

Las telenovelas y su influencia política

Laura Soler Azorín. Universidad de Alicante. laura.soler@ua.es

Resumen

Las telenovelas latinoamericanas marcaron un antes y un después en la ficción de España, específicamente en lo que a la producción propia se refiere.

Estudiaremos *el boom de la telenovela latinoamericana* en España y cómo fue cediendo espacio al formato propio, y a día de hoy conviven ambas.

El informe realizado por la Unesco acerca del fenómeno televisivo de masas latinoamericano y su influencia.

Se analizarán tres ejemplos reales que han influido en la política venezolana, colombiana y argentina a través de transmitir mensajes con un cariz político en este formato o como pretexto.

En Venezuela, partiendo de la presidencia de Chávez, se tratarán dos cuestiones desde diferentes perspectivas, la telenovela *Teresa en tres estaciones* que pretendía validar la República bolivariana. Y, la propaganda electoral ideológicamente opuesta. La telenovela *El Chepe fortuna*, causante de un leve problema diplomático entre Colombia y Venezuela.

Se analizará *Montecristo, un amor, una venganza*, argentina, cuya temática del robo de bebés durante la dictadura militar insertado de manera fidedigna en la ficción, llevó consigo encontrar a nietos.

La metodología consistirá en un análisis de series, estudios de caso, análisis de contenido, situación socio política del país productor de la serie, influencia e identificación de la serie en los televidentes y viceversa. Partiendo de una realidad social latente que necesita apoyarse en héroes que solucionan problemas colectivos que les afectan y les sobrepasan a nivel social.

Como indica Bordieu, en "Pasión, heroicidad e identidades colectivas", o Acosta Alzuru, en sus aportaciones a este respecto en Venezuela.

El poderoso medio televisivo logra, la identificación de los mensajes del poder a las masas de telespectadores, consiguiendo objetivos.

Palabras clave: telenovela; política; influencia; Venezuela; Colombia; Argentina.

Introducción.- Orígenes de la telenovela hispanoamericana en España.

Para comprender el fenómeno de este género, más conocido como 'culebrón' en nuestro país, es necesario señalar los títulos pioneros de un formato audiovisual que, a pesar de las críticas, sigue estando hoy en día muy presente en la parrilla televisiva, ya sean producciones de nacionalidad hispana propiamente, hispano estadounidense, o las creaciones o adaptaciones made in Spain, totalmente en boga, en los últimos años. (<http://quefuede.lacoctelera.net/post/2011/05/26/las-primeras-telenovelas-emitidas-espa-a>)

El primer melodrama latinoamericano de estas características fue el mexicano "Los ricos también lloran", protagonizado por la archiconocida cantante y actriz Verónica Castro. Tal como indica el blog "que fue de la coctelera. net": "En España pese a emitirse a primera hora de la mañana en 1986 y a través de TVE1, esta producción causó un gran impacto al ser la primera de este género que se programó". (<http://quefuede.lacoctelera.net/post/2011/05/26/las-primeras-telenovelas-emitidas-espa-a>)

Después de este sorprendente primer éxito hubo otras incursiones como la colombiana "Caballo viejo" o la brasileña "Dona bella".

1. "El caso español"

El boom de este género latinoamericano se produjo en nuestro país gracias al fenómeno creado entre los telespectadores por la típica producción *telenovela de evasión* llamada "Cristal", esquema exportado a todo el mundo del melodrama existente en la novela por entregas, que dio origen al formato audiovisual que nos ocupa.

"Cristal" fue una telenovela que se emitió entre 1989 y 1990 en TVE. Empezó programándose en TVE2 en horario matinal, para a continuación ser trasladada

a la Primera de TVE en horario de sobremesa, logrando de esta forma un mayor caché y más acceso de la mayoría de público a este medio de comunicación de masas. Sin embargo, la decisiva modificación de horario que sentó precedente fue debida únicamente al azar y según indica Alberto Ferreras (2012) en su artículo "Cristal mi vida eres tú" realizada con motivo del 25 aniversario de la producción de la misma Pero la verdadera responsable del impacto de la telenovela en España permanecerá anónima (...) En un evento de la Cruz Roja en Madrid conocí a una mujer encantadora que estaba casada con un alto ejecutivo de TVE - cuenta Carlos Mata, protagonista de la serie-. Según ella, Cristal salía originalmente en TVE2 a las 11 de la mañana y aunque era difícil seguirla a esa hora, se había enganchado; harta de grabarla en VHS, un día le exigió a su marido que la cambiara de horario para que ella y sus amigas pudieran verla en directo. Él obedeció y gracias a eso, Cristal pasó a TVE1 a la hora de la siesta. Entonces fue cuando despegó".

Curiosidades aparte, según este mismo artículo, Cristal logró 8 millones de telespectadores diarios y el día de su último episodio alcanzó los 18 millones de telespectadores. Según indica Alberto Ferreras, Carlos Mata dijo,(2012:, más allá de la polémica surgida, el éxito de esta producción en nuestro país pudo ser debido a que si bien, "en Latinoamericana se le rinde culto a los sentimientos, en España se los veía como una enfermedad que había que ocultar. Tras la muerte de Franco, España vivió un destape político y sexual. Pero Cristal fue un destape emocional que hacía falta".

Ante el éxito obtenido con la producción venezolana, este producto enlatado se generalizó de manera masiva en la parrilla televisiva de nuestro país, llegando a emitirse una media aproximada de siete telenovelas diarias, incluso en los sábados. Todo un hito en aquel momento.

En el año 1993, como consecuencia de la revolución televisiva provocada por este género latinoamericano, salió al mercado en nuestro país la revista monográfica 'Telenovela' dirigida exclusivamente al género y que el pasado mes de abril cumplió veinte años, apareciendo con una periodicidad semanal, además de los extras que salen de forma esporádica dedicados a un tema específico.

1.1.- La telenovela hispanoamericana, medio de comunicación de masas.

La telenovela hispanoamericana tiene una gran influencia en los televidentes que la siguen a diario, por diferentes motivos. En primer lugar, puede ser debido a que este fenómeno folletinesco debe su éxito en gran medida a la capacidad de empatía que se establece con el telespectador a través de las vivencias de los personajes, que si bien suelen estar alejados de las realidades cotidianas de los telespectadores, que la miran todos los días, pero que gracias a que todos los días forman parte de su realidad, acaban formando parte de la misma; incluso yendo un poco más allá e instaurándose a nivel social como un componente fundamental. Ese concepto lo describe de manera muy precisa el académico mexicano y doctor por Harvard Guillermo Orozco Gómez :

"La telenovela en México, al igual que en América Latina, ha constituido uno de los espacios de expresión, reconocimiento y recreación cultural por excelencia, a la vez que uno de los productos mediáticos masivos más distintivos y reconocidos de la industria televisiva"(Orozco,2001:12)Si a ello le agregamos además tal como indica el concepto expresado por el guionista venezolano José Ignacio Cabrujas, conocido como 'el Maestro de la telenovela',:

"¿Qué es una telenovela? Es un show, es el espectáculo de la pasión, del sentimiento".(Cabrujas,2002:42)

Este concepto lo profundiza en forma mucho más clara la también guionista cubana Delia Fiallo, en una nota recogida por el diario El País a raíz de una conferencia impartida en los cursos de verano de la Complutense de Madrid en el año 1992, y cuyo título era "Técnica, intuición y emoción en la creación literaria". En su charla, ella intentó explicar el fenómeno social al que ha llegado la telenovela: "unos 200 millones de personas en todo el mundo siguen en este momento una de estas series". Fiallo aseguraba que "el éxito del culebrón, la penetración tan grande que tiene, se debe a los instrumentos que utiliza, que son las emociones, común denominador de todos los seres humanos de todas partes y de todos los países".(http://elpais.com/diario/1992/08/09/radiotv/713311202_850215.html)

1.2. El proceso de identificación a través de este formato audiovisual.

Es un género especialmente creado y dirigido a las mujeres y por eso, en el libreto, generalmente todo gira en torno a ellas, puesto que tal como indica Charo Lacalle en su artículo de la revista Comunicar:

“Broadly speaking, participants appreciate the greater proximity of Spanish fiction, which favours the different mechanisms of identification/projection activated during the reception process, and they acknowledge that TV fiction has a certain didactic nature. The research highlights the more intimate nature of female reception compared to the detachment of the male viewer, who watches fiction less frequently and assimilates it as pure entertainment.”(Lacalle,2012:111-118)

Y si bien en este artículo hace referencia a la ficción española, también es aplicable a los telespectadores del mundo entero, específicamente si se habla del género telenovela, que es nuestro objeto de estudio, cómo se recoge en informe de la UNESCO "Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural"(Paris 2009), dedicado entre otros al género telenovela donde se señala hasta que punto influye:

"La repercusión de este fenómeno a nivel internacional es tan grande que incluso en enero de 1999, en un país africano Costa de Marfil, se retrasó la hora de acudir a rezar a las mezquitas porque a las 7:30h de la tarde se programaba la telenovela mexicana "Marimar". (Soler,2011)

Esta forma de entender este fenómeno global, que se extiende por todos los países y culturas, queda bien expresado por el escritor e intelectual venezolano Boris Izaguirre de forma contundente en el programa radiofónico Ser Latino, del 18 de abril de 2009:

"La telenovela, desde mi punto de vista, se adelantó a la revolución de Castro (en Cuba) porque consiguió expandir una idea en todo el continente. La telenovela, evidentemente, tiene mucha más importancia, tiene muchísimo más juego, más alcance que la revolución de Castro.”

Ratificando la opinión de Boris Izaguirre, quizás su influencia ha sido tan grande por haber logrado ser este peculiar nexo de unión latinoamericano y haber logrado ser amplificador de la cultura del continente. Al mismo tiempo, no

debemos olvidar que es una de las primeras exportaciones del territorio americano, consiguiendo así ser una de las primeras fuentes de ingreso en el mismo. Por lo tanto su impacto e influencia en los televidentes desde cualquier perspectiva puede llegar a ser incalculable.

2.-Caso Brasil

El primer país que se decide a tratar temas sociales en este género y lograr así un debate político en la sociedad a través de sus telenovelas fue Brasil, país que ha creado escuela según señala Elodie Perreau:(Perreau,2011:51-66).

" The broadcasting of telenovelas, TV serials that run six days a week for eight months, has set off nationwide discussions in Brazil. Since the military dictatorship (1964-1985), scriptwriters have moved beyond the critique of television as a form of entertainment likened to a subculture. The process of creating a telenovela is analyzed by closely describing the work of script-writing countrywide. By dramatizing everyday life, scriptwriters create an original public space for discussions where Brazilians judge the characters in what we might call a court of public opinion. During these discussions in the course of script-writing, "social actors" ask viewers to think about the issues involved in dramatization. Scriptwriters use controversies to rework scripts."

Se puede comprobar que es una tendencia al alza en este formato audiovisual y de manera específica en Brasil puesto que a través del Canal O'Globo, que es el que fue capaz de descubrir y aglutinar estas producciones dotadas de un *marketing social*, según el artículo 'La telenovela, espejo de la sociedad brasileña'. Le Monde Diplomatique en español: "Ese "marketing social políticamente correcto, es característico de la novela brasileña, y contribuye, indiscutiblemente, a promover el debate en el seno de la sociedad.

2.1. Impacto de la novela social en Brasil.

Siguiendo con el artículo de "Le Monde Diplomatique en español": En Brasil ha sido tan grande la influencia del género desde hace décadas que diversos estudios del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) estiman que las novelas incidieron en la importante reducción del número de nacimientos- el índice

fertilidad un 60 por ciento en los años 1970- y en la quintuplicación de los divorcios. Un ejemplo sintomático y bien expresivo se dio en la leucemia de Camila, personaje de la telenovela “Lazos de familia”, emitida en el año 2000, provocó una explosión de donaciones de órganos.(2012:)

2.2 . La influencia social de las telenovelas hispanoamericanas y sus consecuencias. Un ejemplo.

Ha habido diversos estudios que han mostrado desde diferente perspectiva cómo este género televisivo marca la actitud o concienciación de los televidentes desde diferente perspectiva.

Para descubrirlo es necesario señalar uno de ellos, por ser el primer ejemplo de influencia social de estas características que se dio en nuestro país. Durante la emisión de la telenovela “Cristal”, tanto en España como en Venezuela se produjo concienciación del cáncer de mama, como indica " Diario Crítico":

"La exitosa telenovela Cristal fue pionera en la sensibilización colectiva. Una de sus protagonistas sufrió un cáncer de mama y los medios de comunicación empezaron a hacerse eco, a partir de este hecho, de ese tipo de noticias, también con el fin de concienciar a la población."

(<http://www.diariocritico.com/ocio/2008/Febrero/salud/58591/asociacion-santa-queda-cancer-de-mama.html>)

3 .Orquestación gubernamental que posibilita la influencia política a través del melodrama

Para entender este fenómeno, es necesario tener en cuenta, como herramienta fundamental de este estudio qué, tal como se indica en el artículo ya citado de Le Monde Diplomatique: "El espejo de la modernidad funciona tanto mejor porque incorpora un discurso pedagógico sobre las grandes causas asumidas por el canal y sus autores". (2012:

Es muy importante resaltar, como veremos a continuación, la implicación de los canales y su posicionamiento político a la hora de elegir las temáticas más innovadoras, desde una perspectiva u otra.

Esta es una de las claves que pretendemos demostrar a través de los ejemplos que analizaremos de cómo la influencia política de estas producciones ha traspasado la pantalla, consiguiendo objetivos para sus gobernantes en diferentes países hispanoamericanos y desde diferente color político, como un formato que cala y trasmite más allá de la ficción, llegando a convertirse en una realidad.

A excepción de Brasil, donde el compromiso y la temática eran innovadores, en el resto de Latinoamérica, la de habla española, era prácticamente desconocido este enfoque de marketing social.

3.1 “Caso Argentina”.

Esta corriente comienza en Argentina en el año 2003, a partir de la telenovela “Resistiré”, tal como indica la investigadora María Victoria Bourdieu, fiel defensora de que la telenovela es heredera del folletín y del radioteatro, así como un género muy característico de la cultura popular y masiva latinoamericana. Para Bourdieu, la telenovela es objeto de incontables y valiosos tratamientos en el campo de los estudios comunicológicos y culturales. “Que sobre el telón de fondo de la distinción entre telenovelas “primitivas”, “modernas” y “postmodernas”, se consideran en Argentina 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”(2012:1)

Algunos analistas afirman que fue esta telenovela de la cadena Telefé la que generó el quiebre con el melodrama clásico.

De hecho, la profesora María Victoria Bordieu profundiza en el determinado momento que vivía el país a partir del cual se podría explicar esta tendencia: "proponemos un quiebre también en la telenovela partir del año 2002, a posteriori la crisis de diciembre". Y su consecuente devaluación monetaria". (http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lamiradadetelemo/article/view/3555/3448#_ftn5)

A partir de estos acontecimientos, se puede entender por qué la identificación del héroe masculino, quien por supuesto es el protagonista de la historia,

donde "el malo suele morir a manos del héroe, reconoce que la traición sólo puede ser resarcida con la muerte, además de considerar que la acción es fundamental para obtener esa justicia".

Con estas características, es fácil comprender el proceso identitario que se crea a partir de unos héroes buenos que toman la justicia por su mano, cuando los cauces habituales no responden, ante problemáticas sociales graves y reales que se reflejan en la serie (tira, en Argentina). Por ello es fácil entender que cuando el público ha sentido una fuerte impronta de aberración y dolor colectivo, esto mismo afecta o de manera cercana a gran parte de la audiencia. Este fenómeno se podía explicar si tenemos en cuenta que la sociedad se siente impotente ante tanta injusticia y no sabe cómo ponerle remedio y es cuando en la televisión aparece un héroe que es capaz, él solo, de solucionar graves problemas colectivos que nunca habían aparecido denunciados en la pantalla.

Tal como se indica en el libro de Bourdieu, este nuevo estilo telenovela argentina propone la posibilidad de que "la gestión de unos pocos produzca un cambio en el modo de vida de muchos". Esto se refleja en algunas tramas como en el ámbito del tráfico ilegal de órganos ("Resistiré") o con la recuperación de los nietos desaparecidos durante la dictadura militar argentina de los años setenta ("Montecristo, un amor, una venganza") cuyo argumento será desarrollado ampliamente más adelante.

Ahora bien, si esto surgió en Argentina, seguramente por la influencia que obtuvieron determinados guionistas fundamentales en el cambio, como Marcelo Camaño o Adriana Lorenzón, también se produjeron por el auge de la escuela de Brasil, concretamente del canal O'Globo.

3.2 Caso Colombia.

Sin embargo, si bien no fue tan definitivo y decisorio en el género, no debemos olvidar la telenovela hispanoamericana que marcó un punto de inflexión en el enfoque estético y conceptual del melodrama televisivo tradicional, la archiconocida colombiana "Yo soy Betty, la fea". En este caso, el secreto del éxito internacional puede residir en que tal como indica la revista Arcadia de

Colombia, Barrera sigue consistiendo en "el sueño clásico de la telenovela tradicional, sólo que ahora está ejecutado de otra manera, narrado con humor, con inteligencia. Fernando Gaitán asertivamente reinventó un clásico, se dio cuenta que hoy en día, es más trágico ser fea que ser hija ilegítima. Pero de todos modos, al final siempre hay un cisne"

(<http://www.revistaarcadia.com/impresa/especial/articulo/telenovelas-especial-educacion-sentimental-arcadia/33186>)

Las telenovelas realizadas en este país siempre se alejaban del melodrama para darles un toque de humor y acercarlas mucho más a la realidad cotidiana de la clase media de este lugar caribeño, creando así estilo a nivel internacional y dejando su impronta única y características en el género.

3.3 Caso Venezuela.

El siguiente país del que vamos a hablar, que posteriormente será desarrollado con un par de ejemplos, es Venezuela cuya dicotomía entre democracia/dictadura populista, capitaneada por un personaje tan peculiar como fue Chávez, su precursor, nos lleva a estudiar a fondo la utilización de este formato audiovisual para lanzar mensajes de fuerte calado político a gentes con un acceso mínimo a la cultura y un gran apego y tradición hacia este género, como comprobaremos en los ejemplos posteriores.

Para ello, es interesante citar a la investigadora venezolana, residente en EEUU, Carolina Acosta en su análisis socio-político de la telenovela "Cosita Rica":

"I focus on the production and reception of Cosita Rica's representations of three of Venezuela's socio-cultural issues: obsession with physical beauty, machismo, and street children. The article looks closely at the dialogue between television and country at a critical and historical time, and provides clues to the reception of entertainment media content when such content includes critical stances towards the social formation's cultural fabric."(2010:185-203).

3.4 Caso México.

Por último, no se debe olvidar la cuna tradicional de las telenovelas, México, cuyo ejemplo no va a ser estudiado a fondo puesto que en ese país, específicamente en Televisa, la productora por excelencia, sigue triunfando el melodrama tradicional de tinte ultraconservador, sin ningún afán de innovación pero con una hegemonía empresarial de este canal que llega a influir en las decisiones más importantes del país. Hasta el punto que surgió el movimiento de los enojados de México, que proviene de la corriente surgida con los "indignéés" franceses o los indignados españoles y se vino a denominar "Yo soy 132", en referencia a los 131 alumnos que se significaron tras una protesta contra Peña Nieto en la Universidad Iberoamericana.

Ahora bien, en este caso la polémica se desató a causa del discutido triunfo del PRI, partido político hegemónico en México, a raíz de la discutida victoria de Enrique Peña Nieto en las elecciones. Si bien tal como indica el periódico "El País": "En teoría la convocatoria no estaba dirigida contra nadie, el movimiento sólo quería exigir 'un proceso electoral transparente y claro', un voto consciente e informado y la democratización de los medios de comunicación'." (http://internacional.elpais.com/internacional/2012/05/24/actualidad/1337834316_514169.html) Y de hecho la mayoría de las pancartas apuntaban directamente contra los medios, en especial contra Televisa, la cadena de mayor audiencia cuya versión de los incidentes en la Ibero desbordaron la indignación de los jóvenes."

Allí proclamaban "Democracia de telenovela", que es como se ha terminado denominando este movimiento. Puede ser debido también a la analogía existente en la vida del Presidente, ya que está casado con una archiconocida actriz del género, que se apartó de su profesión para casarse con él. ¿La ficción supera la realidad o la realidad supera la ficción? Quizás ésta sea una de las claves para entenderlo, en un México donde no se ha renovado el género, como un paralelismo con la realidad socio-política vigente en el país que, al parecer, tampoco se renueva demasiado.

4. La influencia política de la telenovela y sus consecuencias.

En este apartado se van a analizar en profundidad tres ejemplos que, sucedidos en diferentes territorios y por medio de este formato audiovisual, han tenido ciertas consecuencias en el devenir del país correspondiente.

4.1 Análisis de caso en Colombia.

Esta telenovela de gran contenido social del canal RCN, en la que se defiende el medio ambiente, se denuncia el maltrato a los más humildes, el tráfico de personas, la trata de blancas y que tiene como tema central la denuncia de la corrupción política del sistema. La telenovela se hizo conocida en el mundo entero gracias a una mera anécdota, por más intencional que ésta fuese.

En esta producción aparecen dos hermanas, una bondadosa llamada "Colombia" y otra con un perfil más ambicioso y perverso cuyo nombre es "Venezuela", que para más inri, tiene un perro que se llama Huguito.

Esta circunstancia sentó muy mal en la República bolivariana venezolana presidida por Hugo Chávez, hasta el punto de que tal como señala el Diario "El Mundo", del 14 de enero de 2011: "La estatal Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) de Venezuela pidió a una estación local de televisión que suspenda de manera inmediata las emisiones de la novela "Chepe Fortuna" por su "tratamiento denigrante" al país petrolero.

El comunicado publicado en el sitio web de Conatel está acompañado de una serie de vídeos de "Chepe Fortuna" en los que se escucha un diálogo de "Venezuela" preguntando qué va a ser de ella tras la desaparición de "Huguito" a lo que su interlocutor responde en forma tajante: "Vas a ser libre".

El artículo al que se refiere el comunicado termina diciendo "Colombia y Venezuela trabajan para recomponer sus relaciones tras una profunda crisis que llevó al presidente Hugo Chávez a romper relaciones diplomáticas con Bogotá y Colombia y a congelar el comercio binacional. Lo que no era poco... (Por otro lado, es necesario insistir en que el mandatario Hugo Chávez llegó incluso a desacreditar la telenovela ante la Asamblea Nacional (AN): "¡Ah qué irrespeto para Venezuela!" (http://elpais.com/elpais/2011/01/14/actualidad/1294991332_850215.html).

4.2.- Análisis de casos en Venezuela. Doble perspectiva ideológica.

Sin embargo, la otra cara de la moneda, visto el efecto que este tipo de productos audiovisuales tienen en el público, llevó a Hugo Chávez a decir públicamente, en enero de 2010 y según el diario "El Mundo": "Les voy a pedir que hagamos telenovelas socialistas, distintas a las capitalistas, como las que se difunden en Cuba, con contenido social".

De esta idea, surge desde el poder la primera telenovela "socialista" venezolana, financiada por la estatal Comisión de Comunicaciones con un presupuesto de 17 millones de bolívares (unos cuatro millones de dólares), "Teresa en tres estaciones". La telenovela quiere romper con los valores que durante años han llenado las pantallas venezolanas y que, en distintas ocasiones, el presidente Chávez ha rechazado.

La telenovela cuenta la historia de tres mujeres hechas a sí mismas y cuya vida se articula a través del ferrocarril de Valles del Tuy, que conecta la capital con ciudades dormitorio aledañas a la misma, el único sistema ferroviario activo del país y que fue inaugurado por Chávez en 2006.

Fue precisamente durante el 'Aló Presidente' de presentación del sistema cuando Chávez dio la idea a la productora de la telenovela, Delfina Catalá: "Chávez comentó la épica maravillosa de estrenar un ferrocarril. Hagamos una telenovela sobre eso" le dijo a su vicepresidente de entonces.

(<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/11/03/television/1391547817.html>)

El sueño de Hugo Chávez se cumplió, tal como se indica en el artículo ya citado, y lo reafirmó señalando la importancia de este tipo de géneros como vía de comunicación político-ciudadana: "Yo me la he pasado con eso hace tiempo, con la necesidad de utilizar esos géneros de la telenovela, el cuento, la película, el documental para expresar, para comunicar", dijo en los días previos al estreno el presidente Chávez para animar a los telespectadores a ver el nuevo serial.

De esta forma, es utilizado el formato del melodrama para realizar propaganda subliminal del Régimen, tal cómo se puede comprobar en el videoclip promocional de "Teresa en tres estaciones". Vid. (<http://www.youtube.com/watch?v=ahYCXBXmgww>).

4.2.1 Spot electoral antichavista. ¿Vas a seguir esta novela cubana?

Cambiando de bando, vamos a analizar la otra cara de la moneda en el mismo país, Venezuela, pero en esta ocasión fueron los opositores al régimen chavista quiénes utilizaron este tipo de mensaje para acercarse al pueblo y conseguir su voto en unas elecciones presidenciales muy reñidas. La contienda electoral del pasado 14 de abril de 2013 fue la primera tras la muerte de Hugo Chávez y era decisiva para ver el rumbo que tomaba el país. Los opositores utilizaron como pretexto el adelanto de una telenovela ficticia llamada "Corazón decepcionado", cuya explicación y significado aparece muy detallada en el blog "la telenovela es cosa seria" de Laura Soler Azorín:

“En esa línea ha actuado Henrique Capriles, principal candidato presidencial de la oposición derechista. Su último vídeo de propaganda electoral, de gran impacto popular dentro y fuera de las fronteras venezolanas, se titula “¿Vas a seguir esta telenovela cubana?”, Vid. (<http://www.youtube.com/watch?v=XcPGnAxx7ZU>), en clara alusión al régimen comunista de los hermanos Castro y su continuismo a través de la candidatura de Nicolás Maduro con el gobierno de este país, hasta entonces presidido por Hugo Chávez. En este anuncio electoral, tal como si del adelanto del folletín de moda en televisión se tratase y como no podía ser de otra manera, el irónico título de esta ficción es “Corazón decepcionado”. En el spot aparecen los protagonistas del mismo y cuando el protagonista intenta besar a la chica, Virginia Esperanza, nada menos, recibe como respuesta una sonora bofetada. A continuación, sorprendida esta mujer le espeta a su pretendiente que está enamorada de Rafael Alberto. A lo que éste, frustrado por la negativa, exclama: “chica, pero si yo soy su hijo”...

Parece más que evidente la clara alusión que se hace en el spot a Nicolás Maduro, actual presidente y candidato continuista que por entonces se autodeclara hijo de Chávez, por el legado político que éste le dejó antes de morir.

Cuando termina este curioso reclamo electoral se escucha una voz en off que machaca al televidente: “¿Seguiremos viendo esta telenovela cubana? Llegó el momento del cambio”. Resulta curioso destacar que es Guillermo García el

protagonista de esta atractiva petición de voto, ya que este mismo actor ha hecho visible a través de la cuenta de twitter su descontento con ciertas políticas del gobierno chavista. (<http://latelenovelaescosaseria.blogspot.com.es/>) Quizás se pueda entender esta propaganda electoral y todo lo dicho sobre la influencia de este género en Venezuela teniendo en cuenta el sentir de tres guionistas de telenovelas en plena campaña electoral, tal como recogió el Diario El País en su reportaje “El melodrama está en la calle”, del 11 de abril de 2013: “Llegan días feroces. Ahora vivimos una telenovela muy grande que es todo el país. El melodrama está en la calle”, dice en vísperas de las elecciones del domingo, Leonardo Padrón, poeta, guionista de cine y uno de los escritores de telenovelas de mayor éxito en Venezuela, donde el género es más que un arte.

Además, agregó: “Aquí todos estamos agotados de tanto desencuentro, tanta agresión mutua, tanto reventarnos la madre en el idioma. La calle es un desafinado coro de rencor (...) solo aspiramos a la pluralidad, el bienestar, la conciliación”, escribió Padrón, un hombre de izquierdas, para quien esa Venezuela con la que sueña solo es posible si gana Henrique Capriles, el candidato opositor, ahora que Hugo Chávez, “el gran showman” se ha ido. . (http://internacional.elpais.com/internacional/2013/04/11/actualidad/1365649899_528437.html)

Sin embargo, parece que los venezolanos decidieron mediante su voto seguir la estela chavista y seguir viendo la novela cubana, “Corazón decepcionado”, seguramente, a pesar de las encuestas, no lo estarían tanto y por ello, le dieron la victoria a Nicolás Maduro. Chavista sin Chávez.

5. Ejemplo caso Argentina.

En este apartado vamos a tratar de ver cómo se logró en Argentina una concienciación colectiva acerca de su cruenta historia reciente, más específicamente de la apropiación indebida de niños durante la dictadura militar en el país del cono sur a partir de un fenómeno de masas televisivo, como fue la telenovela “Montecristo, un amor, una venganza”

Tal como se indica en esta investigación, la serie argentina sirvió para dar a conocer esta problemática fuera de sus fronteras, dentro de la creciente e innovadora industria de la telenovela, tal como se refleja en el siguiente artículo:

“This process displays topics such as memory, justice, and power in current Argentine society. Montecristo was broadcasted in Argentina during 2006 and in the United States during 2008-2009, and it represents a change (among others) in Abuelas de Plaza de Mayo approach to their search. This change meant to promote awareness regarding their search for babies and children who were kidnapped during the last Argentine dictatorship. This essay also analyzes the genre telenovela as a cultural production with specific features in a growing transnational cultural market and its position inside the Latin American cultural industry.”(2012: 180-193)

Marcelo Caamaño, guionista de este tema innovador y telenovela de gran éxito junto a Adriana Lorenzón, explica el por qué de esta temática en el programa “Radio por la Identidad”, de la Institución Abuelas de Plaza de Mayo: “todo surgió porque los gerentes del canal Telefé , estaban buscando algo para que hiciera Pablo Echarri, actor protagonista; de pronto, se les ocurrió pensar en un clásico y siempre llegás al “Conde de Montecristo porque (dentro del melodrama) lo tiene todo. El recorrido del héroe es perfecto: tiene amor, traición, sexo, poder intriga...” Para conseguirlo, Quevedo, investigador de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) ensayó una explicación del efecto Montecristo en una interesante entrevista concedida al programa “Radio por la Identidad”.

Sin embargo, era necesario actualizar la trama a la Argentina actual (la del 2005). “A partir de ahí surge la idea. Había que buscarle la vuelta, la identidad tenía que ver, se podía buscar ese tema con la mayoría de los personajes dentro del esquema del melodrama y a partir de ahí pensamos en dos hermanas enamoradas del mismo hombre, separadas por esa coyuntura social argentina de la dictadura, y al canal Telefe le encantó la idea”.

Pero, según este guionista, había que trabajar como se incluía en la telenovela la compleja trama de la dictadura, que colaborara para integrar el triste

episodio en la novela y no para excluirla. En resumen, “queríamos contar una buena historia y le vamos a contar al público una serie de datos que tienen que ver con lo que pasó en la dictadura”.

De esta exquisita producción comprometida, muy acorde con la política que se llevaba a cabo entonces y que aún hoy continúa, podemos señalar tal como indica Maria Victoria Bordieu en su libro “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 el que por entonces presidente Néstor Kirchner tramitó esta cuestión en la ceremonia de celebración del 28º aniversario del golpe militar el 24 de marzo 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.”(2008:79-81).

A buen seguro, fue este contexto y sensibilidad social, las que permitieron el triunfo de una ficción de estas características, cuyo típico argumento de dos hermanas que no saben que lo son se enamoran del mismo hombre, pero al estar ambientado en un contexto histórico-político real muy cuidado, extraído de la realidad latente, fue muy fácil la empatía e identificación con el telespectador logrando resultados impensables.

A partir de la emisión de esta telenovela, según divulgaba el diario “La Nación”, del 6 de agosto de 2006, con esta sorprendente, inesperada y esperanzadora noticia, según contaban representantes de los Derechos Humanos argentinos: “La empatía con sus personajes fue la causa principal por la que, en los últimos cuatro meses, aumentaron sensiblemente las presentaciones espontáneas de chicos nacidos entre 1976 y 1983 que no saben quiénes son sus verdaderos padres”, según contaron a este diario voceros de la entidad. Además, según aparece en la misma nota, desde esta institución de Derechos Humanos estaban exultantes con “el efecto Montecristo”: “Es la propaganda más eficaz

que tuvieron hasta ahora para continuar su batalla contra la impunidad y con la intención de recuperarlos a ellos, a "sus" nietos."

No les faltaba razón puesto que gracias a este fenómeno de masas televisivo se contribuyó a localizar a un nuevo nieto desaparecido, tal como explica Esteban Laudau:

"El 12 de septiembre, las Abuelas de Plaza de mayo informaron que habían encontrado al nieto número 85. Su nombre era Marcos Suárez Vedoya Hasta ahí, una historia más de un hijo de desaparecidos que finalmente se reencontraba con su verdadero origen. Lo que diferenciaba a este de otros casos es que la foto de Marcos había aparecido días antes en el programa Montecristo." (2006:56-61)

La historia empezó en marzo, cuando Marcos llegó hasta la sede de Abuelas de Plaza de Mayo en busca de algún dato que le permitiera conocer su pasado. Transcurrieron algunos meses y el 22 de junio, Marcos fue por la tarde al Hospital Durand de la Capital Federal para hacerse la prueba de ADN. Y esa misma noche, cuando llegó el momento de Montecristo encendió la televisión. Allí estaba la actriz Viviana Saccone en su papel de Victoria, sosteniendo entre sus manos una foto suya de cuando era bebé.

Ello fue posible gracias a que los guionistas trabajaron en coordinación con Abuelas puesto que si bien se trataba de ficción había que tratar de aproximar lo máximo posible a la realidad, y para darle verosimilitud se utilizaron fotos reales de niños que se buscaban.

Hay ocasiones como ésta, donde la función social de la ficción se demuestra tan firme que nos sirve para replantearnos la ficción como un modo de aproximación a la población desde cualquier perspectiva.

Y es que tal como indica el guionista del género Rodolf Sirera, en una entrevista(Soler,2011)":

"Las telenovelas son un género de entretenimiento como lo fueron en el campo de la literatura, las novelas por entregas. Con ellas se pueden defender posiciones reaccionarias o progresistas, se puede engañar o enseñar, divertir o aburrir, satisfacer o producir disgusto. Las hay mejores o peores, como en todo".

5. Conclusión

Según se desprende de esta investigación podemos comprobar cómo la telenovela es un fenómeno de masas sin precedentes, capaz de entretener a un pueblo sin más, como sucedía hasta hace muy poco tiempo, dónde este género era la modernización de la novela por entregas en el medio de comunicación de masas que es la televisión y únicamente servía para mantener el *statu quo* desde una perspectiva conservadora e inmovilista. Y si bien esa tipología conocida sigue triunfando, puesto que es la tradicional, nos encontramos ante otro enfoque educativo - político adoctrinado que abre una interesante línea de investigación, específicamente en Latinoamericana dónde este género es el rey en la pequeña pantalla y siempre alcanza una alta cuota de pantalla.

6. Bibliografía

- Cuadra, A. (2007). La construcción de la vida cotidiana: televisión, subjetividad y realidad. *Temas de Comunicación*, 14. Consultado el 20 octubre de 2013 en: <http://www.revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/297/>
- Ferreras, A. (2012). Mi vida eres tú. *Vanity Fair Spain*, Noviembre.
- Orozco, G. (2006). La telenovela en México, de una expresión cultural a un simple producto de mercadotecnia. *Comunicación y sociedad, nueva época*, 6.
- Cabrujas, J. (2002). *Y Latinoamérica inventó la telenovela*. Venezuela: Alfil.
- Lacalle, C. (2012). Genre and age in the reception of television fiction. *Revista Comunicar*, 6.
- Soler, L. (2011). *Ciudad y telenovela en América Latina*. (DEA. Documento sin publicar).
- Perreau, E. (2011). Telenovelas and Social Debate. *Fiction as a Public Space of Discussion in Brazil, 198-99*, 51-66.
- Bordieu, M.V.(2009). *Pasión, heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*. Argentina: Biblioteca Nacional.

Actas – V Congreso Internacional Latina de Comunicación
Social – V CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2013

Acosta-Alzuru, C. (2010.). Beauty Queens, 'machistas' and street children. The production and reception of socio-cultural issues in telenovelas. *International Journal of Cultural Studies*, 13(marzo).

Soler, L. y otros. (en prensa). *Memoria, identidad y trauma*. Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert.

Sueldo, M. (2012). Montecristo: Soap opera and human rights. *Studies in Latin American Popular Culture*, 30.

Landau, E. (2006). Montecristo, la historia negra argentina hecha telenovela. *Revista de Comunicación Chasqui*, 96.