

TELENOVELAS...

¿FICCIÓN O REALIDAD? ¹

María Teresa Baquerín

Introducción

Desde sus comienzos, las telenovelas han sido objeto de interés como fenómeno comunicativo, sobre todo por la gran cantidad de público que congregan frente a la pantalla.

Como género, fueron desprestigiadas, acusadas de “nocivas”, “alienantes” o “exageradas”. Se olvidó el hecho de que poseen un *lenguaje propio*, típicamente latinoamericano, que justifica su triunfo a través del tiempo y las distancias.

Junto con esta desvalorización, se subestimó al espectador, restringiendo su espectro a las prototípicas “amas de casa, a la hora de la siesta”.

En la definición de telenovela incluimos distintos elementos: personajes típicos principales, estructura de melodrama, dialéctica repetición-innovación, serialidad y búsqueda de cotidianeidad.

Actualmente están en pantalla: *Dulce Ana* y *Mujercitas*, Canal 9; *Sheik* y *Café con aroma de mujer*, Canal 13 y *Chiquititas*, Canal 11. Se tomaron como ejemplo *Dulce Ana* y *Sheik* por ser las que responden más claramente a los temas tratados y se ajustan con mejor facilidad al esquema del melodrama (Noviembre de 1995). El círculo constante de repetición-innovación se da tanto en *Sheik* como en *Dulce Ana*. Sus personajes se debaten ante los mismos conflictos en distintas circunstancias.

Nuestro objetivo en el presente trabajo es describir las tendencias actuales de los contenidos de las telenovelas, basándonos en los supuestos que siguen:

a) Los medios de comunicación masiva se desempeñan de acuerdo con criterios empresariales.

b) El público influye en la programación de los medios y éstos contribuyen en la construcción de una imagen de la realidad.

Si bien la estructura del melodrama, que fue la matriz del género telenovela,

¹ El presente trabajo fue elaborado en la cátedra de Comunicación Social II, que se propone, dentro de sus contenidos, la reflexión acerca de los diferentes tipos de mensajes presentes en los medios de comunicación, por la Lic. María Teresa Baquerín, Titular de la Cátedra, y las alumnas de 4to. año de Periodismo: Florencia Jaromezuk, Gabriela Litre y María Cecilia Makara.

sigue vigente, nos vemos llevados a preguntar: ¿se tiende hoy más a los argumentos y situaciones "irreales" o se busca la identificación con problemas efectivamente existentes en la vida cotidiana?

Nuestra pregunta se dirige al análisis de los contenidos, a lo largo del tiempo, o de diferentes telenovelas en un mismo período. Atendemos a los supuestos previamente expuestos, por lo que la identificación de una tendencia al cambio en los contenidos nos permitiría relacionarla con variaciones congruentes en las expectativas del público. Sin embargo, no entraremos en un estudio de éste último.

Definición del género:

El género telenovela ocupa en la T.V. latinoamericana un lugar clave. Genera fuertes ingresos provenientes de la publicidad y el "merchandising". También de la comercialización de productos que se mueven alrededor de la telenovela -temas musicales, por ejemplo- y su cobertura en las revistas de espectáculos. Es además el único producto cultural que latinoamérica exporta a *todo el mundo*.

La telenovela guarda una relación informal con los procesos de *integración latinoamericanos*, dado que la circulación de guiones, actores y técnicos habla de una modalidad que se adelanta a los proyectos de mercados comunes regionales. Conforman un objeto de "identidad plural", a través de la "estética de la repetición".

Las invariantes que definen a las telenovelas son el melodrama con sus convenciones y la estructura episódica. Las *variables* se dan en dos niveles: a) en la manera en que se asume la serialidad (historias más o menos largas), b) en la recurrencia a nuevas temáticas o estilos (justamente a este cambio temático nos referimos en el presente trabajo).

En la telenovela se conjugan estrategias comerciales con necesidades de identificación y cabe preguntarse si, en una realidad tan dura como la que vivimos en América Latina, las audiencias brasileñas, por dar un ejemplo, saturadas de que en las telenovelas se les hable y se les muestre lo que ya saben, porque lo experimentan a diario -corrupción, transacciones ilegales, desempleo, inmoralidad-, no estarían restituyéndole al género una dimensión de *ensoñación*. Tal vez estén llevando a cabo una operación de *ruptura con la realidad* que les permita reinstalarse durante una hora, en un mundo *imaginario, donde es posible que el bien y el mal estén en un lugar preciso*.

Antes que ver esto como "alienación", según parámetros de la crítica de décadas anteriores, respondería más bien a movimientos de "sano despegue" de un mundo que castiga con fuerza, de búsqueda de gratificaciones simbólicas que no son confundidas con la realidad. Las formas en que esa realidad pueda ser modificada, enfrentada, pertenecen a la zona de las acciones reales de los hombres, que no se niega, ni se enfrenta o se suplanta con el hecho de ver telenovelas.

Origen de la telenovela:

La *radionovela* surge en 1930 como consecuencia de la Gran Depresión. Ante la crisis económica sufrida por los E.E.U.U. (que luego afectará al mundo entero) era necesario seguir vendiendo, ubicando productos.

Procter & Gamble, corporación multinacional productora de alimentos, jabones, detergentes y elementos sanitarios, se vio paradójicamente beneficiada por la Gran Depresión. La radio se convirtió en una forma de entretenimiento barato, a la vez que brindaba información. Los teatros cerraban y cada vez más gente tenía radios. Procter & Gamble aprovechó esa situación y comenzó a hacer publicidad de sus productos en horarios diurnos, de menor audiencia y se dirigió al ama de casa, potencial consumidora. En 1930 salió al aire "Painted Dreams", el primer "soap" de la historia.

Así se fija la principal característica de la novela: es creada por los patrocinadores de productos.

Teorías sobre las telenovelas:

El "soap" procura interpretaciones fáciles. El receptor es pasivo. Se las entiende como "óperas degradadas", distorsionadoras de la realidad.

Durante los años '20, con la Primera Guerra Mundial, se considera a la audiencia pasiva y moldeada (teoría hipodérmica).

El conductismo o "behaviorism" atacó a la teoría de la aguja hipodérmica, argumentando que los efectos de la comunicación de masas dependían del entorno del receptor.

A fines de los años '30, se crea la primera institución académica que estudiará la relación entre comunicación de masas y audiencia. En 1939 se adopta oficialmente la encuesta. Lazarsfeld aporta teorías que contradicen en gran medida la teoría hipodérmica.

La telenovela ha sido estudiada con métodos de disciplinas tales como la sociología, las ciencias políticas y la psicología. Desde estos puntos de vista, la telenovela fue considerada como distorsionadora de la realidad y se trató de medir esa "distorsión". Sólo en 1985, la telenovela adoptará importancia como sistema textual, en el cual el interés está en descubrir sus leyes internas.

Sin embargo, ya desde 1962, Edgar Morin en su libro "La industria cultural" permite acercarse a un análisis de la telenovela como producto de una cultura de masas, al hablar de la alta capacidad de adaptación a públicos y contextos sociales distintos que los mensajes massmediáticos poseen. El consumo de masas impone la búsqueda de un denominador común, de una calidad media para un espectador medio. Esta tendencia a homogeneizar la diversidad de contenidos se llama "sincretismo". Este genera importantes consecuencias, como por ejemplo la tendencial homogeneización entre los dos grandes sectores de la cultura de

masas: la información y la ficción. Como resultado del sincretismo, en la información adquieren relieve los hechos de crónica (lo extraño, el asesinato, el accidente) mientras que la ficción se tiñe de realismo, y las intrigas novelescas tienen apariencia de realidad.

En las telenovelas, se da una tendencia a la homogeneización entre la información y la ficción. En el caso de la información, se dan hechos de la crónica diaria y, en la ficción, las intrigas novelescas se tiñen de realismo. Se da una contaminación entre lo real y lo imaginario. Por ejemplo, en *Dulce Ana* se tratan temas de la realidad tales como el cáncer que aqueja a la hija de uno de los protagonistas, el alcoholismo y su tratamiento, la manipulación que llevan a cabo los poderosos y las grandes empresas. Esto se mezcla con situaciones irreales, como el sometimiento de una hija -de aproximadamente 35 ó 40 años- a los deseos de su madre, las típicas confusiones amorosas en que el novio de una protagonista se convierte en el de otra y así sucesivamente.

Esta hipótesis de la "contaminación" entre lo real y lo imaginario fundamenta el modelo de comunicación de la aguja hipodérmica en el que el emisor y el receptor estarían indefensos frente a los efectos de los medios, reaccionando mecánicamente ante el mensaje.

Esta teoría, como dijimos al principio, ha sido superada. La corriente empírico-experimental o de la "persuasión", junto con la de los "efectos limitados" de corte sociológico, presentan a un público que percibe y memoriza selectivamente de acuerdo con sus diferencias individuales y sus relaciones comunitarias.

Creemos que la tendencia actual en los contenidos de las telenovelas se ve reflejada en la teoría de los usos y gratificaciones (funcionalistas) que considera la selección de los mensajes masivos como consecuencia de la búsqueda de gratificaciones del receptor, haciendo hincapié en el contexto socio-psicológico. En una sociedad problemática, las necesidades satisfechas por un receptor que influye activamente en el contenido temático del mensaje son las de integración de la personalidad (seguridad, estabilidad emotiva), de integración a nivel social y principalmente de *evasión-relajación*. A esto último se debería el creciente retorno a la ficción pura en los argumentos de las telenovelas.

Caracterización de la telenovela:

La telenovela se produce en serie. Generalmente se graban de una vez todas las escenas que se dan en una escenografía o estudio. Existe un escritor principal y luego sub-escritores o guionistas. Los guiones se entregan a los actores una o dos semanas antes de grabar. La producción es despersonalizada e improvisada.

Existe un constante suspenso entre capítulo y capítulo o semana y semana pero, por otro lado, lo que sucede es totalmente previsible.

Como lo más importante en la telenovela es la conversación, las escenas son en general interiores (sin descartar los motivos económicos). Se utilizan escasos recursos fílmicos, el movimiento de cámara es en general consecuencia de un desplazamiento del actor.

Se reserva el mayor suspenso durante el fin de semana. La telenovela es una narrativa de nunca acabar, no puede haber soluciones absolutas.

La telenovela es una narrativa donde el televidente sí *tiene participación activa*, especialmente durante la *pausa*. En la pausa, el televidente debe "apostar" por uno u otro personaje, una u otra solución, para luego "corroborar" con lo que sucede realmente en la telenovela.

La erudición del lector ideal de una telenovela es intra-textual, es decir, dependerá de su seguimiento de la serie, de ninguna otra preparación. En cambio, para la lectura de una pintura, una obra de Shakespeare, los conocimientos previos exigidos son mucho mayores. De ahí el público transclasista y transcultural de las telenovelas.

El melodrama en sus orígenes:

El melodrama es una matriz, un hipergénero que recorre diversas prácticas, incluso las cotidianas, y que se caracteriza por la intención de emocionar, de calar hondo en el sentimiento.

Si el melodrama propone el triunfo público de la virtud, después de plantear de manera binaria conflictos entre mundos opuestos (la lucha del Bien contra el Mal), recurrirá a hipérboles y antítesis grandiosas.

El conflicto con mundos opuestos se ve constantemente. Reflejo de esta situación es la telenovela *Sheik* (Bermúdez-González) en la cual dos culturas totalmente distintas se vinculan por el amor de un Emir árabe y la hija de un diplomático argentino que no tendrá final feliz, historia que continuarán sus respectivos hijos, ya instalados en Buenos Aires. También este caso puede verse en aquellas historias en que la heroína y el galán pertenecen a sectores sociales diferentes.

Por ello se lo llama el "drama del reconocimiento", ya que la virtud, necesariamente perseguida, mal juzgada, llega finalmente a liberarse, y se manifiesta para ser reconocida. Para que esto suceda, deben montarse una serie de peripecias, en las cuales los cuatro actantes básicos del melodrama -el villano, la víctima, el héroe y el bobo- articulen la acción.

Ejemplo típico de melodrama se ve en *Dulce Ana*, donde se pueden distinguir: *el villano*: la madre (Susana Campos) y el hermano mayor (Aldo Pastur); *la víctima*: la principal es Ana (Patricia Palmer), pero también se ven víctimas ocasionales, como una de sus cuñadas y su sobrina; todos, en mayor o menor medida, inclusive el hermano que encarna el villano, son víctimas del despotis-

mo de la madre; *el héroe*: es encarnado principalmente por uno de los pretendientes de Ana y también por el psicólogo que busca liberarla de las presiones de su madre; y por último, *el bobo*: el hermano menor de Ana, que trata de ayudarla.

Derivada de la tragedia, se diferencia de ésta cuando en lugar de la *causalidad* que rige las acciones de los personajes trágicos, instala la *casualidad*, el azar como motor de las acciones y la “coincidencia abusiva” como recurso. Con sólo recordar la trama de la telenovela que vemos diariamente, nos damos cuenta de que ésta se vuelve cada vez más intrincada y que todos sus personajes, por una u otra razón, se encuentran relacionados los unos con los otros.

El melodrama, calificado como “retórica del exceso”, implica la recurrencia a una gestualidad exagerada, con registros de voz que van del susurro al grito, y la propensión a pronunciar, explícitamente y sin rodeos, los juicios morales sobre el mundo.

La utilización de una gestualidad exagerada, como de voces que ascienden de un susurro al grito, es inconfundible en la novela de Canal 9, *Dulce Ana*, donde, para componer a la heroína, Patricia Palmer encarna a una mujer completamente tonta, aun en los mínimos detalles. Allí los personajes se caracterizan por ser malos al extremo o buenos al punto de rozar la beatitud.

Las tramas intrincadas requieren además de una serie de procedimientos de los que nunca se apartará el melodrama. Se inicia con el fortuito quiebre de la armonía familiar, por lo que asistirá a un muestreo de situaciones donde desfilan huérfanos, infantes desvalidos, madres solteras, jóvenes obligadas a prostituirse, accidentes, enfermedades, acusaciones de crímenes no cometidos, sustracción de los hijos, separación prolongada entre hermanos o entre padres e hijos. También representará los ambientes a los que son injustamente arrojados los que encarnan el Bien -cárceles, asilos, hospitales, lugares de miseria- durante las secuencias en las que asiste al triunfo aparente del Mal, haciendo hincapié en el suspenso, hasta la peripecia, o cambio de suerte fortuita: aparición de cartas, de testigos silenciados o supuestamente muertos o de marcas reveladoras de identidades negadas, ocultas que, a modo de intercesión salvadora, restablecen el orden inicial.

Enrique Torres, en una entrevista realizada en septiembre de 1993 por las alumnas responsables de este trabajo (*Telenovelas... ¿Ficción o Realidad?*), manifestó: “¿Por qué se considera a la telenovela como distorsionadora de la realidad? ¿Dónde dice que la telenovela tiene que ser la realidad? A pesar de que a mí me acusan de que reflejo cosas de la realidad, la telenovela en esencia es melodrama. El melodrama tiene cuatro columnas básicas. A partir de ahí, el tema, que siempre es ficción. Que después haya conexiones con la realidad, que la gente le busque conexiones es algo distinto...la realidad siempre te supera, siempre”.

Las nuevas producciones:

En las telenovelas argentinas, durante mucho tiempo se mantuvieron constantes algunos tópicos del teatro costumbrista. Esto se percibe:

a) *en los personajes*: como la protagonista femenina que lucha por imponer su lugar, inmigrantes, migrantes, etc.

b) *los ambientes*: tanto en la cocina como en el bar, o alrededor de la mesa familiar, se toma mate, se discuten problemas familiares, generacionales, sociales.

c) *el lenguaje coloquial*: ya sea el lunfardo o giros lingüísticos característicos, como el voseo o el checheo, o el cocoliche.

Ahora bien, en la actualidad, asistimos a una *transformación* del género, fruto de las nuevas exigencias del mercado. Debido a diversos factores (crisis económica, auge de la telenovela en el resto de los países latinoamericanos, rentabilidad de las exportaciones sobre todo en el mercado español o italiano y el achicamiento del mercado local) nos encontramos frente a las grandes *coproducciones*. Luego de la última telenovela de factura totalmente argentina, *Una voz en el teléfono*, de Alberto Migré (1991) surgen las novelas transnacionales, con estandarización de productos y uniformación de los gestos (*La extraña dama*, *Celeste*, *Cosecharás tu siembra*, *Soy Gina*, etc).

Se trata de producciones cuidadas y costosas, realizadas con capitales extranjeros y elencos muy numerosos, protagonizados por figuras de relieve internacional, argentinas y latinoamericanas, pero con técnicos, actores de reparto y guionistas argentinos, que son ricas en escenas exteriores, y algunas evidencian manejos de cámara e iluminación cercanos al cine. El libreto se escribe en equipo.

Se pierde la cotidianeidad a que apelaba el costumbrismo, y que se hace más notoria en el lenguaje (no más argentinismos, no vos, ni che, sino un neutro lingüístico). Estas nuevas telenovelas retornan al melodrama canónico, el relato es más ilusionista y descontextualiza la narración.

Conclusión

Luego de analizar las principales telenovelas del momento (*Perla Negra*, *Mujercitas*, *Dulce Ana*) y del pasado (*El amor tiene cara de mujer*, 1963; *Rolando Rivas, taxista*, 1972; *Amo y Señor*, 1983; *La extraña dama*, 1989; *Celeste*, 1991; *Nano*, 1994) descubrimos un cambio temático sutil pero constante, que intenta responder a las variables expectativas de los espectadores.

Actualmente, notamos que la "telenovela didáctica", en que temas como el SIDA, la homosexualidad, el cáncer, el transplante de órganos, el alquiler de vientres, la corrupción, el narcotráfico, la compra-venta de bebés fueron las vedettes, y que culminó con la transformación de personajes imaginarios en "líderes de opinión" sobre temas candentes o "tabú", está declinando.

Dada la situación crítica que afecta hoy a nuestro país, parece lógica la vuelta al melodrama con sus características básicas inalteradas. El público se siente cansado de vivir sus problemas cotidianos y de revivirlos luego frente a la pantalla, precisamente en esa escasa hora en que esperaba a distenderse y entretenerse.

De esta manera intentamos explicar la tendencia actual que retrotrae al melodrama puro, obviamente actualizado. Los espectadores quieren interesarse, llorar, sufrir o reír con las anécdotas de otros, sin comprometerse y sin moverse del refugio que separa la cruda realidad del ensueño de la pantalla chica. Más que alienación, sería un "sano despegue" a través de gratificaciones simbólicas que no se confunden con esta realidad.

BIBLIOGRAFIA

- WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*, Bs. As., Ediciones Paidós, 1991.
- LOPEZ-PUMAREJO, Tomás. *Aproximación a la telenovela*, Madrid, Ediciones Cátedra, 1987.
- MAZZIOTTI, Nora. *El espectáculo de la pasión*, Buenos Aires, Ediciones Colihue.
- MAZZIOTTI, Nora. *Soy como de la familia*, (conversaciones con Alberto Migré), Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1993.
- MATTELART, Michelle y Armand. *El carnaval de las imágenes*, Ediciones Akal.