


REVISTA DE LIBROS

Comentario bibliográfico

Gregory N. Daugherty, *The Reception of Cleopatra in the Age of the Mass Media* (Londres: Bloomsbury, 2022).

Ezequiel Cabrera

Facultad de Filosofía y Letras - Universidad de Buenos Aires

ezeagosto@gmail.com

Fecha de recepción: 10/06/2023

Fecha de aprobación: 13/06/2023

La presente obra se enmarca dentro de una serie de publicaciones lanzadas por *IMAGINES - Classical Receptions in the Visual and Performing Arts*, coordinadas por Filippo Carlà-Uhink y Martin Lindner, que se anclan dentro de las teorías de la recepción¹ y la historia antigua en el ámbito de las artes visuales y escénicas. Probablemente, uno de los aspectos centrales de la colección es el hincapié que realizan en medios que tradicionalmente han sido desatendidos por ser considerados “comerciales” o “populares” como los cómics, la pu-

1 Sobre la teoría de la recepción y sus devenires historiográficos, consúltese Peter Burke, “Historia y teoría de la recepción”, *Políticas de la Memoria*, n° 19, 2019; Robert Jauss, “Historia de la literatura como una provocación a la ciencia literaria” y “Cambio de paradigma en la ciencia literaria”, en Dietrich Rall, Comp. *En busca del texto. Teoría de la recepción literaria* (Ciudad de México: UNAM, 1987); Helena Lopes, Isabel Gomes de Almeida y Maria de Fátima Rosa, *Antiquity and Its Reception - Modern Expressions of the Past*, Intechopen, 2020, Online en [doi:10.5772/intechopen.90441](https://doi.org/10.5772/intechopen.90441); Charles Martindale, *Redeeming the Text. Latin Poetry and the Hermeneutics of Reception* (Cambridge: Cambridge University Press: 1993, pp. 1-34). También puede consultarse Charles Martindale y Lorna Hardwick, “Reception”, en Simon Hornblower, Anthony Spawforth, y Esther Eidinow, Eds. *Oxford Classical Dictionary* (Oxford: Oxford University Press, 2012) pp. 1256-1257.

blicidad, la televisión, el cine, los medios digitales, el diseño, la moda y los parques temáticos. Dicha obra es incluso peculiar dentro de la colección dada la temática elegida, relacionada con un tópico orientalista *longue durée*, que reviste de un doble encanto donde se entremezclan la historia clásica y elementos preestablecidos e imaginarios del antiguo Egipto.

El libro es un estudio exhaustivo que examina la recepción de la reina ptolemaica Cleopatra VII Filopator desde principios del siglo XX hasta la actualidad, tal y como se ha reflejado en la cultura popular, principalmente en el mundo anglosajón. En ese camino el autor incluye análisis sobre cine, libros, novelas, cómics, música, televisión, publicidad, obras eróticas y artes en general, incluyendo perspectivas historiográficas novedosas como los estudios de la recepción, el análisis publicitario e iconográfico, la historia cultural, la historia de la prensa y la crítica literaria.

Hay una hipótesis central que orienta toda la obra, y es que la figura de la reina cambió drástica y rápidamente con el advenimiento de los medios masivos de comunicación a partir del siglo XX. En este sentido, el autor busca examinar los motivos por los cuales los medios masivos popularizaron y resignificaron la figura de Cleopatra para transformarla en una metáfora de la experiencia de poder femenino, al mismo tiempo que en un ícono de la cultura “pop”. Es así como la reina ptolemaica se convierte en una figura veleidosa que cambia de características según los ánimos e intereses de la sociedad que la hace presente. De esta manera, puede ser una *New Woman* victoriana, un monstruo despiadado, una *femme fatale*, una sensual vampiresa o una jovencita risueña; transiciones que, señala Daugherty, revelan más sobre nuestra cultura que sobre la propia reina.

La obra cuenta con diez capítulos articulados en una serie de apartados, nueve apéndices y una lista de las ilustraciones. Pese a que las fuentes históricas que utiliza el autor son densas y analizadas en profundidad, su lectura es ligera, haciendo que la obra sea asequible no sólo para el público académico.

En los primeros dos capítulos, el autor realiza un *racconto* histórico en el cual se adentra en la propaganda negativa llevada adelante en tiempos romanos, conservada hasta nuestros días por los poemas augustos, textos de Plutarco y escritos de historiadores menores. En ella, se retrata a la reina como la antítesis del típico ideal patriarcal, romano y republicano adecuado para la

sociedad antigua. Cleopatra fue descrita como una depredadora sexual, que manipuló y destruyó a los buenos hombres romanos con su belleza, destreza y artimañas. De estas representaciones se han hecho eco las que llegan hasta nuestros días. Su belleza oriental, en general no discutida, es indisociable de su promiscuidad, lujuria y bajos instintos. Con el propósito de agregar un contexto sólido a su investigación, el autor presenta las primeras recepciones de la reina, desde Horacio hasta Shakespeare, pasando por Dante y Boccaccio. La traducción al francés y español de muchas de estas obras a partir del siglo XVI intensifica algunas de estas características y agrega otras, como su lascivia, monstruosidad, perdición y envenenamientos. La reacción anti-shakespeareana del siglo XIX provino de escritores como George Bernard Shaw, Victorien Sardou y especialmente H. Rider Haggard, quién apeló a explorar rincones exóticos y lejanos con descripciones imperialistas, orientalistas y sexualizadas. Daugherty rastrea en su obra *She* (1886) la primera descripción de un ya icónico elemento en la vestimenta de Cleopatra, el *snake bra* —sujetador de serpiente— inmortalizado en la retina de los occidentales por la vampiresa Theda Bara en *Cleopatra* (1917), filme que, a su vez, terminó por amalgamar a la mujer *vamp* con la regencia faraónica. Por otro lado, las obras del dramaturgo francés Victorien Sardou se convirtieron rápidamente en óperas, dramas líricos y películas, entre la que se destaca la obra de teatro *Cleopatre* (1890) protagonizada por Sarah Bernard, que fascinó al público norteamericano. Por último, la obra *César y Cleopatra* (1901) de Shaw traspasó su círculo elitista cuando una adaptación llegó a los cines a finales de la Segunda Guerra Mundial con una cautivante Vivian Leigh en el papel principal. La imagen de Cleopatra como representante del poder femenino, el misticismo oriental y la belleza irrumpió en las páginas de revistas, novelas y cine sonoro. Para finales del siglo XIX, la “cleomanía” se acrecienta y consolida, produciéndose distintas obras de ficción, teatro o artísticas, relacionadas con la creciente egiptomanía y el surgimiento del prototipo de mujer moderna, la *New Woman*, un nuevo tipo de personalidad femenina (joven, educada, de espíritu independiente, competente, físicamente fuerte y valiente), que irrumpió con el cambio de siglo.

El capítulo tercero es donde el autor bucea en las recepciones menos exploradas de la reina, aquellas surgidas en el ámbito de la publicidad. Esta versión más amable y gentil —aunque no por ello menos sexualizada— de Cleopatra, animaba a las mujeres estadounidenses a emular el régi-

men de belleza de la reina. Este cambio también se reflejó en algunas biografías más favorecedoras, ficciones humorísticas y películas glamorosas durante los años veinte y treinta del siglo XX. Los anuncios de *Palmolive* que se publicaron en las primeras décadas del siglo XX tuvieron un fuerte impacto en los diseños de vestuario posteriores ayudando a modernizar la imagen de Cleopatra, representada menos como una *femme fatale* y más como un *flapper* a quien los lectores de revistas femeninas tal vez deseen emular. El autor demuestra cómo las campañas publicitarias de *Palmolive* revelan un mensaje claramente egipcianizante evocando exotismos y fórmulas mágicas. Este proceso de transición lo reforzó la novela de E. Barrington *The Laughing Queen* (1929) y el film *Cleopatra* de 1934, dirigida por Cecil B. DeMille. En este periodo de recepción de la entreguerra, el peligro cedió ante el encanto comercial. ¡Cleopatra vende!

En los capítulos cuarto y quinto nos encontramos con una Cleopatra “moderna” protagonista central de producciones cinematográficas costosas, anuncios publicitarios y novelas románticas. Para la década de 1940, la imagen de Cleopatra había perdido cierta connotación vampírica para transformarse en una figura más accesible y domesticada para la mirada masculina y las aspiraciones femeninas. Pero la maldad y el engaño femenino de Cleopatra van a resurgir con el *peplum*², en donde una reina de tez blanca se presenta sexualmente agresiva, antipática, capaz de despojar a un buen romano solo para ser aplastada bajo las sandalias de los paleofascistas.

No obstante, fue “Lizpatra”, la personificación de la reina por parte de Elizabeth Taylor, quien se convertirá en un producto de tradiciones cinematográficas culturales disímiles. La belleza de Taylor quedará en el imaginario popular como la representación verídica de la reina ptolemaica en *Cleopatra* (1963). Dados los mediáticos escándalos personales y los problemas en postproducción, no es sorprendente el impacto en la cultura popular de esta película, que contribuye a su recepción con elementos de autoparodia, misticismo y magia, maternidad y, por supuesto, de espectacularización. A posteriori, diferentes medios artísticos —cómic, televisión,

2 El género del *peplum* —*pepla* en plural— entra en la definición de “ficción histórica” que son “dignas representantes del film-espectáculo y utilizan el pasado histórico únicamente como marco referencial, sin realizar habitualmente análisis alguno (léase el llamado “cine de romanos”), made in Hollywood o coproducido en Europa” en José María Caparrós Lera, “Grandes acontecimientos históricos contemporáneos en el cine”, en Gloria Camarero, Beatriz De Las Heras Herrero y Vanessa De Cruz, Coords. *Una ventana indiscreta. La Historia desde el Cine*. (Madrid: Ediciones JC, 2008).

musicales, películas eróticas y animes— van a reflejar el impacto de Lizpatra en la cultura popular durante los años sesenta y setenta explotando diferentes aspectos de la construcción literaria y cinematográfica pretérita.

En el capítulo sexto, Daugherty revela un renovado impulso en la presencia de la reina. Después de que el efecto Lizpatra comenzó a desvanecerse a principios de la década de 1970, hubo una presencia menos marcada de Cleopatra en la cultura popular estadounidense. Pero para finales del siglo, Anne Rice le daría un nuevo giro a la cleomanía con *The Mummy* (1989). La asociación de Cleopatra con las momias, la magia, lo oculto y la sexualidad abierta no es una innovación de Rice, pero tuvo un impacto significativo en las formas que adoptó Cleopatra en diferentes artefactos de circulación masiva que asociaron al antiguo Egipto con la cultura gótica británica del siglo XIX, en donde los amuletos, el mundo de ultratumba y las maldiciones fueron elementos comunes.

Una característica de las representaciones sobre la regente que se mantuvo constante durante todo el siglo XX se vincula con el aspecto racial. Retomando los tópicos de la pintura orientalista, Cleopatra fue representada como una mujer blanca sensual y provocativa, a disposición del placer sexual masculino. La masividad de la televisión, la llegada de internet y los nuevos servicios tecnológicos a nivel global fueron nodales para la mutación de esta representación en la década de 1990 y los primeros años del siglo XXI, cómo examina el autor en los capítulos séptimo, octavo y noveno. A lo largo de este periodo, el *white washing* —blanqueamiento— hollywoodense cede ante una reina multiétnica que explota su sensualidad oriental, pero a su vez se muestra competente e inteligente. Novelas como *Royal Diaries* (1999), o la miniserie *Cleopatra* (1999) y sus apariciones en *Xena, la princesa guerrera* (1995-2001), *Rome* (2005) o en la película *Highway to Hell* (1991) son ejemplos claros. En cierto sentido, el peligro de Cleopatra en tanto regente orientalizada nunca había desaparecido realmente de las narrativas occidentales, solamente estaban ocultas.

El décimo capítulo funciona a modo de conclusión. Allí el autor resume la historia de la recepción de Cleopatra, marcando lo que él considera cambios y permanencias en la figura clásica. En él, Daugherty indica que hasta finales del siglo XIX su aparición se vinculó principalmente a través de obras destinadas a la élite: teatro, ópera y bellas artes. Solo en raras ocasiones apareció

algo que estaba destinado únicamente a la cultura popular. Los nuevos medios masivos y la democratización de la cultura fueron las llaves que permitieron abrir su recepción hacia audiencias más amplias.

La obra de G. Daugherty posee un derrotero bibliográfico amplio y un análisis bien fundamentado en relación a la recepción de Cleopatra en la cultura popular norteamericana. Los capítulos destinados a los medios publicitarios son los más interesantes ya que son los menos explorados por los estudios académicos. La hipótesis central es claramente rastreable a lo largo de todo el trabajo y logra sostenerse. Sin embargo, se detiene poco en los procesos de racialización (presentes desde finales del siglo XIX, tópico nodal de la pintura orientalista), el rol del orientalismo en tanto configurador de estereotipos y una lectura poco explorada en relación al análisis de la cultura visual. Sin duda, explorar estas cuestiones hubiesen enriquecido aún más el trabajo, al que debe reconocerse su ambición y originalidad como el primer estudio con un anhelo holístico sobre la recepción de la reina ptolemaica.