



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Telenovela. Del amor al odio, una reivindicación del telellanto

Lic. Sara Marcela Bozzi Anderson ©

Cartagena de Indias (Colombia)

Según Fernando Savater, hace ya algunos años, la ingeniosa malicia del italiano Umberto Eco nos sugirió la división dicotómica de los hombres de hoy. Los apocalípticos, dice, descubren la pezuña del diablo de la manipulación en cada acto cultural, en cada adelanto tecnológico o en cada planteamiento ideológico. Los integrados, en cambio, se apuntan con una sonrisita cómplice para celebrar todas las pompas de este mundo moderno.

Ante cada novedad, ya sea la Internet, el viaje a la Luna, el compact disc, o la "Tierra del olvido", el apocalíptico suelta un sarcástico chillido de alerta, mientras que el integrado se agacha para hacerle reverencia.

Lo curioso de todo esto es que la mayoría de los comunicadores sociales padecemos de una doble adicción: a veces somos los más destructivos apocalípticos y a ratos somos los más complacientes integrados... Como veremos más adelante, no se trata de ser ni lo uno ni lo otro, sino todo lo contrario: convivir con lo bueno y con lo malo de cada postura hasta hacer posible la supervivencia en un mundo cada vez más globalizado que nos exige a cada rato una permanente transnacionalización de nosotros mismos, para que la haga cada cual con su propio caminado.

Sírvanos esto de introducción para adentrarnos poco a poco en el debate de las telenovelas y dramatizados en América Latina, en donde desde hace varios años algunos encumbrados intelectuales señalaron con un dedo acusador que los melodramas eran los culpables del analfabetismo y del atraso en que viven los 449 millones de personas que habitan el continente. No faltaron los comerciantes de culebrones que sostenían que en "Simplemente María" y "Una vida para amarte" estaba la esencia de nuestra identidad como seres sentimentales, consagrados a la virgen y al divino niño, urgidos de un beso, una promesa, una traición, con tal de no entrar en el imperio de la razón.

En este artículo quiero destinar un lugar especial de mis preocupaciones, para reflexionar sobre el melodrama y la televisión, porque creo que en la era de la globalización del planeta que mencionara anteriormente, uno de los principales medios para la expansión y enriquecimiento de nuestra identidad latinoamericana es el género de la telenovela.

Filólogos célebres como Gregorio Salvador, en España, y comunicadores como Jesús Martín Barbero, en Colombia, coinciden en esta apreciación y han dedicado importantes estudios para demostrar la necesidad de proponer una sana convivencia en donde tanto apocalípticos como integrados, reconozcan ese lugar de encuentro en el cual las más disímiles subculturas se unen para compartir los problemas y situaciones embrolladas que se desenvuelven alrededor de cursis galanes y galanas que recrean nuestros paisajes y nuestra cultura, de manera rimbombante y descarada.

Y esta realidad, no sólo adopta visos ideológicos, sino también comerciales. Según estudios del libretista y periodista Daniel Samper Pizano, la telenovela se ha convertido en el gran género de expresión latinoamericana, hasta el punto de que ya desplaza a las series de Estados Unidos. En España, los intelectuales las aplauden; en la antigua Unión Soviética, más de 200 millones de personas se enloquecieron con una versión de "Los ricos también lloran", mientras en Los Angeles, Miami y

Nueva York, los hispanohablantes se entregan apasionadamente día tras día a un nuevo sorbo de Café [La autora se refiere a la telenovela 'Café, con aroma de mujer'].

En el mercado internacional de producciones lacrimógenas y sensibileras, Venezuela ocupa el primer lugar con un porcentaje de 22,5 horas de televisión, seguida por Brasil, México y Colombia. Se ha confirmado también, que la exportación de las telenovelas en Venezuela produce entre 25 y 50 millones de dólares anuales, y que su producción de llanto televisado la ven más de 550 millones de personas en el mundo entero.

Preguntémosnos, entonces, qué mecanismos de nuestra idiosincrasia explota tan magistralmente el dramatizado latinoamericano para atrapar a gente de las más variadas condiciones sociales, en los más disímiles países?

¿Qué fórmula especial contenía 'Café' para paralizar el tráfico todas las noches a las ocho? ¿Qué mágica aureola poseía 'Gaviota' para ser el eje central de las conversaciones en los cócteles, las busetas, los periódicos, los ascensores, las esquinas de cualquier pueblo de Colombia?

Si se supone que originalmente la audiencia de las "soap operas" son las mujeres de clase media baja, ¿cómo es posible que el ex presidente Alfonso López Michelsen dedicara una columna entera en el diario "El Tiempo", de Bogotá, para elogiar el trabajo de los artistas colombianos, y, lo que es más inverosímil, hasta el presidente de la república, Ernesto Samper Pizano, en sus discursos ante los cafeteros en huelga declaraba "necesitamos saber de una vez por todas, si la Gaviota se queda con Sebastián Vallejo o con el Dr. Salinas?"

VOLVERNOS A EMOCIONAR

Algunos teóricos sociales sostienen que el éxito de nuestras telenovelas radica en recuperar la gran riqueza emotiva de los seres humanos, en un mundo cada vez más dominado por la ocultación de los sentimientos, por la uniformidad en el andar, en el vestir y en el hablar que pretende imponer occidente. Como dice el guionista cubano, citado por Daniel Samper, Julio García Espinosa, "en un mundo de sentimientos cada vez más asépticos, la telenovela rescata, sin complejo alguno, la posibilidad de volvernos a emocionar".

Otra de las claves del éxito es la costumbre de las telenovelas de escarbar hondo en el diverso campo de las expresiones nacionales: en el Caribe, los Llanos, el eje cafetero, el valle del Cauca... La telenovela suele recuperar hermosos paisajes y bellas palabras que ya no se oyen en la metrópoli, que ponen el énfasis en la otredad.

Con respecto a los jóvenes, hay que decir que los dramatizados y telenovelas más populares en Colombia conceden un papel protagónico a la juventud. En 'Café', por citar un ejemplo, el personaje más justo y sincero estuvo encarnado por Marcela, una joven de 17 años, que, rompiendo todos los prejuicios sociales de una familia de la alta sociedad, se enamora de un joven negro con quien sostiene una relación pura y sana. Unidos, estos personajes representan la búsqueda de la verdad y la justicia en un mundo en donde todo parece derrumbarse.

Otro argumento poderoso en favor del telellanto es que las telenovelas representan una forma de resistencia para conservar y desarrollar las procesiones, las fiestas de pueblo, el velorio, el bautizo y el casorio, tal como lo entienden y lo viven en los países del nuevo mundo.

Es indudable que los libretistas y directores de las producciones latinoamericanas han sabido partir del famoso "nivel de conciencia de las masas" para decir algunas cosas elementales y otras más complicadas. 'Gracias por el fuego', 'La tregua', 'La tía Julia y el escribidor', 'La fuerza del poder', 'Pero sigo siendo el rey', 'Momposina', 'La mala hora', 'Escalona', 'Sueños y espejos', 'La otra mitad del Sol' son todas un intento por generar una idea de comunidad compartida en las diferentes sociedades y culturas que conforman Iberoamérica.

'COMPETENCIA' ENTRE INFORMATIVOS Y TELENOVELAS

La explosión del lenguaje melodramático ha contaminado, incluso, al noticierismo colombiano que ha reducido a un segundo plano el problema de la seriedad, el rigor y la credibilidad para convertirse en un espectáculo, en donde el suspenso -no artificial, sino alimentado por la realidad colombiana de guerrilla y coca- se trivializa en la cabellera ondulante y las candongas brillantes de las presentadoras que compiten en la extravagancia de atuendos voluptuosos y sensuales cambios

de voz, para atrapar a un "rating" que regula la pauta publicitaria, indispensable para sobrevivir en esa caja mágica de la televisión.

El noticierismo colombiano se ha vuelto, así, la mejor de las telenovelas, demostrándonos con ello, que la realidad es mucho más melodramática que cualquier dramatizado -valga la redundancia-, cuando se construye con un doloroso y humoroso criterio colombiano.

Entre los noticieros de televisión ha sido notorio el interés por desarrollar y difundir historias con su propia dramaturgia, en donde se narra, partiendo de la estructura de una carencia, pasando a un nudo y luego a un desenlace que no siempre es el más feliz.

En lugar de informar con un variado menú de noticias, se privilegian historias sobre niños perdidos, descubrimiento de cientos de kilos de cocaína, aprehensión de las "mulas" (jóvenes que transportan cocaína por pocos pesos), una reina de belleza que ha falsificado sus papeles, otra que concursó estando casada y otra más que enamoró al jurado. Hay siempre lo que llamaría Jesús Martín, una clave irónica que atraviesa el discurso, que viene siendo como un "melodrama burlado".

HACIA UN MODO ACTIVO DE VER TELENOVELAS

En su libro "Melodrama y televisión" 1, Jesús Martín Barbero y la investigadora de la Universidad del Valle Sonia Muñoz plantean la importancia de estudiar cómo los distintos sectores sociales, en su vida cotidiana, se apropian de manera diferencial de los contenidos de las telenovelas. Pero es indudable que todos la incorporan a su vocabulario diario y a su comportamiento. ¿Cómo estudiar este fenómeno sin caer en el reduccionismo de la semiótica o en lo superficial de la encuesta? Martín plantea que es necesario combinar diferentes técnicas para construir el sentido de las telenovelas.

1º Es prioritario irse a los barrios a hablar con la gente sobre los gustos y preferencias de las telenovelas, preguntando cuáles son los buenos y cuáles son los malos. ¿Qué hubiera hecho usted en una situación de ésas? ¿Qué va a pasar cuando se descubra tal secreto?

2º Otra técnica interesante ensayada en la Universidad del Valle ha sido la de organizar talleres de discusión con mujeres, ancianos o jóvenes de diversas clases sociales. Se graba un capítulo y se ve con ellos. Cinco minutos antes de que termine ese capítulo se detiene la grabación y se pide a la gente que diga cómo debería terminar. Esto sirve además para darse cuenta de la capacidad narrativa de las diferentes personas, para descubrir ese "libretista interno" que hay detrás de cada uno de nosotros.

3º Hay ciertas cosas que con una buena encuesta se pueden rescatar, acerca del modo de cómo la gente se relaciona con el medio; sobretodo, si se establecen comparaciones básicas con personas de diferentes edades, sexos, grupos étnicos, profesiones, etc.

4º Finalmente, Martín propone la construcción de las llamadas "historias de vida". Se trata de ver qué telenovelas han jugado un papel importante en su vida, cuáles recuerdan más y por qué. Se trata de sostener diálogos profundos con algunas personas para que te cuenten con la voz del corazón qué les ha dejado la televisión.

A MODO DE EPÍLOGO

Para terminar, quisiera manifestar mi sorpresa ante la gran acogida que tienen las telenovelas en España. Es, realmente, un espacio que nos une, que compartimos como pueblos hermanos y que nos aproxima en esta era postmoderna en la que el mundo se está reagrupando en nuevos bloques.

Quizá una de las personas que con más claridad sintetiza esta idea es el escritor Tomás López Pumarejo, quien en una de sus obras 2 asevera con especial convicción:

"En este siglo americano no hay medio de comunicación más importante que la televisión y no hay espectáculo más difundido que la telenovela. Por tal razón, me pareció que el punto más estratégico desde donde observar aquello que se conoce como cultura transnacional es la televisión y, dentro de ella, lo que constituye, en un nivel planetario, la mayor parte de su corpus de programación: el soap opera."

A pesar de los años y la distancia que separa al nuevo y al viejo mundo, sigo creyendo que éstas son unas magníficas palabras, y desde aquí, yo las suscribo.

BIBLIOGRAFÍA

- Samper Pizano, Daniel. "Hacia una defensa del telellanto". Revista Credencial, Santafé de Bogotá, julio de 1995.
- Restrepo Galeano, Jairo. "Llora igualito a Leonela". Suplemento Solar, Cartagena, agosto de 1995.
- López Pumarejo, Tomás. "Aproximación a la telenovela". Cátedra Signo e Imagen, Madrid 1987.
- Martín Barbero, Jesús. "Pre-textos". Colección Ensayo Iberoamericano, Ediciones Universidad del Valle, 1995.
- Bozzi Anderson, Sara Marcela, "Ni lo uno ni lo otro". Suplemento Dominical, El Universal, Cartagena de Indias, agosto, 1995.

Notas

1 'Melodrama y televisión', Martín Barbero, Jesús; Muñoz, Sonia y otros, Tercer Mundo Editores, Bogotá, 1992.

2 López Pumarejo, Tomás. "Aproximación a la telenovela". Cátedra Signo e Imagen, Madrid, 1987.

[* Trabajo presentado en las I Jornadas

La Laguna - América sobre Comunicación, marzo de 1996]

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Bozzi Anderson, Sara Marcela (1998): Telenovela. Del amor al odio, una reivindicación del telellanto. Revista Latina de Comunicación Social, 2. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/feb.98.sara.htm>