

La telenovela en América Latina: experiencia de la modernidad en la región y su expansión internacional (ARI)

*Marta Mariasole Raimondi**

Tema: La producción interna y la difusión transnacional de la telenovela es un fenómeno cultural producto del impacto de la modernidad en América Latina.

Resumen: Este ARI se propone estudiar un fenómeno cultural que es un producto del impacto de la modernidad en América Latina: la producción interna y la difusión transnacional de la telenovela. El objetivo es examinar las razones del éxito popular de la telenovela latinoamericana en cuanto forma televisiva de comunicación de masas, dirigida a todo tipo de público y representativa de los dilemas, problemáticas y costumbres marcadas por las lógicas de comportamiento propias de su lugar y su época. En una revisión de los rasgos peculiares que tiene este género, desarrollado masivamente en la región a partir de la década de los 70, se enfatizará su producción y distribución en las últimas décadas, con la breve mención a algunos casos nacionales específicos (México, Venezuela, Brasil y Argentina). Semejante expansión mundial lleva a una reflexión sobre los mecanismos subyacentes a este fenómeno de transnacionalización del género y deja algunas preguntas abiertas con respecto a posibles evoluciones y transformaciones en sus contenidos, que podrían, en el mejor de los casos, asumir un rasgo más comprometido con el entorno político y social de las sociedades que representan.

Palabras clave: telenovela, América Latina, modernidad, transnacionalidad, industrias culturales, culturas de masas, cultura popular.

Análisis:

Introducción: televisión y modernidad en América Latina

Desde hace más de 30 años las telenovelas han dominado la programación televisiva latinoamericana en las franjas horarias cumbre y, al mismo tiempo, se está asistiendo desde hace ya dos décadas a un aumento de las exportaciones del género a otras partes del mundo. ¿Cómo se explica este éxito? ¿En qué contexto y con qué rasgos peculiares se desarrolló el género? ¿En qué medida la telenovela es expresión de cultura popular y cómo se fue transformando en estas décadas? ¿Cuáles son las condiciones actuales de su difusión mundial?

* *Antropóloga social, École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), París.*

Si bien estas son las preguntas-eje que mueven a la observación de la telenovela, es conveniente abordar un breve análisis previo del valor que el concepto de modernidad asume en la región.

Según Jesús Martín-Barbero, la integración de las masas en la modernidad en América Latina no pasa tanto a través de la cultura escrita, sino más bien por medio de la “sintaxis audio-visual” y se ubica en un proceso iniciado alrededor de los años 50 y desarrollado plenamente en los 70. Es en esta época cuando se empieza a generar una cultura de masas accesible a todas las clases sociales, impulsada por la difusión de los aparatos de televisión. Esto implicó una importante modificación de hábitos y opiniones en un gran contingente de la población y produjo la revitalización del espacio doméstico y un proceso de homogeneización cultural.

El papel de la televisión se torna fundamental para analizar el proceso de modernización latinoamericano. Según Carlos Monsivais, entre las principales funciones que cumple la televisión, destacan: (1) la creación de un televidente relativamente pasivo; (2) el fortalecimiento de prejuicios conservadores; (3) la diseminación de fantasías de consumo que reelaboran las jerarquías de gustos; (4) la introducción del ritmo de lo contemporáneo en cuanto conjunto asociado a la vida de la metrópolis, industrialización y comercialización; (5) la reducción del tiempo libre; (6) la aproximación de distintos sectores sociales como comunes receptores de mensajes culturales; y (7) la “globalización” del televidente al familiarizarlo con programas internacionales y una diversidad de gustos que se vuelve luego compartible y reproducible en lo local.

Definición, historia y características del género

El valor de la cultura y de la producción cultural, según García Canclini, no se limita a representar la sociedad en la cual se produce, ya que cumple también la función de reelaborar sus mismas estructuras sociales e imaginar nuevas. La telenovela, por lo tanto, en cuanto forma artístico-televisiva de producción cultural, es una expresión del sistema social en el cual se genera, reproduciendo los cánones de ficción televisiva junto con los modelos de comportamiento característicos de su lugar y su época. Este encuentro entre “lo tradicional”, “lo local” y “lo global” (refiriéndose a la producción televisiva) caracteriza a la telenovela como uno de los productos representativos de la heterogeneidad cultural, expresión de la “cultura híbrida” de América Latina.

Una telenovela es un programa de televisión que se transmite en episodios diarios (usualmente de lunes a viernes) y consecutivos, narrando una historia ficticia de alto contenido melodramático.

Desde el punto de vista de su desarrollo narrativo, se rige por una estructura fragmentada en episodios cortos que generan efectos de suspense, creando así una sensación de dependencia y anhelo por seguir el desenlace de las historias al día siguiente (siguiendo la lógica de secuenciación del folletín europeo del siglo XIX).

El origen del género se remonta a la radionovela comercial, o *soap opera*, nacida en EEUU y llamada así porque era patrocinada por compañías productoras de jabón. Sin embargo, a partir de los años 30, las corporaciones invirtieron en la difusión del género en América Latina, donde rápidamente se extendió con éxito en distintas regiones. Si bien son temáticamente parecidas a las *soap operas* de la televisión estadounidense, la mayor diferencia técnica reside en que la telenovela latinoamericana tiene un número limitado de episodios, normalmente no mayor de 100 o pocos cientos, con una duración

de aproximadamente seis meses a un año como máximo. La primera telenovela, “El derecho de nacer” (1950), del cubano Félix B. Caignet, fue creada a partir de una radionovela cubana del mismo nombre. La Habana representó así la cuna de artistas, productores y guionistas especialistas del género, y a partir de ahí el género se difundió en las siguientes décadas por todo el continente.

Tanto la radionovela como la telenovela son géneros audio-narrativos cuyos orígenes radican en el melodrama, un estilo de drama en el que se hace especial énfasis en los sentimientos de los personajes, desempeñando los aspectos emocionales o sentimentales un gran papel en la trama. En este sentido, los antecedentes de la telenovela radican en el teatro de *vaudeville* francés, la *Commedia dell'arte* italiana, la zarzuela española y otras formas de teatro popular cuya lógica narrativa tiene origen en el melodrama. A este aspecto se debe el carácter eminentemente popular de la telenovela en cuanto forma de comunicación masiva, dirigida a todo tipo de público y representativa de los dilemas, problemáticas y costumbres comunes a la mayoría de su auditorio.

Por las temáticas que trata la telenovela puede compararse en cierta medida a la novela rosa: los protagonistas son personajes representativos de ciertos estereotipos culturales (generalmente se crea una división bipolar entre blancos de clase media-alta y mestizos criollos) y sus amores, desgracias, aspiraciones y conflictos.

Sin embargo, hay que señalar que el género no ha sido ajeno a ciertas aperturas a otros temas, destacando algunas producciones en las que el amor no es el tema central. Hubo casos donde las historias reflejaban más bien temas de salud, socioculturales y políticos. Brasil fue el país pionero en este nuevo abordaje: con una telenovela, Globo es capaz de lanzar modas, tratar de temas como la homosexualidad, la religión, enfermedades, violencia y familia con el fin de sensibilizar la población brasileña a problemáticas de tipo más bien social y político (por mencionar un título reciente: “Páginas de vida” aborda la inmoralidad y los escándalos provocados por la corrupción). En Colombia, el caso más sobresaliente es la radionovela “La maldición de los Martínez”, que fue producida como parte de una estrategia para contrarrestar la guerrilla. En esta ocasión la decisión de utilizar la radio en lugar de la televisión fue la intención de lograr una cobertura total del territorio. El ejemplo más notorio en México es la telenovela “Ladrón de corazones”, donde se reconstruye la visión que tienen de la política y en especial del narcotráfico los connacionales y extranjeros residentes en el norte del territorio mexicano.

Producción y distribución local: casos nacionales más relevantes

Desde la perspectiva de la importancia económica que tienen en países como Venezuela, México, Brasil, Argentina, Colombia, Perú y Chile, y en razón de los grandes presupuestos destinados a su producción, las telenovelas se pueden comparar más al cine de Hollywood que a las *soap operas* norteamericanas. Es en el ámbito de su distribución comercial donde se entrecruzan las lógicas industriales de producción de telenovelas que van de la mano de los hábitos de consumo de los televidentes. El éxito de la telenovela reside justamente en esta capacidad de tener un amplio nivel de escucha y crear un “repertorio común” a nivel simbólico-identitario propio del continente latinoamericano.

Por eso mismo, el proceso de transformación que abarca este género a lo largo de la última década se centra más en el hecho de reforzar su consumo en cuanto “mercancía” que en desarrollar la creatividad de sus guiones o la calidad artística de su interpretación.

Se asiste, por tanto, a un fenómeno de “mercantilización” de la telenovela que responde a la voluntad de insertar este producto televisivo en procesos cada vez más estandarizados que respondan a criterios de productividad de manera que eso facilite su difusión y una mayor rentabilidad.

La telenovela venezolana empezó a desarrollarse a mediados de los años 70 con guiones escritos por dramaturgos con un perfil más intelectual como Salvador Garmendia y José Cabrujas (“La Hija Juana” y “La Señora Cárdenas”). A la misma época se remonta el éxito nacional de “Rafaela”, escrita por la dramaturga cubana Delia Fiallo y promocionada como un “legítimo aporte cultural al pueblo venezolano” (Tremonti, 1995). Fiallo fue también la autora de la telenovela de fama mundial “Cristal” (1985-1986). Es en esta época cuando las mayores productoras venezolanas (RCTV y VV) se juntaron para crear la compañía distribuidora Coral Pictures a fin de crear un espacio internacional de visibilidad y comercialización de las mismas.

La telenovela mexicana es uno de los productos mediáticos de mayor impacto nacional y también de mayor circulación internacional. Destaca por marcar fuertemente la identificación nacional en distintos sectores sociales, contribuyendo a la reproducción de prototipos de clase, de género, de raza y de edad (incluidos rasgos no positivos, como el machismo). Entre los primeros éxitos se cuentan “El amor tiene cara de mujer” (1971), “Simplemente María” (1970) y “Corazón salvaje” (1977), siempre retransmitidos en horario de tarde-noche. Entre los títulos más recientes destacan “Rebelde”, “Amor en custodia”, “Barrera de amor” y “Alborada”, entre muchos otros, todos difundidos en *prime time* y con altos niveles de audiencia.

Cabe señalar un aspecto que vincula a México con otros dos países productores de telenovelas como Colombia y Venezuela: la común proveniencia de la producción de empresarios de la radio que luego pasan al campo televisivo. Las principales empresas productoras de estos países son el consorcio Televisa-TV Azteca-Argos en México, Venevisión y RCTV en Venezuela, y Caracol TV, RCN, RTI e Invento en Colombia. Esto que prevalezca un rasgo oral tanto en la interpretación como en la lógica misma de producción y escenografía que caracteriza este tipo de telenovelas: la utilización del mismo escenario y predominio de una actuación más influenciada por la palabra que por la utilización del cuerpo.

La telenovela surgió en Brasil en los años 50 y terminó por convertirse en la producción televisiva más popular del país en las últimas dos décadas. La Rede Globo es la emisora principal de televisión de Brasil (Rede Record es otra). La empresa además forma parte del grupo empresarial Organizaciones Globo, que es el cuarto conglomerado de medios de comunicación más grande del mundo. Este remarcable respaldo económico produce una mejora progresiva de la calidad de sus productos televisivos y también una mayor capacidad para exportarlos internacionalmente. Actualmente Rede Globo produce seis telenovelas por año, entre las que hay que señalar “La favorita”, “El profeta”, “Una rara familia” e “India, una historia de amor”. En la última década se han producido también muchas series televisivas cómicas, un género en expansión mundial (tema que excede el alcance del presente trabajo).

El caso argentino difiere en parte de los anteriores. Si bien este país fue desde siempre por delante con respecto a la producción y venta al exterior de radioteatros y telenovelas, los años de la dictadura militar (1976-1983) frenaron parcialmente el proceso y ya a partir de la década de los 80 se empiezan a comprar títulos de telenovelas de otros países

latinoamericanos. En este mismo contexto, cabe señalar que la mayoría de las telenovelas argentinas producidas a partir de la década de los 90 se realizan en coproducción con empresas internacionales, sobre todo italianas y españolas, cumpliendo con el claro objetivo de ser vendidas en el exterior. Sin embargo las principales empresas productoras argentinas (Pol-Ka, Telefé Internacional y Cris Morena Group), también siguen manteniéndose fieles a un modelo más argentino de producción, como en las telenovelas “El oro y el barro”, “De esos que dicen amarse”, “Celeste”, “Apasionada” y “Soy Gina”, entre otras.

La expansión internacional de la telenovela en la última década

En las últimas décadas las telenovelas brasileñas, mexicanas, venezolanas y, en menor medida, argentinas y colombianas, están siendo exportadas a más de un centenar de naciones en el mundo. Este fenómeno de difusión mundial se define en términos de transnacionalización, un concepto que hace hincapié en el aumento del volumen y las implicaciones consecuentes a la circulación internacional de dichos productos televisivos. Se asiste entonces a un proceso de “comercialización” transnacional de las telenovelas que permite a América Latina competir con Europa y EEUU en la producción e internacionalización del género de la ficción televisiva.

Este proceso se debe a varios factores, entre los cuales destacan: (1) la difusión del cable y del satélite; (2) la desregularización de los canales públicos en Europa; (3) la aparición de nuevas naciones emergentes en la ex Unión Soviética, que en ausencia de una industria televisiva propia recurrieron fuertemente a la importación de telenovelas en sus programaciones; (4) el general aumento de canales y número de horas de programación televisiva, que requieren una mayor cantidad de producciones para llenar las distintas franjas horarias; y (5) el desarrollo de nuevas tecnologías que mejoran la calidad y reducen los costes de producción (Mazziotti, 2006). A esos factores hay que sumar el menor coste que representa para los países desarrollados comprar o producir sus telenovelas (en el caso de las coproducciones) en América Latina que en sus propios países.

La transnacionalización comercial de las telenovelas tiene consecuencias en un doble sentido: por un lado, genera cambios en algunos aspectos formales de estos productos televisivos; por otra, alteran las tradicionales posiciones de hegemonía norte-sur de los productos mediáticos. En el caso argentino, si bien se mantiene un nexo con los rasgos propios de la producción nacional, se asiste a un cierto nivel de matizaciones en aspectos característicos del género. Entre estos efectos se pueden señalar: la neutralización del habla cotidiana, el menor nivel de recurrencia a fuentes retóricas propias del melodrama (con la disminución de la dicotomía entre ricos y pobres) y el abandono de elementos propios del costumbrismo que caracterizaban al teleteatro (cierto tipo de ambientación de interiores y el registro lingüístico más coloquial).

También en México se asiste a un proceso de relativo cambio en la narrativa propia del género. Una vez finalizada la producción dirigida principalmente hacia el mercado exterior, se fragmenta aún más el relato y se introducen múltiples situaciones simultáneas. Eco de una característica típica de las *soap operas*, este mecanismo es utilizado para incrementar los protagonistas y diversificarlos, de manera que un número mayor de sectores de la población se pueda reconocer en ellos. Se asiste también a un aumento de escenas de exteriores y a la ampliación del número de escenas por capítulo (anteriormente entre 12 y 14, llegando ahora a un promedio de 50).

Venezuela fue hasta la primera mitad de los años 90 el líder mundial en la exportación de telenovelas, lugar que ya no ocupa más en razón de la difusión de acuerdos de coproducción desarrollados principalmente por Europa con México y Argentina. Justamente como reacción a este debilitamiento en la exportación se está planteando un cambio en los modelos tradicionales y se está tratando de ampliar los ambientes de las telenovelas, volviéndolos más pluriculturales e introduciendo una mayor “cotidianidad globalizada” en sus contenidos (ambientando la narración en conglomerados urbanos y buscando ubicarla en la actualidad).

El caso de Brasil es paradigmático de cómo estos cambios se logran impulsar muy rápidamente bajo la égida del imperativo del consumo, modernizando sus modalidades productivas y adaptándolas a los diferentes públicos.

De todos estos casos señalados se deduce que la telenovela en América Latina se ha convertido en un producto comercial de exportación y que su producción se rige en función de las exigencias del mercado global. Sin embargo, hay que considerar también la otra faceta de este proceso. Las razones de la difusión de la telenovela se arraigan también en unos aspectos intrínsecos del género que permiten su difusión y notoriedad a nivel mundial. Estos factores tienen que ver con el éxito que tienen en la audiencia global los relatos de vidas y amores, que logran entretener y generar un vínculo de empatía con el público a un nivel coloquial y accesible para todos. Su repercusión y reconocimiento llega en distintos sectores: desde el desarrollo de la industria de la música latina utilizada como banda sonora hasta la multiplicación de los estudios de comunicación y cultura dedicados a investigar este ámbito. Se genera un tipo de público a la vez “visible”, que aclama la llegada de los actores en las giras internacionales, y por otro lado “virtual”, como consecuencia de la creación de páginas y de foros de opinión sobre las telenovelas en Internet.

Todos estos factores son en parte explicativos de la “otra cara del proceso” de transnacionalización de la telenovelas, o sea, su difusión internacional como género propiamente latinoamericano que mantiene unos rasgos distintivos propios. En este sentido, la telenovela es uno de los pocos ámbitos mediáticos que guarda cierto margen de autonomía con respecto a la predominancia del modelo estadounidense y europeo.

Conclusión: Se ha realizado a lo largo de este breve ensayo una reflexión acerca de un género anclado en el pasado, pero que, instalado en la conciencia a la vez de la región latinoamericana y de la comunidad internacional, evolucionará en el futuro. Su evolución no es claramente previsible ya que, como todos los productos culturales, la telenovela se presta a estar en un permanente estado de redefinición.

Si bien a un primer nivel de análisis pudiera parecer que el género adquirió un mayor alcance global, fortaleciéndose frente a la audiencia internacional, no hay que olvidar que este proceso está regido desde una lógica propia de la industria cultural, sesgada con una impronta eminentemente comercial. En este sentido, la telenovela está expuesta al riesgo de que se vacíe de contenido y que deje de emocionar a sus públicos; o a que se reduzca a un simple ventanal en donde todo pueda ser vendido y comprado, siguiendo la lógica de su gestión actual por parte de las empresas productoras.

Aun así, en este mismo escenario se puede considerar a las telenovelas de orientación más política, mencionadas anteriormente como posible apertura hacia una resignificación positiva del género. La telenovela incorporaría así un aspecto novedoso, entrelazando a

los sempiternos melodramas de amor unos problemas políticos y de contestación frente a las injusticias y desigualdades presentes en los distintos casos nacionales. La introducción de estos elementos permitiría al género enriquecerse en los temas propuestos y adquirir un nuevo papel en su función social de concienciar al público frente a las problemáticas más candentes de la actualidad.

El desafío para que este género pueda seguir desarrollándose y manteniendo a la vez su responsabilidad como forjador de cultura de masas y cierto nivel de calidad y coherencia temático-narrativa, reside en la posibilidad de que pueda mantener un equilibrio entre cultura y negocio. Si se apela al concepto de género híbrido, se puede esperar que la telenovela pueda desarrollar el último aspecto analizado al incorporar la adquisición de temas de naturaleza más social, sanitaria, educativa y política, para que sean de utilidad a la divulgación de problemáticas de utilidad colectiva, junto con el aspecto de entretenimiento fundamental para que se mantenga una hecho comunicativo de masas.

Marta Mariasole Raimondi

Antropóloga social, École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), París

Referencias bibliográficas

- Brunner, José Joaquín (2001), "Modernidad: centro y periferia", *Estudios Públicos*, nº 83, Buenos Aires, www.cepchile.cl/dms/archivo_1826_560/rev83_brunner.pdf.
- García Canclini, Néstor (1981), "Cultura y sociedad: una introducción", Dirección General de Educación Indígena de la SEP, Ciudad de México.
- García Canclini (1990), "Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad", Ediciones Grijalbo, México.
- La Pastina, Antonio C., Cacilda M. Rego y Joseph D. Straubhaar (2004), "La centralidad de las telenovelas en la vida cotidiana de América Latina: tendencias pasadas, conocimiento actual e investigación por venir", *Global Media Journal México*, vol. 1, nº 1, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1343280>.
- Martín-Barbero, Jesús (1996), "Nosotros habíamos hecho estudios culturales muchos antes que esta etiqueta apareciera", entrevistado por Ellen Spielmann, Berlín, noviembre, www.ram-wan.net/restrepo/intro-eeccs/barbero-entrevista.doc.
- Martín-Barbero, Jesús (1998), "Modernidades y destiempos latinoamericanos", *Nómadas*, nº 8, Bogotá, <http://www.scribd.com/doc/6315023/Modernidades-y-destiempos-latinoamericanos>.
- Mato, Daniel (1999), "Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformación del género", en Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta (coords.), *Industrias Culturales e Integración Latinoamericana*, Eudeba, Buenos Aires, pp. 229-257.
- Mazziotti, Nora (1994), "La telenovela trasnacional Argentina y las coproducciones", *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. VI, nº 16-17, Universidad de Colima, México.
- Mazziotti, Nora (2006), "La expansión de la telenovela", *Contratexto: Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima*, nº 14, www.ulima.edu.pe/revistas/contratexto/v4/pdf/art7.pdf.
- Monsivais, Carlos (2000), *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*, Editorial Anagrama, Barcelona.

Orozco Gómez, Guillermo (2006), "La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?", *Nueva Época*, nº 6, Guadalajara, julio-diciembre.

Schmidt, Bettina E. (2002-2003), "Teorías culturales posmodernas de Latinoamérica (y su importancia para la etnología)", *INDIANA*, nº 19/20, Ibero-Amerikanisches Institut, p. 26, www.iai.spk-berlin.de/fileadmin/.../Indiana/Indiana.../02schmidt.pdf.

Tremonti, Francisco (1995), "La telenovela: entre la necesidad cultural y el mercado internacional", *Revista Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, nº 91, www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM199591_5-9.pdf