- Pastene Labrín, Federico. «La era del acceso y de la novela popular: una lectura de *Hija de la Fortuna* de Isabel Allende». *Theoria* 13 (2004): 111-20.
- Peralta, Nicolás. *No todo lo que reluce es oro: Un estudio antropológico sobre la farándula*. Buenos Aires: Hojas del Sur, 2013.
- Ricoeur, Paul. *Tiempo y narración: Configuración del tiempo en el relato histórico*. México DF: Siglo XXI, 1995.
- . «La vida: un relato en busca de narrador». *Ágora* 25, n.º 2 (2006): 9-22.
- Rincón, Omar. *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa, 2006.
- Rivera, Eustasio. *La Vorágine*. Editado críticamente por Flor María Rodríguez-Arenas. Miami: Stockcero, 2013.
- Rivière, Margarita. «Fama, medios de comunicación y opinión pública». *Quaderns del CAC*, n.º 33 (2009): 119-23.
- Rodríguez, Francisco. «El género autobiográfico y la construcción del sujeto autorreferencial». *Revista de Filología y Lingüística* 26, n.º 2 (2000): 9-24.
- Rodríguez, Irene. «Secretos del melodrama». *Blog de Estudios Culturales*, 18 de mayo de 2009. <<http://blog.pucp.edu.pe/item/56080/secretos-del-melodrama>>.
- Ruiz Ávila, Dalia. «Estrategias discursivas de la narración autobiográfica». *Estudios de Lingüística Aplicada*, n.º 42, (2005): 15-31.
- Sáenz Herrero, Jorge. «Lo real, lo fantástico y lo maravilloso en el relato hagiográfico: El caso de los diálogos de Gregorio Magno». En *Ensayos sobre ciencia ficción y literatura fantástica: actas del Primer Congreso Internacional de literatura fantástica y ciencia ficción*, editado por Teresa López Pellisa y

- Fernando Ángel Moreno Serrano, 826-48. Madrid: Asociación Cultural Xatafi, 2009.
- Santa Cruz, Eduardo. *Las telenovelas puertas adentro: el discurso social de la telenovela chilena*. Santiago: LOM, 2003.
- Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.
- Thalía. *Cada día más fuerte*. Nueva York: Celebra, 2011.
- Thompson, John. *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.
- Trevi, Gloria. *Gloria*. México DF: Planeta, 2002.

ÚLTIMOS TÍTULOS DE LA SERIE MAGÍSTER

253	Tirsa Chindoy, <i>Los kamëntsa y el legado visual de la Diócesis de Mocoa-Sibundoy</i>
254	Daniela Solano, <i>Lavado de activos: Ecuador en la mira del GAFI 2010-2014</i>
255	María Teresa Arteaga, <i>Cartas cuencanas del siglo XVII: Doña Ana Zurita Ochoa</i>
256	Mirian Amagua, <i>La religión en la narconovela</i>
257	Jorge Quishpe, <i>Educación superior, pueblos indígenas e interculturalidad: La experiencia de la Escuela de Educación y Cultura Andina</i>
258	Mariana Jiménez, <i>Una lectura constitucional del derecho a la resistencia colectiva</i>
259	Juan Fernando Aguirre, <i>La contratación pública ecuatoriana y el tratado de comercio con la Unión Europea</i>
260	Mónica León, <i>El trabajo sexual como actividad laboral en Ecuador</i>
261	Lenin Carrera, <i>Ocularcentrismo: Cuando el sentir supera al ver</i>
262	Rina Artieda, <i>Cantuña: Símbolo y palabra de poder</i>
263	Óscar Banegas, <i>Microfinanzas en Ecuador a la luz de las tendencias globales</i>
264	Stephany Olarte, <i>El anticipo del impuesto a la renta: Señales de un tributo encubierto</i>
265	Robinson Patajalo, <i>El control de constitucionalidad en Ecuador</i>
266	Verónica Salgado, <i>La memoria de Dolores Cacuango</i>
267	Daniel Dorado, <i>Licencias obligatorias de medicamentos y derecho a la salud en la Comunidad Andina</i>
268	Paola Calderón, <i>Nuevos santos de la farándula: Estrategias discursivas en sus autobiografías</i>

¿Qué cuentan las autobiografías de las personas de la farándula? ¿Cómo lo cuentan? La narración en las autobiografías analizadas no es pura ficción ni fría estrategia comercial; es estrategia discursiva para seducir y responde a las necesidades míticas, afectivas o de esparcimiento de los lectores. Se busca comprender la construcción discursiva de las vidas de los famosos, tomando como idea central que estas autobiografías se forman con un entramado de tácticas discursivas donde lo estelar, lo entretenido y la ficcionalización de la comunicación mediática se interrelaciona con un discurso ejemplar y virtuoso. Las celebridades se construyen entre lo cercano y lo cotidiano; y entre lo heroico y lo divino. En los relatos, el lector se identifica y familiariza con los famosos y, en otros momentos, los percibe como personas en búsqueda de perfeccionamiento, que con el reconocimiento del público pueden constituirse en embajadores de valores, en referentes sociales, en símbolos de identificación o admiración, en los *nuevos santos mediáticos*.

Paola Calderón (Quito, 1981) es licenciada en Publicidad (2003) y diploma superior en Investigación y Proyectos (2010) por la Universidad UTE; especialista superior en Comunicación, con mención en Comunicación para la Empresa (2013) y magíster en Comunicación (2015) por la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Es docente de la Universidad UTE. Ha dictado conferencias en temas de educación en Buenos Aires (2010) y en Mérida, Yucatán (2012).



9789978199367