



Número 16, Año 4, Noviembre 1999- Enero 2000

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

ELLAS SON EL CENTRO DE LA PANTALLA Y LA PANTALLA ES EL MUNDO

Por: [Omar Rincón](#)*

(Colombia)

Las telenovelas se convirtieron en el producto de mayor oferta en la televisión latinoamericana. Muchos ya se están quejando de tantas mujeres puras, demasiados hombres equivocados y la multitud de sobreactuadas malvadas. Se está viviendo un virus denominado *telenovelitis aguda*, y todo parece indicar que no hay vacuna para esta enfermedad en ninguno de los laboratorios creativos.

La televisión tiene ese cantadito propio, ese tonito que la hace ser una caja mágica, ese no se qué que nos emboba y lo hace a uno feliz. Ese tumbadito para muchos intelectuales, culturólogos y pensadores es obvio y fácil de lograr. Pocas veces uno ve que la televisión llegue al nivel justo de lo leve sin verse ridícula y encuentre el tono de lo emocional sin caer en lo superfluo. Sin embargo, la telenovela colombiana con obras como *Café*, *Señora Isabel*, *La otra mitad del sol*, *Perro Amor* y *La Mujer del presidente* están haciendo una televisión que sin intentar ser cine ni teatro, sino buena televisión, son una emocionante y divertida manera de leer la realidad.

El melodrama por ser el género auténtico y propio de nuestra cultura latinoamericana tiene una aceptación generalizada entre la audiencia y, por tanto, en épocas de industria es una buena apuesta para asegurar *rating*. La telenovela tiene agarre, así siempre cuente lo mismo, ya que refleja elementos esenciales de nuestra realidad social, política y cultural. El melodrama es exitoso porque por ahí pasa parte de nuestra identidad, nuestra forma de ser y sentir como colectividad.

El melodrama es, por lo tanto, no sólo el género más reconocible por el televidente sino una forma de leer la realidad. El melodrama se reconoce como género porque es una receta dramática que presenta siempre los mismos elementos, y como realidad porque parte de conflictos y soluciones aceptadas en la vida diaria (maneras de ser hombre o mujer, formas del poder, estilos de amar). Ya no sabemos si la vida cotidiana se parece a un melodrama o el melodrama es la forma privilegiada de vivir la vida. Lo cierto es que si queremos conocer cómo somos o cómo venimos siendo como sociedad una buena estrategia para saberlo está en las historias del melodrama.

¿Qué es lo que hace que unas telenovelas se conviertan en parte de la vida cotidiana de la gente y otras no? De pronto la explicación se encuentre en las reglas que rigen la fórmula del melodrama y que están muy cercanas a los grandes conflictos que se habita en la vida de todos los días de las masas urbano-populares de América Latina y el mundo:

1. Un dramatizado de televisión debe presentar una historia de amor que generalmente es entre un hombre rico o príncipe azul y una mujer pobre o bella durmiente; relación que a toda costa debe ser evitada por un villano que busca el amor de la heroína.
2. Debe existir un conflicto u obstáculo fundamental que impida que ese romance se realice; aquello que evita a toda costa el amor puede darse por una causa externa como la familia o una señora arrogante, o una cultura, o por una causa natural o un defecto físico, o por el destino que tiene marcados viajes y trayectos desconocidos, o por una situación interna del personaje que le impide amar o ser comprendido.
3. En los primeros capítulos debe existir una relación sexual/amorosa entre los protagonistas; ahora si esta es una violación, mucho mejor. Se debe marcar sexualmente el cuerpo de la protagonista.
4. La protagonista debe tener un pasado desconocido para suscitar misterio a la trama.
5. La protagonista debe ser hija de nadie o de padre desconocido para que sueñe con la posibilidad de tener un origen noble y rico. De ahí nace un elemento de gran fuerza narrativa: la búsqueda del padre.
6. La lucha de clases es un conflicto vital, la pobre niña excluida es evitada y denigrada con base en su condición social; de esta discriminación nace el deseo del ascenso social como clave inteligible para que la protagonista tenga una motivación por qué vivir.
7. El príncipe azul, la bella durmiente y el villano deben tener sus amigos confidentes con los cuales se desahogan, y quienes a su vez se convierten en los consejeros y cómplices que los ayudan a salir exitosos de todos los eventos.
8. Los hombres deben ser pusilánimes, bobos, torpes, consentidos, indecisos, mimados e impotentes para hacer su destino, el cual se verá determinado por las mujeres que le rodean: mamás, novias, amantes y la princesa.
9. La estructura de la historia de amor debe crear y mantener en suspenso al televidente, ya que aunque se sepa el final, el telespectador debe dudar todo el tiempo; pero, al mismo tiempo, debe hacer sentir a quien ve que es inteligente frente al producto, por lo tanto desde las claves narrativas de la telenovela él o ella deben poder asignar sentido y adivinar el devenir.
10. La telenovela debe transformarse con las maneras de soñar de los televidentes y la sociedad, buscando el lenguaje de la vida cotidiana y expresando contextos que generen reconocimiento y utopía en la lotería del amor y la humanidad.

En síntesis, la fórmula original del melodrama propone una relación amorosa en la que la mujer debe ser pobre y el hombre rico, la mujer debe tener un origen noble pero perdido, un personaje malo debe suplantar al bueno y, por último, la heroína debe ser sexual o afectivamente denigrada. Se agrega como ingrediente de la fórmula la existencia de un secreto que debe ser develado y un asesinato a descubrir; debe desarrollar un conflicto de clases, la obsesión por el ascenso social y la presencia de hijos sin padre.

La fórmula del melodrama es exitosa en la medida en que todos los ingredientes que necesita existen en nuestra realidad: somos hijos de nadie que nos gustaría saber de dónde venimos e ilusionar un origen noble es un deseo válido; el ascenso social es algo que nos han vendido como utopía en nuestro pobre capitalismo; que se necesiten personajes malos para resaltar virtudes es obvio en un continente donde la gente se muere diariamente de envidia; que la heroína sea acosada, humillada o violada no es ficción sino que responde a una realidad cotidiana que no se convierte en estadística por pudor personal y estigmatización social; de asesinatos está llena nuestra sociedad y de secretos el campo del

poder; y todo adquiere sentido dentro de una sociedad clasista y excluyente como es la nuestra. El deseo del reconocimiento del que habla el maestro Jesús Martín-Barbero es la pulsión que lleva a que tanto en los melodramas como en la vida real queramos saber quiénes somos, de dónde venimos y para dónde vamos: Necesitamos reconocernos para poder tener identidad.

II. MELODRAMA A LA COLOMBIANA

El melodrama colombiano transforma la fórmula al asignarle un contexto real al romance (café, azúcar, vallenato o universidad) y al realizar una producción de televisión más cuidadosa en lo visual, lo actoral y lo narrativo. Martha Bossio (*Pros sigo siendo el rey*), Fernando Gaitán (*Café*), Mónica Agudelo (*Señora Isabel*), Miranda y Navas (*La otra mitad del sol*), entre otros, han logrado introducirle a la receta un acento cultural. Esta presencia de lo nuestro es reconocida por el público colombiano que prefiere los dramatizados nacionales sobre cualquier programa extranjero. Esas maneras televisivas de ser colombiano hacen parte del éxito de este género porque permite que estos productos sean más cercanos y más posibles para el televidente. De otra parte, nos gusta mirarnos y creernos que somos muy trágicos, encantados y listos como en las telenovelas. Los dramatizados, entonces, no sólo parten de nuestra realidad sino que hacen realidad nuestros deseos.

El sello colombiano en las telenovelas está en el cuidado de la producción técnica, la abundancia de exteriores, el papel transformado de la mujer y el contexto real de vida de las historias. Se ha logrado el *rating* (p.e., *Café*, *Señora Isabel*, *Perro Amor*, *¿Por qué diablos?*, *Yo soy Betty, la fea*, *Lolita*) sin caer en los lugares comunes sino presentando buenas historias y narrativas interesantes.

La telenovela colombiana es, según el maestro Martín-Barbero, el mejor lugar de la representación simbólica de la diversidad cultural y la opacidad política del país. La televisión en su ficción está más cerca de la realidad pero también de la utopía de la equidad social y la justicia afectiva, se ha logrado pensar el país a través de historias de todos los días, las simples, las elementales. Los melodramas nos recuerdan que las sonrisas todavía son posibles en esta Colombia tan agobiada de problemas, han hecho que se tematizen los problemas de la convivencia y la honestidad.

En este contexto, los amores imposibles de *La otra mitad del sol* (Navas & Miranda, 1996) reflejan la crisis existencial que vive la pareja y el afecto en Colombia, ya que desarrolla historias que se meten hasta el alma, para hacer preguntas e intentar respuestas sobre la forma en que se habita el fin de milenio. En el mismo camino *La mujer del presidente* (Navas & Miranda, 1998) es televisión bien hecha, que cuenta historias muy cercanas, de vecinos y jefes, de justicias y verdades a medias, de colombianos que sufren y quieren a esta tierra sin paz ni ley. Esta telenovela, además, tiene la sabiduría del suspenso. Ese género que es perfecto para agarrar espectadores y llevarlos casi hasta el borde de lo insostenible... suspenso televisivo, que juega al drama y se enamora del melodrama.

Perro Amor (Salgado & Ospina 1998) apuesta a divertirse y pensar en simultáneo. Esta telenovela ofrece una historia que mezcla ese perfecto cinismo de la elite que juega con todo y sobre todo con la dignidad del pobre, y esa terquedad de futuro de nuestras gentes que día a día luchan su vida. Y en medio de todo este desbarajuste ético y social esa especie frágil, pasiva, sin imaginación que es el hombre y la mujer (a la colombiana). Y por encima del patético machismo, las heroínas de todos los días, las mujeres que transforman el mundo sin decirlo y construyen un mejor futuro. Esta telenovela mezcla la ironía con la tristeza social, la falsedad pública con la honestidad privada, la ficción de país con el cotidiano desbarajuste.

En televisión se hace buena televisión cuando se emociona a las audiencias, se les divierte y se les propone nuevas formas o herramientas para enfrentar la vida diaria. El televidente se aburre cuando lo quieren ilustrar, mandar, dirigir, educar. Mientras las telenovelas no renuncien a hacer televisión ni al afecto ni a contar excelentes historias, seguirán siendo nuestro pan simbólico de cada día.

En el evangelio según la televisión la mujer se hizo para ser adorada, imitada, estetizada, encantada, objetivizada. Esta imagen de mujer antes que expresar un objeto sin sujeto, persona o realidad, manifiesta la crisis de subjetividad del hombre actual.

La objetivación de la mujer en televisión puede ser interpretada de manera negativa como siempre; o por el contrario comprendida como objeto pero de salvación para el hombre contemporáneo. Por lo tanto, la mujer en televisión es, en simultáneo, cuerpo y persona objeto de adoración; seres activos que ponen a sus pies a toda la manada (de hombres); lugares del sueño social; la creencia, la sugestión, la magia, la salvación.

La multiplicidad de papeles que debe actuar la mujer según la telenovela no crea sólo neurosis de identidad, como siempre se ha dicho, promete libertad. En la pantalla ella debe ser bonita y pensante, desarrollar la moral del cuidado sobre los hombres y buscar su realización como persona en el mundo de lo público, atraer y asustar, ser madre'esposa'amante'trabajadora y construir un mundo para la vida de ella y los demás. Obviamente, ser mujer siguiendo la pantalla es algo muy complejo y difícil de actuar; pero ella es, en televisión y en la vida real, el lazo social, la red que junta, el escenario de encuentro. Ella tiene todos los espacios, todos los habita, todos los quiere, todos los rehace.

Quiere esto decir, entonces,... ¿Que la estúpida de telenovela, la banal de publicidad, la interna de programas familiares, el objeto de burla en los humorísticos, la pasiva ante la noticia, la inestable en la política... esa mujer representada en la pantalla no existe?

Sí existe y expresa una objetivación de la mujer. Pero también se puede leer esta representación social de manera distinta: Al ser la mujer en la televisión escrita por hombres o mujeres-cuerpo con mente de hombre, ellas se convierten en un espejo donde leer el macho que escribe e imagina. Y según la mujer de pantalla, el macho evangelista luce seguro de su escritura y domina el escenario; pero al tratar de encubrirse detrás de las mujeres devela su incapacidad de acción, sus miedos sociales, su falta de proyecto. El, al querer dominar a la mujer y volverla objeto, expresa que ella es la opción, ella es un objeto pero de salvación, de culto.

El mundo-hombre no ha podido reconocer que su ser, su subjetividad está en crisis. Por esta razón, sigue creyendo que construyendo mujeres para adorar y soñar lava sus culpas, que imaginando mujeres objeto de deseo rehace su falta de credibilidad, que mostrando mujeres pasivas logra esconder su miedo social y su incapacidad de actuar. Los hombres estamos perdidos de nosotros mismos y sólo nos atrevemos a mirar a la mujer como el lugar del sortilegio, la magia, la vida, la posibilidad.

Dicho lo anterior, no se ve claramente como la mujer según la televisión sea ese oscuro objeto de deseo dominado por lo machos y el orden patriarcal. Por el contrario, en esas imágenes de mujeres hechas por hombres se puede leer que lo femenino es la única oportunidad, posibilidad, utopía; que ellas-cuerpo-moral cooperativa-ternura responsable son alternativas reales para evolucionar, transformar, rehacer la vida (no sólo en la telenovela, sino en la vida real).

Ellas son credibilidad en la noticia, ellas son el sentido en la estética, ellas son el afecto en la vida, ellas son sujetos capaces de perderse así mismas para ganar al otro. Lo patético somos los hombres de televisión: egoistas, pendencieros, ofensivos, retóricos, pensadores, serios, arrogantes, pasivos, pusilámines, centro-de-todo-actores-de-nada. Pasivos objetos del amor. Objetos sin sujeto. Marginales de todo. Ellas son el centro de la pantalla y la pantalla es el mundo.

La heroína de melodrama tiene más valor que el héroe que no se gana nada por sí mismo porque ni trabaja ni sufre ni sueña ni nada, - como la vida real, piensa que sólo basta con existir -. La mujer transformada de telenovela son más ejemplarizantes que sus patéticos consortes. Pueden que no sean modelos reales aplicables a la vida cotidiana, pero son el horizonte de acción, el lugar de la imaginación, la posibilidad de construcción de algo mejor, mucho mejor, demasiado mejor... que la realidad. Las mujeres tienen en la televisión un evangelio para soñar y vivir... sólo falta que no sigan siendo el tema sino también las estéticas y narrativas "en versión" femenina para contarse en forma de mujer y no en estilo de hombre.

IV. HOMBRES DE MELODRAMA

La presencia en la telenovela de hombres muy frágiles, simples, bobos y pasivos es un aspecto que hace parte fundamental del éxito del melodrama. Hombres que nunca evolucionan, que se afirman en su machismo, en sus mamás y esposas, y en el poder de ser el primer hombre en la vida de unas mujeres que se transforman, se hacen a lo largo de la historia. Esto es tan evidente que, me imagino, ningún hombre se ha sentido representado en un héroe de telenovela. No creo que queramos ser salinas o sebastianes, josés o martines. Esos hombres, creemos, no hacen justicia a nuestro ideal, aunque se ven demasiado leales a nuestra actuación en la vida real como tales. Los hombres colombianos somos unos niños grandes, consentidos y que siempre acudimos a la mujer para que nos defienda de los problemas y atienda nuestras pataletas. La realidad lo exclama a su modo: mientras a los hombres les preocupa el pasado de la mujer, a las mujeres les interesa el futuro de los hombres.

La forma obvia y aburrida de ser hombres en la telenovela es parte del éxito porque en esa representación la mujer está ejercitando una resistencia simbólica, experimentando una crítica emocional, afirmando la percepción que tiene de la pobre actuación de los hombres en la vida real. Esto es tan evidente que a los hombres nos da pena aceptar que vemos telenovelas, mientras que las mujeres las disfrutan y no les da pánico sentirse encantadas.

Los hombres deberíamos en lugar de huir de la telenovela, mirarnos en ella como en un espejo que refleja la percepción que sobre nosotros tiene la sociedad. Ha llegado el tiempo en que las telenovelas presenten otros modelos de hombre, otras posibilidades de ser el otros sexo, el que una vez reinaba, en estos tiempos.

Afortunadamente los hombres están creciendo en las telenovelas, están madurando, se están haciendo preguntas sobre lo que significa ser hombre y saber cómo actuar como tal; el hombre está dudando de su seguridad de macho; ya es capaz de aparecer ambiguo, frágil e inseguro en el amor. Para estos varones de melodrama la ironía se ha vuelto una manera de entenderse, el humor una solución mágica al aburrimiento, la mujer es ese claro y tierno sujeto de admiración. Los hombres ya ruegan por una ternurita y un abrazito, y una compañía para esa tristeza tan honda que nos inunda.

Y todo porque la mujer-mamá no quiere criar y ser responsable por más hombres-niños ni en las telenovelas ni en la vida real, no quiere aguantar una pataleta más, no le interesa otra sobreactuación masculina, está aburrida de que seres tan patéticamente dependientes de su amor y seguridad.

Las mujeres quieren y desean hombres sinceros y aventureros, sugestivos y miedosos, eternos y frágiles. Los hombres, a su vez, quieren reconocer sus fracasos, tristezas, necesidades de amor, afecto y comprensión. Y lo cierto es que la telenovela colombiana ha descubierto esta vena de ambigüedad varonil.

Se requieren hombres de buen humor, ironía precisa, tono agridulce, pregunta abierta, duda en voz alta, inseguridad extrema que aparentan exceso de machismo pero tienen una exagerada necesidad de afecto... hombres así, son más cercanos a la utopía de hombres y mujeres de la vida cotidiana. Qué bueno que la telenovela está brindando nuevas formas de ser hombre en esta sociedad, modelos más abiertos, más plurales, más equitativos con las mujeres. Modelos más allá del hijo de mamá, más allá de la seguridad de ser el macho, más allá de este eterno ser-razón y mucho más cercano a lo frágil, lo ambiguo, lo afectivo.

V. MARGARITA ROSA DE FRANCISCO

En la televisión colombiana existen una mujer que es un icono de identidad, un símbolo de encuentro social, un espejo donde soñar una mejor colombianidad. Ella es Margarita Rosa de Francisco, eterna, inolvidable, adorada, reconocida como digna de imitar, sujeto/actriz por donde pasa lo mejor de ser colombiano.

Margarita Rosa es no sólo el referente más orgullosamente colombiano que tenemos sino que por ella pasan nuestros deseos de ser mejores, más honestos, sinceros, reposados, auténticos, responsables, dignos. Ella encarna ese sentir colombiano de la mejoría espiritual, del encuentro con el sí mismo para mirar al otro, del respeto como fórmula del éxito, del perderse en uno mismo para ganarse el destino

propio a ejercer la libertad y el derecho a la autenticidad. Ella es *rating* pero sobretudo esperanza, ella ya no es una mujer es una imagen que se deshace y reinventa en cada mirada de televidente, ella es lo que todos quisiéramos como personas más allá de ser la más bella o la más sensibles o la más tierna o la menos arrogante o la que juega a la timidez infinita y la pérdida de todo atisbo de arrogancia para encantar. Ella no debería concursar más, ya lo ganó todo y se lo merece todo. Tener a Margarita Rosa en nuestras pantallas es un premio eterno para los colombianos.

Margarita Rosa se ha arriesgado a creer en ella misma, en sus competencias, en el país, en nuestras estéticas, nuestros encantos temáticos y nuestras inciertas historias. Por confiar en sus intestinos, por querer ser de este país y no de otra parte... por ser lugar.espejo.escenario de nuestra identidad colombiana será siempre esa otra manera de ser colombianos: la honesta. La estrella máxima seguirá siendo Margarita Rosa de Francisco, la queremos en original y copia, por los siglos de los siglos.

EL FIN

De la telenovela colombiana le queda a uno la ilusión que las mujeres hace tiempo y los hombres apenas ahora están dejando de deambular por el sinsentido del destino y quieren romper con ese camino trazado para construirse su propio rumbo. Mujeres sobretudo que están hartas de las mismas mentiras y las eternas verdades nacionales, hombres y mujeres que quieren utopías más cercanas, próximas y posibles acerca de cómo vivir el amor, convivir en paz con el amigo y construir futuro al alcance de los olvidos. Y todo en medio del afecto, la fórmula, el dispositivo masivo de la telenovela: nuestro espejo de cada día.

*** Omar Rincón: Profesor asociado Departamento de Comunicación – Universidad Javeriana, Analista de medios de comunicación – Diario El Espectador e Instructor Principal en el área de televisión – Fundación Friedrich Ebert**



[Regreso al índice de esta edición](#)

