

Telenovelas, culebrón y cultura cuesta abajo del milenio

Jorge A. González*



Toma 1. Resplandores (algún lugar de Mesoamérica, fin del milenio)

Día tras día al atardecer, en todo el país, al caminar por las calles de pueblos y ciudades, de las puertas y ventanas de las casas emerge un destello luminoso, tenue, intermitente azulado y tintineante que rompe la oscura continuidad de las aceras. Dentro, las familias, los amigos o las visitas se acomodan en proximidades cuerpo a cuerpo y sin dejar de hacer "lo que hacen"; de vez en vez, al compás de una música que marca y sugiere acentos emotivos, sus miradas se encuentran en la pasión de un beso, en la compasión de una mirada desencajada, en la complicidad de un secreto, en la dulzura de la justa venganza, en la magnificencia del perdón, en el júbilo por el rencuentro, en la violencia de la merecida animadversión y en la ansiedad del no saber qué va a suceder mañana ni cómo va a acabar todo este asunto.

Toma 2. Personas

Al mismo tiempo, los de dentro tejen, platican, planchan, cocinan, juegan y medio ven, comen, pelean por el otro programa, hacen tareas y hacen como que no ven, discuten por la hora de la cena, establecen alianzas, se acarician, otros molestan a los que ven, pero también ven; se insulta en coro al maldito, litigan por causa del "idiota ese", y mientras tanto, se va adelantando la lectura del episodio de mañana. Esta gente son niños, niñas, señores y señoras, jóvenes y señoritas, viejos y viejecitas, los primos, la tía, los vecinos, los amigos, las sirvientas,

mujeres quedadas y otras ejecutivas, amos y amas de casas ricas, otras pobres y otras más no tan pobres ni tan ricas, ni tan amas.

Toma 3. Del otro lado del resplandor, más gente pero muy organizada

Día tras día unos escriben, otros amueblan, otros se disfrazan y se pintan, otros consiguen todo lo que haga falta, otros cortan y recortan, unos más dan gritos y órdenes a todos lados, todos tienen gafetes, unos dan autógrafos, otros reparan los circuitos, otros se imaginan como se verá todo, algunos apuntan con cañones electrónicos a los disfrazados, otros les dicen lo que "deben decir a quienes deben decirlo" precisamente en el momento en que "deben decirlo", un tipo toma todo el tiempo "el tiempo", muchos fuman, unos pagan, todos cobran, unos más venden jirones de tiempo a representantes de Ariel, Kotex, Wella, Maggi, Bacardí, Instant-Ramen, Raleigh, Marlboro, Ajax, Colgate Palmolive, Ultra-Brite, Johnson&Johnson, Nivea Milk, Cannon Mills, Gerber y Kellogg's, Pascual, Dash, Zumosol. Mientras tanto, simultáneamente muchos focos se prenden y la atmósfera se caldea; todos quieren que muchos, pero muchos, los vean (mientras más mejor); una muchacha hace entrevistas y preguntas indiscretas y curiosas a los actores para publicarlos en *Teleindiscreta*, *Tele-programa*, *Super tele*; otras más se encargan de hacer resúmenes para adelantar a sus lectores en clave telegráfica, los pormenores de lo que va a pasar. Todos -ellos y ellas- son *profesionales*.

Toma 4. Las vidas

Las personas (comunes o profesionales) de los dos lados del resplandor sienten, se enamoran, se trai-

Coordinador del Programa Cultura, Universidad de Colima.

cionan, se engañan, se reconcilian, sufren, entran en crisis, medio salen de ellas y vuelven a entrar, trabajan, esperan, confían, recuerdan y fantasean, se relacionan en el mercado, en el partido, en la iglesia, en el café, en el club, en la cantina, en el bar de la esquina o en el lujoso cabaret, en la escuela, en la fila del cine y en la hilera para jugar las quinielas, se emocionan hasta los límites de lo patriótico con la victoria de su equipo de fútbol y del equipo olímpico, todos tratan con policías, médicos, bomberos, carteros, banqueros, viajan, reniegan constantemente del gobierno, de la corrupción y de los impuestos, nacen, viven, se mueren y lloran (abierta o calladamente) por la vida. Todos viven y perciben de cierto modo su estancia en este mundo.

Toma 5. La gente que sale del resplandor

Un (in)terminable desfile de huérfanos, madres sufridas, padres malos y desnaturalizados, pequeños inocentes, sacerdotes prudentes, sirvientas indiscretas, muchachitas coquetas, galanes vanidosos, hermanas envidiosas, madrastras frustradas, comerciales con gente siempre sonriente, elegante, de mundo, magia de limpieza y rapidez de blanqueado, nuevamente la mala madre que odia al hijastro y quiere para ella la herencia, familias destruidas y vueltas a construir, tentativas de asesinato, de plano asesinatos y violencia, embrujos, milagros, dobles, gemelos y gemelas, costureras y nacos, ricos malos y ricos buenos, pobres pero honrados, pobres pero rencorosos, bellas mujeres, ciegas, cojas, mancos, locos, rubios y morenos, nacionales y extranjeros, simplones y sofisticados, machos y mandilones, inmorales y morales, niños y niñas, médicos, enfermeras, vendedores, empresarios, más costureras y una larga lista de etcéteras interactúan constantemente para lograr fama, poder, riqueza, honor, gloria, amor, reconocimiento, recuperación de las herencias y del nombre de la familia y en el camino a ello pelean, se enamoran, se traicionan, se coluden, se matan y lloran, triunfan y ríen.

Todos ellos viven y resuelven situaciones humanas en su propio, pequeño y resplandeciente mundo.

Toma 6. El conjunto, el caos y su cambiante circunstancia

Todo lo anterior, en el curso de la vida diaria no es más que un continuo ocurrir que nos aparece a la

percepción como un verdadero embrollo en el que todos están de alguna manera imbricados con todo: la gente con las vidas, las vidas con los resplandores, éstos con las circunstancias, las circunstancias con la gente, la gente con los profesionales, los profesionales con la vida, todos juntos con los comerciales, la gente con más gente, las vidas de la gente de los resplandores con las vidas de la gente común, las revistas con la vida... y así progresivamente complicándose en una espiral envolvente *ad infinitum, ad nauseam*.

Estas escenas se suceden a diario en países como México, Colombia, Chile, Argentina, Brasil, Ecuador, Puerto Rico, Cuba, Nicaragua, Honduras, toda Centroamérica, toda Sudamérica y buena parte de Estados Unidos, cuya población de "hispanos" -parlantes y sintientes- es cada día mayor y más influyente.

Pero donde ya no alcanzan las palabras comunes es cuando constatamos que las telenovelas (sobre todo brasileñas, mexicanas y venezolanas) son gustadas en Alemania, Italia, España, Francia, Portugal, Polonia, Hungría, África del Norte, Inglaterra, Líbano, China Popular, India, Japón, Australia, Nueva Zelanda y un número cada vez mayor de países de distintos continentes y de culturas -al menos por historia y por tradición- largamente extrañas entre sí.

Todo este melodramático arranque tiene su justificación si por medio de él podemos atisbar la vitalidad social y cultural (familiar, local, regional, nacional, continental y propiamente mundial) de la realidad de las telenovelas en las sociedades contemporáneas.

Hay quienes ante este hecho sólo pueden pensar en la decadencia y la erosión de *la cultura*, particularmente los intelectuales, la gente de *cultura*, cuya animadversión ante lo que llaman los *culebrones* pasa de la absoluta descalificación y escarnio hasta la menos beligerante, pero siempre estigmatizada tolerancia.

Es decir, la práctica de ver a diario (o en alguna furtiva escapada) las telenovelas no es algo que pueda ser presumible o digno de ostentación como el haber ido al Museo del Prado, oír a Pavarotti, leer *El Quijote*, recitar a Bequer y tener la colección de libros de los premios nobel. Por el contrario, más bien tiende a ser una actividad que no sólo no gratifica sino que a algunos de plano les avergüenza, y por ello tiende a ser mantenida en segundo o tercer plano. Muchas personas ven con regularidad las telenovelas, pero también con la misma regularidad tienden a negarlo públicamente.



"Vooy, ¡Lástima de ropita!", diría en sus mejores tiempos Cantinflas. "¡Y lo que se ha gastado el padre en su educación!", diría la vecina.

Alguien decía hace tiempo que las telenovelas son como el burdel que todos frecuentan pero que nadie dice conocer.

Sólo cuando se está seguro de no ser juzgado como ignorante e inculto o cuando los demás contortulios muestran signos fehacientes de enganchamiento, los comentarios sobre las telenovelas pueden pasar del: "sí, creo que algo he oído por ahí" o "ah, sí, esa que tiene nombre como de gema, ¿no?", a la franca y placentera confianza entre iguales y comunes mortales. Las telenovelas, sin querer queriendo, para algunos han hecho posible a su modo el ideal de Martí y Bolívar de la unidad (en las lágrimas, el sufrimiento y el regocijo del final feliz) de América Latina. Parece también que para muchos críticos, con su llegada a España, a 500 años de aquella aventura, las telenovelas son la parte más *light* -pero igualmente intestinal y fecal- de la venganza de Moctezuma.

La televisión y la cultura contemporánea

Las telenovelas, a pesar de su parentesco con los variados linajes del melodrama, son un producto decididamente televisivo.

Para hacer televisión se requieren muchos recursos que hoy en día sólo son capaces de movilizar grandes organizaciones especializadas en elaborar formas simbólicas que puedan ser vendidas.

Los productos de la televisión están hechos para significar y, en virtud de su mejor o peor aceptación, para ser vendidos.

En la industria televisiva se entrecruzan dos mercados: el de los bienes simbólicos (que significan) y el de los bienes económicos (que sirven). Al mismo tiempo, la presencia de los telerreceptores en el equipamiento básico de cualquier casa es casi ubicua: no tener televisión hoy por hoy es motivo de extrañamiento social, tanto como no tener refrigerador o estufa. Con la estufa cocinamos y así nos alimentamos. Con la tele vemos, oímos y así soñamos, reflexionamos y nos emocionamos. Y es que la

televisión es hoy en día el principal (y para muchos -y no sólo tercermundistas muertos de hambre- el único) acceso a la ficción.

Es decir, la probabilidad de que un español (o un alemán o un inglés) común, de la calle, asista "en directo" a una ópera con Plácido Domingo es mucho menor a la de ver "los momentos más importantes por la tele". Igualmente sucede con el teatro, la lectura de novelas e incluso con el cine: "para qué ir al estreno si puedo rentar la película".

La televisión -entre otras cosas- es un medio ideal para contar historias, para formar y conformar mundos posibles, parecidos, reconocibles pero simultáneamente distintos al de todos los días.

De ahí también sus relaciones de relevo y a veces sustitución con la radio, la prensa, la literatura, la música, el teatro y el cine.

La televisión cuenta historias más o menos creíbles y las coloca en "la comodidad de su hogar". A la mano, al alcance del telecomando.

La televisión tiene pues la ventaja de estar ligada a entornos de comodidad, al ocio, a la diversión a muy bajo costo y generalmente dentro de las relaciones más próximas de afectividad: la familia, el hogar, los amigos, cerca de la plancha, del refrigerador, del sillón preferido, de la cama, del teléfono. Cerquitita de la intimidad.

Televisión y telenovelas

Producir una telenovela significa poner en escena cuando menos 80 horas de acción, trabajar con presupuestos limitados, en espacios muy competidos y con tiempos rigurosamente restringidos para que efectivamente sea (como lo es) un gran negocio.

En México, la empresa que las produce tiene más de 15 mil empleados, produce más de 22 mil horas al año, dispone de 80 mil metros cuadrados de estudios, exporta telenovelas a más de 55 países, tiene una audiencia potencial de 400 millones de espectadores y factura anualmente casi 45 millones de dólares. El costo promedio de cada capítulo es aproximadamente de 7 mil 500 dólares.

Asimismo, cada año se produce una media de 18 telenovelas, mientras que la infraestructura instalada permite grabar de cinco a seis telenovelas simultáneamente. Sólo para ellas trabajan alrededor de 5 mil actores por año (2 mil de ellos fijos). Un productor puede ganar 300 mil dólares, un escritor 95 mil y los actores principales 75 mil dólares por año. Pero a esto habría que agregar el considerable impulso que el éxito de la telenovela y el capital simbólico (fama) que otorga en otros medios como el teatro, el disco, el cine, la publicidad y

otros programas de la televisión. Los actores secundarios ganan menos, pero tienen trabajo asegurado todo el año, mientras hacen méritos y logran algún estelar.

Telenovelas y textos

Respecto al texto, las telenovelas son solamente historias de amor y no aspiran a ser más que eso. Todos los espacios, los tiempos, los personajes, los temas, los modos de contar recrean un universo de situaciones elementalmente humanas, reconocibles y plenamente ligadas con la vida común de cualquier mortal.

En ese sentido, la telenovela es un texto dirigido a *quien corresponda*, ya sea en Moscú, Pamplona, Tokio o en una *chabola* de cualquier tercermundana ciudad. Además, las situaciones que plantea, desarrolla y resuelve la telenovela siempre contienen el atractivo de un espacio destinado a ser llenado activamente por los espectadores, antes, durante y después de la emisión.

A diferencia de las noticias (con las que en nada se puede intervenir) y los concursos (donde la participación está rigurosamente pautada), la participación del público es infinitamente abierta: desde el rechazo a la calidad de la actuación hasta grados de elaboración muy sofisticados, como lo documentan investigaciones recientes en todo el mundo. Ahí radica uno de los principales pivotes de su gran aceptación y de la relación de afecto activo de las audiencias con ellas: "Mi telenovela".

Telenovela y programación

En la mayoría de los países las telenovelas ocupan los horarios preferentes, pues para quien las compra "hechas" resulta infinitamente más barato que producirlas, y al ya tener asegurado un público fiel, cuentan por tanto con comedidos anunciantes.

Para quien las produce (particularmente el caso de México y Brasil) la presencia de las telenovelas y la enorme industria que hay detrás de ellas ha implicado efectivamente la reducción de la dependencia extranjera, particularmente gringa, de los programas de ficción. Nuestra gente prefiere ver mundos posibles, un poco más posibles y más cercanos a sus experiencias ("Rosa Salvaje"/"Dinastía").

Las telenovelas constituyen también una alternativa para la creación de un mercado de ficción interno.

El caso de España es muy significativo. Como en los demás países, la presencia de las telenovelas en la programación no rebasa el 7% del total; sin

embargo, las tasas de audiencia más altas atienden el segmento menos numeroso de la ficción de la programación nacional (ver cuadro 1).

España. Programación semanal comparativa 1988 y 1992¹

	Año 1988		Año 1992	
	h/s	Ptje	h/s	Ptje
*Total emitido	196	100	554	100
No ficción	120	61	199	36
Ficción	71	36	356	64
Fcine ²	22	11	149	27
Ftv ³	42	22	208	38
Ftvs ⁴	21	11	65	12
Telenovelas	3	1	29	5
Géneros				
Informativos	48	24	59	11
Cultural	19	10	48	9
Entretenimiento	109	55	443	80
Misceláneo	18	9	5	1
Producción				
Nacional	121	62	229	41
Extranjera	73	37	325	59
Indeterminada	3	2	n/a	n/a

Elaboración propia a partir de dos bases de datos sobre las publicaciones periódicas. Fuentes: revista *Mía*, 3 a 9 de octubre de 1988; revista *Super Tele*, núm.22, 15 a 21 de agosto de 1992; también se considera la programación de las cadenas TVE1, TVE2, Antena 3 y Tele 5.

2. FCINE = Ficción no hecha para televisión.

3. FTV = Ficción para televisión.

4. FTVS = Ficción televisiva seriada.

* Las cantidades de estas columnas no son acumulativas.

h/s = horas a la semana.

Ptje. = porcentaje.

Telenovela y lecturas

La gente que ve las telenovelas es en realidad mucha, como bien documentan las constantes publicaciones de los *ratings*, pero muy poco se sabe de los modos como la gente mira las telenovelas, de los vericuetos del enganche, como se diría por estos reinos.

La telenovela se deja hacer muchas cosas y al mismo tiempo está hecha especialmente para no ser demasiado demandante en las condiciones de recepción. Probablemente parte del asco que produce a los intelectuales y a los sacerdotes de "la cultura" se debe a que la telenovela está ligada al placer, a lo femenino y a lo naco.

La telenovela se puede mirar (u oír) haciendo cualquier cosa (o casi), generalmente en posiciones absolutamente despatarradas, a gusto, en ropas cómodas, comiendo o bebiendo y compatible con múltiples actividades.

En todas las sociedades hay una serie de mecanismos de interacción que son perfectamente reconocibles en las telenovelas: el placer de la complicidad del secreto. Sabemos cosas que otros (dentro de la trama) no saben y con ello obtenemos simbólicamente (la telenovela es siempre vivida como mundo posible y no se le confunde jamás con la realidad) poder sobre lo que pasa o va a pasar. La telenovela nos deja jugar a ser aquel "testigo decisivo" cuya intervención en la vida social desbalancea o equilibra las interacciones entre dos personas y que, asimismo, "goza" del conocimiento y explotación de su posición relativa respecto a un par de actores sociales en conflicto. El *quantum* de poder de este testigo se incrementa en la medida en que por más tiempo las posiciones de las dos partes en conflicto se hagan y se escenifiquen de manera más violenta y oscilante. Una vez que el testigo ha tomado partido, goza plenamente la ventaja externa que le otorga cada complicación que afecta a aquél que no goza de su preferencia. Así, la lectura social (término que se prefiere aquí en lugar de "consumo") de las telenovelas es siempre dialógica, en permanente interacción y "confusión" de papeles, siempre ligada a una memoria social enraizada con la narración de los avatares de la vida, de los sufrimientos y gozos de personas como cualquiera.

Por ello, lo que importa de la telenovela no sólo es el final, sino también el ir llegando a él mediante un proceso de comprensión sabrosa pero diferida. Justo como en la vida, no importa sólo el final, sino cómo se va viviendo en permanente interacción y negociación, unas veces arriba otras abajo.

Telenovela y familia

El espacio y el escenario familiar es una situación fundamental de reconocimiento, y dentro de ese espacio la telenovela opera como un carrusel de múltiple acceso que siempre retorna re-generando, re-presentando, re-modelando afectos, visiones y divisiones del "mundo social" de la vida diaria, ese universo rebosante de sentidos.

La telenovela es un producto hecho especialmente para significar, pero dicha significación anuda y anida en el imaginario, con la memoria colectiva y con los modos concretos en que el público se apropia y se ha apropiado de ella.

Este es el testimonio de una ama de casa que participó en un panel sobre las telenovelas en Colima durante el verano de 1987:

Yo realmente aprecio mucho las telenovelas de las nueve, pues a partir de que se puso buena "Cuna de Lobos", después de muchos años de no hacerlo ja-

más, mi marido comenzó a llegar un poco antes de las nueve de la noche para poder ver la novela, y una vez en la casa, pues se quedaba. Todos sus amigos estaban también en sus propias casas viendo a Catalina Creel [perverso personaje central de la obra]. Al acabar, platicábamos, cenábamos, estaba con los niños (que también veían a la asesina) y todos contentos de volver a verlo.

Telenovela y placer

La gente común, aquella que día a día reconoce que mira las telenovelas, no suele pensar en gráficas y en estadísticas; mucho menos se acercará a una telenovela tratando de "ver" el mensaje oculto. Por lo general, la gente llega, se prepara, se sienta o se acuesta, se despatarra y se dispone a gozar de su esperado programa. La música -perfectamente reconocible- nos va introduciendo en la trama que quedó pendiente ayer y de la cual nosotros fuimos testigos. Sin embargo, de manera particular, la telenovela matiza, modela y modula ambos efectos, de tal suerte que es posible pensar que se construye e instituye un efecto simulado, re-presentado, ficticio, de participación colectiva decisiva en donde quienes siguen la trama "saben algo" que no todos los de la pantalla saben; han sido "invitados" a ser testigos de una serie de acciones -y a veces secretos, entre el productor y él- en las cuales la telenovela le garantiza, así sea de manera lúdica e imaginaria, una emocionante participación en un escenario de poderes ficticios en donde se juega con la definición de cuestiones elementalmente humanas: honor, bondad, amor, maldad, traición, vida, muerte, virtudes y pecados, que de alguna manera tienen algo que ver con el testigo de la trama.

Tanto el placer de conocer la revelación del secreto como la toma afectiva de partido ante las caracterizaciones y situaciones de las telenovelas están en la base de la ansiedad por conocer en avance lo que "va a suceder" en la semana. Sin embargo, el saber con anterioridad los nudos y resoluciones parciales de la trama semanal no reduce, sino por el contrario incrementa, la necesidad de verla, de presenciarla, de jugar y ejercer el poder simbólico y fantasioso del tercero que goza.

Una vez entrado en este juego de saberes, el espectador siente, está conectado placentera y profundamente de un modo intermitente y duradero con lo que pasa. Y sentir es "estar implicado en algo" y por tanto es también reconocer lo que desde las telenovelas habla de los afectos, fantasías y desencuentros de la vida real de los tele-espectadores, seres de razón y de emoción. Emociones re-presentadas que terminan pero no se acaban, que se van

pero regresan, y en su promisoría interminabilidad reside también parte de su eficacia.

Basta recordar el extraño placer que detuvo la cruenta y misógina venganza del sultán ante la necesidad de saber más de los cuentos de Scherezada, que por lo menos vivió mil y una noches más de lo que su condena de muerte dictaba.

Telenovela y energía

La televisión es una fuerza social con la que tenemos que hacer las cuentas, para bien o para mal. Podemos aprovechar su impulso o resistirlo, atacarlo y negarlo. No es cuestión de irle al bueno o al malo en la lucha entre la verdadera cultura y la basura telenovelerá. Es quizá cuestión de preguntarnos de otro modo las cosas que nos resultan obvias para entender mejor los movimientos y los efluvios de las modernas sociedades. No nada más por lo que nos diferencia y nos separa, sino por los modos en que podemos construir los puentes de entendimiento, elementalmente humanos, transclasistas. Suficiente violencia vivimos a diario como para negarnos el acceso al sueño, a la evasión, al placer, a la utopía.

Negarnos a olvidar que las cosas pudieran ser de otra manera. Que podemos estar profundamente implicados en ellas y en su devenir.

La telenovela es -casi- lo único que da certidumbre y esperanza en una sociedad que ha cancelado -casi- toda certeza y esperanza.

Y con todo lo que ello significa, a lo mejor resulta que en vez de la venganza de Moctezuma (segunda parte), estamos ante el esperado regreso de Quetzalcóatl (la serpiente emplumada) que inaugura -dicen- el inicio de una nueva era y un nuevo milenio, un poco más cerca de los afectos y de los entendimientos más comunes y corrientes. ▲

Bibliografía

- FISKE, J. *Television culture*, Routledge, London, 1991.
GIDDENS, A. *The constitution of society*, Polity Press, Cambridge, 1984.
GONZALEZ, J. "La cofradía de las emociones interminables", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. II, núm. 4-5, Programa Cultura, Universidad de Colima, Colima, 1988.
GONZALEZ, J. "Navegar, naufragar, rescatar entre dos continentes perdidos. Ensayo metodológico sobre las culturas de hoy", en Galindo y González (eds.) *Metodología y cultura*, Conaculta, México, 1992.
LULL, J. *World families watch television*, Sage, London, 1988.
THOMPSON, J. *Ideology and modern culture*, Polity Press, Cambridge, 1990.