

20

Pasión, heroísmo e identidades colectivas

Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina

María Victoria Bourdieu



25 años
25 libros

Pasión, heroísmo e identidades colectivas

Un recorrido por los últimos veinticinco años
de la telenovela argentina

Veinticinco años, veinticinco libros

El ciclo político inaugurado en Argentina a fines de 1983 se abrió bajo el auspicio de generosas promesas de justicia, renovación de la vida pública y ampliación de la ciudadanía, y conoció logros y retrocesos, fortalezas y desmayos, sobresaltos, obstáculos y reveses, en los más diversos planos, a lo largo de todos estos años. Que fueron años de fuertes transformaciones de los esquemas productivos y de la estructura social, de importantes cambios en la vida pública y privada, de desarrollo de nuevas formas de la vida colectiva, de actividad cultural y de consumo y también de expansión, hasta niveles nunca antes conocidos en nuestra historia, de la pobreza y la miseria. Hoy, veinticinco años después, nos ha parecido interesante el ejercicio de tratar de revisar estos resultados a través de la publicación de esta colección de veinticinco libros, escritos por académicos dedicados al estudio de diversos planos de la vida social argentina para un público amplio y no necesariamente experto. La misma tiene la pretensión de contribuir al conocimiento general de estos procesos y a la necesaria discusión colectiva sobre estos problemas. De este modo, dos instituciones públicas argentinas, la Biblioteca Nacional y la Universidad Nacional de General Sarmiento, a través de su Instituto del Desarrollo Humano, cumplen, nos parece, con su deber de contribuir con el fortalecimiento de los resortes cognoscitivos y conceptuales, argumentativos y polémicos, de la democracia conquistada hace un cuarto de siglo, y de la que los infortunios y los problemas de cada día nos revelan los déficits y los desafíos.

María Victoria Bourdieu

Pasión, heroísmo e identidades colectivas

Un recorrido por los últimos veinticinco años
de la telenovela argentina



Universidad
Nacional de
General
Sarmiento

Bourdieu, María Victoria

Televisión y telenovela argentina : pasión, heroísmo e identidades colectivas. - 1a ed. - Los Polvorines : Univ. Nacional de General Sarmiento ; Buenos Aires : Biblioteca Nacional, 2009.

112 p. ; 20 x 14 cm. - (Colección "25 años, 25 libros" ; 20)

ISBN 978-987-630-053-7

1. Comunicación. 2. Televisión. I. Título
CDD 302.234 5

Colección "25 años, 25 libros"

Dirección de la Colección: Horacio González y Eduardo Rinesi

Coordinación General: Gabriel Vommaro

Comité Editorial: Pablo Bonaldi, Osvaldo Iazzetta, María Pia López, María Cecilia Pereira, Germán Pérez, Aída Quintar, Gustavo Seijo y Daniela Soldano

Diseño Editorial y Tapas: Alejandro Truant

Diagramación: Alejandro Truant

Colaboración: José Ricciardi

Ilustración de Tapa: Juan Bobillo

© Universidad Nacional de General Sarmiento, 2008

Gutiérrez 1150, Los Polvorines. Tel.: (5411) 4469-7507

www.ungs.edu.ar

© Biblioteca Nacional, 2008

Agüero 2502 (C1425EID), Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Tel.: (5411) 4808-6000

www.bn.gov.ar | bibliotecanacional@bn.gov.ar

ISBN: 978-987-630-053-7

Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio de impresión o digital en forma idéntica, extractada o modificada, en castellano o en cualquier otro idioma, sin autorización expresa de los editores.

Impreso en Argentina - *Printed in Argentina*

Hecho el depósito que marca la ley 11.723

Consideraciones previas y agradecimientos

A partir de una investigación que relaciona telenovela y “memoria social”, he sido seducida por la manera de decir que tiene este género tan particular. Cuando fui invitada a compartir esta experiencia con un público lector amplio, seguramente constituido también por parte de la audiencia de estos programas televisivos, temí no ser capaz de transmitir esa simbiosis con la misma pasión con la que se palpitan los avatares de los personajes elegidos. De acuerdo con el espíritu de esta colección, me impuse hacerlo en un lenguaje libre de los típicos modismos y *tics* de la academia, obligación a la que en este caso se sumaba, en tanto se trataba de escribir sobre telenovelas –culebrones sibilantes que se enredan, repiten y vuelven a repetir–, la de evitar que se adhirieran los modismos propios del objeto de este estudio.

Los trabajos en los que abrevé para escribir estas páginas están nombrados al final del recorrido, pero me gustaría dejar constancia aquí, antes de iniciar la marcha, de los aportes intelectuales que alimentaron este libro. Han sido fundamentales los análisis e investigaciones que Nora Mazziotti ha desarrollado en cuanto al género telenovela, deshilvanando singularidades de cada impronta y especialmente valorando el aporte que el género realiza al análisis social. La concepción semiótica que se encuentra por detrás de todo este trabajo recupera las teorías planteadas por Oscar Steimberg, sostenidas por Marita Soto y especialmente divulgadas por Gustavo Aprea, quien además generosamente me ha orientado en la escritura de este y otros trabajos relacionados.

Sin duda las apreciaciones vertidas por muchos de mis profesores y maestros –Roxana Cabello, Aldo Ameigeiras, Beatriz Alem, Pablo Semán– impregnan estas líneas. Intelectuales como Inés González Bombal, Carla Gras y Ramiro Segura han contribuido especialmente, desde distintos lugares académicos, al impulso y desarrollo de la temática. Pablo Bonaldi, Gabriel Vommaro y María Pía López han aportado las pertinentes sugerencias que valorizaron este trabajo. Agradezco también a Agustín Campero, cuyos oportunos comentarios sobre medios de comunicación siempre resultan relevantes.

Además, sería una imprudencia no explicitar otros particulares agradecimientos, que tienen que ver no sólo con lo intelectual y académico sino con un especial afecto por las personas. A Eduardo Rinesi, admirado profesor e intelectual incansable, que me invitó a participar en esta colección y que, desde el inicio, me brindó su apoyo e impulso. A Gustavo Badía, Gastón Cabo, Martín Lira y Cecilia González, sin cuya colaboración no habría podido contar con el tiempo necesario para abocarme a la tarea de escribir. A mis hijas, Micaela, Malén y Miranda, que tuvieron la soberana paciencia de mirar, escuchar, representar, narrar y comentar, todas las telenovelas –argentinas o no– que tuvieron a su alcance. Y sobre todo a Sergio Pessina, mi compañero de todos los proyectos, sin quien escribir de amor sería imposible.

La telenovela argentina a 25 años de democracia

Por qué la telenovela

La denominación “telenovela” involucra una amplia gama de productos televisivos, una categoría capaz de clasificar una variada serie de programas. Este género en particular ocupa en la televisión latinoamericana un lugar de privilegio: se trata del producto cultural que más se exporta en toda Latinoamérica. Esta especial característica apunta a integrar equipos de producción de telenovelas con miembros provenientes de diferentes países, guionistas, actores y técnicos que constituyeron las primeras muestras de integración latinoamericana. Así, la “telenovela” se ha convertido en uno de los fenómenos comunicacionales y culturales más importantes de la región.

En Argentina se han producido innumerables telenovelas desde el inicio de la emisión televisiva. Estas historias de ficción se definen y actualizan a partir de las funciones y usos que se verifican en el público. En tanto miembros de un colectivo social, algunos grupos deben encontrar identificación en los productos audiovisuales que circulan masivamente, de lo contrario su permanencia en pantalla será limitada. Son las telenovelas las que mejor han caracterizado aquellos rasgos identitarios distintivos en el transcurso del último medio siglo.

Este trabajo, que pretende ser una reflexión sobre algunos de los cambios ocurridos en los últimos 25 años en un género televisivo en particular, especialmente aquellos que tienen relación con los reflejos identitarios que recogen los productos que se enmarcan en él, no puede mantenerse al margen de las tendencias teóricas que avalaron o criticaron los cambios y sus posibilidades.

Los estudios sobre el acto de ver televisión han enfatizado que el televidente es un ser activo, que fusiona y reactualiza los contenidos de la televisión de acuerdo con las necesidades de su vida, por ejemplo al juntar el horizonte de las telenovelas y su experiencia de vida cotidiana. Esta postura plantea, entonces, que el espectador tiene un poder que, desde la práctica de mirar televisión, lo erige en el “hacedor del sentido” del mensaje. Una postura un poco menos

optimista afirma que, en general, existe en simultáneo una acción hegemónica –de “dominación consensuada”– desde los productores en pos de instaurar una particular interpretación y adicción a sus mensajes, en tanto que también se producen prácticas de resistencia desde el televidente, que sólo aceptará aquellas líneas de comunicación que le sean útiles y que ideológicamente comparta. Por último, y desde el otro extremo del arco, no faltan quienes plantean el efecto nefasto de la televisión en la formación de valores y su incidencia en la tasa de violencia y aberraciones sexuales.

Si bien estas posiciones apenas enunciadas aquí cuentan con sustentos teóricos de cierta relevancia, es posible que no haya una sola manera de interacción entre el mensaje, el medio por el que el mismo se propaga y quien lo recibe. Seguramente las dimensiones sobre las que llaman la atención estas tres teorías se mezclan en medidas diferentes en el momento de la efectiva comunicación. Por ello resulta tan atractivo el análisis e investigación de la circulación de mensajes en los medios masivos de comunicación.

Hay en los productos televisivos –como en todos los discursos– una clara intención de erigirse en portadores de verdad. Esta marca no es otra cosa que la huella ideológica que dejan –incluso sin quererlo– sus realizadores, en tanto portadores de valores, prejuicios y principios éticos determinados. Con nuestra reflexión intentaremos, a partir de algunas persistencias en el *género telenovela*, identificar cómo esas marcas “de realización” también tienen que ver con las formas de pensar que *el público* espera encontrar en las telenovelas. Así, lo novedoso también deberá ser herramienta de medición, termómetro que permita establecer, o al menos arriesgar, algunas hipótesis sobre las posibles modificaciones ideológicas (por tenues que puedan parecer) que los seguidores de este género suscriben –e, incluso, reclaman– en sus tiras.

De esta manera es que abordaremos *una* de las posibles miradas a los productos de este género, que nos permita ahondar en los modos y las metáforas con que en nuestro país se explicó el pasado y se propuso el presente social en diferentes momentos históricos.

Para pensar la televisión argentina de aire de principios de milenio en términos puramente descriptivos, vemos que existen

diferentes segmentos de públicos, comunidades interpretativas, *targets* (especialmente en el mercado televisivo) cuya clasificación apela a que sus integrantes comparten gustos personales, edades, modas. Entonces es necesario que la televisión *abierta* se convierta en una verdadera *mélange* de géneros, estilos y calidades. Así, son notorios los contrastes entre programas en cuya producción se han cuidado todos los detalles y otros, incluso del mismo canal, donde la improvisación y el desparpajo son el ingrediente principal. ¿Qué expresa esa diversidad de productos, esa gran variedad de escenas? Quizá se trate —como ha propuesto Omar Rincón— del espejo de un país al mismo tiempo trágico, humorístico y gritón, consumista y culposos, repentista e infeliz. Hay algo de tanguero en esa caracterización, y eso no es casual: el tango es otro de los géneros populares con los que se ha identificado al ciudadano rioplatense. Como él, la televisión nos cuenta qué somos, y la/s audiencia/s asume/n, seguramente, su identificación.

Sin identificación difícilmente el público suscriba una puesta en escena (de ningún tipo). En este sentido, algunos géneros televisivos apelan más que otros, para fijar su éxito, a identidades colectivas. Uno de ellos es, sin duda, la telenovela, que nos habla de pasiones, de sueños y de emociones. Para poder conmover tiene que representar algo de nosotros, alguna huella que podamos reconocer para poder identificarnos. *Pero esa huella identificatoria tampoco puede ser obvia, transparente*, porque el público de telenovela ama los guiños, las entrelíneas, las complicidades: reconocerse en un paisaje, pero que éste no sea evidente a cualquier espectador; identificar calles sin que aparezcan los nombres; reflejarse en una decisión pasional haciéndola parecer como una casual coincidencia. Es por eso que es tan difícil, para quienes no comparten el gusto por este género, interpretarlo cabalmente.

¿Entonces los cambios en un género como la telenovela nos hablan de nuestros propios cambios? ¿Qué reconocemos o dejamos de reconocer en la telenovela argentina que nos permita hipotetizar sobre los cambios de la realidad que la “ficción” intenta representar? Lo importante, lo claramente distintivo respecto de esta posibilidad de que surjan características propias a partir de la mirada en la

pantalla televisiva, es que también emergerá alguna aprensión, la voluntad (no siempre clara) de eludir ciertas temáticas o de que, en todo caso, si las mismas son tratadas, lo sean con cierta preocupación que habilita una prudente distancia.

Entonces, la lectura de estos discursos audiovisuales tendrá que ser orientada al *modo en que se dice* aquello que pretende decirse y el *modo en que deja de decirse* aquello que se cuela en sus intersticios, no de manera evidente. Y así, en este género en particular podremos ver cómo algunas actitudes colectivas, difícilmente sistematizadas, pueden leerse —entre líneas, como ya hemos dicho— en las ficciones que eligen los públicos. Quizás incluso pueda aventurarse un quiebre, una particular coyuntura que haya aportado al cambio definitivo que operan algunas sociedades que, sin perder el encanto, dejan de creer que las soluciones llegarán por arte de magia.

Esperamos entonces que este recorrido, nostálgico a veces, crítico otras, aventure algunos ejes respecto a cómo esta sociedad argentina elaboró y elabora su pasado dictatorial, su pasado autoritario, su pasado violento, y fundamentalmente a cómo se propone una gestión del presente y un resarcimiento a quienes han padecido algún tipo de sometimiento. Quizá pueda parecer sumamente osado plantear que existen en la telenovela argentina actual motivos para el optimismo en cuanto a la participación, a la acción grupal, que habilite un cambio. Pues bien, si es eso lo que consideramos que aparece en estos productos de hoy es porque los mismos pasaron —tenazmente— por otras etapas, en otros presentes, cuando debían hablarles a otras sociedades argentinas coetáneas que tenían menor disposición a los cuestionamientos y a la acción.

Ha habido también —en estos 25 años— cambios tecnológicos: bastará identificarlos brevemente para, inmediatamente, continuar con nuestro objetivo principal, que es, sin ninguna duda, hablar de “nosotros”, pero de ese “nosotros” que creemos que aparece en las pantallas cuando todo es pasión, amor y, por qué no, sufrimiento. Y entonces, con la firme convicción de que esas historias pueden contarnos cuánto de la “normalización” del pasado estuvimos dispuestos a considerar y cómo pensamos en cada etapa la mejor manera de integración social, es que pensamos este recorrido.

Lo iniciamos con un apartado que pretende introducir algunas afirmaciones y definiciones que serán de suma utilidad para analizar el período propuesto, especialmente en cuanto a las características del género en nuestro país y en Latinoamérica. Además, verificaremos que no sólo se han implementado cambios en tramas y modos de narrar en la telenovela; también los gigantescos cambios tecnológicos han afectado a la televisión. Al solo efecto de considerarlos los enumeramos en este apartado que pretende poner algunos conceptos en común.

Es fundamental, antes de iniciar un análisis de las modificaciones del género en los últimos 25 años, indagar las características que el mismo ha tenido en nuestro país, si no desde sus inicios, al menos en los años previos a la recuperación de la democracia. Es por ello que en el capítulo siguiente contextualizamos lo ocurrido con el género en la década del 70. Desde allí, y no sin cierta dificultad clasificatoria, hemos decidido fragmentar a partir de la preeminencia de los giros estilísticos que la telenovela ha intentado en estos últimos 25 años, apostando a que esos cambios sean suficientes para demostrar que hubo una postura ideológica detrás de las modificaciones estéticas, aunque esa postura no haya sido transparente ni siquiera para sus realizadores.

Una primera etapa relativa al inicio del proceso democrático que, a partir de la descripción de algunos exponentes del género y una propuesta de mirada particular, podrá ser considerada una “etapa conciliatoria”. A continuación, y siguiendo la misma secuencia –descriptiva primero y analítica después–, veremos el período de fuerte mercantilización del género que produce, entre otras posibles miradas, interesantísimas huellas relativas al alejamiento de marcas locales e identitarias que habiliten tanto su comercialización en los mercados internacionales como la afirmación taxativa de que lo que la pantalla muestra es pura irrealdad. La tercera etapa que hemos considerado respecto del desarrollo de la telenovela tiene que ver con características que ha adoptado en los últimos años, que tienen que ver con el quiebre ocurrido en 2001/2002 y que auspicia una fuerte apuesta a la participación, aunque siempre encaminada por un héroe justo y reflexivo, que

será expuesta –también– mediante la descripción de algunas específicas modificaciones que aportan al análisis aquí propuesto.

Finalmente, anotamos una breve síntesis del recorrido que recoge las principales conclusiones de cada período, rescatando la especial manera en que este género, controvertido y versátil, se recicla constantemente para seguir siendo el que mejor nos habla de amor y pasión desde la pantalla chica.

El género *telenovela*

La *telenovela*, género popular paradigmático en América Latina, emparentada con el folletín y el radioteatro, ha sido desde sus comienzos, a mediados del siglo XX, objeto de críticas por parte de los intelectuales y teóricos, especialmente por constituir un producto reiterativo, previsible e irreal que desarrolla un lenguaje primitivo y estereotipado, constituyendo modelos de vida anquilosados y subordinados.

Pese a estas enfáticas críticas, la telenovela se ha constituido en el género por excelencia de la televisión latinoamericana. Sus inicios se confunden, en estas latitudes, con los de la propia televisión. En Argentina, a partir de 1952 comienzan las transmisiones cotidianas del *Teleteatro del Romance*, escrito por Celia Alcántara, con la actriz Patricia Castel, en el que se adaptan radioteatros exitosos. Asimismo, ya en 1951 —año de inicio de las transmisiones televisivas en el país—, se estrena *Néstor Villegas vigila*, programa diario de 15 minutos de duración, con Ana María Campoy y Pepe Cibrián, que a los pocos meses se constituye en el *Teleteatro del Suspenso*.

Desde este inicio casi artesanal hasta las producciones actuales han pasado muchas cosas. Como producto mediático, toda telenovela es concebida para la función “esencial” de generar ganancias a quienes las producen y/o participan en su realización. Por ello se la considera dentro de la gran máquina de la “industria cultural” que tiende a maximizar ganancias con espectáculos que convocan a un público masivo. Y no podemos negar que este género —que ya tiene más de medio siglo de historia— consiguió en determinados momentos atrapar a los diferentes públicos locales latinoamericanos incorporando novedades y/o reciclando estereotipos.

El descomunal éxito en ventas internacionales alcanzado hacia fines del siglo XX aporta a nuevas concepciones respecto de su calidad. En este sentido, quienes se dedican a producirlas apuntan a la generación de telenovelas flexibles, descargadas de improntas regionales y territoriales a fin de poder comercializarlas fácilmente

en el mercado internacional. Los teóricos remarcan, en cambio, la función de narratividad histórico-geográfica que tiene la telenovela, que aporta a la memoria social.

Aquí es necesario resaltar que, si bien la venta de telenovelas se ha mundializado —incluyendo mercados impensados en sus orígenes— se siguen comercializando entre los países latinoamericanos, ya se trate del “formato” como de la telenovela terminada: circulan en toda América historias que cuentan el “amor” desde el sufrimiento, la traición y la diferencia social. Sin embargo, esta circulación extendida no obsta para que en cada país se valoren e identifiquen diferentes rasgos y temáticas.

Todos nosotros tenemos la capacidad de reconocer una telenovela cuando la estamos viendo. Es más: incluso cuando presenciamos los avances publicitarios podemos catalogar un programa televisivo como telenovela, aun sin haber sido parte de su público. Este reconocimiento social que se pone en juego tiene que ver con las características de “género” que enseña Oscar Steimberg, en cuanto a que se trata de *tipos relativamente estables de enunciados* con rasgos característicos cuya recurrencia histórica instituye *condiciones de previsibilidad*.

Esas condiciones de previsibilidad son las que operan para que un gran número de televidentes —éste es nuestro caso— pueda reconocer, incluso sin análisis alguno, un producto televisivo. Así pues, se puede considerar cierta expectativa social en lo concerniente a un determinado tipo de discurso. De allí que los géneros son, entonces, construcciones discursivas sociales que tienen un arraigo espacio-temporal, ya que tienen una impronta histórico-geográfica.

En términos generales podemos definir a la telenovela argentina —como lo hacen Gustavo Aprea y Rolando Martínez Mendoza— como un relato televisivo seriado que se centra en las vicisitudes de una pareja heterosexual que vive un amor pasional y desarrolla su historia de un modo en el que abundan las desgracias exageradas y los abusos en las coincidencias poco creíbles que culminan necesariamente en un final feliz. Esta definición aporta a la comprensión cabal del género en nuestro país que, con algunas consideraciones particulares que citaremos más adelante, puede adaptarse para caracterizarlo en otros países de Latinoamérica.

Entonces, este discurso audiovisual deberá narrar, indefectiblemente, una historia de amor con características melodramáticas (esto es, explicitando el sufrimiento de sus protagonistas), cuyo ineludible final feliz implicará el castigo a los que hayan ejercido el *Mal* (con mayúsculas) en el relato. Así es que, en este espacio ficcional, existe la *Justicia* y un lugar para la felicidad de los héroes y heroínas. Este esquema que premia la virtud, reivindica a los que han padecido algún tipo de humillación o ultraje y castiga a los injustos resulta fundamental a la hora de considerar los motivos por los que un creciente número de televidentes se siente interpelado por estas historias.

Otro ingrediente insoslayable de cualquier telenovela es la búsqueda de la propia identidad, que transita entre el des-conocimiento y el re-conocimiento y que es planteada desde la concepción melodramática. Esa búsqueda de la verdadera procedencia tal vez tenga su origen en la necesidad de resaltar que las vicisitudes pueden llevar a los verdaderos herederos de nobleza y prosapia a otros entornos muy diferentes. Sin embargo, y aquí se deposita la justicia prometida, el destino teje las dilatadas redes que retornarán al “digno” al lugar de donde no debieron haberlo sacado nunca.

Hoy, esa búsqueda de la propia identidad quizá tenga una vertiente menos aristocrática. En cuanto al interrogante sobre la propia historia, el color de la sangre resulta menos movilizador. En cambio, es fundamental para sostener la narración de la propia vida, el conocimiento del origen. Es por esto que la añeja fórmula del melodrama respecto de la procedencia es hoy tan efectiva como ayer, aunque los hilos que sostengan esa efectividad se constituyan de sustancias muy diferentes.

El porqué de su popularidad

Como antecedentes mediatos e inmediatos de la *telenovela* hemos señalado ya al folletín y el radioteatro. Recordemos que ya en el siglo XVII los diarios reservaban el pie de página para artículos de divulgación científica, cuentos y relatos breves. Luego se instauró

la modalidad de editar novelas enteras por episodios, siendo la primera publicada en formato folletinesco *Robinson Crusoe*, de Daniel Defoe, que apareció en 1719 en el *London Post*.

Así es como el gusto popular empieza a valorar las publicaciones en serie en las cuales lo que más importa es lo que va pasando y no cómo va a terminar. Ésta es la manera en que el lector —o, como veremos, el oyente— puede identificarse con los personajes a través de las vivencias que se cuentan de cada uno de ellos, sin apresurar el desenlace. Es importante señalar aquí que las clases con mayor poder adquisitivo tenían acceso a las ediciones mejor encuadradas en una única entrega, que no dosificaba el final como lo hacía el *folletín*. De ahí que podamos afirmar que el folletín es de procedencia popular.

Por otro lado, esta posibilidad de lectura importa una característica particular: se da en un relato compartido, una transición de lo oral a lo escrito, ya que la lectura de la narración se hace de manera colectiva. Esta forma de contar implica una competencia histriónica por parte de quien relata, de manera de reforzar los fenómenos sensoriales a partir de la palabra leída. Ésta es la característica que más claramente se recupera en el *radioteatro*, la palabra que desde el susurro, el suspiro o el discurso entrecortado por el llanto, pretende la conmoción y la emoción por sobre el conocimiento de lo narrado. No es casual entonces que las primeras telenovelas se hayan basado en radioteatros y que aún hoy se realicen *remakes* de esos portentosos éxitos.

En esta impronta melodramática se plasma, también, la furiosa necesidad de transmitir pasiones más allá de lo auditivo. Recordemos, tal como lo propone Jesús Martín-Barbero, que *melodrama* es el nombre que desde 1790 se le da al espectáculo popular de feria con los temas que vienen de la literatura oral. Ante la prohibición gubernamental (en Francia e Inglaterra) de que las representaciones melodramáticas incluyeran diálogos, la inventiva popular consiguió poner en escena sus piezas *sin diálogos, ni siquiera cantados*. Se hacía imprescindible la exageración, la hipertrofia y el exceso de gestos para transmitir cabalmente las *emociones*, que eran, como siempre, las que guiaban las empatías del público.

Así, el melodrama surge como un “espectáculo total” —dice Martín-Barbero—, donde lo que se pone en escena son menos las palabras que las acciones y las grandes pasiones. Estas representaciones, entonces, proponen y se constituyen en la grandilocuencia, en el impacto y la contextualidad visual, más que en los contenidos textuales de las piezas. Para esto, es imprescindible la complicidad del público, que debe ver y comprender la *mimesis* que la escena propone.

Es en este género en particular donde comienzan a desarrollarse los que luego serán *efectos especiales*. Hablamos de juegos de mecánica o de óptica que establecen el predominio de lo visual frente a la oralidad. Se exploran trucos que contribuyen a generar la *ilusión*, ante la necesidad de transmitir sensaciones sin palabras. Así también se impulsa la correspondencia entre la figura corporal y el tipo moral. Los malos deben ser reconocidos desde la imagen y no por dichos y acciones. Por eso los maquillajes y los vestuarios coloridos y llamativos como los de los *arlequines* o *polichinelas*.

Como vemos, se encuentran raíces populares en la telenovela basadas en su componente melodramático como *espejo de una conciencia colectiva*, que tiene un fuerte sabor emocional que se contrapone con el control de los sentimientos de la educación burguesa. De ahí que se pueda hablar del “derroche” como eje del relato melodramático: se trata de un exceso que contiene un triunfo sobre la represión, una victoria contra una ideología del orden sostenida sobre la economía del ahorro y de la retención.

La narrativa melodramática propone como eje central cuatro sentimientos que mueven a la empatía o al rechazo: miedo, entusiasmo, lástima y risa. El traidor es quien deberá producir el “miedo”: es la personificación de la maldad e inevitablemente amenazará a la víctima, quien llevará consigo toda la ternura y la comprensión del público, encarnando la “lástima” en su persona. Con el mandato impuesto deberá el héroe asumir el rol de justiciero o protector; en tanto el “bobo” representa la presencia activa de lo cómico, la otra vertiente esencial de la matriz popular. Este personaje tiene como misión fundamental relajar las tensiones en los momentos difíciles de la trama, además de consolidar la fortaleza de los vínculos, generalmente la amistad con el héroe.

Con el advenimiento de los medios masivos de comunicación se fortalece la constitución de la cultura de masas, que tiene como eje la consolidación de la sociedad de consumo. Esa cultura de masas no es otra que la conformada a partir de la concentración de la mano de obra en las grandes ciudades y la que se plantea como lugar en donde se cubren y niegan las diferencias sociales, activando y deformando señas de la vieja cultura popular e integrando al mercado las nuevas demandas de las masas.

De esa manera, ambas están directamente vinculadas. Así como la cultura de masas toma elementos de la cultura popular para “resemantizarlos” y usarlos en un contexto consumista, la cultura popular toma elementos de la cultura de masas, los excluye de su circuito, para apropiárselos de manera especial.

Estas complejas articulaciones constituyen un rasgo que aporta al proceso inacabado de configuración de los géneros, particularmente los televisivos, que, a partir de introducir leves modificaciones (o no), se turnan en el trono del *rating* de manera a veces impredecible. Así, por ejemplo, pese a que ya en 2006 algunos estudiosos de la recepción en comunicación habían anunciado la muerte de los *reality shows*, los primeros meses de 2007 demostraron que ese género aún gozaba de excelente salud, aunque tuviera esporádicas recaídas. Incluso podríamos decir respecto de nuestro género de análisis, que la telenovela *Montecristo* constituyó en 2006 un gran éxito en el horario central de las 22 horas en uno de los canales de aire más vistos (Telefé), en tanto que en 2007 fue desplazado por aquel género *resucitado*.

La telenovela en Latinoamérica

Ahora bien, cuando se habla de *telenovela* debemos configurar aquella impronta espacio-temporal, ya que no tiene las mismas particularidades según la sociedad de la que se trate. Aunque el género tenga características universales, hay rasgos peculiares que resultan relevantes al momento de generar reconocimiento. El devenir del género ha incorporado especificidades locales y nacionales que han

sido analizadas en numerosos trabajos. Así pues, existen diferencias estilísticas en las telenovelas latinoamericanas que pueden resumirse en algunos rasgos explícitos.

Un brevísimo recuento general de algunas características diferenciales de las telenovelas actuales de distintos países de nuestra región en base a los rasgos propuestos por Nora Mazziotti permite identificar las siguientes producciones:

La telenovela mexicana. Forma parte de un plan normativo, una cruzada moral, una exacerbada defensa de la familia. Las transgresiones son siempre castigadas. En constante diálogo con las estéticas del cine y radio de los años 40 y 50, constituye el modelo tradicional del melodrama clásico. Historias arcaicas remiten al pasado patriarcal con personajes arquetípicos.

La telenovela brasileña. Se mantiene la temática melodramática sin expresar el sufrimiento de manera exagerada. Se aleja de la emoción. No hay una única pareja protagonista. Es moderna, ágil y colorida, y tiene una estética visual muy cuidada. Aquí, el sexo se disfruta sin prejuicios y el cuerpo se exhibe sin temores. Construye su modelo con los gustos de las clases medias brasileñas.

La telenovela colombiana. Mezcla temáticas modernas y tradicionales. Osada respecto a los personajes que incorpora, se trata de una narrativa en exploración de nuevos caminos. Juega con una musicalización fuerte, colores y texturas. Espontánea, fresca y algo desprolija, tiene sensualidad y humor. Al constituirse en una narrativa atrevida, en la cual, por ejemplo, un galán es impotente, una heroína es ostensiblemente fea o en otro caso prostituta, construye enunciarios comprensivos capaces de valorar a las personas como un todo, sin consideraciones morales tradicionales.

La telenovela venezolana. Presenta dos corrientes: una, la de la novela rosa, cuyos rasgos retóricos son los tradicionales del melodrama clásico; la otra es la novela realista, que aborda hechos políticos y sociales del país. Y construye sus escenarios de acuerdo con esas temáticas: en un caso, un escenario tradicional y moralista; en el otro, se apela a un espectador informado y reflexivo.

La telenovela estadounidense. Se organiza sobre dos temáticas centrales: epopeyas rurales que transportan a los vaqueros del

desierto a la selva, y problemas de la inmigración ilegal. Más que las emociones, el cuerpo es protagonista. Presenta una hibridación de lugares, lenguas y acentos donde prevalece la belleza de los protagonistas por sobre su capacidad actoral. Las expresiones identitarias de las problemáticas locales se diluyen en beneficio de la estética sensual de los protagonistas.

La telenovela argentina. Trata sobre la felicidad de una pareja heterosexual, monogámica, que llevará a la construcción de una familia. Ligada a las figuras históricas del exceso (hipérbole, antítesis, oxímoron), presenta personajes arquetípicos contruidos a través de rasgos físicos. A partir de los años 90 aparecen dos tipos de enunciaciones novedosas: una relacionada con el conocimiento y el disfrute de los rasgos genéricos, y otra, no tradicional, interesada en temas y motivos sociales de actualidad.

No obstante estas características locales y/o regionales, la *telenovela* se ha constituido en un producto comercial muy valorado, a punto tal que en pos de neutralizar los lenguajes e improntas identitarias propios de cada región, paulatinamente han desdibujado rasgos particulares para que sean fácilmente interpretadas por espectadores de cualquier parte del globo.

Transformaciones tecnológicas y afirmación comercial del género

Transformaciones estilísticas

Oscar Steimberg ha descrito tres momentos en el género telenovela. Un primer momento caracterizado por un *estilo primitivo* más ligado a la tradición melodramática basada en lo patético (*pathos*: pasión, sufrimiento) y a la polarización en la presentación de los juegos actanciales tradicionales (héroe, víctima, malo/a, bobo), con un desarrollo narrativo lento y lineal trabajado a través de exageraciones y esquematismos tanto en la construcción de los personajes como en la ambientación. Aquí se trasluce el mayor equilibrio entre el verosímil social y el de género.

En el segundo prima un *estilo moderno*. A través de la expansión del verosímil social, la telenovela se permeabiliza ante los conflictos y los acontecimientos sociales. Se aleja parcialmente de la enunciación patética encaminándose hacia un drama realista, y pierde algo de énfasis en la exhibición del dolor. Se busca identificar estilos sociales específicos y conectar la telenovela con otros discursos sociales.

Por último, el momento caracterizado por un *estilo posmoderno* o *neobarroco* presenta una gran autorreferencialidad del género: la telenovela se vuelve sobre sí misma asumiendo una posición de gozosa crítica. El verosímil de género avanza sobre el verosímil social. Se trata de un relato capaz de cruzarse con un repertorio extenso de historias: actualidad, policiales, suspenso, comedia... Se aparta de la enunciación patética.

Cabe señalar que, de acuerdo con la presentación de diferentes productos del género, se pueden configurar algunos corrimientos entre estos estilos sin que por ello se establezca un alejamiento del género.

Recorramos brevemente algunos hitos en la telenovela argentina a fin de poder contextualizar un poco cómo se configuraron estos cambios estilísticos:

El amor tiene cara de mujer (1964, Canal 13), escrita por Nené Cascallar, ocupó el horario vespertino y atrapó a un creciente número de espectadoras(¿es?) a partir de las vicisitudes de la dueña y empleadas de un salón de belleza. Su estructura inspiró al año siguiente a la misma autora dos tiras igualmente exitosas: *Cuatro hombres para Eva* y *Cuatro mujeres para Adán*. Claramente, se trata de un exponente del *estilo primitivo* en el cual las vicisitudes de las protagonistas son el motor de la historia lenta, lineal, que satisface la rutinaria expectativa de su público.

Simplemente María (1967, Canal 9), de Celia Alcántara, reedita un radioteatro de 1948. Emitida a lo largo de más de 600 capítulos de media hora, es otro claro exponente del *estilo primitivo*. Tuvo versiones en otros países y secuelas “educativas”, ya que se trata de una joven procedente del interior del país que logra, a partir de una voluntad inquebrantable, escalar posiciones sociales iniciando sus estudios y aprendiendo las artes de la costura. Cabe señalar que a

raíz de este éxito, en 1970 se inician tratativas para “exportar” telenovelas a Latinoamérica, las cuales llevan al Canal 9 a adquirir una conversora de ciclaje de 625 líneas (modalidad de producción en la TV argentina de la época) a 525 líneas (como la mayoría de los países latinoamericanos).

Rolando Rivas, taxista (1973, Canal 13), escrita por Alberto Migré, incluye por *primera vez* las tomas de exteriores e incorpora problemáticas de actualidad; por ejemplo, el hermano del protagonista es “guerrillero” y muere en un enfrentamiento con la policía. Pero la gran seducción de esta historia resulta de la construcción de identidades porteñas y de su raigambre familiar. Podría considerarse el inicio del *estilo moderno*, ya que aquí avanza claramente el verosímil social sobre el de género, que aporta no sólo al reconocimiento de los personajes sino al reconocimiento de las geografías y los lenguajes cotidianos.

La extraña dama (1989, Canal 9), con libros de cuatro guionistas, marca tendencias en cuanto a la profusión de exteriores, vestuario de época y elenco prestigioso y multitudinario, inaugurando una opulencia inédita para el género que la catapulta a 46.7 puntos de *rating*. Inicio indiscutible de las expectativas de exportación del género que todavía continúan, es el exponente en el que los estilos empiezan a desdibujarse para luego establecer caracterizaciones menos lábiles. Así, esta telenovela, emitida en horario nocturno, propone una transición entre el *estilo clásico* y el *neobarroco*, ya que aquí la autorreferencialidad no está tan manifiesta como en las que vendrán, y cuenta además con una estética muy particular que involucra, entre otras cosas, la ambientación de época que, con anterioridad, la telenovela había considerado tangencialmente y que suscribe a un verosímil histórico social que la emparenta con el nuevo *estilo posmoderno*. Es el producto que permite afirmar que la “inversión financiera” es fundamental para conseguir un producto de calidad y con perspectivas comerciales.

Los productos de la saga Andrea del Boca-Enrique Torres (*Celeste*, 1991, Canal 13; *Antonella*, 1992, Canal 13; *Celeste... siempre Celeste*, 1993, Telefé; *Perla negra*, 1994, Telefé) constituyen el inicio de un nuevo estilo en telenovela, que es el que Steimberg categoriza como

neobarroco o *posmoderno*. Se complejizan los motivos de género y los personajes rotan sus lugares dentro del relato. Son sus características la gran autorreferencialidad del género: la telenovela se vuelve sobre sí misma asumiendo una posición de gozosa crítica. Como dijimos, el verosímil de género avanza sobre el verosímil social. Se incorporan temáticas de actualidad, policiales, suspenso, salud, etc.

Adaptaciones para la comercialización internacional

Ahora bien, no todos los estilos se ligaron en principio a su expansión fuera del continente americano. En este sentido son las telenovelas con mayor impronta estilística neobarroca las que mejor se adaptan a los procesos de mundialización cultural. La yuxtaposición de historias con improntas genéricas de otra raigambre (policiales, cómicas, etc.) pero que no pierden el tono melodramático que caracteriza al género, así como la posibilidad de generar efectos de neutralización (tanto lingüística como espacio-temporal), hacen de este estilo el más adaptable a los procesos de globalización sin perder las características genéricas que le han dado origen.

En esta línea, podemos afirmar que se producen desdibujamientos espaciales y temporales. Así, la contextualización geográfica y/o histórica se omite o tergiversa (imágenes aéreas de ciudades no reconocibles: *El Capo*, Telefé, 2007). Esto no apunta, a nuestro juicio, a otra cosa que a comercializar el producto tal como fue realizado. Se establece una producción más flexible, capaz de programar variaciones cuasi “personalizadas” para seguir el curso de las requisitorias del mercado. Entonces, esta flexibilidad es causa y consecuencia de los cambios estilísticos.

Pero también existe la venta de *formatos*. Es decir, se venden los libros que dejan con puntos suspensivos contenidos a llenar por guionistas locales de las regiones en las que esperan proyectarlos. Así, por ejemplo, el formato *Montecristo* (Telefé, 2006) fue vendido a numerosos países que, convenientemente, incluían las connotaciones identitarias adecuadas a sus contextos. Esta telenovela incursionaba en la temática de los “desaparecidos”

y la apropiación de bebés durante la última dictadura militar argentina. Así, su protagonista femenina resultó hija de desaparecidos y hermana de uno de los personajes centrales de la trama. Este “motivo” nuclear del argumento tuvo que ser convenientemente modificado conforme el país en el que se proyectara. De acuerdo con el gerente de Contenidos de Telefé Internacional, en declaraciones al programa televisivo *El lugar del medio* (Canal 7, 8-5-2007), la propuesta incluía tráfico de bebés o alguna otra problemática relacionada con la identidad que no involucrara dictaduras militares apropiadoras. Según el Informe de la Unesco de 1992, las audiencias prefieren ver programación local antes que extranjera. Por ello se ha difundido esta modalidad de venta de formatos que permiten una adaptación *ad hoc*.

Esta particularidad no es patrimonio de la telenovela. La televisión argentina conoce desde hace algunos años adaptaciones de diferentes formatos, como por ejemplo las *sit com* (*La niñera*, *Casados con hijos*, etc.), que son adaptados a fin de incorporar señales idiosincráticas en sus guiones que permitan alguna identificación por parte de las audiencias. Sin ir más lejos, los *reality shows*, que hoy son los productos más vistos en el *prime time* nocturno, son el resultado de la adaptación de formatos internacionalmente aplicados.

Sobre la venta internacional de productos audiovisuales

Muchos pensadores plantean que las sociedades posindustriales son sociedades en vías de *mediatización*, es decir, aquellas en las cuales las prácticas sociales se ven fuertemente transformadas por la sola existencia de los medios de comunicación masiva. Esto no significa que dominen y estructuren todos los aspectos de su funcionamiento. Ocurre que la *mediatización* opera como precursora del borramiento de la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones.

Una sociedad en vías de mediatización es aquella en la que el funcionamiento de las prácticas, los conflictos, la cultura y las instituciones comienza a estructurarse en relación directa con los medios.

El grado de desplazamiento planetario de esta *mediatización* es sorprendente. Por eso resulta sumamente interesante plantear aquí que las tramas discursivas que impregnarán el funcionamiento societario próximo en una región determinada pueden definirse en una transacción internacional.

Existen las ferias de productos audiovisuales que se realizan en diferentes partes del globo a fin de *intercambiar* productos y/o formatos para distintas audiencias. Nora Mazziotti enumera las distintas instancias en que se dan cita compradores y vendedores: la NAPTE (National Association of TV and Program Executives), que se realiza en enero en varias ciudades de Estados Unidos; “Montecarlo TV”, que se organiza en febrero y apunta a la comercialización de productos audiovisuales para los países de Europa central y occidental; “Discop”, feria de venta de productos para audiencias de Europa del Este que celebró en 2006 su decimoquinto aniversario; el Festival de Dubai, en el mes de marzo, para la venta en países árabes; MIP TV, con sede en Cannes, durante abril; LA Screenings, en la ciudad de Los Ángeles, en mayo; MIPCom, entre los meses de septiembre y octubre, también en Cannes; y MIPAsia, en diciembre, que abarca la compraventa de productos para el sudeste asiático.

Este auge y difusión de telenovelas en distintas latitudes tiene sus explicaciones coyunturales. Se trata de productos seriados que resuelven la programación de una franja horaria por un período más o menos prolongado. Hay que tener en cuenta que la televisión por cable o satélite obliga a la diversificación de ofertas, y estas tiras son *baratas* en términos comparativos por los espacios que llenan. La fijación de los precios no es homogénea, pero en todos los casos su origen latinoamericano proporciona un plus en cuanto al *know how*. Un capítulo de cualquier telenovela implica en otros países sin experiencia en el género un costo de producción que a veces triplica o cuadruplica el de productoras con larga experiencia.

Como dijimos, esto no es más que coyuntural: ya se han iniciado acciones tendientes a que los países con audiencias consumidoras de este género produzcan sus telenovelas. Las estrategias van desde llevarse equipos de producción, pasando por producir o

coproducir en regiones latinoamericanas donde, en razón del tipo de cambio, resulta ventajoso hacerlo, hasta iniciar a sus técnicos en producciones locales.

No es difícil analizar las características del mercado; sin embargo, es más trabajoso desentrañar las razones por las cuales el género resulta exitoso en regiones tan diferentes.

Que aquí propongamos un escueto análisis de producción de cualquier producto comunicacional no significa, de ninguna manera, que estemos en condiciones de hacer inferencias acerca de su recepción. Por el contrario, sostenemos que, más allá de las características que productores y compradores tienen en cuenta al momento de comercializar un producto audiovisual, las posibilidades de fracaso, éxito o superéxito, están mucho más allá de sus más optimistas elucubraciones.

Algunos analistas del género afirman que el éxito se debe a que la telenovela cuenta una historia de amor, que apunta directamente a las emociones, y que esto es *universal*. En este sentido, su mayor virtud se asienta en que moviliza la fantasía y afectividad y no la racionalidad humana. Plantea Nora Mazziotti que *la reivindicación de los débiles*, la reivindicación de las víctimas y de los “otros” característica del melodrama lo vuelve un género no etnocéntrico con un fuerte potencial subversivo. Por ello propone que no se necesita contar nuevas historias: basta con contar una y otra vez las que ya existen en nuevas versiones, porque siempre despertarán emociones.

No ahondaremos en este *potencial subversivo del género*. Sólo diremos que el mismo podría ser puesto en tela de juicio ya que, sin ir más lejos, el final feliz obligatorio, la reivindicación de sus protagonistas y de los desprotegidos se inscribe siempre en las reglas de juego de la sociedad de que se trate. En definitiva, los buenos reciben su recompensa porque, insistentemente, respetaron las conductas socialmente avaladas como *buenas*. Y, dicho sea de paso, la recompensa no es otra cosa que el reconocimiento social de las virtudes socialmente incorporadas (por ejemplo ceremonia matrimonial religiosa).

Como sea, el género es recibido con los brazos abiertos por audiencias de diferentes regiones del globo, y aún estamos muy lejos

de determinar cuáles son los factores culturales que contribuyen a este fenómeno. Pero sí podemos diagnosticar que este negocio circunstancial no será eterno. Aquí, los vaivenes económicos y productivos nos han enseñado que “saber hacer” algo no es para siempre, sobre todo si ese “algo” tiene como condición permanecer en su esencia originaria. Quizá no esté lejos el día en que importemos telenovelas originadas en países cuyos públicos residen lejos de Latinoamérica, y hoy admiran nuestros productos.

Pero más allá de estas instancias comercializadoras, existen variables que estimulan la venta de los productos y que es imprescindible valorar al momento de ofrecerlos. Así, es necesario, en términos de *rating*, que la telenovela sea exitosa en el lugar donde se ha producido.

A partir de allí se desprenden otros negocios conexos: difusión y comercialización del negocio de la música utilizada en la telenovela; giras y actuaciones de los cantantes, actores, e incluso impulso del turismo hacia el país donde transcurre la trama. En fin, una serie de entramados económicos que derivan de explotar el género y su globalización.

Transformaciones en la recepción

Los cambios en la producción y comercialización de las telenovelas no se produjeron de manera aislada. También se operaron —como adelantamos en el inicio de este trabajo— grandes transformaciones tecnológicas que no pueden ser soslayadas al momento de analizar un tipo de producto televisivo.

Los cambios tecnológicos que modifican la forma de ver televisión

No sólo los cambios sociales se ven reflejados en la televisión: también se han dado cambios tecnológicos cuya aplicación contribuye a modificar las expectativas del público respecto de los

productos televisivos. Si bien no es el tema de este libro, no podemos soslayar que estos cambios tecnológicos modifican sustancialmente la manera de ver televisión y, en nuestro caso, de ver telenovelas en nuestros país. Nos referiremos, en este contexto, a tres cuestiones. En primer lugar, al uso masivo del control remoto, que junto con la televisión a color se intensifica a partir del retorno a la democracia. En segundo lugar, a la generalización del *cable*. Por último, al uso de la videocasetera y la opción que la misma ofrece de disponer de un archivo audiovisual propio.

1. Algunos pensadores plantean al control remoto como *el* dispositivo a partir del cual todo telespectador construye su propia grilla de programación, su autónomo (aunque anónimo) relato. Así, el *zapping* se constituye en la herramienta fundamental de ejercicio de la *libertad creativa* de cada espectador, que de esta manera rompe potencialmente las capacidades distractivas de la propia televisión, despojándola del tedio. Liberación del televidente del autoritarismo del emisor para convertir la pantalla en un nuevo evento comunicativo. Aunque quizá no haya sido completamente así, la emisión en color y el control remoto son hoy fundamentales a la hora de “mirar” televisión, al punto de constituirse en imprescindibles.
2. A finales de los ochenta llega la televisión por cable coaxial y, en forma paulatina, el *cable* se masifica. En sus comienzos estaba restringido no sólo a quienes pagasen una cuota mensual –que todavía justificaba sus ventajas– sino que debían domiciliarse en aquellas zonas donde la instalación de este beneficio fuera empresarialmente redituable. A nadie sorprende que esas zonas geográficas hayan sido aquellas donde se asentaban (demográficamente hablando) las familias con mayor poder adquisitivo. Es que para que el *cable* fuera rentable y sustentable en el tiempo, la cuota para acceder a su instalación era sustantiva. No hubo que esperar mucho tiempo. Rápidamente se expandió a otros barrios urbanos y suburbanos y, dado

que se constituyó en un negocio redituable, llegó la competencia entre distintas empresas. Esto redujo los precios de instalación gracias a la masividad de su aceptación.

A partir de esta tecnología se pudo acceder a los canales temáticos –películas, documentales, información nacional e internacional, deportes, arte, telenovelas, *magazines* femeninos, etc.– y a las emisiones de canales de otros países en simultáneo con su público local.

La televisión temática define “verdaderos” *targets* que responden a la lógica de especificidad de la oferta destinada a públicos particulares. Entonces, la televisión *generalista* debió recurrir a toda su inventiva para reducir al máximo la pérdida de audiencia frente a esta oferta temática que amenazaba con dejarla casi sin público.

Con varias empresas que proveían televisión por cable, se inició una nueva competencia con la televisión satelital, con modificaciones específicas pero resultados similares en tanto oferta televisiva.

Ante semejante competencia, los antiguos canales de aire debieron estudiar seriamente sus ofertas.

Recuperemos brevemente el espíritu que postula la televisión abierta o generalista: tiene –a diferencia de los canales de *cable*– que dirigirse a diferentes públicos a lo largo del día; entonces, la franja horaria es más determinante que ninguna otra cosa. Determina el tipo de programación especulando sobre qué tipo de audiencia tiene en los diferentes horarios: infantil, femenino, juvenil, familiar, noctámbulos, etc. Con estas premisas deben generar una programación variada que *capte* esa diversidad sin descuidar la competencia con los otros tres canales (o cuatro si asumimos como competencia a la televisión pública) que van a apuntar a *captar* a los mismos públicos.

En base a estas consideraciones es que Dominique Wolton ha planteado considerar a la audiencia de la televisión abierta como el “gran público”, que no es otra cosa que una construcción teórica, una *ficción necesaria* para

establecer, pautar y analizar políticas audiovisuales de las cadenas televisivas.

Cabe señalar aquí que el negocio de la televisión abierta está en la venta de publicidad, que tiene relación directa con la cantidad y calidad de público que mira la programación del canal. En este sentido, diferente es la impronta comercial de los canales de cable, cuyo espíritu original era sostener el negocio a partir del abono a pagar por los usuarios.

Así, sólo los canales de aire mantienen esa necesidad de emitir programas que se consoliden en audiencias de diferentes edades, grupos sociales, géneros, etnias, etc.

Algunos teóricos consideran que esta modalidad de televisión por cable plantea una *televisión-mundo* que vende una identidad visual, una marca de estilo que crea audiencias globales que comparten los mismos mensajes y gustos con otros semejantes alrededor del mundo; comunidades momentáneas de símbolos globales; particulares conectados al *mundo* aunque probablemente desconectados de su vecindario.

Estas producciones de imágenes globales más allá de las fronteras nacionales, nos obligan a preguntarnos si sus espectadores generan un reconocimiento simbólico que desvirtúa las pertenencias locales, aunque ésa sea una pregunta para otro análisis.

3. Hoy, la televisión abierta es trabajosamente criticada y reflexionada por ella misma; además, cuenta con un caudal de imágenes de archivo que, rigurosamente seleccionadas, nos habilitan a construir sentidos sobre las manifestaciones de cualquier personaje (político, deportivo, artístico o simplemente televisivo). Esta posibilidad, que amplía la expectativa de entretenimiento en una virtual constitución de memoria social, se produce a partir de otro dispositivo técnico que llegó para quedarse (aunque ahora se haya convertido en grabadora de DVD): la *videocasetera*. También en los 80, junto con la masificación de la

televisión color, el control remoto y el *cable*, llega la posibilidad de copiar y almacenar aquellas emisiones televisivas que pudieran interesarnos, sin mencionar que se torna accesible mirar películas de relativamente reciente estreno en la comodidad del living de nuestra casa.

Conservar archivos audiovisuales acarrea innumerables consecuencias, incluso en la propia programación televisiva: en la actualidad se han difundido una serie de programas que se dedican a realizar estas ediciones que actualizan dichos y acciones del pasado en contrapunto con el presente de cualquier personaje mediático. En un principio esta utilización del archivo apuntó a descubrir y demostrar las contradicciones o *actos fallidos* discursivos de los políticos. Seguramente, esto también propició cambios, tácticas y estrategias en la forma de presentarse y hablar de la clase política ante los medios, especialmente la televisión.

A partir de esta posibilidad, hoy la televisión abierta habla de ella misma la mayor parte del tiempo, incluso los noticieros que informan y construyen las noticias, dedican parte (a veces gran parte) de su tiempo a contarnos qué se va a emitir por esas mismas pantallas, sin perder de vista las vicisitudes previas y las expectativas que debemos considerar.

Si el papel socializador de la televisión se debe a su consistente, permanente y extendida acción en la vida diaria, tendremos que suponer que la primacía de estos productos que sólo reflexionan sobre ellos mismos no es otra cosa que lo que la sociedad en su conjunto está dispuesta a mirar.

Todas estas modificaciones tecnológicas contribuyeron, entonces, a conformar un nuevo televidente, que puede elegir entre una enorme oferta de posibilidades de productos televisivos que, además, son accesibles de manera inmediata a través del control remoto.

Existen los canales temáticos que emiten telenovelas de diferentes nacionalidades. Estas propuestas tienen un público seguidor

que, como con otras ofertas temáticas, se deleita y regodea con la re-emisión de programas que, en términos generales, ya ha visto o por lo menos conoce. La posibilidad de elegir un cierto tipo de programas televisivos que se emiten de manera continua, aporta a la construcción de un “público experto” en diferentes clases de programación. Estos “saberes” que habilitan la práctica de ver un especial tipo de producto termina constituyendo una fuerte exigencia para los productores de telenovelas ya que, a partir de un público sumamente exigente, deberán cubrir expectativas cada vez más altas.

Sin ninguna duda estas modificaciones técnicas también contribuyeron a la reacción de las productoras de telenovelas. El público tiene herramientas de selección que ameritan potenciar la calidad de lo que se oferta. Pero como hemos señalado ya, la primera y gran ganancia económica que persiguen estas productoras está en la torta publicitaria que se pueda obtener en el territorio al que, en su concepción, irá dirigida. Y en este sentido es importante señalar que las re-emisiones de telenovelas exitosísimas no han generado tanta masividad en los canales temáticos del cable o la televisión satelital. Tampoco lo han hecho en los mismos canales de aire que las emitieron originalmente.

Es en esta instancia que podemos afirmar que al público argentino de telenovelas lo seduce la historia de amor, con conflictos, vaivenes y promesas de felicidad casi inalcanzables; pero resulta imprescindible que esas historias sean respaldadas por la sincronicidad de la producción que le permita, aunque el margen sea escaso, especular con el final de la historia. En este punto, más allá de las introducciones tecnológicas que facilitan y acomodan la elección del telespectador, al momento de elegir un programa del género que fuere, cada individuo debe sentir la imprescindible convocatoria que sólo una promesa de fuerte interpelación temática puede realizar. Para el público de telenovelas –seguidor del género o atrapado por el tema– es fundamental que exista en la historia algo con lo que pueda identificarse: uno o varios personajes, una o varias situaciones, una o varias injusticias.

Es entonces en el reconocimiento de ciertas injusticias comunes donde, creemos, se asientan los últimos éxitos de este género. Y reconocer ciertas injusticias padecidas es el primer paso para tratar de resolverlas.

Transformación de la mirada sobre la telenovela desde la crítica periodística y el análisis académico

En una interesantísima reconstrucción de lo escrito y producido a partir de las telenovelas, José Luis Petris señala el derrotero que, desde la crítica periodística hasta los análisis teóricos, tuvo este género. Petris recuerda la característica descalificación de la telenovela como un producto irreal, estereotipado, desprolijo, pasatista, chabacano, barato. Hoy, sin embargo –agrega–, las cosas han cambiado, y la televisión, igual que la mayor parte de los géneros populares, se ha vuelto objeto de las preocupaciones teóricas de los académicos.

En sus orígenes, recuperando expresiones y posicionamientos de la crítica periodística, las posturas teóricas remarcaban la concepción alienante y simplista de este tipo de productos audiovisuales. Fue necesario, afirma Petris, que se produjera el “resurgimiento comercial” de la telenovela, su expansión en Latinoamérica y su incursión con éxito en Europa, para que apareciera su reconocimiento teórico como objeto válido de estudio (incluso en el Viejo Mundo).

Ahora bien, esta aproximación teórica a la telenovela no es homogénea y en algunos puntos tiene diferentes objetivos.

Surgida como exponente de géneros populares, la telenovela tiene que ver con las emociones, las pasiones y los afectos. Algunos teóricos que han dedicado muchos años al análisis de estos productos proponen que este género se ha hecho cargo de los sueños, las fantasías y las emociones de grandes sectores de la población, tal como lo propone Nora Mazziotti, probablemente la intelectual que más ha analizado el género en nuestro país.

La venta al exterior en 1989 de una telenovela nacional (*La extraña dama*, producida por Omar Romay) da inicio a esta comercialización. A partir de entonces se favorece la realización

de coproducciones con México, España o Italia, y la consiguiente potenciación de un conjunto de características. En primer lugar, se reafirman componentes básicos del melodrama: familias enfrentadas, pérdida de hijos, enfermedades, hospitalizaciones, intensificándose la polaridad entre personajes buenos y malos. En segundo lugar, se desplaza el enfrentamiento entre ricos y pobres: ni siquiera los criados parecen marcar diferencias culturales con sus patrones. En tercer lugar, se incorporan problemáticas políticas y sociales de actualidad de *relevancia internacional*: sida, cáncer, etc. Se abandona el *costumbrismo* propio del género, lo que se refleja por ejemplo en las escenografías (ya no se trata de conventillos o casas antiguas de barrios populares: se muestran mansiones, aeropuertos, etc.). Se pierden personajes que representaban oficios urbanos característicos, y que —cabe señalar— se recuperan en otro género: la telecomedia costumbrista. Finalmente, el lenguaje es neutro, despojado de una cultura particular que lo alimente.

En síntesis: las coproducciones proponen una conformación de género transnacional que se alimenta de las formas más tradicionales del melodrama desterritorializando las historias. Estas características de los productos transnacionales pueden producir un efecto de distanciamiento que surge de la modalidad exigida por los productores, que no es otra que la que demanda el mercado internacional. Hasta qué punto ese distanciamiento involucra una escasez (en el mejor de los casos) o una falta absoluta (en el peor) de identificación por parte de los espectadores, es tarea de la investigación desde el punto de vista de la recepción. Creemos que sin esa identificación que involucra empatías identitarias, difícilmente pueda construirse un producto vertebrado por improntas populares; en cambio se trataría de un producto comercial que utiliza esquemas genéricos que no aportan a la mirada especular donde el reflejo devuelve algo —por mínimo que pueda parecer— de quien está observando.

Con esta concepción es que hoy, desde el análisis académico, podemos sostener que la telenovela, aunque masiva, comercial e industrializada, es, por sobre todo, una manera de apreciar una porción de un mundo mucho más vasto e inabarcable, que nos confirma la propia existencia.

Telenovela y democracia en los 70

Hace veinticinco años se recuperó la democracia en Argentina. Pero sería impropio comenzar a contar los cambios a partir de ese momento. Hay marcas, huellas, detalles y derroteros que marcaron la televisión argentina antes de esa fecha, y, sin ninguna duda, esas características dieron forma a la programación televisiva que vino después. Y si bien tenemos especial interés en recuperar cómo el público de la telenovela argentina del último cuarto de siglo establece una manera particular de considerar el pasado social en torno, especialmente, a su posible participación o desidia en los acontecimientos autoritarios en diferentes períodos, para llegar a esta instancia debemos considerar en principio cómo los productos televisivos empezaron a “representar” la realidad previa a la toma del poder por las Fuerzas Armadas en 1976.

Ya dijimos que al mismo tiempo que la televisión nació la telenovela, a la que llamaban originalmente “teleteatro”. Desde su origen podemos señalar que fue considerada un *género menor*, de segundo orden, que se emitía en el horario en el que las “amas de casa” habían completado los quehaceres diarios y podían, entonces, descansar esa media hora y perderse en las historias de amor de sus congéneres, viendo plasmados *sus sueños*, que no hubieran podido soñar de otra manera, tal como plantea Celia Alcántara.

Y justamente por estar pensado para esa mujer que dispone tan sólo de media hora, quizá no todos los días de la semana, es que aquel teleteatro de mediados del siglo XX contemplaba la posibilidad de que sus televidentes se colgaran en la historia en cualquier momento y pudieran entenderla sin mayores problemas, más allá de las intrincadísimas tramas que se internaban en un pasado ignominioso. Ésta es una de las claves del género que producen “adicción” según sus detractores: todo podría culminar en el episodio del día pero sin embargo, cada cierre de capítulo tiene una revelación o una amenaza que puede cambiar el curso de la historia, o de la vida...

Con estas consideraciones transcurría el género desde su inicio, aunque siempre cubriendo las expectativas de su público, todavía mayoritariamente femenino en los años setenta.

En un contexto político de características muy especiales, con el Decreto 1.761 del 8 de octubre de 1973, el Poder Ejecutivo —a cargo de Raúl Lastiri— declara el vencimiento de las licencias de los canales 9, 11 y 13. Se inician en los canales televisivos porteños nuevas modalidades de emisión.

En este contexto, Irma Roy, actriz argentina protagonista de la telenovela *Simplemente María* (Canal 9, 1967), ya encaramada en su carrera política, pasa a Canal 13 haciendo la siguiente declaración a la revista *Siete Días*: “Los teleteatros que se hacían hasta ayer eran estupidizantes; no era casual, participaban de un sistema. En algunos órdenes se ha mejorado, pero todavía no ha llegado el proceso de liberación a los canales de televisión en tanto y en cuanto son entes privados sin regimentación estatal”. De esta manera una heroína indiscutida del género que nos ocupa plantea el carácter alienante del *teleteatro*, eso sí, con la optimista visión de que el Estado puede modificar las consignas de los sistemas de dominación. Debemos señalar aquí que no se trata de una mirada ingenua de la actriz: existía una fuerte corriente optimista en este mismo sentido y esto se había visto claramente en las propuestas políticas de fines de los sesenta y comienzos de los setenta en estas latitudes. Éste era el clima con que el Sindicato Argentino de Televisión, la Asociación Argentina de Telegrafistas, Radiotelegrafistas y Afines, el Sindicato Único de Trabajadores del Espectáculo Público, APTRA (Asociación de Periodistas de Televisión de la República Argentina), el Sindicato Único de Publicidad y la Asociación Argentina de Actores acompañaron las medidas relativas a la intervención en los canales televisivos.

Por otro lado, como siempre, existen expresiones de desasosiego frente al *monopolio oficial de la radio y la televisión*. Las mismas se expresan en las notas editoriales de medios gráficos como *La Prensa* o *The Buenos Aires Herald*.

También en 1973 se emite por Canal 13 la segunda temporada de *Rolando Rivas, taxista*, escrita por Alberto Migré, que consigue un éxito inusitado en el *prime time* nocturno. Recordemos que, hasta ese momento, la telenovela se exhibía en horario vespertino o incluso, matutino. Protagonizada por Claudio García

Satur y Soledad Silveyra, *Rolando Rivas...* marcó un hito en la historia del género y, sin duda alguna, en la de la televisión argentina. Recogiendo un típico personaje porteño, cumplió con todos los requisitos del género. Se centró especialmente en la estructura familiar del protagonista, que contra viento y marea logra sobrellevar diferentes avatares del contexto social y económico en el que se plantea la trama.

Recordemos algunos de los personajes secundarios que cumplen papeles decisivos en más de un sentido: la hermana mayor del protagonista lleva adelante toda la casa ubicada en el porteñísimo barrio de Boedo, que recupera en su estética el patio central y las habitaciones circundantes del diseño de propiedad horizontal tan popular mediado el siglo XX. La cuñada, personificada por Leonor Benedetto, mujer sensual y desprejuiciada que vive en la habitación de arriba, genera más de una fantasía en el personaje principal y en el público masculino; viuda, ya que su marido (hermano de Rolando) muere en un enfrentamiento armado con la policía... Vale la pena repetirlo: corría el año 1973 y, si bien la telenovela plantea la actitud del hermano de Rolando como irresponsable y errónea, no deja de marcar una realidad que, en muy poco tiempo, signará la historia argentina. Ya vimos en un apartado anterior que este *estilo moderno* de telenovela incorpora hechos y situaciones de la realidad de la sociedad que la produce, logrando una mayor identificación del público, al menos con el contexto social que el universo que el relato propone.

Rolando Rivas, taxista merece algo más que unos pocos párrafos en la historia del género, pero aquí tan solo haremos una reseña de lo que se vio en los años previos al golpe militar en materia de telenovelas, sin perder de vista el contexto político de censura, intervención estatal y resistencias empresariales.

Hacia fines de julio de 1974, la jefa de Estado, María Estela Martínez de Perón (presidenta de los argentinos desde el 29 de mayo, fecha en que el general Perón delegó esa función en su vicepresidente) firma el decreto N° 340, que amplía los alcances de la intervención estatal en las emisoras, afectando también a las productoras Proartel, Telecenter y Telerama.

Ese mismo año, entre otras muchas realizaciones de ficción, Alberto Migré escribe dos telenovelas que irán semanalmente a las 22 horas: *Dos a quererse*, protagonizada por Claudio García Satur y Thelma Biral, y *Mi hombre sin noche*, con Arnaldo André y Soledad Silveyra. Resulta interesante la propuesta de esta última, en tanto se trata de un hombre que mató por celos a su mujer y, mientras cumple la condena correspondiente, se le permite salir a trabajar extramuros. *Mi hombre sin noche* fue interrumpida por las autoridades, que no permitían la permanencia simultánea en el aire de dos programas del mismo autor.

La tarde televisiva transcurría con programas periodísticos, *magazines* (género reciente con preponderancia de noticias de espectáculos) y pocas telenovelas. Con este marco, la ley de expropiación de los tres canales intervenidos en la Capital Federal, además de Canal 8 de Mar del Plata y el Canal 7 de Mendoza, aún no se efectivizaba, y los ex dueños seguían un proceso judicial.

El mismo Migré propone –también en horario nocturno– la famosa telenovela *Piel Naranja*, protagonizada por Arnaldo André y Marilina Ross. El personaje principal masculino es un inmigrante paraguayo que acierta a enunciar en guaraní varias expresiones que se popularizarán ampliamente. Esta telenovela alcanza también un *rating* asombroso. En su último capítulo mueren los dos personajes protagónicos en una especie de recuperación de la tragedia shakespeariana. Esta vuelta de tuerca, que involucra mucho más que un revés en la historia, provocó críticas, reproches y sinsabores de parte de un público que no pudo conjugar el peor final y telenovela.

Es que, como dijimos ya respecto de la categorización genérica, lo importante de un género (televisivo o no) es que el público pueda, sin temor a equivocarse, realizar algunas predicciones respecto de la historia que van a contarle. En el caso de la telenovela el final feliz es fundamental; de lo contrario deja de cumplir las expectativas de género socialmente sostenidas y resulta un fraude, una falta de consideración hacia el público, que pacientemente acompañó a los protagonistas en su pelea para lograr la felicidad, y en cambio los ve morir dolorosa y patéticamente en el último minuto de programa.

Piel Naranja brindó una lección no sólo a su autor —que supo capitalizarla— sino a todos los productores de telenovelas, que de ahí en más aprendieron qué errores pueden cometerse.

Pero traspolando la situación de la telenovela al contexto social que lo produce, podemos destacar que esta “rebelión” del autor que pretendía torcer la tendencia del final feliz, tenía un basamento bien firme en las diferentes tendencias rebeldes que, con diferentes ideologías y métodos, se estaban imponiendo en la sociedad setentista. No debería pasar inadvertido, conforme nuestra propuesta inicial, la intensidad con que los géneros televisivos, especialmente la telenovela, se impregnan del *tono de época* en el cual es producida. En tanto diferentes dirigentes plantean cambios revolucionarios en cuanto a los sistemas económicos y sociales, también desde lo mediático se proponen cambios en la base misma de las convenciones de género, aunque luego fracasen. Así, se planteó el peor final para una pareja que se ama apasionadamente y transgrede las reglas sociales de la fidelidad conyugal; o también, que un hombre condenado por un crimen aberrante pueda resultar no sólo “recuperable” sino un verdadero héroe que se enfrenta a las adversidades que la vida le presenta.

Y en este sentido, no es menos llamativa la propuesta de las telenovelas previas al golpe de Estado de 1976 respecto de sus protagonismos masculinos (aunque aún con cierta relevancia de la primera actriz). Aquí se proponen, en general, hombres que enfrentan la rutina cotidiana con enorme esfuerzo y decisión, aunque todas las predicciones y designios se hallen en su contra. Vemos que el verdadero heroísmo de los primeros años setenta tiene que ver con enfrentar una vida adversa y resolverla evitando lastimar a terceros. No se negaba completamente la inspiración revolucionaria que desde los sesenta vivían las sociedades occidentales, pero la propuesta clara de resarcimiento estaba en la responsabilidad individual que nuestro héroe debía asumir en una muestra de madurez cívica intachable.

Así es como a partir de estas entregas se puede plantear el auge del *estilo moderno* que, como ya hemos visto, define Oscar Steimberg: ese estilo que establece un contexto social con

situaciones y acontecimientos que pretenden retratar la realidad. Esta incidencia de la vida real no tiene, todavía, efectos en el eje central de la trama; en cambio, sí aporta a la identificación de un público amplio con aquellas historias secundarias que involucran personajes y paisajes urbanos fácilmente reconocibles. Como fuere, esta “realidad ficcionalizada” no intervendrá directamente en los avatares que deberá padecer la pareja protagónica, de manera tal que ese “realismo” que se propone termina siendo quebrado por la imposición de las características del género.

1976-1983: El “ser nacional” en la pantalla chica

A partir del golpe militar de marzo de 1976, los canales de televisión de la ciudad de Buenos Aires se reparten entre las Fuerzas Armadas. Con este complejo escenario de intervenciones y autoritarismo, la televisión argentina cumple 25 años de vida. Empieza a circular de boca en boca la lista de famosos prohibidos confeccionada en Córdoba, en la sede del Tercer Cuerpo de Ejército, liderado por el general Luciano Benjamín Menéndez. En esa lista figuran Emilio Alfaro, Mercedes Sosa, Horacio Guarany y muchos otros que no podrán aparecer en la televisión ni actuar en ningún teatro del país, aunque la confirmación de la existencia de la lista será posterior.

Ese año, y a modo de homenaje a la televisión por sus 25 años, se emite por Canal 11 un programa especial conducido por Pinky (Lidia Satragno). Mientras tanto, se exportan a Los Ángeles, Estados Unidos, programas como *Carminha*, *Pobre Diabla*, *Papá Corazón*, *Me llaman gorrión* y *El show de José Marrone*.

El Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), creado en 1972, pasó en el inicio de la última dictadura a depender del Poder Ejecutivo Nacional. Si bien desde los comienzos de la producción televisiva se ejercieron diversas formas de control sobre el material exhibido o a exhibir, a partir de 1976 las presiones a los canales se materializaron de manera diferente. Mediante una serie de *orientaciones*, *disposiciones* o *recomendaciones* se hace sentir la

injerencia gubernamental en la programación televisiva. Veremos que estas limitaciones involucran especialmente a la telenovela, aunque alcancen a toda la producción y emisión televisiva.

A partir del traspaso de la posesión de los canales televisivos a las Fuerzas Armadas se redujeron considerablemente los recursos de financiación de este medio de comunicación, mientras otros países latinoamericanos ingresaban a la etapa industrial que los catapultaría luego a los primeros puestos en producción y comercialización de telenovelas latinoamericanas para todo el mundo. Es el caso de TV Globo de Brasil, de Televisa de México y de Radio Caracas Televisión y Venevisión de Venezuela. A modo de ejemplo, recordemos que en 1979 Televisa realiza la telenovela *Los ricos también lloran*, protagonizada por Verónica Castro, que será comercializada en más de 127 países. En Argentina, en cambio, el desmantelamiento industrial del país se evidencia también en lo que respecta a la producción televisiva.

En cuanto a la incidencia de la administración militar en el género, la cantidad de telenovelas que se emiten se reduce considerablemente. Según Alberto Migré, en 1976 todos los canales emitían tres *teleteatros* a la tarde, uno a la noche y algunos unitarios. De pronto desapareció toda esa producción para dar ingreso a los *enlatados*, al tiempo que las notas periodísticas publicadas en las revistas del espectáculo y los diarios de circulación masiva planteaban la crisis del género: *Radiolandia*, revista emblemática del espectáculo originalmente ligada a la radio que rápidamente supo adaptarse a la vida televisiva, se atreve a anunciar la *definitiva decadencia* del género en su número del 15 de julio de 1977; *Vosotras* afirma que el *teleteatro* ya “empieza a cansar” y que está en terapia intensiva en julio de 1979; *La Nación* plantea, el 6 de agosto de 1978, la crisis de un género que en otras épocas –dice– había tenido “momentos de verdadero esplendor”.

Como se ve, la profecía autocumplida que parecía instalarse sobre la telenovela desde la crítica periodística refiere a la agonía de un género que alguna vez había sido representativo. Sin embargo, recordemos que otras críticas periodísticas habían planteado su decadencia desde el mismo momento de su gestación. En este

punto recogemos la autocrítica de Pablo Sirvén, quien hacia 1996 sostuvo que durante muchos años los críticos se habían equivocado frente a los teleteatros, habían errado en la percepción global de su naturaleza, y a partir de esa conceptualización equivocada habían terminado orientando sus críticas específicas a novelas determinadas en un sentido siempre y forzosamente negativo. Y aquí debemos hacer especial mención a la recurrencia del género, sí, pero del metadiscursivo, en este caso las críticas periodísticas. El 20 de abril de 2006, en su número 406, la revista *Veintitrés*, con el título: “Ojo con el culebrón” y la firma de Josefina Licitra, advierte que, según “un estudio científico”, mirar telenovelas “reduce las capacidades cerebrales”. Algunos meses después llegará *Montecristo*, que se emitirá por Telefé a las 22 horas de lunes a jueves, y que será más que aplaudida, premiada y aclamada por la crítica por abordar el tema de los bebés apropiados durante la última dictadura militar.

Entonces, queda claro, la repetición no es una característica exclusiva de la telenovela: también la crítica se repite cada tanto tiempo... Como sea, estas apreciaciones respecto de una crisis de género no son meras invenciones. El punto, en realidad, era que las producciones nacionales (no sólo las telenovelas) eran desactivadas durante la dictadura militar. Esto no expresa otra cosa que las consecuencias de un proceso de desindustrialización que se inició con la toma del poder por parte de las Fuerzas Armadas y que tuvo varios frentes de operaciones: el recorte de inversiones, la reducción del ritmo de producción y, en otro plano, la censura directa.

A modo de ejemplo, podemos señalar que durante 1977 un total de 45 series norteamericanas ocupan la programación. Recordemos algunas como *La mujer maravilla* (13); *La mujer biónica* (13); *El hombre nuclear* (13); *Stasrsky y Hutch* (11); *Kojak* (7). Señalemos además que el COMFER había dictado reglas inflexibles respecto de la violencia en la pantalla televisiva pero misteriosamente la emisión de estas series no entraba en su órbita.

En 1978 se emite por la pantalla de Canal 9 la telenovela *Un mundo de veinte asientos*, protagonizada por Claudio Levrino y Gabriela Gilli, que retoma algunos rasgos retóricos que había utilizado *Rolando Rivas, taxista*. Esta vez se trata de un colectivero, otro

oficio porteño incuestionable. Sin embargo, aquí, ese realismo que se colaba en las historias ciudadanas se diluye para darle cabida a un costumbrismo que tiene fuertes rasgos rutinarios despojados de aristas que puedan remitir a un momento histórico determinado.

Pese a los anuncios de crisis, ese mismo año se pasan varias telenovelas como *Vos y yo, toda la vida*, con Arturo Puig y María del Carmen Valenzuela; *Una promesa para todos*, con Alberto Martín y Leonor Benedetto, y *Mi hermano Javier*, con Claudio García Satur, además de algunas producciones nacionales de otros géneros; pero las limitaciones económicas y las restricciones temáticas impuestas por las autoridades militares se hacen sentir cada vez con mayor ímpetu. Los *enlatados* se apoderan de las pantallas argentinas. Para apoyar la estrategia, la crítica televisiva propone (consciente o inconscientemente) la crisis de la telenovela como principal motivo de la particular coyuntura. Ese año ninguna otra emisión televisiva se acercará a los niveles de *rating* que tienen los partidos que disputa la selección argentina en el campeonato mundial de fútbol. A modo de ejemplo, el partido Argentina-Perú, jugado en la ciudad de Rosario, alcanza los 84 puntos.

A partir del ingreso irrestricto de productos seriales, en su mayoría norteamericanos, se producen episodios de fuerte censura al género *telenovela*. De marzo a abril de 1980, la Secretaría de Información Pública (SIP) emite varias recomendaciones sobre el *teleteatro* tomando en cuenta aspectos intrínsecos de las temáticas y formas de narrar del género. Sobre la *trama narrativa*, la SIP aconseja que el relato se limite a contar *una* única historia central sin tramas paralelas, lo que hoy llamamos historias secundarias y que –conforme hemos visto en los primeros setenta– eran las que conferían las características propias de época con su correspondiente implicancia social y política. La mayor cantidad de límites se fijan sobre los *contenidos* de las historias: no se deberán mostrar parejas desavenidas, siempre se optará por presentar ejemplos que sustenten la *moral*, que establezcan mensajes positivos y no exhiban conflictos sociales, particularmente no deberán incluirse aquellas fórmulas remanidas que expresen las marcadas diferencias sociales de los protagonistas.

También se recomendó que las historias no fueran muy extensas, y que la creatividad autoral incluyera en los contenidos la marca, la huella ineludible de la *epopeya nacional* protagonizada por todo el pueblo argentino a instancias de las Juntas Militares que lo guiaban en la *gesta* contra la *subversión*. Pero incluso cumpliendo con todas estas recomendaciones de la SIP, se estableció que cada canal no podría exhibir más de dos telenovelas diarias, salvo que se incluyera una tercera que hubiera sido vendida al exterior. Esta limitación incluía además que no se emitieran los programas uno a continuación del otro.

Incluso con estas restricciones, ese mismo año 1980 aparecieron en pantalla algunas telenovelas que, de alguna manera, aportan a nuestra perspectiva del género. *Rosa de lejos* (ATC), protagonizada por Leonor Benedetto, es una *remake* de *Simplemente María* que gana ampliamente la franja horaria del mediodía y recupera claramente una epopeya: la de su protagonista femenina que logra el ascenso social a partir de la inquebrantable voluntad de formarse, trabajar incansablemente y contar con una enorme paciencia para esperar que su esfuerzo dé frutos. Convertida en empresaria y mujer ejemplar, esta inicial madre soltera dará el ejemplo a millones de argentinas, tal como lo había hecho su predecesora Irma Roy varios años antes.

Estación terminal (Canal 9), primer teleteatro emitido en color, ocupa el horario vespertino y constituye una obra coral del tipo de las *soap operas* norteamericanas (aquellas telenovelas auspiciadas por famosas marcas de jabón de tocador). Por la noche *El Rafa* (Canal 9), protagonizado por Alberto de Mendoza, Alicia Bruzzo y Carlos Calvo, tuvo un éxito inusitado. Y aquí aparece la contraparte masculina: un hombre maduro y trabajador que se sobrepone a la tentación impura, aunque no sin dificultad. Como vemos, por entonces todo era aceptar el destino y sobrellevarlo con honor de la mejor manera posible ya que no existían alternativas.

Más allá de que se respetaron estas pautas, las autoridades siguieron pensando que la propia estructura de la *telenovela* era ofensiva. Por eso, en septiembre de 1981 la SIP informa sobre un *estudio* detallado de la programación televisiva y los contenidos de los *teleteatros*.

El informe plantea que el tiempo de emisión diario de este género va desde el 6% (Canal 13) al 20% (Canal 7), los productos estaban orientados por ideas centrales que *indudablemente* iban en contra de principios básicos morales de nuestra población. Además los personajes principales rondaban el amor libre, el embarazo, el aborto, el concubinato, el adulterio, la frustración, la tragedia, el fracaso. Por todo ello se obliga, una vez más, a reducir la emisión de *teleteatros*, y para aquellos que tuvieran un contenido *conflictivo* se establece la obligatoriedad de presentarlos a partir de las 22 horas.

Aquí es importante señalar que, efectivamente, la crítica periodística no hizo otra cosa que aportar argumentos a la censura estatal ya que, como hemos visto, siempre consideró al género como menor, irreal, poco creíble y chabacano. Recordemos brevemente algunos títulos de notas sobre el género aparecidas en medios gráficos de la época: “Lágrimas bajo sospecha” (revista *Somos*, 30-7-1982), “El arvesado cuento de la bonísima pipa” (*La Prensa*, 4-11-1981). Así, vemos cómo el periodismo construye y contribuye a construir un imaginario negativo sobre el género que impide reflexionar sobre la significación que su éxito puede tener. Y esto puede afirmarse especialmente porque (no perdamos de vista un dato esclarecedor) en tanto las telenovelas de manufactura argentina eran cuestionadas, limitadas o definitivamente censuradas, las pantallas se deleitaban con las series norteamericanas y su propuesta de mundo que incluía una fuerte cuota de violencia, destructividad –tiros, explosiones, choques, etc.– y *deber ser* occidental, liberal y cristiano.

Por supuesto que la *telenovela* no era el único blanco de la censura: varias comunicaciones *no escritas* de la SIP imponían que no se hicieran comentarios en los noticieros respecto del mercado cambiario ni su evolución, a lo sumo se podía dar información sobre el valor de las cotizaciones. Se cortan escenas de películas como *Dos mujeres*; nuestro *Capitán Piluso* tiene que aparecer en pantalla sin su honda y le quitan el traje de marinero a *Coquito*. En septiembre de 1982 circula la orden de la SIP que prohíbe informar o comentar hechos considerados subversivos, reclamos de las Madres de Plaza de Mayo, procesos judiciales relacionados con estos temas y casos de

desaparecidos. También se obliga a los canales a emitir los viernes a las 22 programas para *cultivar* la ciudadanía, pero la experiencia tiene bajísimo *rating* y dura sólo dos meses.

Respecto de los cambios en el dispositivo tecnológico, el 19 de mayo de 1978 se inaugura el Centro de Producción de Programas de Televisión en Colores Argentina 78 Televisora S.A., con la presencia de Jorge Rafael Videla en las instalaciones de Figueroa Alcorta y Tagle de la ciudad de Buenos Aires. Se crea también, a partir del Canal 7, ATC (Argentina Televisora Color), que transmite, con todos los matices que el prisma permite, la ceremonia de apertura y los partidos del Mundial de Fútbol que se disputa en Argentina, aunque recién a partir de 1979 se pudo ver televisión en colores en nuestro país.

Disciplina, reflexión y juego

Si bien la democracia llega el 10 de diciembre de 1983, todo ese año es vivido con la algarabía propia del retorno al sistema político que signa a Occidente desde hace siglos. Esta disposición se percibe en el aire y se plasma en la compra de televisores color. Recordemos que el público argentino recién pudo acceder masivamente a este “lujo” en 1981 y que los costos de los aparatos eran prohibitivos. Sin embargo, y pese a las inflaciones galopantes y las trepadas imparables del dólar, los argentinos salieron a comprar aparatos de TV para ver en color. Este mercado de televisores crece, entre 1980 y 1983, 1.100%, un incremento que, por poner algunos ejemplos, en Brasil llevó diez años, en Gran Bretaña ocho y en Japón cinco.

Creemos que la necesidad de incorporar el cambio en los hogares con tanta avidez es consecuencia, casi directa, de la expectativa por el cambio en el sistema político. El color en las pantallas próximamente democráticas de la República Argentina no era otra cosa que la síntesis, la suma, el cúmulo de todas las esperanzas que en los últimos años veían oscurecido su futuro, metafóricamente hablando. Pero dado el cambio fundamental que implica el retorno a la democracia, resulta relevante hacer, aunque más no sea, un paneo por la oferta televisiva de la época, especialmente teniendo en cuenta las restricciones y limitaciones que el gobierno militar había impuesto.

De quién es la televisión

Aún en 1983, los militares insisten en censurar totalmente o recortar algunas emisiones televisivas, pero lentamente las decisiones en los canales van pasando de los militares a los técnicos. El plan de la cúpula castrense era privatizar los medios y crear nuevas ondas radiales y televisivas, pero eso chocaba con el controvertido inciso “E” del artículo 45 de la Ley 22.285 de Radiodifusión, que impide a las empresas periodísticas presentarse a los concursos abiertos. La justicia

suspende la licitación de Canal 9 y Radio Belgrano haciendo lugar a un reclamo de AEDBA (Asociación de Editores de Diarios de Buenos Aires), pero en octubre se reanudan los concursos. Se otorga Canal 2 a Hit Producciones por un total de 1.300.000 dólares, y el 25 de octubre (cinco días antes de los comicios que llevarán a Alfonsín al sillón de Rivadavia), por decreto 2.776 se otorga Canal 9 a Alejandro Romay, asociado con José Scioli y Héctor Pérez Pícaro, por 4.800.000 dólares. Las licitaciones de los canales 11 y 13 son suspendidas.

Ya durante el gobierno radical cambian algunas caras en las pantallas televisivas. En este punto hay posiciones encontradas sobre los motivos de estos cambios. Para algunos se trata de *prohibiciones expresas* del “nuevo poder” televisivo; para otros sólo son problemas de *caché*. Cada contrato que llega a su fin y no es renovado se presenta a la opinión pública como un intento de censura. Sin embargo, lo que se plantea desde los propios canales es un recambio.

La televisión argentina se llena de programas de debates con escenografías mínimas que traen a la pantalla a periodistas como Mario Monteverde, Mona Moncalvillo, Horacio Salas, Enrique Vázquez, Eduardo Aliverti, Hugo Gambini, etc. Estos programas tendían a contextualizar la realidad política por la vía discursiva a través de un amable y hospitalario anfitrión que permitía al espectador ubicarse en el novel sistema político. De esta manera, la participación ciudadana que habilita la democracia es vivida en 1984 por la pantalla televisiva. El 3 de julio se emite el primer especial que la democracia dedica al tema de los *desaparecidos* titulado *Nunca más*. Para connotar la reacción que esto produce en los círculos militares baste señalar que en el mismo momento de su emisión estalla en las instalaciones de Canal 13 un explosivo.

El otro programa periodístico que hizo historia es el debate protagonizado por el canciller Dante Caputo y el senador Vicente Leonidas Saadi, quienes, coordinados por el periodista Bernardo Neustadt, expusieron sus puntos de vista acerca del plebiscito sobre la aceptación de la propuesta limítrofe del Canal de Beagle. Resultó un esperanzador prolegómeno para las también esperanzadas aspiraciones argentinas en cuanto a la participación, al menos como espectadores, de los debates políticos futuros.

Se acentúa la tendencia a producir programas periodísticos, quizá porque el público tenía una fuerte apetencia por saber qué estaba pasando y cómo pasaba, producto de la abstinencia forzada de informaciones políticas a la que lo había sometido el poder militar. En ATC Hugo Paredero y Horacio del Prado procuran en *Nos estamos viendo* un espacio de crítica a la televisión. Constituyen así el antecedente de los programas de reflexión de la televisión sobre ella misma que hoy ocupan buena parte de la emisión. Sólo que en este caso no se reproducían imágenes de otros programas; munidos solamente con la palabra que propone un enfoque académico sobre los contenidos televisivos, el ciclo no encuentra sustentación y muere.

Ya en 1986, y pese a los reclamos insistentes (y más de una vez exitosos) de algunas agrupaciones religiosas que consiguen que el COMFER suspenda preventivamente el tratamiento de temas sexuales en televisión, éstos son abordados en los programas de la tarde, dirigidos al ama de casa de la mano de María Luisa Lerer en *Veinte mujeres* (ATC), magazine conducido por Fernando Bravo, que en retrospectiva resulta un antecedente inequívoco de los *talk shows* que llegarán después. El COMFER también intervendrá en el asunto de la emisión de películas por televisión abierta y, recurriendo a la Ley de Radiodifusión procesista (que sobrevive hasta nuestros días) evitará que se sigan pasando filmes como *Asesinato en el Senado de la Nación* —emitido con numerosos cortes por Canal 11—, *La profecía*, por Canal 13, o *El desquite*, por Canal 9.

Se instala en la cima de *rating*, que no dejará por varios años, el programa de preguntas y respuestas *Seis para triunfar* (Canal 11), conducido por Héctor Larrea, que crea un verdadero estilo de conducción que llegó a los 48 puntos. El retorno a la democracia se produce, entonces, de la mano de los programas periodísticos que analizan la realidad política para un público que había perdido el entrenamiento, de los de juegos con premios de todo tipo —apoyando la teoría de que la risa es el mejor de los remedios— y, por supuesto, de programas de deporte.

ATC pone en el aire por primera vez el miércoles 1° de abril de 1987, entre las 13 y las 14.30 a Susana Giménez, ya con su famosa cortina musical. Programa que con mínimos cambios,

especialmente de canales y horarios, hasta el día de hoy ocupa la pantalla de la televisión abierta con un nivel ininterrumpido de *rating* que no puede ser sino producto del reconocimiento y satisfacción de un público al que las innovaciones difícilmente le apetezcan. Ese mismo año y por ese mismo canal, aparece *Hombres de ley*, protagonizado por Federico Luppi, Rubén Stella y Norberto Díaz, en la piel de tres abogados que en cada capítulo deberán hacer frente a situaciones judiciales en las que emergen algunas contradicciones humanas en un estilo intimista que favorece la reflexión, especialmente en cuanto a la aplicación de justicia —que tanto se reclamaba— se refiere.

Sobre el género informativo, algunos autores señalan que surge por esta época una nueva manera de contar las noticias cuyo precursor fue el noticiero *Nuevediarío* (Canal 9), a partir de integrarles emoción y nervio, aunque sea con impostación y sobreactuación. Homenaje especial merece en este sentido el periodista José de Zer, que hizo escuela del arte de correr y jadear delante de una cámara imprecisa y zigzagueante que lo seguía invariablemente y a como diera lugar. No se trata sólo del modo de narrar las noticias sino también de que se explicita el acto de “fabricación de la noticia”, ya que no siempre lo que se cuenta es un hecho de la actualidad por fuera de la narración periodística, aunque así pretenda hacerlo parecer.

Para neutralizar el *zapping*, los canales usan diferentes estrategias: *flashes informativos*; algún dibujo animado, como por ejemplo *Mordillo*, utilizado por Canal 13... Pero el *zapping* había llegado a la televisión argentina para quedarse y para hacer posible el ejercicio de la libertad del televidente, aunque más no sea durante la tanda publicitaria.

La transición democrática en la telenovela

En cuanto a la telenovela, éste es el período en que se inicia la saga que catapultará a Andrea del Boca a la cima del protagonismo femenino algunos años después. *Los cien días de Ana* (ATC), que protagoniza junto a Silvestre, también significará su primer

romance promocionado con bombos y platillos, ya que a ojos vista, la niña tierna y conmovedora se ha transformado en mujer... No es menor la consideración de que esta es una niña, una adolescente, que, más allá de cualquier cuestionamiento, se convertirá en mujer de la mano del protagonista masculino. Estas metáforas de formación y con-formación aparecen reiteradamente en este período, tal como lo veremos más adelante.

Pero también se gestan otros equipos que serán catapultados a una fama consistente y duradera. Canal 11 pone al aire *Amor gitano* con Arnaldo André y Luisa Kullioik, quienes un año más tarde harán *Amo y señor*, la telenovela que, cachetazos y sacudones mediante, dará que hablar a diferentes sectores de la sociedad, constituyendo un claro exponente del “tono de época”. En 1984 se emite por Canal 13, los domingos a la noche, *Historias de un trepador*, una telecomedia escrita por Hugo Moser y protagonizada por Claudio García Satur. A partir de la composición que Guillermo Francella realiza aquí de un asesino a sueldo, este actor inicia un camino hacia la fama como comediante, aunque ese papel tenía ciertas aristas dramáticas que lo hacían especialmente complejo y asimilable a las oscuras figuras que se convertían en mano de obra desocupada desde 1983.

No vamos a detenernos aquí en cada programa televisivo exitoso durante este período. Sin embargo, el personaje de asesino a sueldo asociado al poder económico de las empresas (las verdaderas vertientes del poder a partir del experimento neoliberal instaurado por Martínez de Hoz en 1976) no deja de ser una parodia de la realidad argentina. Ello unido a la circunstancia de que la lucha de conciencia que tiene que enfrentar el protagonista (ni más ni menos que el *trepador*) en cuanto a qué valores está dispuesto a deponer para obtener una mejoría económica en su vida constituye un anticipo ficcionalizado de lo que el neoliberalismo ofrecerá en los años 90 en cuanto a la necesidad individual de definir la propia identidad mediante un proyecto reflexivo y autónomo que no piensa los grupos sociales.

Más allá de lo que se proponía desde los medios gráficos, la *telenovela argentina* resulta prolífica en este especial período. En

1984 se realizan por lo menos ocho producciones que se emiten por todos los canales y horarios posibles. Entre ellas, la tira sensación de la temporada, y un hito fundamental del género, será –ya lo dijimos– *Amo y señor*, emitida por Canal 9 antes de que éste pasara a manos de Alejandro Romay. Protagonizada por Arnaldo André y Luisa Kullliok, se trata de una historia que “homenajea” a *Lo que el viento se llevó*.

Arnaldo André es Alonso Miranda, un recio y valiente hombre adinerado de Puerto Caliente. Luisa Kullliok es Victoria Escalante, última generación de una familia venida a menos que está a punto de perder sus plantaciones. Esta mujer soberbia y orgullosa será sometida y domada por el protagonista masculino a fuerza de sopapos y maltratos que la harán “ponerse en su lugar”, pese a que el COMFER califique a la telenovela de “perjudicial”. Es que el canal detectó que cada cachetazo (bien sonoro por cierto) equivale a más puntos de audiencia. Entonces optará por centrar en esas escenas de sometimiento físico femenino (aunque más de una vez Victoria devuelve con sus propias violencias estos abusos) los avances del programa en cualquier horario.

Más allá de las posturas respecto de la violencia de género que –por obvias– no repetiremos, convengamos que la violencia familiar existía por entonces y existe en la actualidad, y en más de un sentido las telenovelas no hacen otra cosa que reflejar una realidad que las trasciende. El punto, en todo caso, es que se propongan como denuncia o como verdad revelada... En este caso en particular, la violencia se convertía en una metodología de disciplinamiento que, sospechosamente, tendería –a nuestro juicio– a justificar el período oscuro de la violencia de Estado. Resulta sin duda preocupante el hecho de que el *héroe*, el prototipo del hombre contenedor y protector que el melodrama clásico ha postulado desde siempre, sea quien “ajusticie” a la “víctima” para que ésta logre ubicarse en *su* lugar en el mundo.

Pero más allá de aceptar con beneplácito este tipo de violencia de género, otras ofertas telenovelescas proponían tocar el tema de la *desaparición de personas* durante la dictadura militar, aunque como tema secundario. Es lo que ocurre, por ejemplo, en *Dar el*

alma (Canal 9), protagonizada por Raúl Rizzo y escrita por Jorge Maestro. Cabe señalar que Alejandro Romay, al llegar a *su* canal, propone levantar la tira pero, dado que no era deficitaria, acepta que siga hasta fin de 1984. También por entonces comienza a dibujarse una línea que sólo tomará cuerpo algunos años después: la *telecomedia adolescente*, que tiene en *Pelito* (Canal 13) su primer ejemplo. Y este novel género resultará funcional a otras concepciones ideológicas, también ligadas a la propuesta de disciplinamiento, que hemos visto en la telenovela más exitosa del período.

La *telenovela* como género se mantiene a partir de varias tiras emitidas en horario diurno. Se produce *El infiel*, protagonizada por Arnaldo André y María Valenzuela, con curiosas participaciones estelares, especialmente contratadas para cada ocasión, de Fred Astaire, Lindsay Wagner, Ornella Muti y Linda Carter. En 1986 el público argentino descubre a Grecia Colmenares, una joven venezolana de aspecto angelical que interpreta a una chica ciega en *Topacio* (Canal 9) y co-protagoniza con Jorge Martínez la producción argentina *María de nadie* (Canal 11). Dadas las características que la actriz personifica tan prodigiosamente, se plantea desde aquí el regreso a la protagonista femenina dócil y sufrida que necesita protección. Esta vertiente temática continúa aún hoy; tiene que ver con las características canónicas del género que, tarde a tarde, seguimos viendo en las producciones mexicanas, por ejemplo, e incluso en las argentinas, aunque con algunos personajes femeninos menos vulnerables.

Otra actriz del exterior protagonizará una tira nacional. Se trata de Linda Cristal en *Rosé*. Conocedora del género de las *soap operas*, Cristal había formado parte, en los años 60, del elenco de *Valle de pasiones*, aquella legendaria historia de una familia propietaria de un inmenso y productivo *rancho* estadounidense. Mucho después, en la famosísima *Dinastía*, fue la víctima principal de las maldades de la villana personificada por Joan Collins. Finalmente recaló en Argentina para protagonizar esta telenovela que incluía un personaje homosexual que despertó quejas en algunos sectores del público televidente. Ante tanta persistencia, el vicepresidente de la Nación, Víctor Martínez, en ejercicio del poder, impartió instrucciones para que se respetara estricta y definitivamente el horario de protección al menor.

Pese a esa intervención del vicepresidente para que no existiera la homosexualidad en las pantallas argentinas de la tardecita, en 1987 la televisión se vuelve, quizás, un poco más grosera. Es el año en que se disuelve la SIP (Secretaría de Información Pública) y los canales pasan a la órbita de la Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación. Andrea del Boca y Ricardo Darín protagonizan *Estrellita mía*, transmitida por Canal 11 con un éxito inusitado que lleva a la actriz a grabar un disco ese mismo año, en la sostenida tendencia empresarial que establece que las protagonistas femeninas de las telenovelas tienen el talento necesario y suficiente para transmitir sus pasiones también a través de la canción.

Aparece *Clave de sol* por Canal 13, telecomedia infantil que recupera el espíritu (y –por qué no– el éxito) que había caracterizado a *Pelito* algunos años antes. Alcanza los 20 puntos de *rating*, y, además, tendrá entre su elenco a numerosos actorcitos que luego serán figuras de diferentes géneros audiovisuales (Julián Weich, Pablo Rago, Leonardo Sbaraglia, Emiliano Kaczka). Definitivamente se afirma la tendencia a formar adolescentes adaptados y despojados de improntas cuestionadoras a partir de estos programas que, de manera sistemática, proponen como modelos a jóvenes cuyos conflictos más complejos pueden ser resueltos con facilidad por cualquier adulto contenedor.

Alguna reflexión sobre el éxito del amor violento y el disciplinamiento

Nuestro género siempre fue considerado poco realista, alejado de las verdaderas cuestiones problemáticas que deberían ocupar el pensamiento de las comunidades telespectadoras. Es por eso que no se cuestionó, desde la crítica televisiva, la falta de alusión a la problemática recientemente vivida por la sociedad argentina. Sin embargo, y aunque el periodismo no se haya detenido a pensarlo, la telenovela ya había dado sobradas muestras de sensibilidad social frente a acontecimientos socioeconómicos de su entorno de producción, aunque, tal como hemos dicho, esa manifestación nunca

hubiera sido ni evidente ni lineal. Vemos aquí que la telenovela, como cualquier género popular, tiene sus propias estrategias para reflejar algunas de las relaciones conflictivas de la sociedad en la que se produce, muchas veces sin siquiera reconocerlas.

En este punto, la centralidad de la relación de dominación que se detecta, esta vez en cuanto a la impronta de género, resulta por lo menos llamativa. En efecto, la obvia alusión a la violencia, y la idea de que la utilización de la misma para “disciplinar” a veces no sólo puede ser permitida sino que debe ser definitivamente recomendada, proporciona la justificación ideal que la sociedad debía darse —en ese particular momento en que la *reconciliación* parecía un deber— respecto de su pasado inmediato. En ese contexto, la justificación de la violencia en las telenovelas puede ser leída como casi reivindicatoria de la metodología utilizada, en ese pasado, por las Fuerzas Armadas.

En esta representación telenovelesca, la “mujer” —o cualquier individuo que desconozca qué es lo mejor para sí mismo— *debe ser debidamente ubicada, corregida*, y en pos de esa corrección los mejores medios pueden ser los violentos. Es que corregir es también una manera de demostrar aprecio y preocupación. Quien tiene el poder, la última palabra aleccionadora, se preocupa por enseñar aquello que, de no ser aprendido, puede provocar un mal “mucho mayor”. Entonces, a cualquier precio, conseguirá que ella “comprenda” los beneficios de hacerle caso. Más: la prueba de su hombría de bien está en que él podría dejar de preocuparse y fijarse en otra mujer menos conflictiva. No hacerlo es una muestra de aprecio que la mujer no debería menospreciar. Y, por supuesto, habrá al final un premio para tanta consideración. No pasará mucho tiempo hasta que esa interacción disciplinadora se transforme en amor, incluso en agradecimiento.

No parece difícil, entonces, leer aquí algo así como una propuesta para zanjar reclamos de justicia: a veces, un poco de mano dura parecería que mejora y acalla las personalidades rebeldes. Por supuesto, aquí no queremos proponer simplemente que la tendencia a “reconciliarse” con un pasado violento surge de quienes fueron los responsables de la violencia de Estado, que aún mantenían cierta

cuota de poder pero que difícilmente tuvieran acceso a los libros de las telenovelas que estamos invocando. No: se trataba más bien de los resabios de un sometimiento forzado y despótico al que ninguna oposición le hizo mella. En otras palabras, tenía que ver con una sociedad víctima de violencia que, para preservar su integridad psíquica, se explica a sí misma los abusos desde la ingenua perspectiva de que existe provocación posible para semejante represalia.

También por esta impronta disciplinadora y formadora de ciudadanía puede gestionarse la necesidad de la *telecomedia adolescente*, que no sólo entretiene a un público ávido de vicisitudes y experiencias plagadas de aventuras, sino que además proporciona las herramientas requeridas para asimilar los niveles de poder que corresponde incorporar para tener una madurez sana, apropiada y rigurosamente adaptada para acallar posibles “cuestionamientos”. Y aquí es importante la consideración formativa que tienen estos nóveles programas, este género incipiente con especial arraigo en esas generaciones infanto-juveniles que deberán justificar o cuestionar —el día de mañana— no sólo la metodología del terrorismo de Estado durante la dictadura militar, sino la propuesta de resolución que, desde el gobierno radical, se planteó a partir de 1984.

En este punto, y en relación con el inicio de un género que será difícil de enmarcar, debemos señalar que el mismo, como sostiene Gustavo Aprea, puede emparentarse con la telenovela en la medida en que también está integrado por programas narrativos seriadados caracterizados por cierta continuidad entre una emisión y la siguiente, aunque esto no alcance para colegir el horizonte de expectativas con que la sociedad lo recibe y clasifica. Una diferencia sustancial entre este incipiente género y el de la telenovela es que si en esta última (al menos en el período que aquí consideramos) existe una única y protagónica pareja heterosexual que deberá concretarse al final de la historia, en la telecomedia el “grupo de protagonistas” pasa por una serie de experiencias vitales que culminan en la conformación de una instancia de completitud en el marco de las transformaciones madurativas que la sociedad espera de sus miembros. De manera tal que, como expresa Aprea, se puede esperar que la transición entre adolescencia y adultez se produzca

mediante una transformación ideológica a partir de las experiencias y conocimientos que éstas dejan capitalizar a los protagonistas de estas tiras, constituidos definitivamente en modelos para sus congéneres. La apuesta es a que estos jóvenes adultos asimilen cabalmente los roles sociales que serán requeridos para una oportuna y férrea integración social.

No es extraño entonces que, en esta etapa de transición política desprovista de planteos contestatarios –al menos desde la gran mayoría de las audiencias–, se improvise primero, y se impongan después, programas cuyas temáticas ponen el eje en una “adaptación social”. En este sentido, existen variantes de integración que van perfilándose en los contenidos de las ficciones televisivas, desde una adaptación temprana como es el caso de las tiras juveniles, hasta la necesidad de corregir actitudes rebeldes y contestatarias incluso a partir del “disciplinamiento” que los correctivos físicos habilitan en algunas sociedades autoritarias, modalidad que proponen varias telenovelas que, no por casualidad, terminan siendo las más exitosas y reconocidas en la memoria del público.

El mundo tras el espejo Privatizaciones e individualismo

En medio de una situación económica signada por la hiperinflación y el caos, el 30 de junio de 1989 asume el presidente electo Carlos Saúl Menem, quien impulsó la privatización de las posesiones del Estado por medio de la Ley N° 23.696 de emergencia administrativa y reforma del Estado, que fue sancionada el 17 de agosto de 1989 y abrió definitivamente las puertas de los canales y radios a los grupos periodísticos nacionales que, por supuesto, no se hicieron rogar. Aquí, la inercia de la prédica disciplinaria que venía desarrollándose favorece el silencio y resignación generalizados respecto de las propuestas de privatización. Así, tanto el miedo a perder la democracia como el gigantesco temor a la hiperinflación calló cualquier reclamo en este punto y, casi podríamos afirmar, en cualquier otro.

Pocos meses después se adjudicó Canal 13 a la sociedad Arte Radiotelevisivo Argentino, compuesta en un 90% por Clarín y en menor medida canales del interior del país, y Canal 11 a la sociedad Televisora Federal, en cuyo paquete accionario tenía fuerte participación de Editorial Atlántida y de diferentes medios de comunicación de Bahía Blanca. Otro fenómeno económico importante de la década es la tendencia, desarrollada a mediados de los 90, a incorporar capitales extranjeros relacionados con la convergencia entre telefonía, informática y medios masivos. Esta vertiente, de amplísimas perspectivas económicas, tiene su explicación en el avance tecnológico que permite el uso de redes de fibra óptica para el transporte de señales audiovisuales, telefónicas y de datos.

La *globalización*, por entonces, parecía más una oportunidad, una posibilidad de progreso para los países en vías de desarrollo. Así lo planteaban las autoridades argentinas: bastaba poner fin a la ineficiencia del Estado para modificar definitivamente la realidad socioeconómica del país. La promesa de optimización empresarial tanto para los canales televisivos como para las empresas prestadoras de servicios públicos representó esa instancia esperanzadora en la cual un gran número de televidentes y ciudadanos abrevó.

Pura fantasía, eje del entretenimiento

En este período se inicia lo que será el fenómeno Tinelli. En 1990 y a propuesta de Gustavo Yankelevich, que gestionaba por entonces Telefé, Marcelo Tinelli (la segunda opción del ejecutivo) es tentado para conducir *VideoMatch*, un modesto *magazine* deportivo que iría a la medianoche en ese canal. Escasos de material, Tinelli y su grupo de colaboradores/amigos incluyen algunos *bloopers* importados, pequeños accidentes caseros, situaciones absurdas, etc. A poco de andar, el grupo se constituye en un conjunto de amigos que se juntan para reírse de todo, con un marcado perfil pasatista y alejado de los conflictos.

Por el mismo horario, pero en Canal 2, se incuba su contrafigura: Mario Pergolini estrena *La TV ataca*, con la colaboración en la producción de Sergio Villarruel, quien pasará un poco más tarde a los brazos de Tinelli para luego iniciar su camino como dueño absoluto del manejo de los contenidos de Telefé. Es necesario aquí remarcar cómo el éxito empresarial se erige en el objetivo a alcanzar; por primera vez ostensiblemente se muestran los logros, se exhiben orgullosamente como ejemplos del “deber ser”. La fama y el dinero ya no pasan por la producción artística en los medios de comunicación: personajes como los productores y los gerentes de contenidos se instalan como las estrellas de los diferentes canales.

También surge Alfredo Casero, quien –junto a actores como Daniel Aráoz, Fabio Alberti, Pablo Cedrón, Rodolfo Sansó (Alacrán), Diego Capusotto y otros– inaugura un estilo de comicidad del absurdo, sumamente refrescante y desenfadado. Finalmente recalará en Canal 13: será uno de los *Vulnerables* en 1999 y el humor quedará para otros escenarios... Se inicia el camino que llevará a Telefé al liderazgo del *rating* durante los años siguientes de la mano de *Grande Pa!*, aunque esto se revertirá a favor de Canal 13 ya mediada la primera década del segundo milenio.

Gustavo Yankelevich, famoso por su olfato de sabueso televisivo, introduce en la pantalla a su mujer, Cris Morena, en la conducción de *Jugate conmigo*, donde el entretenimiento involucra directamente a los adolescentes en juegos desopilantes, una variante

de entretenimiento que despoja sus contenidos de cualquier connotación de realidad. Susana Giménez, Berugo Carámbula y Roberto Galán entretienen con sus respectivos productos desde la pantalla de Canal 9. La primera se mudará tempranamente a Telefé, donde, hasta la fecha, consigue una excelente respuesta del público con una fórmula largamente repetida y, más allá de los análisis, probada empíricamente.

Más entretenimiento también prueba Canal 13, con el arribo de Nicolás Repetto y su *Fax*, que propone un nuevo corte estético. Con una imagen cuidada, sienta precedentes de estilo que lo llevarán, con éste y otros productos similares, a obtener reiterados éxitos hasta que, como casi todo en la vida, se termine la bonanza y el público se cansa de tanta creatividad. Todas estas novedades apelan al puro entretenimiento, plagado de colores, texturas y fantasías que aportan al distanciamiento del espectador, quien, lejos de proyectarse en lo que ve, establece una clara concepción de “representación televisiva generalizada” que lo habilita a pertrecharse en la intimidad de su hogar para mirar ese mundo de colores y texturas que, a fuerza de dinamismo y vértigo, le impide cualquier otra participación.

Por esa época Gerardo Sofovich queda al frente de ATC. Dirá después que sólo porque se lo pidió su amigo personal Carlos Menem. Reedita ahí *Polémica en el bar* e inicia una serie de programas de juegos de azar conducidos por él mismo en formatos inusitadamente largos. Simultáneamente, el Poder Ejecutivo acuerda la anulación del artículo de la Ley de Radiodifusión que prohibía la mención de marcas comerciales dentro de los programas. “El Ruso” se vuelve un verdadero precursor en ese campo: al 10% del tiempo dedicado a tandas publicitarias tradicionales se suma un 73% de publicidades no tradicionales dentro de sus programas, lo que lleva el total del contenido publicitario al 83% de su tiempo. Un poco después, Adrián Suar estimulará e implementará este tipo de publicidades no tradicionales en sus tiras costumbristas, ya sea con apariciones vía carteles callejeros, bolsas de compras u otras maneras más imaginativas de mencionar un *sponsor*.

Ya pasada la mitad de la década proliferarán los programas que entregan premios, como los conducidos por Nicolás Repetto,

Fernando Bravo o Susana Giménez. Los motivos sociológicos que conducen a estos éxitos de audiencias pueden rastrearse en la crisis económica y los niveles de desocupación crecientes. Recordemos que una de las características de estos programas del mediodía es la comunicación telefónica con el telespectador/a, que en este período podía ser indistintamente hombre o mujer y que en muchas ocasiones informaban al conductor que estaban en su casa porque no conseguían trabajo. La alternativa de ganar algo con una mínima inversión (el costo de llamada telefónica más IVA) proporcionaba un probable ingreso nada despreciable. Así proliferaron los programas de juegos en cualquier horario porque gente del otro lado siempre había... y además, muchas de las exiguas ganancias de la producción pasaban por la cantidad de llamadas recibidas y no tanto por la torta publicitaria.

Ante tanta carencia (como vimos, no sólo se trata de falta de fondos), aparece un programa de una estética innovadora, un *magazine* humorístico con dejos de periodismo incisivo, que no tardará en adaptarse a la representación del pensamiento de gran parte de las clases medias argentinas hartas de corrupción y desenfado en las clases dirigentes. Se trata de *CQC Caiga quién caiga*, que emite Canal 2 por primera vez en 1995. Ahora los estilos de cada canal vendrán de la mano de los *managers* de los contenidos, verdaderos hacedores de éxitos, aunque nunca de fracasos. Así es como los jóvenes ejecutivos que empiezan a manejar la industria de la televisión abierta a pedido de las corporaciones que la poseen, tienen los nuevos criterios de la globalización y la eficiencia, la maximización de beneficios a como dé lugar, aunque con la firme convicción de que para eso tiene irremediamente que gustarle al público.

En tanto —y para cumplir la función de alejarse completamente de la realidad—, aparecía *Mi familia es un dibujo*, por Telefé. Esta producción tuvo una fuerte apuesta, especialmente en lo que a tecnología representa. Los técnicos debían incorporar dos minutos por capítulo del personaje de ficción *Dibu*, que —como su nombre lo indica— era un dibujito animado que tenía padres y hermanos de carne y hueso... Bueno: ¡algunos episodios de la realidad eran igual de inconcebibles! El programa tuvo gran éxito:

hubo dos producciones cinematográficas que lo acreditan. Es que el público argentino necesitaba algún incentivo para encuadrar las interacciones que la pantalla televisiva le estaba proponiendo, y *Dibu* no parecía menos real que Samanta Farjat o “La momia” del legendario *Titanes en el ring*.

Y así, entre divorcios verdaderos en simultáneo por todos los canales (Susana Giménez-Huberto Roviralta), escándalos protagonizados por los jueces Oyarbide, Galeano, Bernasconi y varios más, y el suicidio de Alfredo Yabrán, la audiencia argentina ya no tiene dudas: la vida pasa por la televisión. Si algo no está allí, no ocurrió. Desde Samanta Farjat —como ya se dijo— a Guido Süller, los personajes *mediáticos* se sucedían en un *continuum* que, a fuerza de intentar lo satírico paródico con base en lo grotesco, revelaba, más que una sociedad que se reía de sí misma, una sociedad que se regocijaba suponiendo que aún quedaban algunos peldaños que descender para tocar fondo: una suerte de reivindicación de que todavía se podía caer mucho más bajo. Esos personajes lo probaban.

Como venimos afirmando desde el inicio, los programas televisivos que proliferan en un momento histórico determinado nos dicen algo de la sociedad que los elige. Creemos que este período puede conceptualizarse como el intento por desdibujar la realidad, ficcionalizarla al punto de que sea difícil, incluso para un público experto, escindirla tanto en la pantalla como en la interacción cotidiana. Así, los *talks shows* (Lía Salgado, Moria Casán, etc.) iniciaron el camino que llevará luego a los *realities* con la participación del “público”: hombres y mujeres que se atrevían a contar “sus miserias” ante cámara, sin importar que éstas estuvieran pautadas por el módico precio de un “bolo”.

Telenovela posmoderna: estilo Andrea del Boca

Ya a comienzos de este período, en 1989, Canal 9 emite *La extraña dama*, que constituye un hito del género, especialmente porque inaugura un estilo, pero además porque inicia la vertiente de ventas al exterior de estos productos, tal como ya hemos mencionado.

Se inicia la etapa en que la telenovela incluye humor y elementos de telecomedia que se suman a su *leit motiv* sustancial, el amor. Aquí se consolidará la conformación de productoras independientes que propondrán telenovelas en el mercado local y/o en el internacional, poniendo en riesgo sus propios capitales. No casualmente, fue la época en que la *tercerización* copó la manera de producir, no sólo en la industria cultural, si no en todo tipo de producciones y servicios.

Junto con el entretenimiento, “renace” la ficción. En 1990 Alberto Migré consolida –una vez más– su éxito como autor del género a través de *Una voz en el teléfono* (Canal 9), donde recupera temáticas de sus viejas telenovelas con aquel estilo moderno que había signado una época un par de décadas antes. Una marca registrada de este período es la proliferación de tiras dirigidas a los adolescentes. Canal 9 pone al aire *¡Socorro!... 5° año*, una *remake* de un programa de 1961. Pronto se convierte en la tira más vista de 1990 en la televisión argentina, pero las temáticas conflictivas que aborda hacen intervenir al COMFER. Canal 9 y su propietario, Alejandro Romay, inician un drástico cambio en el programa, cambio que incluye al autor, pero el *rating* disminuye notablemente ante la transformación.

La competencia en Telefé, *Amigos son los amigos*, constituye una telecomedia liviana que trepa a 56 puntos de *rating* y se mantendrá varias temporadas al aire. Así inicia Telefé su propio estilo en comedias, iluminación bien brillante y decorados poco reales, pero muy atractivos para el público. Entonces, y dado el descubrimiento del fabuloso tesoro de la audiencia juvenil, Canal 13 lanza *La banda del Golden Rocket*, telecomedia juvenil que se constituye ya en verdadero semillero de futuros protagonistas, tales como Adrián Suar, Fabián Vena, Diego Torres, Araceli González y, ya en su segunda temporada, Julián Weich, que venía de conducir el programa infantil *El agujerito sin fin*, un verdadero golpe de aire fresco dentro del género.

La apuesta a las *remake* resulta un fracaso. *El amor tiene cara de mujer* en Canal 13 no obtiene los niveles de audiencia esperados. Entonces el canal apuesta a la inefable Andrea del Boca con *Antonella*, de autoría de su cuñado y con la participación de toda su familia en bambalinas, hasta que Telefé tienta a la familia a pasar a

sus filas, en las que desarrollará *Celeste, siempre Celeste*. ATC también prueba un nuevo estilo de telenovela con *Cartas de amor en casete* que precede, en la propuesta bigámica final, a *Naranja y media*, que pocos años después será un éxito contradictorio en Telefé.

1994 es un año decisivo para el género y su inclusión en horarios de mayor audiencia. Canal 9 decide probar con *Más allá del horizonte*, a las 21 horas todos los días. El éxito arrollador que obtiene replantea la grilla televisiva de allí en más. Copiarán el horario en Telefé para *Perla negra*, la producción del clan Del Boca para ese año con un decoroso suceso. De esta manera la apuesta por las telenovelas centradas en el protagonismo femenino, alejadas de cualquier rasgo de realismo social y especialmente dedicadas a alabar el género, se posicionan configurando definitivamente un estilo propio. Es necesario remarcar el esfuerzo con que estas entregas resaltan la convencionalidad del género, dándole en cambio la espalda a la realidad, a los espacios urbanos que podrían constituirlos, a los conflictos económicos, políticos y sociales que también serían propios de las vicisitudes de sus personajes y a su contexto local.

En contraste, estos habitantes del “país de las maravillas” padecen enfermedades que, si bien conocidas, son poco comunes y —desde ya— se curan por milagro. También se resuelven por milagro las complejíssimas tramas que dejan en suspenso cada día, iniciando al siguiente con un borrón y cuenta nueva que, más allá de lo improbable, resulta la única metáfora del mundo real. Es que en la Argentina de esos años, tampoco llega la justicia a ninguna causa, y entonces lo que debería ser inverosímil en la historia, resulta creíble por repetido en diferentes ámbitos de la vida nacional. Indudablemente se constituyen en proclama posmoderna donde las acciones e inacciones más descabelladas resultan coherentes e incluso, luego de seguir varias de estas propuestas, el público casi puede intuir consecuencias y desenlaces desopilantes e increíbles.

Con *Montaña rusa*, emitida en 1994 por Canal 13, queda plenamente justificada la voluntad de dirigirse al público adolescente, difícil de encuadrar en las características canónicas del género telenovela. Al menos, cuenta con varias de las improntas necesarias (aunque no suficientes), además de cumplir con una función

fundamental de semillero de actrices y galancitos que, con el correr de algunos años (no muchos) protagonizarán las respectivas emisiones del *género*, esta vez sí, propiamente dicho.

La crisis económica de 1995, efecto Tequila mediante, deja consecuencias en aquellos programas de ficción cuyos actores no se avienen a reducir sus salarios. Entonces algunas tiras exitosas dejan de salir al aire. En contraposición, ese mismo año comienza *Chiquititas* por Telefé, de la mano de su creadora Cris Morena, que había fracasado con su *Jugate con todo* (al que el canal le había apostado todos sus recursos) y con la telenovela que inició como actriz protagónica, *Quereme*, que no pudo siquiera terminar. Adrián Suar propone a partir de su *Poliladron*, en Canal 13, una interesante producción que mezcla el amor con lo policial, con una fuerte modificación estética en cuanto a iluminación y montaje que serán característicos del próximo estilo Pol-Ka. Para esta tira, iniciada en 1995, Suar cuenta con el asesoramiento ni más ni menos que del comisario Klodczyk, jefe de la Policía Bonaerense, para enmarcar las aventuras del “Nene” Carrizo (personificado por el propio Suar) y de Verónica Vega (interpretada por Laura Novoa).

Quedaba claro ya por entonces que los *mix* genéricos telenovela-comedia-policial-suspenso eran el futuro de la ficción televisiva. En este sentido se inscriben *Alén, luz de luna*, con el propio Gustavo Bermúdez, que logra su reivindicación, además de constituirse en un galán sin protagonista femenina, y *Por siempre mujercitas*, en Canal 9, que, lejos de ser una transposición de la obra de Louisa May Alcott, resulta más bien una estereotipada presentación de la maldad canónica de género. En tanto, Andrea del Boca y compañía siguen en pie, aunque no tan sólidamente como para ocupar el *prime time* nocturno. Otra propuesta que implicará una ficción alejada de la cotidianidad de la mayoría resultó *Ricos y famosos*, que incluyó en sus tandas publicitarias sorteos de electrodomésticos, e incluso un auto, a cargo de la mala de *Por siempre mujercitas*, Carina Zampini.

Esta increíble muestra de superposiciones entre realidades y ficciones es parte del “todo es posible” que la televisión de este período histórico habilitó. Si bien ya hemos planteado la

importancia del papel del “traidor” en el melodrama, resulta algo más que posmoderno, casi contradictorio, que se invite a esta “sacralización del demonio” a entregar premios a los seguidores de las tiras. Sin embargo, así fue: la simpatía del público recayó —en más de una oportunidad— en la/el mala/o de la tira. Es que este personaje resultó tan penetrante en la audiencia que, además de interactuar con el público en la tanda, terminó incorporándose en *Ricos y famosos*, lo que demuestra, una vez más, la unicidad del discurso del canal televisivo y la capacidad de este tipo de propuestas de remarcar su carácter ficcional en todo momento.

No es una novedad: los malos de telenovela fueron, son y serán protagonistas incuestionables e instrumento imprescindible a la hora de volcar nuestra atención en este género. Si el/la malo/a no es creíble o le tiembla la mano antes de ser arbitrariamente injusto/a y despiadado/a, no sirve de nada en el relato... Muchos son los ejemplos de malos/as que superan ampliamente las expectativas iniciales. En 2006, en el último capítulo de *Montecristo*, emitido en simultáneo en un teatro céntrico y en la pantalla de televisión, se presentaron en persona los actores. El malo, el represor/torturador personificado por Carnaghi, fue el que se llevó la mayor ovación del público. Y éste es un cambio respecto de lo ocurría históricamente con el *radioteatro*, ya que entonces la afinidad del público con el héroe o la víctima era tal que se insultaba al actor que personificaba al malo, e incluso se lo esperaba a la salida de la radio para mostrar el desagrado que causaban sus actitudes nefastas.

Como hemos señalado ya, es en este período cuando comienzan las producciones independientes que asumen sus riesgos. El iniciador de este prometedor negocio es Adrián Suar, quien, pese a la depresión televisiva de casi todos los canales, se juega a bajar su éxito *Poliladron* y apuesta a *Carola Casini* con su mujer, Araceli González. Pero además instala una nueva modalidad de telecomedia costumbrista que le dará infinidad de satisfacciones en el futuro. Se trata en este caso de *Rodolfo Rojas DT*, con un Carlos Calvo que personifica a un director técnico de fútbol. Este tipo de comedia se catapultará a los niveles más altos de audiencia de los años siguientes. Así vendrán *Gasoleros*, *Campeones* y más tarde *Son amores* o *Por amor a vos*.

Adrián Suar había probado con *Poliladron* que el público era receptivo a las buenas intenciones con un poco de audacia y cuidado estético y de producción. En 1998 se juega entonces con *Gasoleros*, telecomedia que ya desde su título describe el estado de la clase media argentina de la época. Con una fuerte inclusión de las cuestiones sociales de la actualidad, los acercamientos entre los integrantes de su pareja protagonista constituyen el *climax* televisivo de ese año, que iniciará un ciclo que aún continúa recogiendo experiencias y vicisitudes de personajes urbanos fácilmente creíbles y reconocibles. La marca “Suar” no sólo será reconocida por la estética, la iluminación y la cuidada edición: también resultará un ejercicio de imaginación para los periodistas de espectáculos establecer como primicia qué actores reciclará el flamante conductor de la programación del 13.

Es que, por entonces, ya la irrealidad de las tiras había llegado tan lejos que el público necesitaba algún rasgo que le permitiera identificarse. Las telenovelas del estilo posmoderno de la época, con las escritas por Enrique Torres a la cabeza, habían demostrado su inagotable capacidad para ser introducidas en mercados extranjeros, pero el público local que las había apoyado incondicionalmente empezaba a necesitar reconocerse en espacios, tiempo y cultura. En este punto creemos que también se desdibujaba el propio reconocimiento, se caían los decorados de aquella representación ingenua de la Argentina del uno-a-uno, que proponía la eficiencia del mercado para limar las diferencias sociales, o el sueño de que el derrame absorbería la desocupación...

En cuanto se presentó una tira como *Gasoleros*, el público se empalagó de talleres mecánicos barriales como los que vemos a diario, vecinos buscavidas que inventan cualquier actividad para pagar el alquiler o conocidas tarotistas que aromatizan la vida con sus aceites esenciales. Así, lo que parecía apenas una historia romántica más, resultó un suceso impresionante porque esa pareja de mediana edad cubría las expectativas de una audiencia que necesitaba realidades, reflejos identitarios que le demostraran que seguía en carrera, aunque en último lugar.

Pero no cualquier telecomedia costumbrista es bien recibida por el público, y mucho menos cualquier día y en cualquier horario.

Así es que en 1995, después de cinco temporadas, *Telefé* da por terminada, a raíz de la muerte de su creador, Héctor “Toto” Maselli, *Los Benvenuto*, que a partir de entonces ya no almorzarán en cámara los domingos, abandonando una tradición de décadas televisivas.

Para reivindicar a la telenovela neobarroca que tantas satisfacciones dio a sus realizadores, ese mismo año aparece en *Telefé*, con la autoría del nunca olvidado Enrique Torres —esta vez sin su cuñada en el protagónico—, *Muñeca brava*, con Natalia Oreiro y Facundo Arana como protagonistas. Recordemos esta pareja porque volverá con la misma fuerza y, digámoslo también, con libros del mismo autor que insiste con la heroína posmoderna, proactiva, incansable justiciera, algo pintoresca y tal vez un poco rústica.

En el año 2000 el Plan de Convertibilidad ya había caído en coma, y si bien un peso era todavía un dólar, esto sólo ocurría puertas adentro. Entonces las inversiones televisivas se complicaban seriamente. Recuperando la metáfora de la enfermedad de la economía argentina, Canal 13 emite *Los médicos de hoy* en el horario de las 14 horas. La segunda parte de esta tira no tendrá el mismo éxito en 2001: logró sostenerse sólo tres meses al aire. Sin embargo, esta temática será recuperada en 2007 con *Mujeres de nadie* (Canal 13), una propuesta que retoma el formato de *El amor tiene cara de mujer* y plantea la convivencia y vicisitudes de un grupo de mujeres (profesionales de salud) que comparten el mismo hospital como lugar de trabajo. El eje de las controversias aquí será un médico, protagonista masculino indiscutible, que además es quien tiene el poder en términos jerárquicos.

En un horario parecido, *Telefé* emitió *Luna salvaje*, una telenovela con un buen número de televidentes que abordó el dilema ético-moral del alquiler de vientres. Tal como afirmamos más arriba, la telenovela se atreve con algunos temas complejos (claro que como abordajes secundarios: recordemos que *el* “tema” de la telenovela es el amor), pero siempre desde una perspectiva no innovadora que fortalece las posturas más tradicionales. Convengamos que, como ya fue expuesto reiteradamente, no se espera de un género popular como la telenovela que propicie un cambio de conducta o de ideología en su público. En realidad, y como toda propuesta discursiva,

sólo contribuirá tangencialmente a cambios profundos, o no lo hará en absoluto. En términos generales, el éxito de las propuestas de este tipo (incluidos los *reality shows*) se basa en las incorporaciones denotadas o connotadas que implican un refuerzo a las conductas habituales y de pautas de comportamiento sociales que un grupo ya ha asimilado. Es por eso que las instancias de actualización del género se basaron en la incorporación de temáticas de actualidad, pero con el pleno consentimiento respecto de las características canónicas del género y previendo que, en última instancia, prevalecerán las concepciones tradicionales de valores primarios.

El éxito de la concepción posmoderna

Insistimos en que el éxito de un estilo, de una concepción estética, tiene que ver no sólo con la calidad que detenta, sino con la receptividad, la empatía, el reconocimiento que genera en el público. En este sentido, si un determinado tipo de telenovela se impuso en la década del 90 fue porque retomaba las características que su audiencia esperaba del género. En otras palabras, así como el público de telenovela en los 80 esperaba normalizar su historia reciente a partir de suponer que con disciplina y socialización temprana no habría fantasmas que enfrentar, la audiencia de la década siguiente potenció la idea de que no había necesidad de elaborar argumentos para “normalizar” ningún pasado, ni —mucho menos— un presente. Aquí todo era color rosa, amarillo, verde flúo, violeta y naranja. Entonces: “conflictos afuera” y a vivir la ilusión, a navegar en el submarino que habían fabricado para nosotros.

En los largos años 90, la telenovela, como la programación televisiva en general, nos planteó giros, guiños e indicios de los cambios que los argentinos telespectadores suscribimos en la realidad nacional. No es casualidad que sea ésa la década en la que se define y potencia en la telenovela ese estilo “neobarroco” o “posmoderno”, como lo llamó Oscar Steimberg en 1994. Ya lo dijimos, pero vale la pena recordarlo, e incluso profundizarlo: se trata de un estilo que se aleja de la realidad social para fortalecer y regodearse en las

convenciones de género. Esto es remarcar las características canónicas del género, denotar la propia existencia, tanto ficcional como melodramática. Sentenciar su realidad como texto televisivo además de denunciar en muchas ocasiones la calidad de actores, con sus nombres y apellidos, de los protagonistas, remitiéndose en más de una oportunidad a otras realizaciones en las que participaron. En otras palabras, profusión de citas de género.

Mientras tanto, las realidades sociales parecen no tener ningún lugar en su trama, salvo, tal vez, lo relacionado con enfermedades como el “cáncer de cuello de útero” –rápida y expeditivamente superado–, o algunas otras cuestiones igualmente respetadas internacionalmente. No hay conflictos económicos: la temática de clase perdió completamente legitimidad en estas historias. Recordemos, por ejemplo, que los personajes protagónicos de Andrea del Boca ostentaban un gusto sumamente colorido por su vestuario y ambientación. Sin perjuicio de que mayoritariamente transcurrían en interiores, seguramente porque resultaba más eficiente grabar en estas condiciones, igualmente no deja de resultar sospechosa la voluntad de no exponer –aunque no esconder– una realidad urbana cotidiana.

Quizá por este esfuerzo por mostrar un mundo inexistente, ya no sólo en la telenovela sino en toda la producción televisiva nacional, es que el surgimiento de las telecomedias costumbristas del estilo de *Gasoleros* haya provocado una aceptación tan auspiciosa. Tarde o temprano, la realidad impone su presencia, y, para sobrevivirla, es necesario, imprescindible, reconocerla. Sin embargo, ese estilo neobarroco, posmoderno, instaurado por Torres-Del Boca, favorecerá las producciones con perspectiva de venta internacional. Así, muchas figuras de nuestro medio son reconocidas y admiradas en países como Rusia, Rumania o Israel, en mucho mayor medida de lo que aquí se las valora. Esta afirmación viene a fortalecer la idea de que aquellas producciones desprovistas por completo de rasgos, conflictos y escenarios propios de raigambre identitaria pueden ser exitosas en cualquier latitud aunque no terminen de configurar un hito para su público local.

Insistimos en que esta perspectiva desprovista de intersticios de realidad local también invadió otros géneros. Como los infantiles,

con *Chiquititas*, que generaba en el imaginario de su público la fabulosa convivencia (plena de alimentos, fiestas de colores y amigos) que se desarrolla en un “hogar para niños huérfanos”. O los juveniles, con *Montaña rusa*, *La banda de Golden Rocket*, etc., que instalan la perspectiva de formación de ciudadanos adaptados y respetuosos de las reglas. Aunque estos productos en particular podrían aportar al desasosiego, a la furia de aquellos adolescentes que, por mucho que acepten una realidad diferente de la propuesta por la pantalla chica, no conciben la distancia sideral que lleva de un grupo de jóvenes que heredan autos a la propia realidad de desocupación, indigencia e intolerancia.

Ya para el final del período analizado en este apartado se establece un corrimiento del estilo posmoderno. De todas maneras, los esfuerzos por colonizar problemáticas sociales aún están muy lejos de producir interpelaciones generalizadas. Por el contrario, se fortalece claramente en este período la concepción individualista de la *acción*, esa que habilita progresos particulares pero que todavía está muy lejos de gestas colectivas que, como veremos adelante, se empiezan a perfilar a partir de la especial situación de 2001.

Héroes y consignas colectivas. La ética de la justicia

Actualización de la telenovela

Ya para fines de milenio se había impuesto, tanto para la telenovela como para la telecomedia, la modalidad económicamente eficiente de la tira diaria. Instalada esta premisa, no podemos olvidar que existe un contexto socioeconómico que invariablemente se traslada a todas las industrias nacionales en el período inmediatamente posterior a la caída de la convertibilidad. Hay que destacar también la importancia de una telenovela/telecomedia que contó además con ingredientes de la acción y el policial: *22 el loco* (Canal 13, 2001), con un muy alto *rating* en su única emisión semanal, quizás en un intento de recuperar la calidad. De alguna manera se inicia aquí la apuesta que se fortalecerá luego: es el actor, el protagonista masculino, el que sostiene la historia.

En este caso, su secuela en 2002 *-099 Central-* no sólo acompañó sino que superó a su predecesora en número de televidentes. Esto, que podría haberse traducido en que el *mix* amor-policial-acción era productivo a la hora de realizar ficción, resultó en otro *mix* entre documental-policial: se trata de lo que hoy vemos en la pantalla del mismo canal como *Policías en acción*, con igual o mayor cantidad de público y, por supuesto, muchos menos costos de producción, aunque en pos del cuidado de la estética no escatime esfuerzos en la edición. Esta propuesta empieza a consolidar la línea que, sostenemos, se afianzará a mediados de esta primera década del siglo XXI. Se trata de un grupo de personas que tienen en sus manos la posibilidad de cambiar alguna injusticia, de forzar el fin de un abuso, de un delito. Por supuesto que aquí se trata de policías que, además, enfrentan corruptelas propias y ajenas, pero la apuesta a personajes que, además de amar, se movilizan, accionan, ejecutan tareas tendientes a modificar las cosas, es fundamental para sostener nuestra premisa. La sociedad argentina del nuevo milenio se siente capaz de movilizarse en pos de algún objetivo.

Así, el género recoge esta constatación que surge de las ofertas televisivas, sobre todo de las nocturnas, en tanto cuentan con un público más amplio. Aunque, claro, para sostener las imprescindibles características canónicas de género la telenovela propiamente dicha deberá instalar en uno de los miembros de la pareja protagónica el peso de guiar, sostener, enarbolar los principios de resarcimiento. Por eso, telecomedias como *099 Central* no pueden ser catalogadas definitivamente como telenovelas, aunque tengan tanto en común. En cambio, *Telefé* emite a las 13 horas. *Kachorra*, con Natalia Oreiro, y obtiene un éxito de 16 puntos de *rating* en un horario difícil. Esta telenovela, que incurre en aquel *estilo barroco* propuesto a partir de la saga de Andrea del Boca, centra su éxito en su protagonista femenina, que —ya con anterioridad lo había hecho— demostrará ser un bastión del género. Como vemos, sería irresponsable afirmar que los cambios de estilos producen cortes definitivos con las propuestas anteriores. Por el contrario, un público exigente y seguidor esperará —tarde o temprano— apelaciones a giros y señales que retomen alguna particularidad que interpele su re-conocimiento.

Pero también aparecen productos como *Botines*, *Mujeres asesinas*, etc., que cuidan una estética y una producción muy interesantes. No ahondaremos aquí en cómo, a partir de delitos de distinta vertiente, se reconstruyen historias individuales. Mucho menos indagaremos respecto a por qué este tipo de narraciones empieza claramente a producir expectativas en el público televisivo. Baste decir que se generan miniseries que relatan las vicisitudes que provoca la marginalidad (*Ocupas*, *Tumberos*, etc.), y que, en este contexto, la telenovela reconoce la necesidad de renovación que, a poco, se producirá con sus nuevas entregas nocturnas.

Así, 2003 es el año que reedita la ficción —esta vez sí, telenovelas— en el horario central nocturno: *Resistiré*, en *Telefé*, y *Soy gitano*, en Canal 13, pelearán codo a codo los niveles de audiencia, con diferentes tácticas y estrategias, pero siempre incorporando rasgos de géneros como el policial, el suspenso, la ciencia ficción y hasta la magia. Pero como en tantas otras propuestas a veces la competencia potencia la creatividad de los hacedores y realmente lleva a plasmar en sus productos interesantes innovaciones que, una vez superados

los períodos de confrontación, caen en el olvido. Y es a partir de estos productos que la crítica televisiva planteará una nueva vertiente de la telenovela, ésta que interpela sobre otras temáticas actuales, sin descuidar definitivamente la centralidad del “amor”.

En este sentido se propone a *Resistiré* como el claro quiebre no sólo con el melodrama clásico —del que el género ya se había alejado a partir de las propuestas de Enrique Torres y Andrea del Boca—, sino con las rigideces de las convenciones genéricas. Es que esta telenovela en particular tiene varios ingredientes interesantes que permitieron su penetración en un público mucho más amplio que los fieles seguidores del género. Mucho erotismo, ciencia ficción, violencia y... hasta efectos especiales que homenajean a la recordada película *Scanners* de David Cronenberg, son el sello que perdurará de *Resistiré*. Incluso recupera el elogio periodístico: Pablo Sirvén, por ejemplo, en un artículo publicado en *La Nación* el 14 de diciembre de 2003, aplaude la llegada de lo misterioso y fantástico en el abordaje de temáticas como el tráfico de sangre, la homosexualidad, la infidelidad, el canibalismo, los cambios de identidad, las relaciones de poder y varios otros.

Estas incorporaciones no sólo propondrán modificaciones en las características del género, especialmente de aquellos productos que serán emitidos en los horarios nocturnos. Es que el público de la noche es más ecléctico: habrá que tentarlo con historias más extravagantes y finales abiertos que permitan aunque sea suponer la posibilidad de su continuación. *Soy gitano* sabrá incorporar alguna de estas sugerencias y aplicará mucha “magia” y hechicería, aunque siempre dentro de las características del género. Así es como esta tira, más tradicional si se quiere, tendrá durante su emisión algunos puntos más de *rating* que su competidora de Telefé, pero entre ambas se llevarán todo el público nocturno.

Ya se había comprobado la efectividad de recrear historias de amor en tiempos pasados. Baste señalar *La extraña dama* como precursora, a la que siguieron *Cosecharás tu siembra* y algunas otras. En 2004 se inicia la apuesta a las telenovelas históricas en el nuevo milenio. Pol-ka y Fair Dori propondrán en Canal 13 *Padre coraje*, que además de introducir personajes importantes de

la historia argentina del siglo XX, reproduce el dilema ya histórico que presentaron, desde diferentes perspectivas, la película *Camila* y la miniserie *El pájaro canta hasta morir*. Aunque en esta telenovela el sacerdote no es tal, deberá –al menos al inicio de la tira– sacrificar su amor para sostener su mentira. Señalemos además que se trata de una historia que remite a injusticias y venganzas que involucran a toda una comunidad rural.

En este momento, cuando la apuesta se consolida, comienza a desdibujarse la propuesta de una telenovela sostenida sobre una fuerte base melodramática clásica y conformada por aquellos cuatro sentimientos que hemos desarrollado varios capítulos antes. Este *nuevo estilo* que se constituye en las producciones locales nocturnas incluye un mayor protagonismo del personaje del héroe, en tanto que la víctima –originalmente el personaje que impulsa la historia– va perdiendo centralidad. Aquí, claramente, la expectativa que el final impone es la obtención de justicia, de la justicia que sentencian los hombres, que en estos casos sólo será posible a partir de la intervención del héroe que, esta vez, tiene mucho más que hacer que proteger a su amada: debe modificar una situación de opresión colectiva.

También se define un cambio respecto del “bobo” que, lentamente, renuncia a su participación como personaje cómico –sólo en este *nuevo estilo*– para conformar el rol del socio, con altísimo grado de racionalidad y especial desempeño estratégico. Es que el héroe solo no podría producir ningún cambio: se trata de una “acción colectiva” –aunque liderada por nuestro protagonista masculino– que tiende a recuperar esa “estrategia grupal” que el público argentino está dispuesto a afrontar. En 2005 se recreará la década de los cuarenta en una Buenos Aires tumultuosa y plagada de inmigrantes enfocados en arraigar sus vidas e intereses a un país floreciente. Vale la pena destacar el esfuerzo en la ambientación. *Hombres de honor* reúne un elenco de primeras figuras en esta apuesta que realiza Canal 13.

Y en 2006 se definen las dos corrientes estilísticas sincrónicas de la telenovela que aún conviven, a partir de la competencia: *Montecristo* en Telefé y *Sos mi vida* en Canal 13.

Si bien no es nueva, *Montecristo* inicia la propuesta de la *venganza* como temática, además, por supuesto, del amor de una pareja heterosexual que deberá consumarse formando una familia (aunque, como ya veremos, esta consumación no es la expectativa principal que sostiene la historia). El personaje es interesante. Originariamente surge de una transposición de la novela de Alejandro Dumas *El conde de Montecristo* (¿quién podría ignorarlo?), pero que aquí, además de consumir una venganza sangrienta contra quienes lo dañaron en el pasado, se constituye en instrumento de reparación en el marco de la recuperación de identidad de la protagonista femenina, en su infancia apropiada por el poder militar de los años 70.

Pero este *Montecristo* sí perdona a su amor, no importa que se haya casado con su mejor amigo (convertido a la sazón en su peor enemigo), aquel que lo dio por muerto en una geografía extraña e inhóspita. Es que la propuesta plantea que ella ha sido tan víctima como él, porque no sabía que su amigo era un traidor, porque no sabía que él aún estaba vivo, porque no sabía que había sido apropiada y que quienes decían ser sus padres no lo eran. Esta mujer que en la telenovela no asume ninguna acción contundente más que la de dejarse llevar, dominar y proteger, también ha elegido mentirle a su propio hijo respecto de quién es su padre, y sólo hablará cuando la tensión argumentativa de la telenovela lo exija definitivamente. Para nuestra sorpresa, el niño lo tomará mucho mejor que —ya lo sabemos— la sociedad toda, y en pocos días podrá conducir todo su amor filial hacia este desconocido de quien su madre afirma que tiene los genes.

Como sea, no debemos sorprendernos, porque ya hemos tenido sobradas muestras de que la realidad supera a la ficción. Desde el punto de vista femenino, y sin soslayar que se trata de una telenovela basada en una obra del siglo XIX, quizá habría sido más pertinente una protagonista femenina algo más activa, decidida y aguerrida, que no se desmayara en la escena del final esperando ser rescatada. Pero esto también ha sido contemplado, y las mujeres proactivas pudimos identificarnos con otro personaje: la tercera en discordia, que terminó siendo la hermana biológica

de la protagonista. Personaje de gran inteligencia, conocimiento y lealtad a quien acomodaron en pareja con otro gran estratega frío y racional que, por supuesto, no era el protagonista. En este sentido, aquel personaje cómico del melodrama es recuperado, pero como socio y estratega excepcional, en esta transposición. Es que en estos dramas la risa, si bien útil y relajante, se deja en manos de personajes de tercer y cuarto orden.

Es importante aquí dar un pequeño contexto político-social que nos permita indagar sobre el éxito de esta telenovela, en especial la introducción del terrorismo de Estado como impulsor de la trama. Y este punto, que es paradigmático en nuestra apuesta analítica, tiene –como casi todo en materia de comunicación– un contexto sociopolítico particular que sustenta la posibilidad de incorporar temáticas nuevas en géneros tradicionales. Resulta que durante treinta años la ficción televisiva fue sumamente esquiva con todo lo que tuviera que ver con las violaciones a los derechos humanos en la última dictadura militar. En algunos pocos casos esta tragedia se trató tangencialmente, pero nunca fue introducida como temática central de una ficción, y mucho menos una telenovela que debe construir su relato en más de 100 episodios. ¿Qué pasa entonces en 2006 que la televisión argentina, específicamente un canal que se autodenomina el “canal de la familia”, se permite presentar en horario central un producto de estas características?

La respuesta a esta pregunta no es unívoca, por supuesto, pero apostamos a que tiene relación con el intento de superación, vía reparación, de una etapa difícil de la historia reciente. Coincidimos plenamente con el planteo de Elizabeth Jelin según el cual ningún texto puede ser interpretado fuera de sus contextos de producción y recepción, lo que incluye las dimensiones políticas del fenómeno en consideración. No hay duda de que la apropiación de bebés durante la última dictadura militar constituye el peor, el más imperdonable e imprescriptible de los delitos cometidos en ese período. De ahí que exista un consenso general respecto de la sanción social que esto involucra. Ahora bien, también existe desde la sociedad la necesidad de reparación, aunque más no sea moral, de otros aspectos igual de delictivos del último gobierno de facto. Por ello es imprescindible

por lo menos la enunciación de algunas estrategias del Estado argentino para establecer propuestas respecto a la conformación de memoria social.

En este sentido, creemos que la postura oficial contribuye a generar consenso respecto de la conformación de una memoria con un sentido particular. Las acciones simbólicas que desde el poder se realicen tienen una importantísima connotación que derivará en significaciones sociales. Recordemos el modo en que el por entonces presidente Néstor Kirchner tramitó esta cuestión en la ceremonia de celebración del 28° aniversario del golpe militar el 24 de marzo de 2004, dando un discurso en la explanada emblemática de la Escuela de Mecánica de la Armada (ESMA), desafiando al poder instituido de las Fuerzas Armadas no sólo desde lo discursivo sino también desde toda la simbología que tuvo a su alcance, para *significar* además de una demostración de poder una transformación de las prácticas sociopolíticas en Argentina.

Con este contexto, la televisión sintió el suficiente respaldo para introducir el tema y la necesidad de resarcimiento. La respuesta del público no se hizo esperar: la cuestión del terrorismo de Estado, la desaparición de personas, la apropiación de bebés resultó de gran interés tanto para quienes siguen el género telenovela como para muchos otros que, más allá de las complicaciones y los entretelones melodramáticos, se sintieron interpelados por la temática en sí. Una ficción que resarce a las víctimas, aunque sea a partir de la “venganza” individual (más allá de la intervención de los organismos de derechos humanos), y que reivindica la labor de la justicia aunque haya tenido que esperar años para ser aplicada.

Esta telenovela tendrá un *rating* inusitado, que fortalecerá la presencia de los organismos de derechos humanos en las pantallas televisivas. Recordemos además que la desaparición de Jorge Julio López, ocurrida luego de atestiguar en el juicio al represor Etchecolatz en septiembre de 2006, fue abordada por la telenovela, aunque con diferentes respuestas por parte del público. En algunos casos se planteó que un tema tan serio no podría ficcionalizarse livianamente como se lo había hecho, aunque no se utilizó este mismo argumento para el tema de la apropiación de bebés. Quizá

la simultaneidad de los hechos con la ficción resultaba difícil de asimilar para el público, especialmente considerando que todavía no se sabían con certeza los motivos de la desaparición del testigo.

Esta telenovela, que tematizó con cierta profundidad algunas de las consecuencias de la última dictadura militar argentina, fue saludada tanto por los organismos de derechos humanos como por el ámbito académico. Madres y Abuelas de Plaza de Mayo tuvieron una participación activa: no sólo en el asesoramiento en cuanto al abordaje del tema, sino incluso por medio de apariciones en la propia tira de algunos de sus miembros. Desde lo académico, baste señalar la calurosa salutación de la investigadora Nora Mazziotti, quien afirmó en octubre de 2006 que el programa constituía una reparación y un homenaje que la sociedad argentina se merecía.

En tanto, Canal 13 ofrecerá una hora antes (de 21 a 22) *Sos mi vida*, del mismísimo Enrique Torres, con Natalia Oreiro y Facundo Arana en los papeles protagónicos. Una ya típica historia del estilo neobarroco, con idas y vueltas sobre identidades, secretos de alcoba y mucha ingenua “maldad” de quienes deben poner escollos en el largo y sinuosísimo camino al altar de los protagonistas. Con estos ya tradicionales ingredientes de la telenovela marca “Torres”, *Sos mi vida* alcanzó unas siete décimas más de *rating* que la aplaudida y muy premiada *Montecristo*. Señalemos además que, asentado en la simpática ingenuidad de la protagonista, se genera un personaje estereotipado, propio del estilo neobarroco, con el exceso de modismos verbales y corporales característicos del autor, pero también, esta vez, con una gran proliferación de exteriores, de imágenes del barrio de La Boca, de conventillos –sumamente coloreados, limpios y prolijos– y de una clase popular simpática y dicharachera.

Así pues, en 2006 vuelven a convivir (como había ocurrido en 2003) los distintos estilos de la telenovela argentina, que se reparten –antes que disputarse– la audiencia del género.

En 2007, el horario nocturno vio desplazada a la telenovela. *Gran Hermano 4*, *Gran Hermano Famosos*, *Gran Hermano 5* fueron los programas que ocuparon todos los horarios centrales de Telefé. En tanto *Showmatch* y su *Bailando por un sueño*, *Patinando por un sueño* y *Cantando por un sueño*, resultaron el éxito arrollador que el

público argentino eligió para ver, para escuchar y para regurgitar en todos los programas vespertinos de chimentos y afines de la televisión abierta y por cable del país. De acuerdo a los niveles de audiencia de Telefé, debemos confirmar que el formato *Gran Hermano* cayó progresivamente durante el año. No era para menos: fue una sobre-dosis de la que no se vuelve fácilmente. Quizá por eso Telefé esté apostando ahora a la ficción, aunque sin demasiados aciertos.

En 2008, Telefé presenta *Vidas robadas*, que desarrolla las dolorosas vicisitudes de las muchachas que son secuestradas y obligadas a prostituirse, así como el esfuerzo que realizan sus familias para encontrarlas. Si bien esta propuesta, que involucra una concepción estética del estilo de la de *Montecristo*, e incluso más cuidada aun, dista de ser un fracaso, tampoco ha tenido la respuesta de público que se esperaba. Quizás no sean éstas las historias de la realidad que el público quiere ver, o todavía, el entretenimiento —que no requiere reflexión alguna— que ofrecen los bailes y las polémicas entre famosos resulte más atractivo. También puede ocurrir que aun no ha pasado el tiempo suficiente, desde la generalización del conocimiento de estas controvertidas e interpelantes situaciones de la vida cotidiana, como para que la audiencia pueda asimilar su papel en el esquema.

En lo que respecta a la telecomedia costumbrista, llamativamente los canales más vistos (Telefé y 13) apostaron por la misma temática en el mismo horario. A las 21 Telefé experimentó con *Aquí no hay quién viva*, comedia de enredos en un edificio de departamentos cuyos inquilinos y propietarios pretenden ser personajes desopilantes en situaciones absurdas. En tanto el 13 probó con *Por amor a vos*, reeditando la pareja madura y exitosa de *Los Roldán* (Telefé, Canal 9): José Luis Rodríguez y Claribel Medina son dos encargados de edificios vecinos que padecen todo tipo de circunstancias adversas a pesar del amor que florece entre ellos. Por el momento es la que centra su temática en el amor la que lidera el *rating*. Por ello Telefé ha desplazado el eje de su tira de lo absurdo a los afectos antes de que este consorcio sea desalojado por completo. Así es como optó una vez más por los cambios de horarios sorpresivos y lapidarios en esta tira.

Como sea, la buena noticia es que ha vuelto la ficción al horario central de la televisión, aunque no haya desplazado definitivamente al *reality show*. Ni falta que hace: se puede convivir con la pluralidad de géneros; de eso se trata también en la televisión abierta. Sin producir espacios para temáticas específicas es posible cautivar a un público generalista probando con productos distintos en cada canal.

Los *realities*: herederos del melodrama

El género de los *reality shows* ya venía anunciándose en los *talk shows*—en los cuales los personajes se construyen a partir de una o dos características de su vida personal—, o en los segmentos dedicados a *cámaras ocultas* donde se ve un fragmento de “la vida real” de alguien que desempeña una *performance* desconociendo que se trata de una producción televisiva. Pero con su nombre y apellido—*reality show*: se trata de la construcción del verosímil de “documentar” lo real con la menor intervención posible de las instancias de realización— este nuevo género terminó de aterrizar en el país en 2001.

El estallido de los *reality game shows* se produce a fines de los 90. El factor económico es determinante para que esto ocurra, ya que se trata de un formato global exportable, de bajo presupuesto y caracterizado por el alto rendimiento que permiten sus posibilidades de comercialización (*merchandising*, Internet, etc.) y autoprogramación, ya que de este formato se desprenden otras producciones televisivas tales como debates, conversaciones, programas de chimentos e incluso segmentos de los noticieros de la misma emisora. *Gran Hermano* es, sin ninguna duda, el detonante polémico de la intervención teórica sobre los productos audiovisuales de este género. Como dato de color, sepamos que la primera emisión de *Gran Hermano* se estrenó en Holanda en 1999; origen también de la empresa creadora y comercializadora del formato, Endemol. En nuestro país lleva, hasta la fecha, cinco versiones, más una de “famosos”. Su primera edición fue puesta al aire por Telefé el 10 de marzo de 2001 y finalizó el 30 de junio.

Existe cierto debate académico sobre las características que definen al género. Hay coincidencias en señalar que se trata de un “género de géneros”, en el cual se cruzan el concurso, el espectáculo de variedades, el *reality show* y el serial, aunque muchos lo definen como “un culebrón en tiempo real, con personajes reales”: de ahí que nos parezca interesante vincular su auge con el desplazamiento de la telenovela nocturna. Por cierto, el *reality show* tiene la característica particular de denunciar permanentemente que se trata de un producto televisivo. De un producto televisivo que, por lo demás, enumera todo el tiempo cuántas cámaras, cuántos micrófonos y cuánta tecnología de última generación están a nuestra disposición para mostrarnos esta *vida real* especialmente construida, adaptada y performatizada por estos seres de carne y hueso. En esto se enmarca en la saga del estilo *posmoderno* de telenovela y de la televisión toda.

Entonces, su condición de “realidad” se asienta más en su autodefinición de producto mediático que en la realidad misma que pretende recrear. Pasadas ya cinco emisiones, ningún espectador, ni siquiera algún participante, supone que lo que la pantalla muestra es propia, única y espontánea actuación de estos fortuitos y efímeros protagonistas. Pero más allá de eso, no podemos dejar de lado que este género desplazó en el *prime time* nocturno a la ficción en 2007. Primero con el propio *Gran Hermano* y luego con las diferentes versiones de *Bailando*, *Patinando* o vaya a saber qué hacer *por un sueño*, que también sintetizan el *glamour* del espectáculo, la simplicidad y honestidad de una buena causa, la serialidad del proceso de competencia y especialmente el erotismo —a veces chabacano, a veces desprovisto de significado— que sigue superando las expectativas de las productoras televisivas que así prometen (y vaya si cumplen) más de lo mismo.

Hurguemos entonces en las razones de este desplazamiento.

Eliseo Verón sostiene, en un artículo periodístico titulado “A propósito de Expedición Robinson. Ni realidad ni ficción”, que sólo se puede pensar en *reality shows* por oposición a lo que la televisión llama ficción, y esto porque la televisión —dice— llama “reales” a las situaciones, relatos y pasiones que aparecen en la

pantalla asociados a personas que no tienen con la propia televisión una relación profesional. Por eso, para Verón los *realities* son una categoría de programas de juego y de concurso con secuencialidad (vale decir: en episodios), aunque con el control de las condiciones en las que se produce por parte de la propia institución televisiva, lo que garantiza que no existan nunca peligros ni amenazas reales. Para Verón, es decisivo el reconocimiento que hace el público del propio género: los televidentes lo hacen perfectamente sin asimilar, ni remotamente, la construcción del producto con una ficción. Aquí es necesario recordar que el argumento de Verón es planteado en 2001: muchas cosas han cambiado dentro y fuera del género en Argentina y el mundo.

Otros autores, como François Jost, asimilan el *reality show* a géneros ficcionales como el melodrama. Suscribiendo estas concepciones, proponemos que la emisión televisiva de los canales de aire en el *prime time* nocturno es una posible muestra de que el/los público/s ha/n asimilado el género *reality show* como exponente melodramático, por momentos con características telenovelescas, pero con una peculiaridad, una excepción. La de que, en este caso, no está garantizado el final feliz, porque el “ganador” es producto de la democrática elección del público, a sólo \$ 3 + IVA por voto. Baste recordar en este sentido, las peleas entre participantes y jurados en los *realities* propuestos por *Showmatch* en Canal 13, que fueron recogidos por todos los programas de chimentos de la tarde y los que proponen ediciones con fragmentos “ajenos”.

En este sentido, es interesante la reflexión planteada por Fernanda Longo acerca del propio aprendizaje del público en cuanto a quién debe ganar el juego por sus condiciones y estrategias de jugador o por sus características personales (bondad, solidaridad, tolerancia, etc.). Así, recién en la tercera edición del ciclo *Gran Hermano* el público comprendió la naturaleza de la competencia y fue Viviana –la participante que confesó su ocupación como prostituta desde el primer momento– la persona/personaje que la audiencia eligió como ganadora en una excelente asimilación del juego a la vida real, porque la idea es que los jugadores jueguen “como si” fuera la vida real pero sin dejar de ser conscientes de que se trata de

obtener una meta –ganar–, que va más allá de las interacciones que tienen forzosamente que desarrollar en el transcurso del juego. El que más competencias despliegue para reflexionar sobre ese juego que está jugando, más posibilidades tendrá de salir airoso.

Y la cuestión de la “racionalidad” del juego requerida para ganar también necesitó un proceso de aprendizaje por parte de los espectadores. En la primera edición, de 2001, el ganador, Marcelo Corazza, era un “chico bueno”, funcional y adaptado que no hizo gala de ninguna historia personal tortuosa. En cambio, ya en la tercera edición (octubre 2002) la ganadora habría sido quien, desde el inicio, mostró racionalidad y distancias respecto de las demostraciones afectivas y/o pasionales. Según Longo, la audiencia votó a esta participante como ganadora porque comprendió la complejidad y la esencia del juego: votó a la mejor jugadora, que era la que, exacta y paradójicamente por ser la que mejor había comprendido y más conciencia tenía de la falta de espontaneidad del juego, mejor podía jugarlo y más honestamente podía ponerlo al descubierto.

Podemos coincidir, especialmente considerando los resultados de la cuarta edición de *Gran Hermano*. En esta oportunidad (enero 2007, Telefé) y consiguiendo niveles de *rating* que convencieron a las autoridades del canal de que no convenía invertir en ninguna otra cosa el resto del año, la ganadora (Marianela Mirra) fue quien desplegó la estrategia lúdica –especialmente hacia el final de la competencia– de manera obvia, empujando a abandonar a su competidor más temido (Diego Leonardi), que gozaba del cariño incondicional del público, según las manifestaciones de los analistas y disertadores del programa, pero al que eliminó del juego sin muestras de arrepentimiento.

Habiendo ganado por la votación democrática y participativa del público, resultó sorprendente que hubiera episodios en los cuales ese público (la gente común) la tratara de traidora y que su imagen no haya tenido la difusión que lograron otros ganadores y participantes. Esto hasta que llegó la propuesta de participar en 2008 en el *Bailando por un sueño* de Marcelo Tinelli, espacio en el que la participación asegura fama y reconocimiento, aunque efímeros, cuando de solvencia y respaldo artísticos se trata.

Proponemos aquí un breve –brevísimo– análisis respecto de los personajes finalistas. Ya hablamos de Viviana, ganadora en 2003, quien reveló su condición de prostituta, a la cual la vida llevó a ser racional y especulativa. En 2007, Diego Leonardo es un ex presidiario. ¿Puede un programa de televisión con audiencia masiva premiar dos veces, con pocos años de diferencia, la marginalidad? ¿No sería ésta una señal de que más vale no adaptarse demasiado al sistema, y sólo manifestar muestras de conformidad con el *statu quo* frente a cámara y cuando el *minuto a minuto* lo amerita?

En este punto suponemos que el público no le daría la espalda completamente al género, incluso sabiendo que hay lineamientos estructurados que los participantes siguen, porque es parte del “contrato de lectura” que han establecido con el medio y con el género. Hasta es posible que, a esta altura, se consuman los *reality shows* con la convicción de que el final está, por lo menos, apuntado en borrador. Sin embargo, lo que interesa del producto son las vicisitudes de los personajes *durante* su participación en el programa... Igual que en la telenovela, de la que se sabe el tipo de conflictos que planteará y el final feliz.

Entonces finalmente llegamos a la conclusión de que no es sorprendente que en 2007 el *reality* (tanto el de *Gran Hermano* como los propuestos por *Showmatch*) haya desplazado a la ficción melodramática. También es posible que el género *reality* sea uno de los importantes herederos de ese melodrama que acompañó los orígenes de la telenovela. Es por eso que nos hemos detenido a esbozar una aproximación de su estructura, arriesgando posibles razones para su masiva aceptación. No es la identificación con personas de carne y hueso lo que produce simbiosis en el público –al menos no es ése el principal atractivo–: se trata de que las reglas del juego motivan sufrimiento en quienes participan de él, un sufrimiento melodramático del que los actuales estilos ficcionales se están alejando...

El regreso de los héroes y las gestas colectivas

Sin ninguna duda, en los años transcurridos del nuevo milenio se experimentaron corrimientos de estilos en la telenovela. El

posmoderno o neobarroco que analizamos a partir de las realizaciones de los 90 quedará ya, si no obsoleto, sólo asumible por algunas producciones, no siempre en *prime time* nocturno. Nuevamente, tal como lo hacía aquel *estilo moderno*, se potencia el acercamiento al verosímil social antes que al de género. Fuertemente se introducen temáticas de la realidad argentina, histórica, policial, política y judicial. Ya no sólo se trata de normalizar el pasado como ocurría en los primeros años de democracia. Aquí enfrentamos el pasado a fuerza de indagarlo y analizarlo y, mucho más allá de reconciliarse con él, podemos despojarnos de una conciencia culpable por omisión, de manera de circunscribir la responsabilidad por los enormes errores cometidos por otros, que merecen la imposición de la pena.

Y es aquí donde corresponde cuestionar cuál es el público que sigue estas telenovelas con protagonistas masculinos, musculosos, aventureros y, sustancialmente, justicieros. Es necesario señalar que en las tramas de estas narraciones no aparece como factor conflictivo el económico. En términos generales, sus protagonistas no padecen situaciones económicas apretadas y, en todo caso, pueden resolverlas rápidamente en el transcurso de los primeros capítulos. Es por eso que se podría establecer que el factor conflictivo en estos casos no se centra en una problemática de clase respecto de la pareja protagonista, como ocurría desde el inicio del género. En este sentido, ya habíamos adelantado algo con el estilo neobarroco propuesto por Steimberg. La cuestión de clase, si bien existe, hoy parecería mucho más soslayable que décadas atrás. Lo que caracteriza el dilema es ser o haber sido víctima de un delito grave y, en todo caso, cuán cerca del victimario se posicione alguno de los miembros de la pareja.

El vaciamiento de las “condiciones socioeconómicas” de los protagonistas como temática nos habla de la pérdida de centralidad de estas cuestiones en el público espectador. Lo que no sabemos es si dejó de importar porque ya no existen como problemática o porque este público en particular no tiene conflictos socioeconómicos que resolver. En cambio, sí resulta imprescindible la impronta reivindicatoria y justiciera que se plantea desde el relato. La necesidad de conseguir/hacer justicia como mandato masculino indelegable. Además, resulta especialmente interesante que en las telenovelas

nocturnas hayan perdido protagonismo las actrices/heroínas, erigiéndose en estrellas protagónicas indiscutibles los galanes, o –excepcionalmente– la pareja como conjunto.

El avance de los hombres en el protagonismo de la telenovela nos habla de la apertura, democratización y masificación del género (y aquí a la palabra *género* la utilizamos con toda su polisemia), ya que, considerando el horario en que se emite y la historia que, desde *Rolando Rivas*, los precede, es imposible suponer que no haya varios –muchos, muchísimos– hombres que sigan estos relatos que incorporan más o menos tangencialmente la realidad que potencia su credibilidad. También es importante señalar que, habiéndose instituido el protagonismo masculino con todo lo que de “metrosexual” ha impuesto el “tono de época” (músculos, belleza y cuidados de la salud), se vuelve más violenta la “maldad” de los personajes negativos en la telenovela. Esto significa que aquí se avizoran los riesgos de muerte, las violentas escenas de asesinatos y los cuerpos mutilados. La imposición del “final feliz” –que sigue siendo una invariante del género– se logrará sólo a partir de la muerte del “traidor”, en lo posible en manos del protagonista masculino.

Es decir que el desembarco de los hombres como ejes centrales en la telenovela implica, una vez más, la centralidad de la violencia como única resolución de los conflictos. Una vuelta al “estado de naturaleza”, que, a la postre, siempre será resuelto de la manera más justa, con el aporte de algunas instancias judiciales y policiales que, si bien tardías, finalmente se hacen presentes. Es que las traiciones ahora sólo pueden ser resarcidas con la muerte: el nivel de gravedad de las acciones de los malos no podría permitir únicamente un arrepentimiento y reconversión. El “mal” se ha vuelto excesivamente malo y peligroso, ya no sólo con los protagonistas sino con la sociedad en su conjunto. De allí que la sentencia final deba ser aleccionadora al punto de establecer las fronteras de manera tajante e inamovible: ser malo, en esta sociedad, no tiene cura.

Tal como esperamos haber dejado en claro, un género masivo como la telenovela puede dar cuenta de modalidades de gestión, no solamente del pasado autoritario y violento, sino, especialmente, de las características del tratamiento que el presente social

habilita a la ciudadanía. La participación que involucra este *nuevo estilo* de la telenovela, arraigado en la acción estratégica grupal, es halagüeña. Pero no perdamos de vista la posibilidad de que pueda tornarse, también, poco tolerante con los disensos. En este punto, el límite entre la realidad y la ficción no se quiebra, por supuesto, aunque la simultaneidad de algunos temas pareciera recrear aquella *Guerra de los mundos* que la radio estadounidense puso al aire de la mano de Orson Wells, generando, además de pánico, esa certeza del tipo de plagio entre ficción y realidad del que también solía hablarnos Borges.

Telenovela y sueño de justicia

La telenovela argentina ha demostrado su gran ductilidad, pasando por varios estadios, claro que no tajantemente propuestos desde la pantalla. Así es como podemos ver alguna producción nacional de estilo mayoritariamente tradicional, otras con fuerte presencia de características posmodernas y también propuestas del *nuevo estilo* que hemos descrito. Aquí es donde, a partir de aquellas afirmaciones que planteamos al comienzo, sostenemos que una de las virtudes de la telenovela está en recuperar algunas de las características identitarias del público en un momento y un lugar determinados. Es por eso que este género televisivo opera como herramienta para identificar aspectos de nuestra sociedad a partir de los rasgos que, en cada momento histórico, recoge y recrea. Algunos de esos cambios se registran desde la reivindicación de la mujer. Veamos.

En la Argentina de mediados de siglo XX se pensó que la identificación del género se asentaba en la doble dominación que sufría la mujer de las clases populares, y por eso la *heroína* debía contar con ambas características. A fines de siglo, en cambio, se proponía un cambio importante, postulándose una protagonista femenina con cierto grado de *agencia*, que podía gestionar su presente y plantearse algunas expectativas futuras, y que, a fuerza de tesón, voluntad y pensamiento estratégico, terminaba consiguiendo lo que se proponía. Esta protagonista ganó no sólo el acceso a los medios económicos para labrar su presente y su futuro sino la posibilidad de mostrarlo en otros horarios y –no sin costos y concesiones– a un público más amplio, formado ya no sólo por féminas en condiciones similares a las suyas. Al poco tiempo, sin embargo, el protagonismo terminó salteándola para proponer, como podría haberse profetizado, un *héroe* –esta vez bello, musculoso, honrado e inteligente– que se lleva todas las miradas y todos los laureles, porque él sí gestiona el presente. Y no solamente el suyo, sino el de todo un sujeto colectivo, víctima de algún atropello más o menos grave.

Pero además de los cambios en las concepciones de lo femenino, hay características del género que, en su continua mutación,

nos están hablando del modo en que las sociedades que conforman su público esperan resolver cuestiones del pasado y enfrentamientos ideológicos del presente. En el inicio de la recuperación democrática, la voluntad de zanjar conflictos del pasado reciente fortaleció la realización de producciones en los cuales nadie era completamente inocente, o donde, en todo caso, los débiles eran castigados sólo para encaminarlos en la buena senda, lo que les permitiría compartir con sus “castigadores” una convivencia plena y fructífera sin rencores pasados.

Pero, claro, el ánimo componedor era tal que lo que prevalecía era la convicción acerca de la necesidad de evitar circunstancias violentas que llevaran a cualquier represalia aberrante. Entonces la sociedad avaló la propuesta de conformar nuevas generaciones de jóvenes plenamente adaptados, que internalizaran desde el inicio de sus reflexiones aquellos principios que, por vías mucho más cruentas, habían intentado imponer autoridades gubernamentales previas a la democracia. La pantalla televisiva, en ese momento, constituía una verdadera aliada para la integración nacional, y, con la suficiente cuota de entretenimiento y suspenso, cualquier programa que propiciara que la adolescencia argentina permaneciera en casa —o, como mucho, en casa de algún amigo— era una utilísima herramienta de cohesión y, por sobre todo, de pacificación.

En realidad, no sabemos qué tan necesario era domesticar una adolescencia que —recordémoslo— había perdido cualquier contacto con posibles visiones revolucionarias. Nada de jóvenes cuestionadores e inquietos era reconocible por entonces. Sin embargo, la voluntad componedora aún persistía, y la sociedad argentina, traicionada y dolida, no quería de ninguna manera permitir ni la más leve sospecha que diera excusas a los usurpadores para volver a las andadas. Lo que esa misma sociedad no sabía todavía era que la semilla del experimento militar había prendido más allá de los vejámenes y desapariciones. Así, algunos años después, la aceptación del sometimiento de aquellos adolescentes de los años 80 redundó en el silencio voluntario ante la aventura neoliberal de los 90.

Y justamente en esos años de impostura neoliberal, ocupados por silenciar, esconder bajo la alfombra o “desaparecer” aquellas

temáticas que involucraran alguna cuestión (política, económica o cultural) conflictiva o no resuelta, era necesario disfrazar, decorar, “envodevilar”, si se nos permite el neologismo, las propuestas televisivas. Así, el público, encandilado –por mucho más tiempo que el que era de esperar– con tantos colores, brillos, luces y juegos, aceptaba gozoso una programación que cubría sus expectativas de “entretenimiento” en casi todas las propuestas, incluidas, por supuesto, las telenovelas, que voluntariamente se prestaron a participar de esta estética del abuso en todas las variables posibles.

Como nada es para siempre, la realidad golpeó las puertas de las productoras televisivas y planteó la necesidad de plasmar, con los retoques cosméticos pertinentes, un acercamiento más verosímil a aquello que cotidianamente el público argentino vivía. Por eso proliferaron las telecomedias costumbristas, con una enorme primacía de lo urbano, que apuntaban a seducir a este público ciudadano que no concibe la vida entre cuatro paredes, aunque sean las de una mansión en un barrio de lujo, y necesita reconocer alguna esquina, algún medio de transporte o la referencia a espacios compartidos que lo identifique en alguna medida. Pero estas ficciones, de interesante confección, especialmente en cuanto a la representación de sus héroes y heroínas, resultan insuficientes para el público de la telenovela propiamente dicha. Es que se necesita una única pareja en conflicto permanente, cuyo amor supere todas las circunstancias adversas, incluida la distancia y la amenaza de muerte.

Entonces, a partir de la crisis 2001/2002, la realidad vuelve a arremeter, propiciando la inclusión de una participación activa, de una conciencia de la capacidad de acción. Así es como las propuestas definen con mayor exactitud sus héroes, aunque no hagan lo mismo –al menos no siempre– con sus heroínas. Y aquí debemos resaltar cómo esta constitución en héroe tiene una fuerte raigambre en la “ética de la justicia”: el varón como el estandarte de la imposición de una justicia que la realidad social niega. En cambio, recordemos que los protagonismos femeninos suelen centrarse en la “ética del cuidado”, de la protección, de la racionalidad del futuro a partir del cuidado en el presente. Éste es un cambio fuerte en ambos sentidos: la primacía de lo masculino en las telenovelas nocturnas y la furiosa

necesidad de imponer una justicia que, sin un héroe, difícilmente vaya a llegar, aunque éste requiera de un grupo de colaboradores brillantes e incondicionales.

Quizás esta ausencia de protagonista femenina —aclaremos: no es que no la haya, es que no acapara ninguna característica de heroína típica— tenga que ver con que, simultáneamente, otros productos mediáticos, emitidos en similares horarios, potencian la figura de la mujer-objeto, la mujer-glúteo o la mujer-cosa que las telenovelas han erradicado, incluso en el personaje de la “mala”. En efecto, si bien la telenovela siempre fue considerada una herramienta de dominación de la mujer por la pasividad y sometimiento que postula como propios de las mujeres y de las clases populares en general, el género siempre ha tendido a proponer que las mujeres de vida licenciosa no terminan bien. En cambio, esos programas de altísimo y perpetuo *rating* no sólo plantean como única posibilidad de aparición de las mujeres la “estética erótica”, sino que asientan su comicidad en la supuesta “falta de cerebro” de las mujeres que logran cultivar las dotes que las cámaras televisivas “adoran”. Así, la dominación de género se expresa más allá que en las telenovelas, donde las mujeres —aunque siempre en una condición de desigualdad profesional y laboral— desarrollan roles que establecen actividades de mucha responsabilidad y compromiso.

En términos generales, los cambios en las características del género parecen operar en cuanto a las necesidades de establecer dónde y en qué circunstancias aparecen los conflictos en la telenovela. La misma ya no se centra *exclusivamente* en la lucha de una pareja por consumir su unión pese a todos los sabotajes y estrategias que se lo impiden. Ahora sólo puede producirse un final feliz a partir de la imposición de “justicia”, de la índole que sea (la de los hombres o la divina). No es que antes no fuera menester que la justicia interviniera para hacer posible la felicidad: es que ahora se vuelve un tema “eje” de la narración, porque los crímenes de los traidores superan en mucho la intención de separar a los protagonistas. Estos personajes nefastos (aunque igualmente necesarios para la trama) asisten a parturientas y les roban sus hijos, tienen prostíbulos y negocian con la “trata de blancas”, secuestran y asesinan a inocentes para mantener su negocio y su estilo de vida.

La gestión individual, la posibilidad de *agencia*, ya aparecía en las producciones modernas y neobarrocas. De hecho, hemos señalado el caso de *Rolando Rivas, taxista*, donde el protagonista indiscutido es masculino, y donde el héroe, además de tener que hacer frente a una serie de avatares de difícil resolución, debe sostener la figura masculina en una familia desmembrada. La novedad, entonces, no está dada por esta fuerte impronta de “ayúdate a ti mismo” para que los cambios se den y te sean favorables: la drástica novedad es que la gestión individual, aquí, plantea un cambio en las condiciones de la vida colectiva. Se trata entonces de resolver los problemas y ajusticiar a los culpables de delitos aberrantes para, de esa manera, modificar las condiciones de vida de muchas de sus víctimas, o, por lo menos, de algunas de ellas.

Entonces, este *nuevo estilo* en la telenovela argentina se propone desde una reconstrucción de la posibilidad de que la gestión de algunos pocos produzca un cambio en el modo de vida muchos. ¿Acaso esta nueva propuesta tiene una vertiente revolucionaria? Con todas esas acciones alrededor, no podemos considerar un “final feliz” sin que los malvados paguen sus delitos, por lo menos ante el Poder Judicial o, de ser posible, con la muerte. Aliviados del peso de haber “sospechado sin hacer nada”, de haber suscripto al “no te metás”, estos héroes argentinos de las telenovelas de este último período asumen la representación de una conciencia colectiva con la que todos queremos identificarnos.

Así pues, en veinticinco años pasamos del hombre que adoctrinaba mediante la violencia física al justiciero que reivindica las pertenencias sanguíneas y devuelve la valoración ética, reduciendo (por qué no “ultimando”) a los culpables de las usurpaciones. Por supuesto, no es éste el único sentido en el que puede narrarse la historia de la telenovela argentina en los últimos veinticinco años. Nuestra propuesta implica recortar sólo una de las muchísimas miradas posibles sobre este género. Otra tendría que ver con la representación que el mismo ha hecho de las mujeres. En este punto debemos reconocer que las mujeres logramos diferentes y auspiciosos protagonismos, incluso (y especialmente) en este género. Por eso podemos afirmar hoy que las perspectivas futuras

apuntan a que el público argentino de telenovelas, particularmente las nocturnas, integrado por mujeres, hombres, adolescentes y niños, sostenga sus expectativas en que le posibiliten, a partir de una producción cuidada y elaborada en forma episódica, con guiños y alusiones que sólo pueden reconocerse a partir de la pertenencia cultural (histórica y geográficamente arraigada), cubrir esa cuota de ficción-realidad que la vorágine urbana cotidiana muchas veces impide (siquiera) imaginar.

En este sentido se debe señalar que el género ha mutado considerablemente, desde su estética, a partir de los cambios tecnológicos que, insoslayablemente, afectaron toda la programación televisiva. Estos cambios, que parecen cosméticos, permiten afirmar hoy que la sustancia de la telenovela argentina –con mayor o menor penetración de la realidad, con mayor o menor profusión de exteriores, con mayor o menor presupuesto– no ha operado modificaciones en su esencia. Esa esencia que quiere denunciar contradicciones atroces en las sociedades aunque proponga en el mismo acto la solución y reconciliación reparatoria sin que el espectador haya tenido que moverse de la silla. Esa tendencia a zanjar (pacíficamente o no) las injusticias en las ficciones de todo tipo que permiten al espectador fortalecer su propio sueño de justicia y equidad.

Cada uno de los cambios aportó la posibilidad de ampliar su público, esto es, hoy exponentes de todas las edades y géneros conforman el/los grupo/s de televidentes que consumen cotidianamente telenovelas. Ya no son sólo las mujeres “amas de casa” las que necesitan impulso adicional para soñar vidas llenas de aventuras, epopeyas y romance. La afirmación que habilita el presente trabajo implica que, debido a su versatilidad, a su capacidad de adaptación y dinamismo, la telenovela pudo consolidar su liderazgo al momento de cubrir las expectativas de su público –hoy considerablemente ampliado– para ver reflejada la historia épica de vida que va mucho más allá del relato romántico y previsible, para constituirse definitivamente en la gran posibilidad de soñar una realidad que, aunque adversa, es modificable a partir de las acciones y éticas de sus protagonistas.

Bibliografía

- Alcántara, Celia (1996) “Televisión-Telenovela”, en Sanpedro, Carmen (ed.) *La telenovela. Personajes, anécdotas, relatos y opiniones* (1996) IMFC, Buenos Aires.
- Andacht, Fernando (2003) *El reality show: una perspectiva analítica de la televisión*, Norma, Buenos Aires.
- Aprea, Gustavo, *Momentos con lágrimas. Lo melodramático en la cultura audiovisual argentina* (en prensa).
- (1996) “Tiras juveniles y telenovela: el caso de *Montaña rusa*”, en Soto, Marita, *Telenovela/telenovelas* (ver más abajo).
- y Martínez Mendoza, Rolando (1996) “Hacia una definición del género telenovela”, en Soto, Marita (1996), *Telenovela/telenovelas*, Atuel, Buenos Aires.
- y Soto, M. (1999) *Telenovela, telecomedia y estilo de época. El sistema de géneros narrativos audiovisuales en la Argentina*, mimeo.
- Borges, Jorge Luis (1974) “Tema del traidor y del héroe”, en *Obras Completas*, Emecé, Buenos Aires.
- Bourdieu, María Victoria (2007) “Telenovela: ¿embajadora cultural latinoamericana o mercancía de la interculturalidad? De la génesis popular al vaciamiento identitario”, ponencia presentada en las *Primeras Jornadas sobre Culturas Populares y Culturas Masivas: los desafíos actuales de la comunicación*, IDH-UNGS, Los Polvorines.
- (2007) “Telenovela: productora de emociones y dividendos. La coyuntura del éxito en el mercado mundial”, ponencia presentada en la *VI Bienal Iberoamericana de Comunicación*, UNC, Córdoba.
- (2008) “Nuevos estilos en la telenovela argentina. Justicia, ética y protagonismo masculino”, ponencia presentada en el *IV Congreso Panamericano de Comunicación*, Universidad Mayo, Santiago de Chile.
- Di Guglielmo, Hugo (2002) *Vivir del aire. La programación televisiva vista por dentro*, Norma, Buenos Aires.
- García Canclini, Néstor (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Gedisa, Barcelona.

- González Requena, Jesús (1988) *El discurso televisivo: espectáculo de posmodernidad*, Cátedra, Madrid.
- Jelin, Elizabeth (2002) *Los trabajos de la memoria*, Siglo XXI, Madrid.
- Jost, François (2001) *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*, De Boeck Université-INA, París.
- Lacalle, Charo (2001) *El espectáculo televisivo. Los programas de entretenimiento*, Gedisa, Barcelona.
- Landi, Oscar (1992) *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires.
- Longo Fernanda (2007) “Gran Hermano: el juego de ‘sé tu mismo’”, en www.juliangallo.com.ar/wp-content/reloads/2007/01/04-2007.pdf
- Martín-Barbero, Jesús (1997) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, GG, México.
- (2001) *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana* (mimeo).
- Mazziotti, Nora (1993) “Soy como de la familia” *Conversaciones con Alberto Migré*, Sudamericana, Buenos Aires.
- (1994) “La telenovela transnacional argentina y las coproducciones”, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, N° 16-17, Universidad de Colima, México
- (1996) “La telenovela durante el ‘proceso’ militar. Prohibiciones y situación de los canales”, en Sanpedro, Carmen (ed.) *La telenovela...*
- (2005) *La fuerza de la emoción. La telenovela: negocio, audiencias, historias*, en <http://www.miradas.eictv.co.cu>
- (2006) “La venganza de Montecristo y la máquina novelesca”, en *Tram(p)as de la comunicación y la cultura* N° 47, UNLP, La Plata.
- (2006) *Telenovela: industria y prácticas sociales*, Norma, Buenos Aires.
- Petris, José Luis (1996) “Despreciada por simple, respetada por compleja”, en Soto, Marita, *Telenovela/telenovelas...*
- Rincón, Omar (2002) *Televisión, video y subjetividad*, Norma, Bogotá.
- Rodríguez, Clemencia y Tellez, Patricia (1989), *Historia del melodrama televisivo en Colombia*, Cinep, Bogotá.
- Rossi, María José (2007) *El cine como texto. Hacia una hermenéutica de la imagen-movimiento*, Topía Editorial, Buenos Aires.

- Sanpedro, Carmen (ed.) (1996) *La telenovela. Personajes, anécdotas, relatos y opiniones*, IMFC, Buenos Aires.
- Sirvén, Pablo (1988) *Quién te ha visto y quién TV. Historia informal de la televisión argentina*, Ediciones de la Flor, Buenos Aires.
- (1996) “La telenovela busca a su mamá”, en Sanpedro, Carmen (ed.) *La telenovela...*
- (2003) en http://www.lanacion.com.ar/herramientas/printfriendly.asp?nota_id=555
- Soto, Marita (1996) *Telenovela/telenovelas*, Atuel, Buenos Aires.
- Steimberg, Oscar (1993) *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*, Atuel, Buenos Aires.
- (1994) “Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela”, revista *Sociedad* N° 5, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.
- Turner G. (1992) *British Cultural Studies*, Routledge, London.
- Ulanovsky, Carlos; Itkin, Silvia y Sirvén, Pablo (1999/2006) *Historia de los medios de comunicación en la Argentina. Estamos en el aire*, Emecé, Buenos Aires.
- Verón, Eliseo y Escudero, Lucrecia (1997) *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*, Gedisa, Barcelona.
- (2001) “A propósito de Expedición Robinson. Ni realidad ni ficción”, en *Clarín.com* edición digital, 5 de enero.
- (2001) *El cuerpo de las imágenes*, Norma, Buenos Aires.
- Walger, Silvina y Ulanovsky, Carlos (1974) *TV guía negra*, de la Flor, Buenos Aires.
- Wolton, Dominique (1995) *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*, Gedisa, Barcelona.

Índice

Consideraciones previas y agradecimientos	7
La telenovela argentina a 25 años de democracia	9
El género <i>telenovela</i>	15
Telenovela y democracia en los 70	37
Disciplina, reflexión y juego	49
El mundo tras el espejo. Privatizaciones e individualismo	61
Héroes y consignas colectivas. La ética de la justicia	75
Telenovela y sueño de justicia	93
Bibliografía	99

Otros títulos de
Colección “25 años, 25 libros”

- 1. Cine y políticas en Argentina**
Continuidades y discontinuidades en 25 años de democracia
Gustavo Aprea
- 2. Controversias y debates en el pensamiento económico argentino**
Ricardo Aronskind
- 3. Rompecabezas**
Transformaciones en la estructura social argentina (1983-2008)
Carla del Cueto y Mariana Luzzi
- 4. La cambiante memoria de la dictadura**
Discursos públicos, movimientos sociales
y legitimidad democrática
Daniel Lvovich y Jaquelina Bisquert
- 5. ¿La lucha es una sola?**
La movilización social entre la democratización
y el neoliberalismo
Sebastián Pereyra
- 6. La nueva derecha argentina**
La democracia sin política
Sergio Morresi
- 7. La Patagonia**
(de la guerra de Malvinas al final de la familia ypefiana)
Ernesto Bohoslavsky

- 8. Mejor que decir es mostrar**
Medios y política en la democracia argentina
Gabriel Vommaro

- 9. Los usos de la fuerza pública**
Debates sobre militares y policías en las ciencias sociales de la democracia
Sabina Frederic

- 10. El peronismo fuera de las fuentes**
Horacio González

- 11. La Iglesia católica argentina**
En democracia después de dictadura
José Pablo Martín

- 12. Masividad, heterogeneidad y fragmentación**
El sistema universitario argentino (1983-2007)
Pablo Buchbinder y Mónica Marquina

- 13. Trabajo argentino**
Cambios y continuidades en 25 años de democracia
Marcelo Delfini y Martín Spinoso

- 14. Argentina digital**
Roxana Cabello

- 15. Democracia y ciudad**
Procesos y políticas urbanas en las ciudades argentinas (1983-2008)
Raúl Fernández Wagner

- 16. Religiosidad popular**
Creencias religiosas populares en la sociedad argentina
Rubén Aldo Ameigeiras

- 17. De *salario* a *corralito*, de *carapintada* a *blog***
Nuevas palabras en veinticinco años de democracia
Andreína Adelstein e Inés Kuguel
- 18. Literatura y pasado reciente**
Relatos de una carencia
Martina López Casanova
- 19. La educación en democracia**
Cambios, problemas y desafíos de una escuela fragmentada
Graciela Krichesky y Karina Benchimol

A un cuarto de siglo del inicio del período histórico abierto en 1983, esta colección se propone examinar los cambios producidos desde entonces en la sociedad argentina.

Heredera del folletín y del radioteatro, la telenovela es un género muy característico de la cultura popular y masiva latinoamericana, y sus orígenes se confunden, en nuestro país, con los de la propia televisión. Objeto desde hace tiempo de incontables y a veces muy valiosos tratamientos en el campo de los estudios comunicológicos y culturales, esta vieja habitante de nuestras pantallas es examinada nuevamente en este libro en relación con los cambios técnicos, políticos y culturales ocurridos entre nosotros en los últimos 25 años. Así, sobre el telón de fondo de la distinción entre telenovelas “primitivas”, “modernas” y “posmodernas”, se consideran acá distintas transformaciones en los modos de representación de la idea de orden, de construcción de la figura del héroe y de figuración de los ideales de justicia.

María Victoria Bourdieu es Licenciada en Comunicación por la Universidad Nacional de General Sarmiento.



Universidad
Nacional de
General
Sarmiento

