



**Tipo de documento: Tesinas de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: "¡Mirá, empezó Floricienta, vamos a ver Floricienta!": reestreno, memoria colectiva y nuevas lecturas de la audiencia infanto-juvenil**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Camila Romanazzi**

**Florencia Camila Pascual**

**Eugenia Marisol Silvera Basallo, tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2022**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Sociales - Ciencias de la Comunicación

Tesina de grado

**"¡Mirá, empezó Floricienta, vamos a ver Floricienta!":  
reestreno, memoria colectiva y nuevas lecturas de la audiencia  
infanto-juvenil**

**floricienta**

Tesistas

Romanazzi, Camila - DNI 40.136.458

Pascual, Florencia - DNI: 40.007.514

E-mails

[Camiromanazzi@gmail.com](mailto:Camiromanazzi@gmail.com)

[Pascualflorencia@yahoo.com](mailto:Pascualflorencia@yahoo.com)

Tutora

Eugenia Marisol Silvera Basallo

Buenos Aires, Octubre 2022

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
1. Estado del arte .....	7
1.1 Acerca de los estudios sobre recepción .....	7
1.2 Investigaciones sobre telenovelas .....	18
1.3 Investigaciones sobre telenovelas infanto-juveniles .....	26
1.4 Antecedentes de los análisis de las producciones de Cris Morena .....	28
2. Marco teórico .....	30
3. Consideraciones metodológicas y corpus .....	35
<b>CAPÍTULO I: ¿Por qué estudiar <i>Floricienta</i> 18 años después?</b> .....	<b>39</b>
1.1 “No soy chica Disney, soy chica Cris Morena”: Cris Morena, el eje fundamental de sus grandes éxitos .....	39
1.1.1 Hay un cuento: Introducción a la historia de <i>Floricienta</i> .....	44
1.2 <i>Floricienta</i> vs el resto de las producciones de Cris Morena .....	49
1.3 <i>Floricienta</i> como fenómeno televisivo .....	53
1.3.1 Acerca del reestreno de <i>Floricienta</i> en el 2020 .....	58
<b>CAPÍTULO II: “<i>Floricienta</i> fue mi infancia”</b> .....	<b>63</b>
2.1 “¡No estaba sola, estaba con <i>Floricienta!</i> ”: el ritual de mirar la telenovela.....	63
2.2 Identificación con los personajes de <i>Floricienta</i> .....	68
2.3 Finales no felices .....	74
2.4 La interpelación y apropiación de la música .....	82
<b>CAPÍTULO III: Nuevas miradas, nuevas lecturas</b> .....	<b>88</b>
3.1 El reconocimiento de los discursos violentos en <i>Floricienta</i> .....	88
3.2 Acerca de los cuerpos representados .....	94
3.3 Pobres los ricos (sobre la romantización de la pobreza) .....	101
3.4 La representación del príncipe azul .....	106
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>113</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>116</b>

## ● AGRADECIMIENTOS

A *mis viejos*, mis “cuquilos”, por celebrar mis logros como si fueran suyos, por brindarme las bases de todo y enseñarme a ser quién soy hoy. Gracias por estar siempre y nunca soltarme la mano.

A *mi familia*, por emocionarse cada vez que les contaba que había aprobado un examen, acompañarme en cada paso que fui dando y siempre bancarme en todas de manera incondicional.

A *Javi*, por su amor, su paciencia y por estar siempre al pie del cañón (desde el CBC) acompañándome en cada risa y en cada llanto, celebrando junto a mí cada logro.

A *mis amigas y amigos de la vida*, por saber entender cada queja, cada ausencia, cada llanto y cada alegría que esta carrera me generó. A *los amigos que me dió Fsoc*, por soportar mis miedos, por acompañarme al final de cada aula después de rendir, por celebrar juntos cada logro y estar siempre codo a codo bancándome.

A Euge, nuestra tutora, porque considero que su acompañamiento fue fundamental para esta última etapa.

A *Cami*, “Roma”, mi compa desde el CBC, mi amiga desde el minuto uno y mi dupla de tesina: sin vos nada hubiese sido igual. Gracias.

**Florencia Pascual**

A *mi familia*: mamá, papá y mi hermana. Son los que siempre me apoyaron en este camino, los que se sintieron orgullosos en cada paso.

A *Giuliano*, mi novio: por el amor y el aguante día a día de todos estos años, y entender desde el principio lo que significa esta carrera para mí.

A *mis amigas*: a las de toda la vida, y a las que me crucé en la facultad.

A *Flor*: mi compañera de tesis, nos encontramos en el inicio de esta etapa y hoy la cerramos juntas, como tantas veces lo soñamos. La facultad no sólo me deja una colega, sino una amiga, de esas que se quedan para toda la vida.

A *Euge*, nuestra tutora: por su interés en el tema desde el comienzo, por sus saberes y su compromiso.

A la *Universidad de Buenos Aires*: por abrirme sus puertas todos estos años, por la enseñanza y aprendizaje constante, que me sirve no sólo para mi formación profesional, sino para la vida.

**Camila Romanazzi**

## ● INTRODUCCIÓN

Sin lugar a dudas, el 2020 fue un año atravesado por la pandemia del Covid-19 y el aislamiento social, preventivo y obligatorio<sup>1</sup>. En Argentina, mientras la mayoría de los programas de televisión se encargaban de informar constantemente acerca de lo que estaba ocurriendo con la pandemia, el canal *Telefe* anunció el reestreno de uno de los programas más importantes para el público infanto-juvenil: *Floricienta*. En aquel entonces, prestamos atención y observamos que las conversaciones que se desarrollaban —tanto en ámbitos privados como en espacios públicos— eran en torno al regreso de *Floricienta* y a lo que aquella historia significó en la vida de quienes vieron la emisión original (2004) en su niñez y/o adolescencia.

El interés por emprender este trabajo de investigación surgió a raíz de nuestras propias trayectorias y experiencias personales. Ambas crecimos junto a las producciones de Cris Morena<sup>2</sup> y sabíamos (de primera mano) la influencia que había tenido en toda una generación que consumió sus productos. Sin embargo, consideramos que no alcanzaba únicamente con nuestros saberes, sino que había que indagar, con otros y otras, acerca de lo que generó —y sigue generando— Cris Morena, en general, y *Floricienta*, en particular.

Nuestra hipótesis de trabajo es que, a partir del reestreno de *Floricienta* en el 2020, se reactivó una memoria colectiva en toda una audiencia que fue consumidora de este tipo de producto hace algunos años atrás. Desde este lugar nos interrogamos entonces acerca de si existieron —o no— nuevos sentidos y/o nuevas lecturas de la historia, por parte de los televidentes, como consecuencia del paso del tiempo.

Consideramos que *Floricienta* volvió a ser parte de la vida de las personas 16 años después, es decir, surgió nuevamente un contacto con la telenovela desde diferentes formas: volver a ver la historia a través de la TV, reencontrarse con su música, mirar nuevamente sus reconocidos videoclips por *YouTube*, entre otros. Así es como nos interesa poder pensar en la manera desde la cual florecieron este tipo de recuerdos, no solo en torno a la historia, sino también en relación con la función que cumplió la telenovela en la vida de cada uno de sus espectadores.

Tal como hemos mencionado anteriormente, nosotras creemos que todas las producciones de Cris Morena significaron y marcaron a toda una generación de niños, niñas y

---

<sup>1</sup> En Argentina, el aislamiento, social, preventivo y obligatorio (ASPO) comenzó el 20 de marzo de 2020, como medida sanitaria para combatir la pandemia de coronavirus.

<sup>2</sup> María Cristina de Giacomini, más conocida por su nombre artístico Cris Morena, es productora y empresaria. Luego desarrollaremos en profundidad su vida y obra.

adolescentes. Como productora y directora, María Cristina de Giacomini logró construir múltiples sentidos e identidades que fueron reproduciéndose y que continúan aún vigentes en la actualidad. Sin embargo, elegimos a *Floricienta* como producto a analizar porque consideramos que está compuesta por ciertas particularidades y características. En principio, el fenómeno se vio reflejado en los altos números de audiencia, tanto en su emisión original como en el reestreno del 2020. Pero también, tuvo la particularidad de romper con el género melodramático en su “final no feliz”. Si bien como comentaremos más adelante, hay otros casos de telenovelas que tampoco tuvieron un *happy end*, en este caso es la única telenovela infanto-juvenil de Cris Morena en la que uno de sus protagonistas muere. Fue hacia el final de la primera temporada (2004), cuando se presentó el desenlace trágico del “príncipe azul”, Federico Fritzenwalden. Así, la ilusión de niños y jóvenes que soñaban con la unión de la pareja protagónica se vio obstaculizada y fue un hecho que marcó a toda una generación.

Otra razón por la cual decidimos encarar dicho trabajo de investigación, fue por el hecho de querer poner foco en la audiencia infanto-juvenil. Desde nuestra niñez, estamos inmersos en un mundo que nos expone de manera continua al consumo pero, ¿cuál es el objetivo de contar con distintas fuentes de información, actitudes y/o conductas desde tan pequeños? ¿Qué significado se logra dar a esa edad a la multiplicidad simbólica de las imágenes, sonidos e historias contadas que se nos presentan a través de una pantalla? ¿De qué manera se busca “educar” a este tipo de audiencia? Para ello, nos interesa analizar la relación que se establece entre la experiencia y la identidad de la audiencia infanto-juvenil en relación con el consumo de *Floricienta*.

Desde nuestro análisis, buscamos indagar y observar tanto los usos de la audiencia infanto-juvenil, como la forma en que se apropia del consumo y el modo en que se resignifica su subjetividad a partir de *Floricienta*. Para ello, realizamos una serie de entrevistas a jóvenes adultos que en su infancia fueron consumidores de *Floricienta* (2004) y que hoy continúan ligados a la producción, de distintas formas, a través del recuerdo. Si bien mencionamos que el reestreno de *Floricienta* fue 16 años después de su emisión original (2020), las entrevistas fueron realizadas entre febrero y marzo del 2022, es decir, 18 años después.

Del total de los entrevistados, la diferencia de género estuvo bien marcada: 12 personas fueron mujeres y solo una fue hombre. Dicho esto, cabe destacar que incluso nos topamos con una dificultad a la hora de conseguir entrevistados hombres que nos confiesen que hayan visto la telenovela infanto-juvenil en su niñez.

En los tiempos que corren es usual escuchar que hay “cancelaciones” a diversas producciones audiovisuales, transmitidas hace algunos años atrás, por no “aggiornarse” a nuestra actualidad. Sin embargo creemos que no podemos, simplemente, abolir o negar un producto que fue producido y pensado para otra época. Lo que sí podemos hacer, es escuchar y analizar esas nuevas miradas, y preguntarnos qué nuevos sentidos se construyen en este nuevo contexto social e histórico.

A continuación, se verá desarrollado un trabajo de investigación que sigue estas líneas de análisis y se preocupa por seguir aportando al campo de la comunicación y la cultura, nuevas formas de pensar a la audiencia infanto-juvenil.

## **1. Estado del arte**

En este apartado se busca analizar los cruces entre los estudios de recepción y las telenovelas, pero más aún centrándonos en la audiencia infanto-juvenil y sus características específicas.

### **1.1 Acerca de los estudios sobre recepción**

Lo que aquí nos interesa hacer es un recorrido de los estudios sobre recepción que tuvieron lugar en distintas teorías de la comunicación, pero también, como nuestro objeto de estudio es una audiencia infanto-juvenil, haremos mención a aquellas investigaciones que se ocuparon de estudiar a este tipo de audiencia.

Para empezar, consideramos que la lectura que construye Jesús Martín-Barbero (1987) en su obra emblemática “*De los medios a las mediaciones*” resulta fundamental para comprender el cambio radical que ocurrió en el vínculo entre los medios masivos de comunicación y la recepción de las sociedades en los años ochenta. Allí, el autor desarrolla un análisis en el que ya no decide poner el foco en los medios, como ejecutores del control social, sino en las mediaciones sociales que se dan en esa relación. Martín-Barbero (*op. cit.*) hace énfasis en los movimientos populares tradicionales, en sus hábitos de consumo y apropiación de las industrias culturales, también en las formas de organización cotidiana, entre otros. Al hablar sobre su estudio de investigación, el autor declara que

Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de *mediaciones* más que de medios, cuestión de cultura, y por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso entero de la comunicación desde su *otro* lado, el de

la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos (Martín-Barbero, *op. cit.*:10).

Martín-Barbero busca cambiar de posición a la mirada desde donde se analizó durante mucho tiempo a los medios de comunicación: él considera necesario investigar al proceso de constitución de “lo masivo” desde las mediaciones y los sujetos, considerando aquellos movimientos sociales que articulan a las prácticas de comunicación. De esta manera, se dedica a estudiar el comportamiento de las sociedades en masa como formación de multitudes y principal punto de partida de su investigación. Puntualmente, él define que una sociedad en masa

Es un fenómeno psicológico por el que los individuos, por más diferente que sea su modo de vida, sus ocupaciones o su carácter, están dotados de un alma colectiva que les hace comportarse de manera completamente distinta a como lo haría cada individuo aisladamente (Martín-Barbero, *op.cit.*: 35).

En “*De los medios a las mediaciones*”, el autor destaca la importancia del surgimiento de una “cultura de masa”, como lugar en el que se empieza a reconocer a este colectivo de individuos de forma activa, como sociedad de consumo cultural, desde donde se potencia al desarrollo de la comunicación entre diversos estratos sociales.

Para adentrarnos un poco más en los estudios sobre recepción, resulta interesante poder retrotraernos en el tiempo y conocer cómo fue que todo comenzó: ¿cuáles fueron los primeros estudios sobre los medios de comunicación? Para ello deberemos viajar cronológicamente hacia los años treinta, cuando en los Estados Unidos irrumpió una corriente que lograría ser el inicio de la investigación sobre los medios masivos de comunicación: la “*Mass Communication Research*” (MCR).

La MCR consideraba que entre los medios de comunicación y la audiencia receptora no existían intermediarios ni influyentes. Se pensaba que los medios masivos de comunicación eran aquellos que tenían un enorme poder de “penetración” de pensamientos en la gente, lo cual era eficaz a la hora de formar o influir en las opiniones de la sociedad. En particular, este trabajo de investigación llevó el nombre de “*Teoría de la Aguja Hipodérmica*”.

Elihu Katz y Paul Lazarsfeld (1955) exponen que hubo dos tendencias marcadas al pensar a los medios de comunicación, sobre todo en este contexto del surgimiento de la radio, y, luego, de la televisión. La primera tendencia consideraba a los medios de comunicación

como “*el nuevo amanecer de la democracia*” (Katz y Lazarsfeld, *op. cit.*:2) mientras que la segunda creía que los medios eran la “*destrucción total de la sociedad democrática*” (Katz y Lazarsfeld, *op.cit.*: 1). Los autores plantean que ambas teorías tienen la misma concepción de los medios. Es decir, veían a los mensajes como estímulos directos y entendían a la audiencia como incapaz de generar una propia significación: “Primero los diarios y luego la radio se consideraron como armas poderosas capaces de grabar ideas en las mentes de lectores y oyentes indefensos” (Katz y Lazarsfeld, *op.cit.*:14).

Tiempo después, en los años sesenta, en Estados Unidos se logró consolidar una nueva corriente denominada “*Teoría de Usos y Gratificaciones*”. En este caso, lo que se comenzó a interrogar tendría un sentido inverso: ¿qué hace la gente con los medios? Esta línea de análisis se remonta al comienzo de la investigación empírica, sobre las comunicaciones de las masas, y se centra en la libre elección que hacen los usuarios como consumidores de los medios de comunicación. Fue así que se consideró al público como un receptor activo, y no ya como una masa de individuos pasiva, sin capacidad de elegir ni de filtrar los mensajes que recibían por parte de los medios.

La “*Teoría de Usos y Gratificaciones*” tuvo como objetivo poder establecer que, en verdad, cada individuo busca satisfacer sus necesidades para sentir mera gratificación y a raíz de ello es que elige qué consumir en los medios masivos de comunicación.

Las gratificaciones que las audiencias logran obtener, a partir del consumo de los medios, suelen ser múltiples. Entre ellas se encuentran: la necesidad de poder obtener diversión, de contar con una compañía, de reforzar sus valores y conocimientos, de informarse sobre la actualidad, entre otros.

En esa misma década, en la Universidad de Birmingham de Inglaterra, surgen los “*Estudios Culturales*”. En aquel entonces, esta Universidad lograba ser el centro de los estudios culturales contemporáneos. Desde esta teoría de investigación, se comienza a tomar al consumidor como un productor de sentido y al consumo como una instancia que habilitaría una nueva producción de sentido.

El término “Estudios Culturales” fue empleado por primera vez por Richard Hoggart, a raíz de haber fundado en 1964 el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos en la Universidad de Birmingham. En este sentido, Hoggart (1957) se encargó de estudiar al consumo de la clase obrera y destacó que

Especialmente durante las últimas décadas, ha aumentado de forma notable el consumo de muchos productos destinados al entretenimiento; dicho aumento es absoluto y no sólo proporcional al crecimiento de la población. En parte era inevitable, dado el aumento de la capacidad técnica para proveer entretenimiento en gran escala y la mayor disponibilidad de dinero en una gran parte de la población. El aumento en sí no tiene por qué ser considerable; había espacio para que ocurriera. Sin embargo, en cierta medida, sus proporciones parecen estar determinadas no por la satisfacción de necesidades que no estaban cubiertas sino por los más influyentes ejercicios de persuasión de quienes ofrecen el entretenimiento (Hoggart, *op. cit.*:335).

Los estudios culturales surgen dentro de este debate sobre la dominación y hegemonía de los medios. Uno de sus referentes también fue Stuart Hall (1973), quien se interesa por estudiar la codificación-decodificación de los mensajes no como algo lineal y cerrado, sino como un proceso de comunicación complejo que sucede desde la producción hacia la circulación y recepción de los medios. Por ende, los momentos de producción y recepción de los mensajes son instancias diferentes, podemos decir que hay cierta autonomía de la recepción en relación con la producción. En palabras de Hall,

En otro nivel, los codificadores se dan cuenta de que su audiencia 'ha entendido' el mensaje de manera diferente a como se pretendía. Lo que realmente quieren decir es que los espectadores no están operando dentro del código dominante o preferente. El ideal es la comunicación perfectamente transparente. Pero en lugar de eso tienen que enfrentarse a una 'comunicación sistemáticamente distorsionada' (Hall, *op. cit.*:232).

No hay un significado "único, unívoco, para un ítem léxico" (Hall, *op.cit.*: 225) y esto afecta a la recepción, ya que la manera de apropiarse e interpretar los mensajes de los medios masivos es distinta a lo propuesto por el emisor del mensaje.

Hall también da cuenta del proceso de comunicación y la manera en que esta relación (entre el emisor, el mensaje y el receptor) logra conformar el circuito de manera completa y efectiva:

(...) Debemos reconocer que la forma discursiva del mensaje tiene una posición privilegiada en el intercambio comunicativo (desde el punto de vista de la circulación), y que los momentos de "codificar" y "decodificar", aún cuando sólo son "relativamente autónomos" en relación con el proceso comunicativo como una totalidad, son momentos determinados (Hall, *op.cit.*:14).

Alejandro Grimson y Mirta Varela (1999) exponen que la teoría de Hall fue un antes y un después en el debate sobre los medios de comunicación, incluso reconocen la influencia del autor por el estructuralismo, el culturalismo y los conceptos teóricos de Karl Marx. Hall plantea tres tipos de modos de ver televisión, es decir, tres tipos de lecturas: la primera sucede cuando el televidente coincide con la producción, por ende se halla en una lectura de tipo dominante. En cambio, la segunda lectura es cuando el televidente coincide pero interpreta el mensaje de una forma diferente, y aparece una lectura negociada. Por último, la tercera lectura surge en el momento en que el espectador rechaza o se opone al mensaje del medio, es decir, se presenta una lectura de oposición.

En la década de 1960, época de culturas rebeldes y de abundantes movilizaciones, se discutía fuertemente acerca de la existencia de los países subdesarrollados. En este sentido, el subdesarrollo estaría relacionado con el intercambio en el que algunos países dependen de otros. Así fue como surgió la “Teoría de la Dependencia”.

Bajo esta línea, se postula un nuevo orden mundial de la comunicación en el que se plantean dos objetivos de estudio desde donde se privilegiará a la investigación: ¿cuál es la ideología de los mensajes que emiten los medios masivos de comunicación? ¿Cuál es la estructura de propiedad de los dueños de los medios? El análisis tomó como sustrato teórico a la idea general de Louis Althusser (1969) donde se habla de los medios de comunicación “como aparato ideológico del Estado”.

Entonces, se comenzó a problematizar las teorías de la comunicación vigentes en ese momento y a considerar a la comunicación en relación con la cultura, la sociología y los procesos políticos. Ana Carolina Escosteguy (2002), estudia este momento de la historia de la comunicación y plantea:

Frente a una nueva coyuntura política y cultural, fue necesario abandonar una concepción de dominación entendida solamente como mera estrategia de imposición cultural que desconocía los modos de apropiación y resignificación de los mensajes hegemónicos, esto es, los usos que los diversos grupos sociales hacen de los medios y de los productos masivos. De esta forma, la investigación centrada en la de la dependencia cultural y lectura ideológica de los mensajes de los medios de comunicación pasó a ser profundamente cuestionada (Escosteguy, *op. cit.*:39).

En América Latina, los estudios sobre recepción surgen en el contexto de una emergencia de nuevos actores sociales que “pusieron en jaque a la cultura política tradicional”

(Escosteguy, *op.cit.*:40). En este sentido, uno de los referentes en materia de comunicación en Latinoamérica fue Guillermo Orozco Gómez. El autor dedica parte de su obra a estudiar a la audiencia televisiva y propone pensar a la audiencia como “sujetos culturales”, esto implica que

En tanto sujetos, las audiencias son activas y, a veces, hiperactivas, capaces de construir a partir de su vinculación con los medios, pero también de dispersarse y perderse en lo banal, vehiculado por ellos (Orozco Gómez, 1997:28).

Incluso, subraya que la interacción entre la audiencia activa y los medios de comunicación, varía y se resignifica en cada producción:

Las audiencias se van constituyendo en lo que son, fundamentalmente a través de sus procesos de recepción e interacción con los diversos medios y como resultado de las mediaciones que ahí intervienen (Orozco Gómez, *op.cit.*:28).

Héctor Schmucler (1992) plantea que a partir de los años ‘80, el retorno a la democracia en los países latinoamericanos brindó lugar para que florezcan nuevos debates y concepciones. Ligado a esto, entre aquellas décadas fue que se comenzó a discutir también sobre la necesidad de un nuevo orden económico internacional, a partir de la existencia de una industria cultural muy poderosa por parte de los Estados Unidos que invadía al tercer mundo. Schmucler apunta sobre esto y destaca que

(...) tampoco es casual que los considerados primeros trabajos sobre el tema hayan surgido en los Estados Unidos como apoyatura al proyecto socio-cultural en que se instalan los grandes aparatos de comunicación masiva. Dicho de otra manera, los “efectos de la comunicación”, estimulados por los vendedores de productos, están orientados en el mismo sentido que la instalación de emisoras de radio o la venta de aparatos receptores (Schmucler, *op.cit.*:2).

Por su parte, Oscar Landi (1993) hizo hincapié en el consumo de los medios de comunicación en Latinoamérica como hábito cultural propio, tanto de las clases más populares, como de los sectores sociales más altos, sin distinción alguna. En este sentido, resulta interesante poder pensar en la heterogeneidad que se da al momento de la identificación, entre distintos tipos de audiencias.

Respecto a esta relación que se da entre el televidente y la televisión, hay una característica que resulta interesante para destacar: se trata del goce. Al momento de sentirse

identificado, con lo que se ve representado en la televisión, el espectador siente una fascinación que finaliza en un goce, una especie de placer que se da a través de lo visual. Landi (*op. cit.*) lo explica de la siguiente manera:

En una suerte de segundo nivel, se sitúa la gratificación específica que brinda el tipo de programa que se está viendo: la identificación con ciertas situaciones, compartir y elaborar ciertos hechos dolorosos, sentirse a salvo de las desgracias de otros, reírse y entretenerse, informarse, descifrar el lenguaje gestual y corporal de las personas que desfilan por los programas (Landi, *op.cit.*: 146).

En este sentido, nuestro trabajo de investigación se posiciona siguiendo la línea de los estudios culturales y consideramos al receptor como activo, ya que en el consumo no hay mera reproducción sino que allí también hay producción. Al ubicarnos en esta perspectiva, entendemos la importancia de investigar los procesos de constitución de los sentidos mediáticos.

Hasta el momento hemos hecho un recorrido sobre algunos estudios destacados acerca de la recepción, y en cómo ha mutado el pensar la relación entre la audiencia y el medio. Ahora bien, nuestro objeto de estudio en esta investigación está relacionado con un tipo particular de audiencia: se trata de una audiencia infanto-juvenil, desde la cual debemos situar e indagar sobre investigaciones de este tipo.

La psicóloga estadounidense Eleanor Maccoby (1951) y la psicóloga alemana Hilde Himmelweit (1958) fueron algunas de las primeras autoras que publican una serie de investigaciones acerca de la influencia que causaba la televisión en los niños.

Fue en la década del setenta, cuando se produjeron numerosas investigaciones que dieron lugar al estudio sobre el aprendizaje social de los menores, que se daba durante la recepción televisiva, dentro del terreno familiar. Desde allí, se hizo hincapié en conocer más sobre la influencia que generaba la televisión en el desarrollo de los conocimientos de los infantes. En este contexto, algunos de los reconocidos autores que publicaron sus obras bajo esta línea teórica fueron Joseph Klapper (1974) y Albert Bandura (1977), entre otros.

Valerio Fuenzalida a lo largo de toda su carrera se ha encargado de realizar estudios sobre la relación entre las audiencias y la televisión. En particular, Fuenzalida (1987) ha declarado que

La televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en nuestras sociedades, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes de la cotidianeidad que nos rodea, expresada en la producción de diversas formas de producción de mensajes, pero también en la instalación de un modo de vinculación con sus públicos, que no hemos llegado a interpretar en toda su significación (Fuenzalida, *op.cit.*:1).

Al comienzo de sus estudios sobre recepción, Fuenzalida se interesó por una audiencia que lo cautivó de manera especial: la audiencia infantil. Fue así como el autor comenzó a analizar a los niños y a las niñas como televidentes, y el espacio que se le otorgaba al entretenimiento audiovisual dedicado a este tipo de público.

Fuenzalida (1984) analiza algunas series animadas, como *Tom y Jerry*, y logra darse cuenta que este tipo de programaciones representaban la 'libertad' para los receptores más pequeños. Pero, ¿a qué se debía esa conclusión? En el caso del dibujo televisivo *Tom y Jerry*, se aborda la historia de un ratón pequeño que busca de manera constante poder vencer al gato, que era más grande que él. En relación con esto, él comprende que niños y niñas percibían una similitud con su propia realidad, que los divertía, y al mismo tiempo también los empoderaba: se identificaban con ese ratón, que era más chiquito y que buscaba todo el tiempo burlar a los más grandes. Es así como el autor considera la importancia que debía dársele a la audiencia infantil como interlocutora; ya no se los habría que ver como algo 'menor', sino como aquellos capaces de lograr ser receptores activos, productores de propios aprendizajes.

Fuenzalida (2005) explica que el mensaje televisivo le brinda a este tipo de audiencia una serie de actitudes y destrezas, a las que denomina "*Esquemas Lúdico-Dramáticos*". En su investigación, el autor logra clasificar este tipo de esquemas y subraya que se encuentran presentes en las estructuras de todos los dibujos animados.

En primer lugar, se encuentra el esquema lúdico-dramático del "*adulto torpe-niño hábil*". Son muchos los programas infantiles que se construyen bajo el esquema generativo básico de que el adulto es torpe, como aquel que realiza mal y no diestramente aquellas actividades que todo adulto debería realizar bien. Como consecuencia de ello, el niño se divierte con esta representación, ya que comprende que el adulto debería poder ejercer correctamente esas acciones.

En segundo lugar, se representa al esquema lúdico-dramático entre “*el débil y el fuerte*”, lo cual también resulta ser muy atractivo para la audiencia más joven, ya que demuestra la constante lucha que existe entre el más fuerte y el más débil.

En tercer lugar, se define al esquema lúdico-dramático del “*niño alocado*”. Este permite a los niños y a las niñas vivir simbólicamente las travesuras, locuras y maldades, comprendiendo sus propias tendencias al desorden.

Por último, está el esquema lúdico-dramático de “*la acción épica*”. Allí se muestran una serie de enfrentamientos entre los personajes o grupos que simbolizan el bien y el mal. Este esquema suele ser el más conflictivo y preocupante en la televisión infantil.

Guillermo Orozco Gómez (1993) también se ha dedicado a investigar la interacción que se da entre el público infantil y la televisión. Bajo esta línea de análisis, el referente latinoamericano de los estudios de la comunicación expresa que

Como es el caso del género, la mediación derivada de la edad está sujeta a debate acerca de su naturaleza. El hecho es que especialmente en los auditorios de niños y viejos (extremos de edades), la edad tiene un papel en la diferenciación de la interacción TV-auditorio al influenciar sus preferencias y sus modos de recepción televisiva (Orozco Gómez, *op.cit.*:35-36).

Orozco Gómez (1994) da cuenta de los procesos de recepción televisiva y aborda las múltiples mediaciones que intervienen en las audiencias de televisión. De esta manera, él interpreta que tanto los receptores como las audiencias adquieren una importancia especial como sujetos que deben ser comprendidos como individuos de ‘televidencias’ específicas. Es así como emite opinión sobre algunos de los efectos producidos en el desarrollo de los niños a partir de la programación televisiva, y declara que

Es difícil determinar con precisión en qué grado son negativos los distintos efectos educativos en los niños, en parte por razones ideológicas. Lo que para ciertos sectores sociales no representa mayor problema, para otros puede resultar altamente perjudicial. Pero en parte también por razones metodológicas. La mayoría de los investigadores de los efectos de la programación televisiva encuentran que aquello que es observable empíricamente es además estadísticamente significativo (Orozco Gómez, *op.cit.*:11).

Retomando la conceptualización que hace Orozco Gómez (2001) acerca de las mediaciones, entendiéndose como un proceso que configura y orienta la interacción que

ejecutan las audiencias, resulta interesante poder mencionar los tipos de mediaciones que resalta el autor.

La “*Mediación Cognoscitiva*” hace mención a la importancia que cumplen los guiones o esquemas mentales que tiene todo individuo antes de mirar un programa de TV. Se trata de todo aquello con lo que llega un sujeto desde antes y que le permite luego elegir qué programa mirar o qué posición tomar frente a lo que ve. Orozco Gómez define que los guiones

tienen una esfera de significación de donde adquieren su sentido para interacciones determinadas. Así, la relevancia de la secuencia no está dada en la secuencia misma implicada en el guión sino en un consenso cultural o institucional de lo que se considera apropiado hacer en una situación concreta (Orozco Gómez, *op.cit.*: 5).

Por su parte, también se encuentra la “*Mediación Situacional*”, la cual hace referencia al hecho de que la audiencia no se encuentra simplemente de manera mental frente al televisor, sino que es físicamente activa. Por ejemplo, los niños y las niñas miran la TV mientras realizan otro tipo de actividades (como jugar, pintar, etc). En este sentido, Orozco Gómez hace alusión a que la TV actúa como ‘una compañía’ de sus televidentes y declara que

La soledad o compañía del televidente mientras ve la TV constituye también una mediación situacional. La compañía puede implicar la posibilidad de una apropiación más comentada de la programación y, eventualmente, una posibilidad de tomar un mayor distanciamiento de lo transmitido en la pantalla. Cuando se ve la TV sin compañía no se tiene acceso inmediato a la ‘sanción del otro’ sobre lo que se está viendo, lo cual en el caso de los niños pequeños puede ser determinante para su interacción con la TV (Orozco Gómez, *op.cit.*:6).

También se ve representada la “*Mediación Institucional*”, la cual se refiere a las comunidades que se apropian del mensaje (dígase el hogar, la familia y la escuela). En el hogar sucede el proceso de recepción, en la familia se median los procesos de apropiación del contenido televisivo y en la escuela se llevan a cabo las interacciones del contenido televisivo.

Por último, Orozco Gómez resalta a la “*Mediación de Referencia*” donde nos podemos encontrar con las referencias culturales y de género, etnias, edad, origen social, etcétera.

Se trata de una mediación importante en la interacción con la TV, ya que estas características pueden acercar o alejar al televidente.

Henry Jenkins (2008) es otro de los investigadores que estudia la relación entre los medios de comunicación y la cultura juvenil, sobre todo en el contexto de surgimiento de nuevos medios digitales como lo son los foros en línea. El autor propone el concepto de cultura convergente, esto es, aquello que surge del comportamiento de la audiencia a partir de los consumos mediáticos y señala

Pero pocos ven la televisión en completo silencio y aislamiento. Para la mayoría de nosotros, la televisión alimenta las conversaciones de pasillo. Y, para un número creciente de personas, la charla de pasillo se ha hecho digital. Los foros en línea ofrecen una oportunidad para que los participantes compartan sus conocimientos y opiniones (Jenkins, *op.cit.*:36).

Jenkins realiza una lectura de la audiencia televisiva en tres categorías: zapeadores, ocasionales y fieles. Los zapeadores son quienes van de un canal a otro constantemente, en cambio, los leales, si bien no ven muchas horas de televisión, seleccionan sus programas favoritos y “se entregan totalmente a ellos”, graban los episodios, hablan de ellos e incluso buscan información en canales mediáticos, y por último, los ocasionales están en el medio de los dos. El autor plantea que ningún espectador es exclusivamente leal, ocasional o zapeador, sino que dependerá de qué producto se trate.

Otro de los autores que se interesa por la cultura infanto-juvenil es Henry Giroux (2000). En su artículo “*¿Son buenas las películas de Disney para sus hijos?*”, analiza las películas de Disney según su impacto cultural en las infancias y adolescencias. Dicho de otra manera, él propone ver más allá de la diversión y el entretenimiento -más allá de la inocencia- para situar a *Disney* como una “autoridad cultural”, esto es, el papel que tiene en materia de educar a los niños y adolescentes, enseñar valores y roles a la par que otras instituciones. Bajo este análisis, Giroux declara que

La imagen de *Disney* como ícono de la cultura norteamericana se refuerza firmemente por medio de la penetración de su imperio en todos los aspectos de la vida social. Los niños experimentan su influencia cultural a través de un laberinto de representaciones y productos que encuentran en los videos caseros, los centros comerciales, las películas educativas escolares, las taquillas, los programas de televisión popular y los restaurantes familiares (Giroux, *op.cit.*:66-67).

Lo que Giroux remarca es la idea de pensar a *Disney* como “empresa pedagógica”, ya que, cuando muchos creen que sus productos son inocentes y sólo entretienen, Disney constantemente impone estereotipos de género, como así también raciales, construye formas de ver el pasado y el futuro, las representaciones de familia y de valores como la democracia. Si bien el autor no se detiene a analizar y escuchar a la audiencia de *Disney*, este tipo de investigaciones son fundamentales para poder empezar a hacerlo, ya que abre campo para pensar en los productos culturales para niños en correspondencia con la acción de educar.

También es interesante el trabajo de Jaime Picarón (2019) acerca de la audiencia juvenil en el consumo de los videojuegos. Allí el autor, a partir de una recolección de distintos testimonios, subraya que el consumo de videojuegos excede lo mediático, porque, según los relatos, hay una estrecha relación entre los videojuegos y la vida social y cotidiana de los consumidores. Por ende, se piensa a los videojuegos como una práctica social:

“Para pensar los sentidos que construyen los jugadores de su actividad, se proponen tres categorías diferentes, la construcción de lazos sociales y la consecuente conformación de comunidades de jugadores, el cuerpo como eje esencial de la identificación y la cotidianidad como escenario en el que transcurre la práctica de los videojuegos” (Picarón, *op.cit.*:7).

Por lo tanto, como plantean Grimson y Varela (1999), debemos “problematizar los usos e interpretaciones que realizan las audiencias, articulando su vida cotidiana y el uso de otros medios” (Grimson y Varela, *op.cit.*:8). Desde esta perspectiva, podemos escuchar a un público que genera identidades y formas de ver el mundo a partir del consumo de productos culturales.

## **1.2 Investigaciones sobre telenovelas**

Para hablar sobre el género telenovela, necesitamos hacer un breve recorrido sobre el origen del melodrama. Ya que la telenovela es heredera directa del género melodrama. Podemos mencionar que una primera etapa fue la del “melodrama-teatro” que surge en los años 1800-1820 y sucedía como espectáculo de masas. Martín-Barbero en “*Memoria Narrativa y Memoria Cultural*” (1982) subraya que allí se puede observar el nacimiento de la cultura de masas, es decir, concluye que lo masivo nace desde lo popular.

Una segunda etapa se ubica en la “melo-novela”: en ese entonces surge el folletín y la novela por entregas, e incluso aparece una nueva forma de lectura. Ya no se trata de un consumo popular-tradicional pero tampoco de una lectura culta.

La tercera etapa sucede cuando el melodrama comienza a ser un género de cine y de radio. Y por último, nace la telenovela latinoamericana: allí, el público masivo se encuentra en las pequeñas familias que consumen el género.

Entonces, podemos decir que el melodrama trabaja con un imaginario colectivo y conecta de forma directa con la identidad popular, ya que siempre aparecen señas de la cultura popular y son percibidas con la operación constante de des-conocimiento y re-conocimiento, es decir, “el drama del reconocimiento” (Martín-Barbero, 1982). Las masas consumidoras del género se re-conocen en la ética y estética del melodrama: la exigencia moral, la Justicia, el Deber, la Traición, la Piedad, son elementos que la audiencia identifica. Tal como lo definió Martín-Barbero: “el momento del clímax es ese instante en el que la moral se impone y se hace re-conocer” (Martín-Barbero, *op. cit.*:71).

En América Latina, la telenovela se transformó en uno de los géneros audiovisuales con más importancia dentro del continente. Fue a través de la narración de historias que se logró articular una serie de problemáticas tanto culturales como identitarias. Desde sus inicios, este género logró trascender fronteras (por su exportación a otros países) y conquistar nuevos mercados, gracias a la universalidad que traspasan sus tipos de relatos.

Su carácter seriado (duran entre 120 y 300 capítulos), el consumo a través del merchandising que se comercializa y el entretenimiento que se le brinda a las audiencias, mediante el vínculo con sus sentimientos y emociones, son algunos de los motivos que explican el éxito y la difusión de las telenovelas de esta región.

Asimismo, resulta importante destacar que las telenovelas latinoamericanas no actúan de modo homogéneo, sino que cada país ha ido adoptando a lo largo del tiempo su propia modalidad. En México, por ejemplo, el modelo tradicional ha sido el del melodrama clásico. Mientras que en Brasil, la metodología de narraciones resulta ser ágil, moderna y colorida. En Colombia, en cambio, se combinan dos tipos de elementos: el tradicional con el moderno.

En particular, el género de la telenovela se asume como una mediación que se da dentro de la cotidianidad del hogar familiar. Ese ámbito de domesticidad, donde se construyen valores

y pensamientos, es fundamental a la hora de pensar en el tipo de consumo que realiza el público.

Las telenovelas latinoamericanas están construidas por una variante que siempre las ha caracterizado y definido como tales: su carácter melodramático. Bajo este propósito, Martín-Barbero (1988) decidió retomar la noción de melodrama que había destacado Peter Brooks (1974) y se encargó de indagar sobre la manera en que las antiguas narrativas, que se presentaban a través de las telenovelas, continúan vigentes a la hora de “atrapar” a los espectadores contemporáneos. Desde allí lo que se busca esclarecer es que, por ejemplo, el melodrama funciona como obra que atrae grandes emociones y pasiones por parte del público receptor.

Puntualmente, Martín-Barbero (*op.cit.*) decidió hacer hincapié en los personajes que conforman al melodrama desde sus inicios, y que continúan vigentes también en el modelo actual. En una primera instancia, el autor retoma la caracterización de Brooks (*op.cit.*) acerca del personaje que funciona como “Traidor” y dice que

Su figura es la personificación del mal y del vicio, pero también la del mago y el seductor que fascina a la víctima, y la del sabio en engaños, en disimulos y disfraces. Secularización del diablo y vulgarización del Fausto, el Traidor es sociológicamente un aristócrata malvado, un burgués megalómano e incluso un clérigo corrompido (Martín-Barbero, *op.cit.*: 145).

El personaje del “Traidor” es aquel que se encarga de instalar el miedo: busca continuamente producir temor, no solo por parte de los protagonistas de la historia, sino también por parte de los espectadores. Para encarnar la sensación de suspenso, el “Traidor” es definido como experto en ello.

Otra caracterización común, entre los personajes del melodrama, es la de la figura de la “Víctima”. En este caso, se la define como la heroína de la historia, por ser inocente y casi siempre mujer. De esta manera, Martín-Barbero (*op.cit.*) apunta a que

Sociológicamente la víctima es una princesa que se desconoce como tal, alguien que viniendo de arriba aparece rebajada, humillada, tratada injustamente. Más de un crítico ha visto en esa condición de la víctima de estar ‘privada de la identidad’, y condenada por ello a sufrir injusticias, la figura del proletariado (Martín-Barbero, *op.cit.*: 146).

Por otro lado, se encuentra la figura del “Justiciero” o “Protector”. Se trata de aquel que tiene como objetivo “rescatar” a la víctima de cualquier situación en la que se encuentra acorralada, para lograr luego castigar al traidor. En este sentido, el “Justiciero” también puede ser definido como héroe de la historia y contrapuesto a quien personifica al “Traidor”.

En último lugar, se caracteriza al “Bobo” como aquella figura que, si bien no forma parte de los personajes principales, pertenece a la historia desde el costado de lo cómico. Es decir,

La figura del Bobo en el melodrama remite por un lado a la del payaso en el circo, esto es aquel que pone distensión y relajo emocional después de un fuerte momento de tensión, necesarísimo en un tipo de drama que mantiene las situaciones y los sentimientos casi siempre al límite (Martín-Barbero, *op.cit.*: 147).

En el recorrido por conocer cuáles fueron los antecedentes de estudios acerca de las telenovelas en Latinoamérica, también nos encontramos con el análisis de Valerio Fuenzalida (1992). Allí el autor busca abordar en profundidad qué es lo que el público aprecia y qué motiva a las audiencias a ver este tipo de historias ficcionales.

En su investigación, él reflexiona sobre los usos y prácticas cotidianas que los públicos desarrollan y cómo adoptan el consumo de la TV a su rutina diaria. Allí se destaca que el género de la telenovela es el más elegido por los espectadores. Pero, ¿qué es lo que los cautiva? En este sentido, el autor logra recopilar en su estudio el modo en que las audiencias se ven representadas en este tipo de historias, porque “son casi igual que en la vida real”.

En cuanto al uso cotidiano que las audiencias adoptan respecto a la reproducción de las telenovelas, se desprende otro hecho destacable: “la telenovela es un género de alta audiencia, muy valorado como fuente de recreación y descanso”, resalta Fuenzalida (1992: 46). La satisfacción que se da al momento de sentarse frente a la TV resulta ser clave para un momento en el que los espectadores deciden “distenderse” de la rutina.

En un comienzo, fueron las mujeres las que iniciaron el camino, involucrándose de manera directa con el género televisivo: a través de la identificación y el reconocimiento con cierta similitud de la realidad que las atravesaba, las espectadoras lograron encontrar en la telenovela un sentido más allá de lo ficcional. Se trataba de un espectáculo que lograba dar gratificación no sólo a través de la identificación, sino también a través de la risa y el entretenimiento. Hoy por hoy, el género de la telenovela en Latinoamérica se ha

reformulado y ha tenido que incorporar nuevos lenguajes, nuevas temáticas y hasta incluso modalidades contemporáneas.

En una de sus obras, la investigadora Nora Mazziotti (1993) se encargó de analizar esta relación que se encarna entre las telenovelas de América Latina y su público receptor. Desde este lugar, ella logra comprender que

Enormes audiencias transclasistas y transculturales se sientan a diario frente a la pantalla para disfrutar, aburrirse, comentar o conmoverse con estas historias, establecen una relación estrecha con los actores y actrices, y a veces hasta con los autores que las hacen (entre otros datos por los que puede verificarse esta relación, vale el hecho de que los canales que emiten telenovelas son los que más correspondencia reciben). Sin duda la telenovela es uno de los fenómenos comunicacionales y culturales de esta etapa (Mazziotti, *op.cit.*: 12).

Resulta interesante destacar entonces que el vínculo que se establece entre los espectadores, la narrativa de las telenovelas y los actores que personifican a los personajes principales, se convirtió en algo fuerte que trasciende y perdura más allá del paso del tiempo. Esa rutina diaria que realizan los individuos sentándose frente al televisor, posponiendo compromisos u otras actividades con tal de no perderse el capítulo de su telenovela favorita, sumerge a ésta al interior de cada uno de los hogares, convirtiéndose en familia.

En otro de sus análisis más contemporáneos, Mazziotti (2007) da cuenta de la modificación que atravesaron algunas ficciones que se narran en países como Argentina, Brasil o México hacia fines de la primera década del siglo XXI y explica que

Tradicionalmente, el espectador de telenovelas conocía las intenciones del malvado, formuladas en soledad o confesadas a sus cómplices. El suspenso se creaba porque el espectador tenía datos que los personajes involucrados en esa situación no manejaban. (...) La telenovela se desplazó hacia la telenovela policial, donde lector y personajes comparten el suspenso de ignorar quién es el asesino, y la trama se mueve hacia el esclarecimiento del crimen (Mazziotti, *op.cit.*: 168).

De todos modos, a pesar de los cambios que surgen en la actualidad, Mazziotti (2008) decide destacar la importancia que aún tiene la representación del melodrama en los relatos de ficción de la región. La autora lo define como el estilo desde donde se “atrapó” a los espectadores a raíz de lo ficcional y declara que

En América Latina, la telenovela tiene una existencia que se remonta a la misma televisión. Esos relatos que habían sido tan denostados, tan poco tenidos en cuenta por la sociología, la comunicología y el periodismo, y a la vez, tan amados por los públicos, que generaron audiencias tan fieles, hoy son los productos culturales de mayor circulación internacional (Mazziotti, *op.cit.*: 2).

Por su parte, la investigadora y docente universitaria Libertad Borda, especialista en audiencias televisivas y análisis de telenovelas, también se ha encargado de emprender una serie de estudios acerca de la repercusión que este tipo de ficciones ha tenido en la región.

En una de sus reconocidas obras, *“Fan fiction: entre el desvío y el límite”* (2008), la autora emprendió un curioso estudio acerca de los fans de una reconocida telenovela colombiana llamada *“Yo soy Betty, la fea”*, la cual fue un gran éxito que repercutió en toda la región latinoamericana. Particularmente, ella se interesó por el vínculo que se estableció (a través de foros de internet) entre los fanáticos de la producción. Eran aquellos seguidores de la ficción los que comenzaron a crear, escribir e intercambiar entre sí posibles desenlaces para su heroína, planteando una nueva ficción, una “Fan Fiction”. Por su parte, los guionistas de la telenovela original se interesaron en esto que estaba ocurriendo, se adentraron allí y extrajeron ideas sobre posibles finales para la versión original que se transmitía al aire.

Años después, Libertad Borda realizó su tesis de doctorado denominada *“Bettymaníacos, Luzmarianas y Mompirris: el fanatismo en los foros de telenovelas latinoamericanas”* (2011). Allí, la investigadora se ha encargado de profundizar su análisis sobre el género audiovisual, el importante rol que cumple éste dentro de la región de América Latina y la recepción que se da por parte del público.

Borda ha sido una de las pioneras en abordar un tema que (hasta hace algunos años) aún resultaba ser incipiente: los estudios sobre fans de telenovelas. Se trata de personas individuales, desconocidas entre sí, que se conocen y deciden conformar una comunidad porque comparten algo en común: se han fanatizado con una historia ficcional e idolatran a los personajes que la componen. Años atrás, resultaba hasta imposible pensar en que personas de distintas partes del mundo se podían conocer y debatir sobre la telenovela que ven a diario desde sus hogares. Fue gracias al aterrizaje en el mundo de internet, que todo logró cambiar y convertirse en una realidad.

Desde este lugar, en su tesis de doctorado, la investigadora (2011) plantea un análisis donde se propone

(...) una indagación de los foros de telenovelas como espacios en los que se manifiestan estas nuevas formas del fanatismo, con especial énfasis en aquellas prácticas comunalizadoras novedosas – o que presenten configuraciones nuevas – respecto de las que se daban cara a cara. Estas prácticas – que son discursivas, dado que es la única forma de contacto posible entre los miembros en el *seno del foro* – se enmarcan en géneros discursivos que, en tanto tales, presentan continuidades y rupturas con otros anteriores (Borda, 2011.: 11).

Si bien hasta el momento hemos puesto el foco en distintos análisis que se centraron en el rol que cumplen las telenovelas en Latinoamérica, nuestro objeto de estudio en esta investigación se vincula con el éxito que generó este tipo de ficción en un país particular de la región: Argentina.

En una de sus investigaciones, Nora Mazziotti (1993) se encargó de profundizar sobre las diversas matrices que fueron componiendo a la telenovela argentina, las cuales ayudaron a conformar luego un estilo propio. En su análisis, la autora destaca que

El melodrama ostenta en la producción argentina un lugar relevante, que va a exceder el ámbito teatral en que se originara y sus marcas pueden ser reconocidas en prácticas diversas de la cultura argentina, como la canción (el tango, el bolero), el baile (el tango), otros formatos teatrales (la comedia familiar, el drama social), el periodismo (la crónica sensacionalista, la crónica roja, la novela del folletín), la literatura, el cine, la radio (Mazziotti, *op.cit.*: 101).

A lo largo de la historia de los medios argentinos, la telenovela de este país debió adaptarse de manera constante y recurrir a la adaptación para lograr así conquistar nuevos mercados. En Argentina, la primera fase que dio lugar a las telenovelas se extendió desde la implementación de la televisión en el país (1951) hasta su consolidación, con la aparición luego de la televisión privada. Fue entre 1951 y 1959 que se vivió una fase experimental en la TV, lo cual afectó a varios géneros.

Posteriormente, en la década de 1960, se instauró la televisión privada y se comenzaron a incorporar nuevas emisoras que estimularon la competencia y a la búsqueda de nuevas audiencias. Recién durante la segunda mitad de la década del '60 y principios del '70 se consolidó y transformó en la época con mayor producción argentina.

Desde 1970 hasta 1988, las telenovelas comenzaron a consolidarse como un producto posible de exportar hacia otros países de Latinoamérica. En la Argentina, el mayor inconveniente llegó con la irrupción del gobierno militar en 1976: fue a partir de ahí que la producción de ficciones comenzó a decrecer. Las emisoras televisivas quedaron en manos de las fuerzas militares y varios autores, actores y cantantes fueron censurados.

Tras la llegada de la democracia al país en 1983, las emisoras televisivas dejaron de estar en manos del Estado nacional y se comenzaron a privatizar, lo cual supuso grandes modificaciones en el mercado televisivo argentino. En 1989, se incrementó la producción local de contenidos, aumentó la producción independiente y la coproducción de ficciones con capitales extranjeros. Nora Mazziotti (2009) en una de sus investigaciones reflexionó acerca del carácter discontinuo que ha encarado la telenovela argentina, en comparación con el resto de los países de Latinoamérica, y declaró que

Durante esos quince años (entre 1974 y 1989) la Argentina quedó detenida, retrasada y aislada en materia televisiva (y no sólo en ese rubro). Mientras en países como México, Brasil y Venezuela, la ficción televisiva creció y se crearon o afianzaron las empresas televisivas que hoy persisten, también se abren las puertas de los mercados continentales e internacionales. No es que en esos años perdidos no se produjera telenovela en Argentina, sino que lo que se hacía era de consumo local, y tenía una producción precaria (Mazziotti, *op.cit.*: 142).

Fue en la década del '90, más específicamente entre los años 1990 y 1995, cuando comenzó a iniciarse una "fiebre" por las coproducciones internacionales. De esta manera, las coproducciones lograron ingresar a la Argentina en los mercados europeos.

Este tipo de productos televisivos se caracterizó por "la reafirmación de los formantes más tradicionales del melodrama, el desplazamiento del enfrentamiento ricos/pobres, el abandono del habla coloquial y la utilización de un lenguaje neutro" (Mazziotti, 1994: 314).

Pero fue a partir de 1994, con el "efecto tequila", cuando la competencia de distintos productores latinoamericanos, la crisis que se daba en Italia y la recesión en Argentina, hicieron que se transite nuevamente por una etapa de reducción de la producción. Allí se demostró de manera significativa la escasa capacidad de reacción de los productores para mantener los mercados obtenidos.

Históricamente la Argentina se caracterizó por generar diversos proyectos de telenovelas, en lugar de comprarlos de otros países. En este sentido, si bien las telenovelas de este país tienen una larga historia, los resultados han evidenciado diversas contracciones a lo largo del tiempo, ya que a las ficciones televisivas les ha costado mucho consolidarse como industria.

Hoy es necesario mencionar el éxito de las telenovelas turcas. El artículo periodístico de *Clarín* titulado “Las claves que explican el furor de las novelas turcas en el mundo”<sup>3</sup> plantea que estas producciones recuperaron el melodrama clásico romántico y supieron conquistar todos los rincones del mundo, pero sobre todo, anclaron en América Latina. En nuestro país, la tendencia a la importación de este tipo de ficciones turcas se acrecienta desde su primera incorporación en la pantalla en el año 2015 (*Las mil y una noches*, emitida por Canal 13).

### **1.3 Investigaciones sobre telenovelas infanto-juveniles**

*Floricienta*, al ser una producción dirigida hacia un público infanto-juvenil, logró ser el puntapié para que encamináramos una investigación acerca de los antecedentes de estudios sobre el consumo de telenovelas en la niñez.

Si bien las telenovelas de Cris Morena fueron las que predominaron en el público infanto-juvenil en Argentina, a lo largo de los años supieron emerger otras historias que no fueron de su producción. En este apartado, nos encargaremos de destacar aquellos trabajos de investigación que tuvieron como objeto a telenovelas infanto-juveniles argentinas que no fueron creación de Cris Morena.

En el año 2007, la productora Ideas del Sur lanzó *Patito Feo*, una telenovela musical destinada al público infanto-juvenil. Los protagonistas de la historia estaban encabezados por: Laura Esquivel, Brenda Asnicar, Griselda Siciliani, Gloria Carrá y Juan Darthés. La producción contó con dos temporadas (2007 y 2008), fue transmitida en su versión original por *Canal 13* y replicada por *Disney Channel* entre los años 2007 y 2011 en más de 50 países de América Latina, Europa y Asia.

Hasta el momento, los grandes éxitos que habían logrado cautivar al público infanto-juvenil eran producciones de Cris Morena. En este sentido, *Patito Feo* rompió con el esquema tradicional: se convirtió en la revelación del momento, dentro del panorama televisivo y

---

<sup>3</sup> “Las claves que explican el furor de las telenovelas turcas”, *Clarín*, Argentina. 8 de junio de 2020. En: <https://bit.ly/3S5j4uX>

musical de la época. *Patito Feo* no solo influyó en la cultura popular argentina a raíz de su consagración, sino que también supo romper con récords de audiencia desde su estreno.

Cora Olivera (2010) realizó su tesina de grado “*Aguante Patito Feo!!!: Análisis de una telenovela infantil-juvenil y su repercusión en redes sociales de Internet*” para la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Buenos Aires. En su trabajo se interesó en abordar el modo en que los niños y jóvenes, como sujetos receptores, se ven implicados por el fenómeno televisivo de *Patito Feo* y cómo ello repercute en la construcción de sus identidades.

Olivera (2010) abordó, por un lado, la relación que se dio entre la telenovela como producto televisivo con su público y, por otro, el vínculo que lograron establecer los espectadores a través de Internet. Desde allí, se buscó arrojar una serie de datos para comprender no solo el éxito del fenómeno televisivo como tal, sino también el despliegue de identificaciones por parte de los consumidores y la descripción social de la comunidad que compone al club de fans de la historia de Patito Feo.

En el año 2012, surgió otra telenovela juvenil que también supo ser un éxito: *Violetta*. Ésta fue una producción de *Disney Channel Latinoamérica* y logró ser la inauguración del género telenovela en el canal. Los protagonistas de la historia estaban encabezados por: Martina “Tini” Stoessel, Mercedes Lambre, Jorge Blanco y Diego Ramos, entre otros. La historia contó con tres temporadas (2012, 2013 y 2014) y fue transmitida en su versión original por *Disney Channel* en América Latina, Europa, Israel, Medio Oriente y África.

En el momento en que se estrenó la primera edición de *Violetta* (2012), Cris Morena se encontraba alejada de los medios de comunicación tras haber cerrado su productora *Cris Morena Group* por causa del fallecimiento de su hija, Romina Yan. En este sentido, *Violetta* no lograría tener competencia televisiva con la productora que marcaba éxitos en la audiencia infanto-juvenil y se convertiría en un fenómeno que traspasó fronteras.

La telenovela fue doblada en cinco idiomas y marcó picos en la audiencia de nuestro país: se posicionó en el primer puesto de las ficciones más elegidas por los niños de entre 4 y 11 años, lo cual la transformó en una historia que aún permanece en los corazones de sus televidentes.

Eugenia Victoria Trubbo y Laura Jiménez (2014) de la carrera de Producción y Dirección de Radio y Televisión del Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER), realizaron una

investigación sobre la telenovela que si bien no supo ser una tradicional producción de Cris Morena, también logró transformarse en un éxito popular: “*Violetta y su impacto positivo en niñas y adolescentes*”. Las autoras de dicho análisis tienen como objetivo poder demostrar que *Violetta*, como producto de la televisión dedicado a niños y adolescentes, transmite una serie de valores que logran influir en los espectadores que miran la historia.

Lo que se busca es poder interpretar los comportamientos que tendrán, a futuro, las niñas y adolescentes que consumieron *Violetta*: ¿cómo va a ser su vida cuando crezcan? ¿Qué aspectos positivos les dejó la telenovela? ¿Qué valores se les inculcó a las espectadoras infanto-juveniles de la época?

Debido a que la gran mayoría de telenovelas dedicadas a este tipo de audiencia infanto-juvenil fueron idea y creación de Cris Morena, no logramos encontrar variedad de estudios de investigación que pongan foco en telenovelas que no hayan sido de su producción. Por esta razón, consideramos que se trata de un campo de estudio que aún cuenta con aspectos en los que se debe profundizar.

#### **1.4 Antecedentes de los análisis de las producciones de Cris Morena**

Al momento de comenzar con el desarrollo de nuestro trabajo de investigación, decidimos arrancar por la búsqueda de aquellas producciones y/o antecedentes que se hayan encargado de tomar como objeto tanto a Cris Morena como a sus productos televisivos.

En un principio, conocimos el libro del biógrafo Pablo Méndez Shiff: “*Cris Morena, la mujer que transformó la adolescencia argentina*” (2017). Méndez Shiff es licenciado en Ciencia Política por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y tiene un máster en Estudios de Cine, Televisión y Nuevas Pantallas por Birkbeck College, University of London.

En su obra, descubrimos algo que nos llamó la atención: él confiesa que Cris Morena fue su ídola de la infancia y es por eso que decidió, en su primer libro, realizar un recorrido por la vida y obra de la reconocida productora argentina. En este sentido, Méndez Shiff declaró lo siguiente en una entrevista para la Feria del Libro (2019)<sup>4</sup>:

Empecé cuando tenía 20 años, porque estaba en la universidad y mucha gente me discutía el valor de lo que hace Cris (Morena). Me decían que era ‘puramente comercial’ y ‘sin valor alguno’ y empecé a discutir muchas veces con amigos y conocidos, hasta

---

<sup>4</sup> Canal GrandesLibros. (2019). *Pablo Méndez, nos cuenta sobre "Cris Morena: La mujer que cambió la adolescencia en Argentina"* [Archivo de video]. Youtube. <https://acortar.link/uRBhOS>

que me di cuenta que era mejor hacer un libro, para cambiar un poco la discusión e ir con una base más sólida sobre la información de quién es Cris (Morena), de dónde viene y qué fue lo que hizo.

Sin lugar a dudas, Méndez Shiff tomó a este trabajo de investigación no sólo como un viaje hacia su infancia, sino también hacia la historia de la televisión argentina. Por esta razón, el autor destaca en la misma entrevista para la Feria del Libro que

Ella (Cris Morena) se define como “un delfín en medio de tiburones”, porque es la única mujer productora mainstream en Argentina y siempre es una, entre diez o más hombres, entonces eso le ha costado mucho. Es un mundo muy machista el televisivo y me parece que todo lo que tiene que ver con los prejuicios en torno a ella está cruzado por la misoginia también.

En este punto, nos interesó la manera en la que se mostraba a Cris Morena y su vínculo con la audiencia infanto-juvenil. Al respecto, Méndez Shiff (*op.cit.*) menciona la importancia que le interesaba darle a la productora y reflexiona acerca de que

Lo que ella (Cris Morena) dice es que, tanto antes como ahora, veía que nadie respeta a los jóvenes en la sociedad en general. Ella (Cris Morena) dice que lo que siempre quiso hacer es darles un lugar y traduce eso en hacer programas de televisión de calidad, que tuvieran buena producción, que sean bien pensados y con buen presupuesto. Eso me parece que la hizo sobrevivir durante tanto tiempo en ese lugar de importancia (...). La sociedad fue cambiando y ella mantuvo un lugar de centralidad justamente porque supo entender esos cambios y tomó en serio a los jóvenes.

A la hora de continuar con nuestra búsqueda sobre trabajos previos al respecto, nos encontramos con una serie de tesinas que encararon no sólo al fenómeno de Cris Morena como tal, sino también a sus producciones audiovisuales como producto cultural. En la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, encontramos tres trabajos de investigación que tienen como objeto de análisis a las producciones de Cris Morena.

Uno de ellos es “*Fanatismo e identidades: el caso del club de fans de Cris Morena en la Ciudad de Buenos Aires*” (2018). Se trata de una tesina de grado que tuvo como autoras a Alina Rocío Salas y Noelia Lara Sotillo, dirigida por Libertad Borda y Federico Álvarez Gandolfi. Desde allí, el objeto de estudio busca ahondar acerca del fanatismo que rodea a la productora María Cristina de Giacomini. En particular, Salas y Sotillo buscan comprender el

fanatismo hacia Cris Morena, la relación que se da entre los miembros de los clubes de fans “Ángeles del Mundo” y “Los Ángeles de Cris”, junto a las prácticas que llevan a cabo y las identidades que manifiestan en esas prácticas.

Otro de ellos es “*Música, televisión e identidad juvenil: un campo abierto a un nuevo análisis comunicacional*” (2021). En este caso, se trata de una tesina de grado desarrollada por Nadia Yanel Andrade y dirigida por Viviana Minzi. El trabajo se propone abordar el poder de la industria cultural pero desde un aspecto vinculado con el rol que cumple la música dentro del producto televisivo. En particular, Andrade decide enfocar su análisis en la cuarta (y última) temporada del éxito televisivo de *Casi Ángeles*.

Por último, se encuentra “*Cris Morena, ¿cómo funciona una máquina cultural para niños?*” (2021). Esta tesina, realizada por Leila Rocío Rott y dirigida por Viviana Minzi, se centra en cuatro producciones: *Chiquititas*, *Rebelde Way*, *Floricienta* y *Aliados*. Desde allí se busca analizar, identificar y describir las continuidades y diferencias entre los productos mencionados, para así comprender los cambios y continuidades que tuvieron aquellas telenovelas con el paso del tiempo.

## **2. Marco teórico**

En esta tesis se concibe a la comunicación como un proceso social de construcción de sentido. Al mismo tiempo, se entiende a la producción de sentido dentro de una red discursiva de representaciones.

Siguiendo la línea de análisis de Eliseo Verón (1987), quien se ocupa de estudiar el reconocimiento de los discursos sociales, entendemos a la semiosis social como la dimensión significativa de los fenómenos sociales. En suma, estudiar la semiosis social comprende a los procesos de producción de sentido.

Verón propone dos hipótesis: “toda producción de sentido es necesariamente social” y “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido”(Verón, *op.cit.*:125), es decir, “el sentido en lo social, y de lo social en el sentido” (Verón, *op.cit.*:126). No hay organización social que no esté enmarcada en una producción de sentido, en un sistema de representaciones. Verón va más allá y propone pensar a la producción de sentido desde su materialidad. Es así como el discurso contiene condiciones

de producción y condiciones de reconocimiento, que constituyen la red de la semiosis social.

Esta propuesta es de interés para nuestra investigación, ya que partimos de que el sentido no es algo dado sino que se construye, de modo que, nos introduciremos en la “cocina del sentido” (Barthes, 1964) anclado a lo social.

En la década de los ‘80, luego de procesos de dictaduras militares en América Latina (pero en particular en Argentina), los intelectuales comenzaron a repensar el campo de las ciencias sociales, enfocándose en los movimientos sociales y sobre todo en la categoría de “sujeto”. Se estudiaba a los procesos de comunicación en estrecha relación con el campo político y cultural. “Para estos años vemos la emergencia de la preocupación en la ciencia social y en el joven campo de la comunicación por pensar cómo es que los sujetos hacen el mundo” (Saintout y Ferrante, 2006: 21). Se ubica al sujeto como creador y capaz de dotar de sentido su propio universo con un modo particular de ver el mundo. De esta forma, en este contexto se retomaron los estudios de Michel de Certeau y el análisis sociológico de Pierre Bourdieu.

El foco comenzó a estar puesto en todo lo que sucedía en la vida cotidiana de las personas pero especialmente en la cultura popular. De Certeau aborda esta temática en *La invención de lo cotidiano* (1996). Lejos de pensar a la cultura popular como “dominada”, las prácticas que nacen de allí son prácticas del hacer: “una manera de pensar investida de una manera de actuar; un arte de combinar indisociable de un arte de utilizar” (De Certeau, *op. cit.*: 45). Martín-Barbero (1987) también continúa bajo esta línea de pensamiento, pero él decide ubicarse en el contexto latinoamericano y subraya que las prácticas cotidianas son las que llenan de sentido la vida. El consumo de los sectores populares se considera no en términos de dominación y reproducción de fuerza de trabajo, sino en términos de “libertad y de iniciativa”. Martín-Barbero define que “el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentido” (Martín-Barbero, *op cit.*: 231). Lo que al autor le interesa es estudiar, en la rutina diaria, los consumos y los modos en que se apropian de los productos: “La comunicación/cultura desde lo popular, esto es, que nos permite una comprensión de los diferentes modos de apropiación cultural, de los diferentes usos sociales de la comunicación” (Martín-Barbero, *op cit.*: 231).

Todo esto nos lleva a pensar la cuestión de la apropiación y la resignificación que sucede a partir del consumo cultural. De Certeau (1996) propone pensar a la lectura en estos términos de apropiación, y al lector como aquel que

Insinúa las astucias del placer y de una reapropiación en el texto del otro: caza furtivamente, se transporta, se hace plural como los ruidos de los cuerpos. Ardid, metáfora, combinatoria, esta producción es también una "invención" de la memoria. Hace de las palabras las salidas de historias mudas. Lo legible se transforma en memorable (De Certeau, *op.cit.*: 52).

Entonces, para el objetivo de este trabajo, debemos preguntarnos por las apropiaciones y sentidos que se hacen a partir de la interacción entre la audiencia y la telenovela, o, en términos de Martín-Barbero, de esta *mediación*. Algunas preguntas que surgen son: ¿Qué sucede en esa práctica cotidiana? ¿Qué sentidos se construyen? ¿En qué se ocupa el tiempo del ocio? ¿Qué repercusiones tiene el consumo en su vida? ¿Cuáles son las relaciones entre las aspiraciones de vida y lo que consumen en la televisión?

Raymond Williams en "*Televisión, tecnología y forma cultural*" (2011 [1974]), propone analizar la televisión como una "*tecnología cultural*" y nos alerta en pensarla como medio aislado. Para estudiar los usos de la televisión, no sólo hay que prestar atención a los procesos de producción, sino que hay que enlazarlos con el contexto en que suceden. Williams percibe la televisión como forma cultural, y plantea que tanto la televisión como la radio se diferencian de otros fenómenos culturales como lo son el teatro, el cine, un libro o un folleto, ya que los aparatos de la televisión y de la radio están dentro del hogar, a diferencia de los otros que estaban separados de la vida hogareña.

Para empezar a analizar a los sentidos que circulan en la vida hogareña o cotidiana, tenemos que ubicar a la familia como "gran mediador" (Martín-Barbero, 1983) a través de la cual se vive en sociedad. La familia da cuenta de todo: "Desde la organización espacial del hábitat hasta las formas de intercambio de bienes y saberes, y las maneras de iniciar un noviazgo y el sentido y los ritos de la muerte" (Martín-Barbero *op. cit.*: 69). En relación con el consumo de televisión, deberíamos tener en cuenta cómo es el rol de la familia, y si ha cambiado las prácticas en cuanto a la familia y la TV: ¿la familia se reúne alrededor de la TV o cada miembro lo hace de forma separada?

Para aclarar qué entendemos por consumo, retomamos los aportes de Néstor García Canclini (1995), quien plantea la necesidad de pensar al consumo desde una teoría sociocultural, ya que los diversos estudios sobre la temática proponen pensarlo desde una lógica económica, esto es, el consumo como cierre del ciclo de la producción de mercancías, donde se expande el capital y se reproduce la fuerza de trabajo. Además, discute la concepción del consumo como un lugar "irreflexivo y de gastos inútiles"; por el

contrario, el consumo sirve para pensar. Allí donde se consume, se genera una identidad propia y comunitaria, se comparten códigos y se diferencian de otros.

Incluso, podemos decir que las relaciones sociales se construyen a partir de la apropiación de los medios de distinción simbólica, y si bien hay una coherencia en los lugares donde los habitantes de una clase “comen, estudian, habitan, vacacionan, en lo que leen y disfrutan, en cómo se informan y lo que transmiten a otros” (García Canclini, *op cit.*: 45), en estas prácticas cotidianas se genera una comunidad compartida de sentidos. Los usuarios realizan actos de usar, apropiarse, adueñarse de aquello que consumen, es decir, “una práctica del desvío” (De Certeau, 1996: 33) y es ahí donde nos preguntamos: ¿qué fabrican con lo que absorben, reciben y pagan? (De Certeau, *op. cit.*: 37).

Anteriormente nombramos en varias oportunidades que los medios de comunicación son capaces de generar identidad en los receptores, pero ¿de qué hablamos cuando hablamos de identidad? Para responder esta pregunta, es necesario retomar a Stuart Hall en su escrito “¿Quién necesita identidad?” (2003). Allí el autor recorre distintas perspectivas teóricas para comprender cómo se construye la identidad del sujeto. Hall retoma concepciones de Freud para plantear que la identidad no es una dimensión sin cambios, ni es la misma a lo largo del tiempo. Incluso, define a las identidades como “construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos” (Hall, *op.cit.*:17). Entonces, podemos decir que las identidades se construyen en los discursos, dentro de las representaciones, y a su vez, en la diferencia. En este sentido, el autor manifiesta lo siguiente

Uso «identidad» para referirme al punto de encuentro, el punto de sutura entre, por un lado, los discursos y prácticas que intentan «interpelarnos», hablarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares y, por otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de «decirse» (Hall, *op.cit.*:20).

Ahora que mencionamos los conceptos de cultura y de identidad, podemos decir que ambas concepciones están estrechamente vinculadas. Gilberto Giménez (2003) propone que no se puede pensar a una sin la otra, “nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad” (Giménez, *op.cit.*: 1). Tanto la cultura como la identidad generan apropiación y diferenciación y lo que nos interesa son aquellas identidades colectivas que surgen a partir de un consumo cultural.

García Canclini (1995) relaciona los conceptos de ciudadano y consumidor, en el sentido de que aquello que consumimos, nos forma como ciudadanos:

Ser ciudadano no tiene que ver sólo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades (García Canclini, *op.cit.*: 19).

La apropiación del consumo genera identidad, construye sentidos, crea lazos de comunidad y también de diferencia. Sin embargo, también es necesario pensar los conceptos de experiencia y memoria para poder ahondar en esas prácticas de la vida cotidiana y observar los usos y apropiaciones.

Ahora bien, ¿qué entendemos por experiencia y qué por memoria? En cuanto a la experiencia, debemos reivindicarla, es decir, darle una cierta dignidad, una cierta legitimidad (Larrosa, 2006), ya que en el campo académico se la ha rechazado e incluso menospreciado. Por ende, entendemos a la experiencia como un principio de receptividad y también como un principio de pasión, pues se escapa a nuestro saber y a nuestra propia voluntad (Larrosa, *op. cit.*). Bajo este punto, nos interesa indagar en la experiencia que genera el consumo de la telenovela *Floricienta*.

Por su parte, retomamos el concepto de memoria, vinculado con el de experiencia. Entendemos que es importante referirnos a la articulación entre memoria, narración y vida cotidiana. Eugenia Marisol Silvera Basallo en su trabajo de maestría “*Una Mirada sobre la memoria de las espectadoras de telenovela*” (2018), bajo la tutoría de Libertad Borda, recupera el concepto de memoria del antropólogo Joël Candau (2008), pues la define como “fuerza de identidad” (Silvera Basallo, *op. cit.*:29). Además, diferencia la memoria individual de la colectiva. Particularmente nos interesa la segunda mencionada, ya que se trata de una memoria común que comparte un grupo de personas. Es más, cuando hablamos de memoria nos referimos a una re-construcción del pasado pero desde el presente. Bajo esta premisa, y a partir del análisis que realiza de entrevistas a históricas espectadoras de telenovelas, Silvera Basallo (2018) subraya que

La memoria de las entrevistadas tiene un efecto performativo en el presente ya que la selección de los contenidos de las distintas producciones, las formas de identificarlos, analizarlos e interpretarlos ayudan, también, a divisar, interactuar y entender múltiples mundos y a construir identidades. (Silvera Basallo, *op cit.*:78-79).

En nuestra perspectiva, hablamos de infancia y juventudes, expuestas a consumos mediáticos y culturales. Así, nuestra mirada está puesta en pensar a estas etapas de la vida de forma separada del adulto y situarlos como “niños sujetos” (Carli, 1999) capaces de elegir, de hacer y de ser, es decir, autónomos a la vida adulta.

Los niños y las niñas, como receptores y televidentes, se transforman consecuentemente en consumidores culturales de una serie de bienes a los cuales son expuestos. En este sentido, Jesús Martín-Barbero (2000) expone que

Es contra esa doble trampa que proponemos una investigación en la que caracterizar a los niños como audiencias significa asumirlos a la vez como consumidores y como ciudadanos: como sujetos que dedican muchas horas a ver programas de televisión y como actores sociales que elaboran con ellos representaciones de sí mismos y de los demás. De ahí que el objetivo explícito y crucial de este estudio sea la exploración de los imaginarios que, sobre la familia, el barrio, la ciudad, el país y el mundo, se hacen los niños, y del complejo y ambiguo papel que la televisión juega ahí (...) (Martín-Barbero, *op. cit.*:1).

Entendemos al niño<sup>5</sup> en tanto sujeto que, “aunque pequeño, tiene la capacidad autónoma de elegir desde formas de ‘ser’, hasta modos de ‘hacer’, de emanciparse y, simultáneamente, de ejercer una transformación en el otro social, se trate de un adulto -agente socializador- o de otro niño” (Carli, 1999: 10). Por ende, en el momento en que la infancia se relaciona con la vida social, se aprenden y se internalizan discursos, pero también, existe lugar para una reflexión o rechazo de los mismos.

Nos interesa analizar esa infancia, aquella que está cada vez más cercana a los consumos mediáticos. Pero a la vez, nuestra hipótesis se basa en que *Floricienta*, como fenómeno televisivo que impactó en su audiencia, mantiene latente una memoria colectiva de los adultos de una generación que crecieron con ese consumo y a partir de allí hay un reconocimiento por las identidades colectivas construidas.

### **3. Consideraciones metodológicas y corpus**

Cuando nos embarcamos en este proyecto de investigación, supimos de entrada que debíamos tener un contacto directo con la audiencia a la que apuntamos, queríamos

---

<sup>5</sup> Utilizamos la concepción “niño” a fines prácticos. Pero reconocemos la importancia del lenguaje inclusivo.

escuchar voces, experiencias, emociones, que hayan surgido a partir del consumo de *Floricienta*.

La metodología utilizada fue cualitativa, realizamos entrevistas abiertas y personales. Esta elección se debe a que queríamos llegar en profundidad a escuchar relatos y, si bien contábamos con un cuestionario previo al encuentro, nuestro foco estaba puesto en aquello que la o el entrevistado nos cuente, para así poder construir un espacio de confianza y escucha permanente.

En línea con el planteo de Rosana Guber en su obra "*El salvaje metropolitano*" (1991), entendemos que "En el proceso de conocimiento, las preguntas y respuestas no son dos bloques separados sino partes de una misma reflexión y una misma lógica, que es la de: quien interroga; el investigador" (Guber, *op.cit.*:134).

Nosotras queríamos toparnos con informantes, con buenos informantes, ya que tal como lo mencionan las autoras María Cristina Martín-Crespo Blanco y Ana Belén Salamanca Castro (2007) en una de sus obras, el objetivo es encontrar "personas informadas, lúcidas, reflexivas y dispuestas a hablar ampliamente con el investigador" (Martín-Crespo Blanco y Castro, *op.cit.*: 2).

En el año 2020, a raíz del reestreno de *Floricienta* en la pantalla de Telefe, logramos identificar una reactivación del fenómeno televisivo en redes sociales. Los fanáticos de la telenovela se emocionaron por la vuelta de una historia que marcó su infancia y/o adolescencia para siempre. De esta manera, pudimos reconocer que la memoria colectiva de toda una comunidad estaba más latente que nunca y fue por eso que decidimos enfocarnos en esta hipótesis para comenzar a dar lugar a nuestra tesina de investigación.

Así fue como realizamos entrevistas interpretativas a través de la plataforma virtual *Zoom*, con jóvenes, 12 mujeres y 1 hombre, nacidos entre los años 1990 y 1999, que fueron consumidores de la telenovela *Floricienta* en su emisión original (2004-2005). La elección de este grupo etario se basa en que, en el momento de la transmisión de la telenovela, esta audiencia estaba atravesando su infancia o su adolescencia. *Floricienta* fue pensada para este grupo: una telenovela con un público infanto-juvenil.

En las entrevistas nos encontramos con individuos que hoy son adultos y que recurren a la memoria para hablar de la experiencia de lo que fue *Floricienta*. Al haber transcurrido 18 años de la primera transmisión de la telenovela, inevitablemente la visión actual de sus espectadores se entremezcla con nuevas lecturas y miradas de aquel producto televisivo.

Es por eso que nos interesa poder comprender aquellas continuidades, como también las críticas y rupturas que surgen hoy.

Si bien no todas las personas que entrevistamos vieron el reestreno de *Floricienta* en el 2020 por la pantalla de *Telefe*, algunos se enteraron del mismo por redes sociales y hasta vieron algunos fragmentos por *Instagram*, *Twitter* o *YouTube*.

La búsqueda de las personas a entrevistar se basó en la difusión de un formulario de *Google Forms* a través de nuestras redes sociales personales (*Instagram*, *Facebook* y *Twitter*). Además, el formulario fue publicado en grupos de *Facebook* de fans de *Floricienta* y de Estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Esto sucedió entre enero, febrero y marzo del año 2022.

Cabe destacar que nuestra hipótesis previa a la búsqueda de entrevistados/as era analizar tanto a la audiencia que vio *Floricienta* en su emisión original (2004) como a la nueva audiencia que consumió la tira en el 2020, es decir, aquellos jóvenes que hayan visto por primera vez la telenovela a partir de su reestreno. Sin embargo, nos fue difícil encontrar a ese tipo de público pero, en cambio, no tuvimos dificultad alguna en encontrar a la audiencia original (2004), pues tuvimos más de 20 personas interesadas en conversar sobre el producto televisivo en cuestión.

Otro tema que queremos mencionar es que, si bien el formulario fue difundido en grupos de fans de *Floricienta*, no obtuvimos respuestas de ese entorno. Es decir, las personas entrevistadas surgen de otros sectores: individuos que no conforman hoy en día un club de fans, que estudian la carrera de Comunicación Social en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA o que ejercen la carrera de Educación del Nivel Inicial o Abogacía, entre otros.

En el siguiente trabajo de investigación, al momento del citado de las entrevistas, utilizaremos las iniciales de los nombres de cada una de las personas interrogadas, para así preservar su identidad personal. En el caso de que se repitan dos iniciales de dos personas distintas, usaremos la letra consecutiva de su nombre.

#### **4. Organización de la tesina**

La tesis se organiza en tres capítulos: en el Capítulo I realizaremos un recorrido sobre la vida de Cris Morena como actriz y productora; lo que significó en nuestro país y las características generales de sus producciones. Al hablar de *Floricienta*, se hará un

desarrollo de la trama, explicaremos por qué tomamos a ésta telenovela como producto a estudiar y qué diferencias tiene con las otras tiras televisivas de Cris Morena. Además explicaremos por qué la consideramos como un fenómeno a través de un recorrido por los otros consumos que generó paralelamente a la telenovela, es decir, el éxito de su merchandising. Por último, para cerrar este apartado, haremos una destacada mención en torno a cómo fue el reestreno del 2020.

En el Capítulo II comenzaremos a analizar a la audiencia en tanto se auto-percibe como “*generación Cris Morena*”, veremos qué quiere decir ser “*chica Cris Morena*”, y cuáles son sus particularidades. A su vez, explicaremos por qué entendemos a *Floricienta* como un melodrama juvenil, caracterizaremos a sus personajes y nos meteremos de lleno en las identificaciones de la audiencia con ellos: los cruces entre ficción y realidad y qué se generaba en el ambiente familiar al prender la televisión para ver *Floricienta*.

Para finalizar este capítulo, analizaremos dos tópicos que son recurrentes en las narraciones que surgieron de las entrevistas: la música y la muerte. Esto es, tanto la interpelación que genera la banda musical en *Floricienta* como las sensaciones que imprimieron en la audiencia la muerte de uno de los protagonistas principales, el “Freezer”.

En el Capítulo III buscamos reconocer esas nuevas lecturas que aparecieron a partir del reestreno de la telenovela en 2020. Consideramos que se activó una memoria colectiva que trajo al presente momentos de la infancia y adolescencia de la audiencia. Indagaremos si hay rupturas o continuidades con el producto *Floricienta*. Algunos de los tópicos que nos interesan abordar en este eje son: a) el reconocimiento de discursos violentos, b) la mirada acerca de los cuerpos representados, c) la romantización de la pobreza, d) la idealización del príncipe azul y e) la relación afectiva que mantienen con la telenovela años después.

- **CAPÍTULO I: ¿Por qué estudiar *Floricienta* 18 años después?**

*Hay un cuento  
Donde vive un sentimiento  
Que nunca va a morir  
Que se queda junto a mí  
Donde no llegan las penas  
Donde solo hay gente buena  
Y es así...  
Es un cuento que podemos compartir.<sup>6</sup>*

### **1.1 “No soy chica Disney, soy chica Cris Morena”<sup>7</sup>: Cris Morena, el eje fundamental de sus grandes éxitos**

En Argentina, toda una generación de niños y jóvenes creció junto a diversas producciones de programas televisivos que emitió Cris Morena durante más de 20 años. Fue en sus telenovelas infanto-juveniles donde se comenzaron a reproducir aquellos sentidos, valores y visiones que pertenecían al mundo de los más chicos.

La entrevistada “B” mencionó la frase “no soy chica Disney, soy chica Cris Morena”, por ende, consideramos que ser “chica Cris Morena” significa tener una identidad propia. En este caso, “B” no estaba hablando por ella sola, sino que hacía alusión a toda una generación que creció junto a las reconocidas producciones que fueron creación de María Cristina de Giacomí. A su vez, existe un reconocimiento en “ser chica Cris Morena” y una diferenciación en “no ser chica Disney”.

Fue a partir de este nuevo significante, que surgió a raíz de las entrevistas realizadas, que emergieron diversas preguntas de investigación: ¿qué quiere decir ser “chica Cris Morena”? ¿Qué característica tiene una “chica Cris Morena”? ¿Por qué hasta el día de hoy, hay un colectivo de personas que se siguen reconociendo como “chica Cris Morena”? ¿De qué forma perciben al mundo que las rodea? ¿Qué influencia tiene la telenovela en la generación de sus vínculos?

Cris Morena llegó a liderar el género de telenovelas infanto-juveniles en la Argentina, gracias a sus producciones, orientadas hacia este público objetivo (target). Sin lugar a

---

<sup>6</sup> Estrofa de la canción “Hay un cuento” de *Floricienta*. Compositores: Fernando Luis Lopez Rossi , María Cristina De Giacomí y Pablo Daniel Durand (2005).

<sup>7</sup> Declaración realizada por la Entrevistada “B”.

dudas, ella logró marcar una nueva visión de la ficción dirigida hacia este tipo de audiencia, a tal punto de crear una marca en torno a su propia imagen.

La productora argentina llegó a los corazones de más de una generación con sus programas y canciones. Niños y adolescentes de todo el mundo crecieron cantando, bailando y mirando historias que les hablaban del amor, de los sueños, de las ilusiones y de la esperanza de que aún existe un mundo mejor.

Guillermo Orozco Gómez (1993) se ha interesado en hablar sobre este tipo de relatos que logran cautivar a los televidentes más chicos: ¿cuál es la razón por la que se sienten atraídos con estas historias? ¿De qué manera esos mensajes logran influenciarlos a futuro? Al respecto, el investigador da cuenta de la influencia que tienen los guiones que estructuran a las telenovelas y explica que

A diferencia de un esquema (...) o del repertorio (...), un guión define secuencias específicas de acciones y discurso. Esto proporciona a los sujetos directrices para actuar de acuerdo con una representación generalizada de lo que entienden que se espera de ellos, o lo que ellos piensan que es adecuado hacer en un escenario específico. Los guiones son influenciados social y culturalmente y a veces hasta pueden ver relatos estereotipados de la agencia de los sujetos (Orozco Gómez, *op.cit.*: 35).

El éxito televisivo que causó Cris Morena, por más de 20 años consecutivos, fue resultado de un arduo trabajo dedicado exclusivamente a las niñas, niños y jóvenes que miraban sus producciones diarias. Las letras de las canciones, las coreografías que bailaban los protagonistas, las tardes de meriendas con familia o amigos y el merchandising que le pedían a sus padres, formó parte de más de una generación.

Al respecto, resulta interesante analizar la influencia que han tenido entonces las telenovelas de Cris Morena sobre este tipo de audiencia joven, contribuyendo a que aún continúe vigente una memoria colectiva en más de una generación.

En sus primeras obras, Valerio Fuenzalida (1984) se ha encargado de analizar los efectos que tiene la televisión en la audiencia infanto-juvenil y ha mencionado que

Cuando se dice que el lenguaje televisivo dinámicamente es capaz de construir la conciencia social, se quiere decir que tiene una capacidad de afectar la razón, pero también la emocionalidad y la capacidad de acción del hombre. No es sólo la conciencia racional, sino el ser humano completo; y tampoco es sólo la conciencia, en el sentido de los contenidos acerca de los cuales tenemos conciencia. La TV toca también nuestras

esferas inconscientes y también puede intentar provocar no-conciencia acerca de determinados aspectos de la realidad (Fuenzalida, *op.cit.*: 116).

Para retomar nuestro tema de investigación, es importante realizar una revisión sobre la biografía de María Cristina de Giácomi y su vinculación con la televisión. Nacida un 23 de agosto de 1956 en Buenos Aires, Argentina, comenzó su carrera artística en los años '70, primero como modelo de una reconocida marca de ropa y luego como actriz de una serie de telenovelas y películas: *Dulce fugitiva*, *Mesa de noticias*, *Amigos son los amigos*, *Los colimbas se divierten*, *Rambito y rambón* y *Los colimbas al ataque*.

Sin embargo, fue en los años '90 cuando su historia artística dio un giro de 180 grados: a la vida de Cris Morena llegaría el proyecto televisivo de *Jugate Conmigo*, el cual no solo le abrió paso al juego de la conducción, sino que también logró su aterrizaje al mundo de las infancias y juventudes. Aquella particular audiencia sería la que la consagraría como gran productora, dedicada al público infantil/teen, por muchos años más.

En una entrevista con Andy Kusnetzoff, para el programa radial *Perros de la Calle* (2022), y haciendo referencia al fenómeno televisivo de *Jugate Conmigo*, Cris Morena transmitió:

A mí me sorprendió mucho que cuando fue un congreso importantísimo de youtubers, me llamaron para que vaya a manejarlo, para ir a hablar y para estar ahí como host. Yo dije: "¿Por qué a mí?" Porque no es lo mío. Y me dicen: "¡Si fuiste la primera youtuber con Jugate (Conmigo)!" Y de alguna manera sí, porque yo hablaba y para mí no existía la cámara, estaba la tribuna y para mí la tribuna era todo... era como estar en mi casa, hablando con los chicos <sup>8</sup>.

El programa estaba integrado por un grupo de adolescentes que, a través de diversos juegos, números musicales, coreografías y sketches demostraban su destreza física. Allí también iban figuras del espectáculo como invitados, mezclaba una serie de bailes y canciones entre los más jóvenes. *Jugate Conmigo* (1991-1994) estuvo al aire durante 4 años consecutivos en la pantalla de Telefe, gracias al excelente nivel de audiencia alcanzado.

Al respecto, en una entrevista con Jey Mammon para el programa televisivo *Los Mammones* (2021), la reconocida productora recordó: "Nosotros terminábamos de grabar a

---

<sup>8</sup> Canal Urbana Play 104.3 FM. (2022). *Cris Morena en #Perros2022: "Artista es aquel que es artífice de su propia vida" (Parte 1)* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3Qh8sIR>

las 4 o 5 de la mañana todos los días, era algo muy complicado... Cambiábamos de tribuna 3 veces por día. Era un programa que tenía una energía... era energéticamente poderoso”<sup>9</sup>. En 1995, María Cristina de Giacomini estrenó su primera telenovela infanto-juvenil: se trataba de *Chiquititas*, producción que fue transmitida ininterrumpidamente y que tuvo gran repercusión social desde el año 1995 hasta el 2001. La fórmula infalible, “el boom de Cris Morena”, comenzaba a tener lugar y marcaría un antes y un después en la forma de contar historias. Fue, sin duda, un fenómeno sin precedentes.

En el programa televisivo *Gracias por venir, gracias por estar* (2013), Cris Morena brindó detalles acerca de cómo fue que surgió la idea de crear *Chiquititas*:

*Chiquititas* fue el amor de mi vida. (...) Fue bisagra entre mi salida de la televisión y mi exposición. (...) Fue una necesidad de buscarme, porque fue muy fuerte “Jugate Conmigo”: 5 años con tribunas de 2.500 chicos que se iban cambiando, llegábamos a tener 7.000 chicos por día. Fueron 5 años de mucha entrega y mucho recibir, y llegó un momento en el que me di cuenta que con el pulgar para arriba o para abajo podía decidir cosas y ahí pensé que estaba en peligro. A partir de eso, sentí que me tenía que correr porque corría peligro de creerme esto y eso era grave <sup>10</sup>.

La telenovela transcurría en un hogar de niños huérfanos, llamado *Rincón de Luz*. Quienes vivían en aquel lugar, no solo sufrían de abandono por parte de sus progenitores, sino también de explotación por parte de sus tutores. La historia dió un giro rotundo con la aparición de una heroína llamada Belén (protagonizada por la actriz Romina Yan) la cual le brindó felicidad y calidez humana a los huérfanos del hogar y logró así cambiar, para siempre, el rumbo de sus vidas.

El fenómeno llegó al *Teatro Gran Rex*, revistas, álbum de figuritas e incluso se filmó su película en 2001: *Rincón de Luz*, protagonizada por Romina Yan y Facundo Arana.

Entre la niñez y la adolescencia se desarrolla una etapa de transición hacia la adultez, donde se imprimen y construyen una serie de características particulares. En este contexto, resulta interesante destacar que toda una generación de niños y jóvenes, admiradores de la historia, comenzó a reconocerse e identificarse con las situaciones que atravesaban los

---

<sup>9</sup> Canal Jotax Digital (2021). *Cris Morena con Jey Mammon: “Hay algo en mí que le gusta ir por más” en Los Mammones* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3vwxTxY>

<sup>10</sup> Canal Helen Deneb (2013). *Cris Morena en Gracias por Venir HD \*\*\*Completo\*\*\** [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3bkSizp>

personajes de la historia que tenían su misma edad. Los tópicos más recurrentes con los que esta audiencia se sentía atraída en *Chiquititas* estaban relacionados con el amor y la amistad.

Tiempo después del surgimiento de *Chiquititas*, se desarrollaron una serie de grandes éxitos por parte de la reconocida productora argentina. Desde aquel entonces, se daría lugar a un momento bisagra: múltiples generaciones fueron marcadas por el consumo de estos productos televisivos, los cuales no solo lograron penetrar sus vidas por completo, sino que también influyeron en la construcción de sus identidades. En línea con el planteo de Fuenzalida (2005), el reconocimiento así como la exploración de situaciones o la identificación con personajes “son procesos que la audiencia realiza activamente, a partir de la narrativa telenovela y en diálogo con sus propias vivencias” (Fuenzalida, *op.cit.*: 43). Entre las historias más conocidas, destinadas a un público infanto-juvenil, se encontraron: *Verano del '98* (1998-2000), *Rebelde Way* (2002-2003), *Rincón de Luz* (2003), *Floricienta* (2004-2005), *Casi Ángeles* (2007-2010) y *Aliados* (2013-2014).

Durante el año 2005, Cris Morena decidió encarar en paralelo otro proyecto que escapaba de lo ‘tradicional’ que venía haciendo hasta el momento. En esta ocasión, produjo su primera sitcom argentina llamada *Amor Mío*, protagonizada por Romina Yan y Damián de Santo. Bajo la misma línea, en 2006, realizó *Amor Pirata* (protagonizada por Mariano Martínez, Benjamín Rojas y Luisana Lopilato) y en 2008, le dio lugar a una comedia romántica, llamada *B&B*, con Romina Yan y Damián de Santo nuevamente como protagonistas.

Pero fue en el año 2010, cuando ocurrió un suceso que cambiaría para siempre el rumbo de la productora argentina: su hija, Romina Yan, falleció de manera repentina e inesperada. Este hecho haría que tanto la vida como la carrera profesional de Cris Morena tengan que continuar por otro camino. Ese mismo año coincidió con la última temporada de *Casi Ángeles* y posteriormente, llegaron 3 años sabáticos donde decidió alejarse de los medios de comunicación.

Posteriormente, en el año 2013, la productora argentina regresó a la TV tras la emisión de una nueva telenovela: *Aliados*. Sin lugar a dudas, se trató de una telenovela juvenil que marcó un punto y aparte en la historia de Cris Morena. En esta nueva ficción, se daría un quiebre en lo que tenía que ver con la problemática social juvenil, desde donde se buscó enfatizar en una crítica constructiva sobre una serie de temas que harían reflexionar a los televidentes.

En *Aliados*, están latentes una serie de “guiños” hacia su hija: se trata de una producción homenaje. De hecho, la trama está relacionada con la transformación que debió atravesar Cris Morena, tras el fallecimiento de Romina y de qué manera se comenzó a conectar con los ángeles.

Cada programa televisivo encontró su propio esquema de negocio que atraía a la integración de otros elementos que no eran propiamente medios de comunicación: las obras teatrales en el *Teatro Gran Rex*, las revistas, los álbumes de figuritas, los CD's, los VHS's y/o DVD's, el merchandising oficial de cada telenovela, entre otros. En relación con esto, niños y adolescentes se encontraron inmersos en un sistema de consumo que los guió hacia la capacidad de poder adquirir comercialmente productos que se vendían a través de la telenovela. Este consumo le pertenece al niño y forma parte de su proceso de adaptación y socialización para con el resto del mundo.

En esta tesina, como ya hemos mencionado, nos centraremos en la historia de *Floricienta*. A continuación, detallaremos los interrogantes que nos planteamos para entender por qué esta historia logró ser un punto de inflexión en las históricas producciones que venía realizando Cris Morena hasta el momento: ¿De qué manera logró la reconocida productora generar un vínculo entre un cuento tradicional como lo fue *Cenicienta*, con lo ficcional y los temas que estaban en la agenda juvenil vigente en aquel entonces? ¿Por qué *Floricienta* logró ser un fenómeno “distinto”? ¿Cuáles eran las diferencias más marcadas entre *Floricienta* y las anteriores historias contadas a través de sus producciones? ¿Hasta dónde llegó el éxito de *Floricienta*? ¿Por qué el público continúa interesado en hablar de una producción que fue realizada años atrás? ¿Qué significado tuvo *Floricienta* en la audiencia infante-juvenil?

### **1.1.1 Hay un cuento: Introducción a la historia de *Floricienta***

*Floricienta* fue la quinta telenovela que dirigió Cris Morena, tras haber abandonado su carrera como actriz y conductora de TV. La historia tuvo dos temporadas, estuvo al aire durante los años 2004 y 2005 y fue transmitida en *Canal 13*, luego de que Adrián Suar (Gerente de Programación) le ofreciera insistentemente a la productora de la trama que se fuera de *Azul Tv (Canal 9)*, tras su abrupta salida de *Telefe*. La telenovela también fue transmitida en todo Latinoamérica, Europa y Medio Oriente.

En aquel entonces Cris Morena buscaba un cambio en su carrera de producción. En esta ocasión decidió apostar a algo distinto, a un público familiar, con una historia similar a la de un cuento tradicional, un cuento de hadas.

Cris Morena hizo alusión a cómo fue el proceso de creación de la reconocida telenovela en una entrevista con la conductora Verónica Lozano para el programa televisivo *Cortá por Lozano* (2020) y manifestó:

Yo terminé Rebelde Way y a mí siempre me gustaron los cuentos, contar cuentos, cuentos que se pueden escuchar en cualquier lugar del mundo porque le pasan a cualquiera en cualquier lugar del mundo. (...) Floricienta es un poco eso para mí... yo soy un poco eso de ser una mujer muy pendiente de los demás, muy protectora, muy amorosa, pero a la vez soy muy rebelde, tengo mucho coraje<sup>11</sup>.

*Floricienta* es la historia de Florencia Fazzarino (interpretada por Florencia Bertotti), una chica de 20 años que tiene un montón de sueños por cumplir pero una realidad que se empeña en alejarla cada vez más de ellos. La protagonista se ve obligada a alternar entre diversos trabajos y “changas” para poder sobrevivir. Amante de la música, junto a sus amigos decide formar su primer grupo musical, donde el baile y la expresión logra que todo lo demás tenga sentido.

*Floricienta* creció sola, producto de que su madre falleció de manera temprana, y además, ella desconocía su verdadera identidad creyendo que su padre “Fazzarino” había sido un humilde marino que se había lanzado a navegar por el mar. En verdad ella era hija de Santillán, un importante y reconocido empresario que también había muerto recientemente.

Santillán estaba casado con su esposa, Malala (encarnada por Graciela Stéfani), una mujer bastante particular: la ambición y la hostilidad eran dos de las características que más la identificaban. Malala y Santillán tuvieron dos hijas en común: Delfina (interpretada por Isabel Macedo) y Sofía (Ángeles Balbiani).

A *Floricienta* la desalojan de la pensión en la que vive y debe encontrar un techo para poder dormir. De esta manera es como llega a la mansión de la Familia Fritzenwalden y su vida cambia para siempre: allí es donde encuentra trabajo como asistente de la institutriz.

Los Fritzenwalden, herederos de una familia alemana, son 6 hermanos que perdieron a sus padres a raíz de un accidente aéreo. Los menores de la familia quedaron a cargo del mayor de los hermanos, Federico Fritzenwalden (Juan Gil Navarro).

---

<sup>11</sup> Canal Telefe (2020). *Cris Morena en el diván virtual de Vero - Cortá por Lozano 2020* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3BzVK3D>

La telenovela *Floricienta* es un melodrama, por ende, al hacer una descripción de los personajes principales, notamos las representaciones de los personajes típicos del género que describe Martín-Barbero (1987). *Floricienta*, la protagonista, representa a la “Víctima”, ya que se destaca por su inocencia, su nobleza y la virtud, “princesa que se desconoce como tal” (Martín-Barbero, *op.cit.*: 129). A su vez, a su personaje se lo demuestra como humillado y maltratado injustamente por el personaje del “Traidor”. En este caso, el “Traidor” podemos reconocerlo en los personajes tanto de Malala como de su hija Delfina, porque representan el mal, la función dramática de ambas es hacer sufrir a la víctima, generar miedo y terror, sin embargo, también poseen cierta fascinación.

Malala, viuda de Santillán y madrina de Federico, descubre que *Floricienta* es la heredera mayoritaria de la fortuna que dejó su difunto esposo. Es por eso que, junto a sus dos hijas Delfina y Sofía, busca destruirla para acrecentar su herencia.

Delfina es novia de Federico Fritzenwalden y tiene como objetivo principal poder casarse con él, para así ganar más poder y alcanzar su meta. Y aquí es donde se produce una tríada: Florencia se enamora completamente de Federico y se disputa su amor constantemente con Delfina.

Federico Fritzenwalden encarna el personaje del “Justiciero” o el “Héroe”: él se relaciona con la “Víctima” de manera amorosa y la defiende ante los ataques de los “malos”. Federico es un joven que parece estar enojado con la vida, sin sentimiento alguno, rígido y muy severo con su familia. Él busca constantemente tener un apoyo para “domar” la rebeldía de sus hermanos. En este sentido, Florencia se convierte en ser la única persona que logra sacar lo mejor de sus personalidades, a través de su alegría, espontaneidad, música y bailes. El personaje termina siendo generoso y sensible, como todo héroe de telenovela.

Otro personaje secundario pero que encarna a la típica figura del “Bobo” es Nicolás Fritzenwalden (Nicolás Maiques), hermano de Federico y mellizo de Franco Fritzenwalden (Benjamín Rojas). En determinadas escenas, Nicolás aparece como torpe, grotesco, al que le cuesta relacionarse amorosamente e incluso en varias oportunidades se lo considera como el “feo” de la familia.

En una entrevista (2021), Cris Morena comentó de qué manera ella elige mostrar a los personajes antagónicos de las historias que crea y produce: “Yo a nivel dirección y escritura

digamos, para mí el ‘malo’ es la base de que el ‘bueno’ sea extraordinario. Sin un buen ‘malo’, el ‘bueno’ no se luce. Lo mismo para el ‘malo’, ¿no?”<sup>12</sup>.

En este sentido, Martín-Barbero (1987) describe que el melodrama está atravesado por la operación de polarización, esto es: “reducción valorativa de los personajes en buenos y malos” (Martín-Barbero, *op. cit.*: 128). En *Floricienta*, esta tensión entre “los malos y los buenos” está presente en toda la historia, como todo melodrama, la moral toma protagonismo y las situaciones se miden bajo esta vara.

En una entrevista con Verónica Lozano para *Cortá Por Lozano* (2020), María Cristina de Giacomini recordó con nostalgia el momento en que eligió a Florencia Bertotti para protagonizar *Floricienta* y manifestó que

Me acuerdo que estaba en mi escritorio y llegó Florencia, que parecía un ‘twister’ como soy yo... Yo soy muy parecida a Floricienta en mi forma de ser. (...) Y entró y dije ‘es como si entrara yo a los 20 años’. Y dije: ‘Es Florencia, Floricienta’. Yo quería que tuviera un nombre que terminara con ‘cienta’ y Floricienta me pareció de ‘flor’. Y ‘Cenicienta’ me pareció alucinante<sup>13</sup>.

*Floricienta* era un personaje que contaba con un estilo muy particular: su vestimenta se destacaba por ser llamativa y despampanante. Zapatillas coloridas, polleras con tules, boinas y guantes eran algunas de las características de aquel reconocido look que se convirtió en un ícono del color y logró traspasar la TV.

Esa vestimenta tan especial se convirtió en un furor entre las televidentes más chicas que jugaban a ser y vestirse como ella. Fue así como el personaje de *Floricienta* se convirtió en el mayor referente de la época, entre las niñas de Argentina y el resto del mundo. Al respecto, Florencia Bertotti declaró:

A mí al principio, debo confesar, me costaba el vestuario de Flori... ¡hay que tener agallas! ¡Me tiraba de todo encima! Y yo pensaba: ‘¿Cómo puede ser? ¿Quién se viste así?’. Tenía tul... ¡El calor! Tenía calzas, pollera, cinturón que nunca supimos para qué... topcito, remera, gorro, muñequera... ¡No me faltaba nada!<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> Canal Floricienta (2021). *ReEncuentro #Floricienta - Cris + Isa Macedo* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3PRFW0z>

<sup>13</sup> Canal Telefe (2020). *Cris Morena en el diván virtual de Vero - Cortá por Lozano 2020* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3BzVK3D>

<sup>14</sup> Canal Flor Bertotti (2021).  *reaccionando al PRIMER CAPITULO de FLORICIENTA*    [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3SItHLq>



15

La vestimenta de la protagonista se configura como “exceso”: exceso de colores, de telas, de prendas. Esta exageración visual es una particularidad del género melodramático. Incluso, también la personalidad de *Floricienta* es en cierta forma exagerada y dramática: su manera de hablar, su risa, su llanto y su canto.

Es interesante retomar la estructura de “cuento tradicional” sobre la que se encontraba enmarcada la historia de *Floricienta*. Basada en el clásico de *Cenicienta*, resaltaba constantemente el concepto de “cuento de hadas” desde donde Cris Morena buscaba llegar a sus televidentes. La magia y el amor, serían sus principales exponentes: *Floricienta* contaba con ‘amuletos mágicos’ que le daban buena suerte y la ayudaban en todo momento. Una nuez plateada y un árbol, desde donde tenía conexión con su mamá fallecida, eran algunos de los elementos que figuraban de manera constante en la producción. También ella hablaba constantemente con sus ‘haditas de la suerte’ a quienes les pedía que la ayuden en cada momento que las necesitaba.

---

<sup>15</sup> El personaje de *Floricienta* con su vestimenta particular.

Esta “magia” que se encuentra presente en la telenovela, nos hace reflexionar sobre la propuesta de Martín-Barbero (1997) en su texto “*Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático*”, en donde relaciona los conceptos de modernidad, religión y medios. Frente a una modernidad desencantada, guiada por la Razón y el Hombre, el mundo ha perdido la religiosidad, entendida como “el encanto, el misterio, la magia”. Sin embargo, hay una necesidad de convivir con ese encantamiento del mundo, por ello, para Martín-Barbero (*op.cit.*), los medios de comunicación son los que cumplen esa función. En este caso, *Floricienta* está llena de símbolos de magia y encanto, con sus hadas, sus sueños y sus amuletos de la suerte. Si bien nos parece interesante mencionar aquí este punto, más adelante ello cobrará sentido cuando lo vinculemos con la relación que establece la audiencia con este tipo de símbolos.



16

Al respecto, consideramos entonces que *Floricienta* fue especial desde el primer momento: logró combinar el mundo de lo ficcional con los temas que lideran la agenda infanto-juvenil y eso lo convirtió en un programa exitoso.

### **1.2 *Floricienta* vs el resto de las producciones de Cris Morena**

En particular, la telenovela de *Floricienta* cuenta con ciertas características que la diferencian de otros productos de Cris Morena como lo fueron *Chiquititas*, *Rincón de Luz*, *Casi Ángeles* o *Aliados*, entre otros. Pero, ¿qué es aquello que tiene de especial esta historia infanto-juvenil que nos llama la atención y nos cautiva a tal punto de querer indagar más sobre ella y su tipo de audiencia?

---

<sup>16</sup> El personaje de Floricienta junto a su nuez plateada, el amuleto mágico de la suerte.

Si bien hay temáticas que se repiten a lo largo de las producciones de Cris Morena (como los huérfanos y los hogares de niños, el amor romántico heteronormativo, y la diferencia constante que se da entre “ricos” y “pobres”) hay algo en *Floricienta* que la hace diferente: en el desenlace de su primera temporada (2004) el protagonista masculino de la telenovela, Federico Fritzenwalden, muere en un accidente. De modo contrario a lo que solía suceder en este tipo de historias, el final terminó siendo “no feliz” y *Floricienta* no logró estar eternamente junto a su príncipe azul.

La actriz Isabel Macedo (quien personificó a la villana de la historia, Delfina) hizo mención en una entrevista acerca de qué es lo que ocurre con este fenómeno y por qué, después de tantos años, aún se la sigue recordando:

Es muy impresionante, pasaron 17 años y los chicos siguen sabiendo los nombres de los personajes, ¡es mucho tiempo, 17 años en la vida de alguien! Yo hoy veo chicos que son más chiquitos y que ya saben de *Floricienta*. Pasó mucho tiempo y la gente amó mucho eso, y eso pienso que tampoco es tan normal<sup>17</sup>.

En la serie de entrevistas que realizamos, muchos identificaron a *Floricienta* como la primera vez en que sus padres les dejaron ver una telenovela de Cris Morena. A diferencia de lo que ocurría con otras producciones como lo fueron *Rebelde Way* o *Chiquititas*, las personas que fueron interrogadas transmitieron que *Floricienta* “era más sana”.

En relación con esto, la entrevistada “A” comentó que sintió a *Floricienta* como “lo más amable”, e incluso, recordó que fue la primera telenovela que pudo ver junto a su mamá. De esta manera, ella menciona que

*Floricienta* fue la primera telenovela que nos enganchó a las dos, a mi mamá y a mí, porque ella en ese momento no trabajaba fuera de casa, entonces tengo un lindo recuerdo de que la mirábamos juntas, porque en algún punto esa torpeza que tenía *Floricienta* era como sana, fue como la primera telenovela de niños que mi mamá me dejó ver.

Entrevistada “A”.

Resulta interesante destacar la conexión que establece la entrevistada “A” entre el personaje de *Floricienta* y la condición de la torpeza. Fue el investigador Valerio Fuenzalida (2005) quien se ha encargado de observar este tipo de actitudes y/o destrezas que se ven

---

<sup>17</sup> Canal *Floricienta* (2021). *ReEncuentro #Floricienta - Cris + Isa Macedo* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3PRFW0z>

plasmadas en los mensajes que transmite la televisión a diario. Él los denominó “*Esquemas Lúdico-Dramáticos*”, y desde allí logró distinguir y clasificar con mejor detalle una serie de tópicos en cuestión.

Puntualmente, la representación que realiza la entrevistada al declarar que *Floricienta* era un personaje “torpe”, se vincula de manera directa con el esquema lúdico dramático del ‘*adulto torpe-niño hábil*’ que construye Fuenzalida (*op.cit.*). En este sentido, el autor se encarga de destacar que, muchas veces, desde los programas de TV se establece esta imagen que caracteriza al adulto como un “torpe”, como alguien que realiza mal (o no diestramente) actividades que debería realizar bien sin ningún tipo de inconveniente. El niño, por su parte, se divierte y le causa gracia comprender que en verdad esas acciones deberían ser bien realizadas, solo por el hecho de ser una persona “grande”.

Las tramas de las producciones de *Chiquititas*, *Rincón de Luz* o *Casi Ángeles*, suceden en un hogar de niños huérfanos. Mientras que *Floricienta*, en cambio, se sitúa dentro de un hogar de familia: si bien las figuras de padres no están del todo presentes, ya que lo que más se destaca es la relación entre los hermanos Fritzenwalden, la historia sucede en el seno de un entorno familiar. En relación con esto, muchos de nuestros entrevistados han remarcado que sentían cercana esta historia, ya que resultaba ser “más real” porque se situaba en un ambiente que les resultaba conocido. Ellos declararon que

Me parece que *Floricienta* es una telenovela que la vio la mayoría, porque te podías sentir identificado. Creo que a lo que es *Cris Morena*, era la más real. Uno podía creerse identificado en ese momento. Tal vez las otras historias eran un poco más fantasiosas.

Entrevistada “N”.

Los hogares de *Cris Morena* nunca representaron un hogar real de niños con carencias, y la casa de *Floricienta* me parecía lo más parecido a la realidad de lo que quería representar comparado con los hogares en *Chiquititas* por ejemplo.

Entrevistada “A”.

*Floricienta* fue especial, quizás porque, en otros productos como *Rebelde Way* yo era más chica y hablaban de sexo y era un tabú. *Floricienta* tenía esto de ser súper inocente y también me unió con mi mamá. Mi mamá se moría de risa con *Floricienta*. Era lo único que veíamos juntas en la tele.

Entrevistada “S”.

En sus discursos, las entrevistadas “A” y “N” se encargan de plantear un reconocimiento en el escenario principal en el que transcurría la trama: el hogar familiar de la familia Fritzenwalden. De algún modo, esto les generaba una “cercanía” con su propia realidad y así lograron empatizar con los personajes de la historia desde otro lugar. Con esta identificación, los televidentes más chicos de la telenovela le dieron un sentido que traspasaba más allá de lo ficcional: al fin y al cabo, la figura de *Floricienta* podría ser real y trabajar como niñera en cualquier tipo de hogar. Asimismo, los problemas diarios que acontecían en la familia Fritzenwalden, podrían asemejarse con lo que transcurre en el interior de cualquier otro entorno doméstico.

La entrevistada “S”, por su parte, se encargó de destacar la unión que se generó con su madre tras ver juntas la producción dedicada a un público infanto-juvenil. Este encuentro, que se da al compartir un momento de distensión frente a la TV, se vincula con la importancia del rol que cumple el entorno familiar en el consumo televisivo por parte de niños y adolescentes.

El recuerdo al que remite la persona interrogada (“S”) está relacionado con el uso televisivo que en general se daba anteriormente por parte de los niños y niñas a esa edad. En su mayoría, este tipo de audiencia quizás estaba acostumbrada a ver una serie de géneros y contenidos que en verdad habían sido diseñados o eran dirigidos para una audiencia adulta. Esto se debe a que los mayores del hogar mantenían encendida la TV de manera constante con géneros como: telenovelas, noticieros, magazines, entre otros. Bajo este contexto, los infantes y/o juveniles solían interesarse por aquello que sucede dentro del “mundo adulto”.

En uno de sus estudios, Fuenzalida (2005) declaró que “(...) los niños tienen un altísimo consumo de programas que son familiares o para adultos. Es decir, en la situación de recepción del hogar, teniendo la libertad de elegir programas, ellos efectúan un bajo consumo de programas especiales para niños” (Fuenzalida, *op.cit.*: 82).

Bajo esta línea, resulta entonces comprensible por qué la entrevistada “S” recuerda con nostalgia que la telenovela *Floricienta* haya permitido un encuentro particular con su mamá, ya que desde ese lugar se le permitió entonces un “cambio de roles” dentro del consumo de la TV.

En la actualidad, el ritual del consumo que realiza este tipo de audiencia infanto-juvenil se ve modificado, ya que muchos hoy se encuentran siendo receptores más individuales, eligiendo activamente los contenidos que buscan ver desde distintas plataformas, y no dependiendo de los más grandes de su hogar.

Hasta acá observamos entonces que *Floricienta*, de todas las producciones de Cris Morena, fue la historia más “amable”, “inocente” y “real”. Estas definiciones nos ayudan a pensar en cómo percibían los televidentes al producto, para así comprender el sentido de estas categorías. Encontramos que *Floricienta* era una producción que no incomodaba, porque se ubicaba en el ámbito de una familia, y eso lo sentían cercano e identificable con su propia realidad.

Incluso, con producciones anteriores, Cris Morena había recibido muchas críticas por parte de la prensa. En *Rebelde Way*, por ejemplo, el personaje de Luisana Lopilato fue tildado como la nueva “lolita”, ya que tenía 15 años pero se la criticaba por “provocar” y mostrarse muy “sensual” por la ropa que usaba<sup>18</sup>. En cambio, con *Floricienta* se intentó remarcar los valores de la inocencia e ingenuidad.

Sin embargo, este “cuento de hadas” no tuvo un final feliz en su primera temporada y esa es otra de las particularidades que distingue a *Floricienta* de las demás producciones de Cris Morena. El protagonista masculino principal (Federico) muere en el final de la temporada, lo cual desencadena en que *Floricienta* se quede sin su príncipe azul. Muchos de los televidentes de la época lo definen como “el trauma” de su infancia-adolescencia. En particular, más adelante profundizaremos sobre esta temática y analizaremos la repercusión que tuvo por parte del público.

### **1.3 *Floricienta* como fenómeno televisivo**

Sin lugar a dudas concebimos a *Floricienta* como un fenómeno de la televisión, creemos que su historia trascendió la pantalla y dejó una huella en su audiencia. La telenovela infanto-juvenil arrasó con los números desde su primer día de estreno: durante la primera temporada (2004) se emitieron 175 capítulos con picos de rating que alcanzaron los 17,7 puntos<sup>19</sup>. Aseguran que el capítulo final de esa edición, tras la muerte de Federico como personaje principal, fue el más visto por los televidentes.

En 2005 se transmitió la segunda temporada, con *Floricienta* y Máximo (interpretado por Fabio Di Tomaso) como protagonistas. Allí el rating también promedió los 14,7 puntos.

---

<sup>18</sup> Canal Archivoretro. (2013). Luciana Lopilato la “lolita” de Cris Morena. [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3bl86SF>

<sup>19</sup> Estar Informado (2020). Todos los números del fenómeno Floricienta. Disponible en: <https://bit.ly/3Tay6AQ>

El éxito televisivo traspasó la pantalla y tuvo su lugar en el *Teatro Gran Rex*, donde se brindaron funciones de la obra teatral durante las vacaciones de invierno de los más chicos. El espectáculo contó con un total de 165 mil espectadores durante las 55 funciones que fueron proyectadas. Para coronar con este fenómeno teatral, la última función se produjo en el Estadio Luna Park.

“Yo no había hecho nunca comedia musical, ni teatro, ni nada... entonces para mí todo era una adaptación. Lo disfrutaba mucho y eso me jugaba a favor”<sup>20</sup>, recuerda Florencia Bertotti en un video para su canal de *YouTube*.

Sin lugar a dudas, estos números marcan un antes y un después en la tendencia televisiva. Se trató de una telenovela infanto-juvenil que se vendió luego a 30 países para ser transmitida y logró ser un furor en todo el mundo: en Chile, Brasil y Portugal la historia se llamó *Floribella*. En Colombia mantuvo el nombre original de *Floricienta*, mientras que en México decidieron cambiarle por completo el nombre y se llamó *Lola, érase una vez*. También en el 2005 la telenovela fue transmitida en *Disney Channel*.



21

En diálogo con Verónica Lozano para su programa televisivo *Cortá por Lozano*, Cris Morena recordó el éxito de *Floricienta* y cómo fue que se vendió el formato a distintos países del mundo:

<sup>20</sup> Canal Flor Bertotti (2021). 🌸 Reaccionando al 🌈 GRAN REX de FLORICIENTA 🌻 !!!! [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3QdWSht>

<sup>21</sup> Las versiones que tuvo Floricienta en el mundo.

Me estaba acordando el otro día que Floricienta se hizo en Rusia también. En Chile fue un éxito impresionante... después se hizo en Colombia, en México (...) y en Brasil también están por sacarla de vuelta ahora, porque se cumplen 15 años allá también <sup>22</sup>.

*Floricienta* también tuvo un proyecto de convertirse en su versión animada junto con la coproducción del director Juan José Campanella para *Discoverykids*. Pero finalmente esta edición no se llevó a cabo.

El fenómeno de *Floricienta* no sólo repercutió en la televisión: en su canal de *YouTube* oficial cuenta con 865 mil suscriptores<sup>23</sup> y el primer capítulo de la telenovela tiene más de 6 millones de reproducciones. A continuación, destacaremos algunos de los comentarios que encontramos en el primer capítulo<sup>24</sup> que se encuentra publicado en la plataforma web, ya que desde allí se puede dar cuenta de que el consumo continúa vigente hasta la actualidad:

@PaoPerfect (Abril 2021):

*“Soy de España y la telenovela Floricienta me tiene enamorada desde pequeña.... Me encanta el acento Argentino.... En 2021 viendo Floricienta ❤️❤️❤️”*

@MartinaMozzi (Enero 2022):

*“Se empieza el 2022 mirando esta maravilla 💕 ya va como la sexta vez que la veo y no puedo parar ajja”*

Otra característica que marcó la telenovela fue la música: el disco “*Floricienta y su banda*”, correspondiente a la primera temporada de la telenovela, fue nominado al Grammy Latino en 2005 en la categoría Mejor Álbum de Música Latina para Niños. El éxito continuó en Spotify, donde la canción “Flores Amarillas”, suma más de 21 millones de reproducciones, y aún hoy *Floricienta* como artista tiene más de 500 mil oyentes mensuales en esa plataforma.

A partir de las últimas décadas del siglo XX, se observa un cambio en el consumo de los niños/as y adolescentes. Aparece una amplia oferta cultural mercantil destinada a este público. Viviana Minzi (2003), quien se interesa por la formación de identidad de los/as niños/as a partir del consumo, y piensa al mercado como agente socializador, plantea:

---

<sup>22</sup> Canal Telefe. (2020) Cris Morena en el divan virtual de Vero - Cortá por Lozano. [Archivo de video] Youtube. <https://bit.ly/3OPCi63>

<sup>23</sup> Consultado el 15 de octubre del 2022. Canal de Floricienta en YouTube: <https://bit.ly/3yIlKYw>

<sup>24</sup> Canal Floricienta (2016). Floricienta Capítulo 1 Temporada 1. [Archivo de video] YouTube. <https://bit.ly/3Qai7Rf>

Zapatillas, remeras, juguetes, figuritas, comestibles, golosinas, películas, publicidades televisivas, afiches callejeros, kioscos, supermercados, conforman el 'ecosistema' en el que los niños de una gran ciudad -predominantemente aquellos pertenecientes a sectores socioeconómicos medios y altos- nacen y se desarrollan (Minzi, *op.cit.*:255).

Sin embargo, la autora advierte que no sólo se debe prestar atención a la acción de consumir y gastar dinero frente a esta oferta, sino que allí los más pequeños organizan sus "acciones cotidianas, construyen conocimientos acerca del entorno y edifican su identidad" (Minzi, *op.cit.*:257). Por ende, el/la niño/a comienza a ser visto como un sujeto consumidor, como un cliente.

Melina Curia (2006) en "*Pequeños consumidores: algunas reflexiones sobre la oferta cultural y la construcción de identidades infantiles*", también emprende un desarrollo en torno al consumo infantil: revistas, álbumes de figuritas, CD's, obras de teatro, páginas de internet, entre otros, conforman el negocio del merchandising y la venta de diversos tipos de productos dirigido al público de los más chicos. Para la autora:

Los niños pertenecientes a dichos estratos son claramente atractivos para el mercado por múltiples razones. Los niños no sólo aparecen como consumidores de numerosos productos y como demandantes ávidos de las innumerables propuestas 'innovadoras' que se ofertan, sino que también (...) cumplen una clara función como prescriptores del consumo familiar, al señalar aquellos productos que, según su parecer, deben ser incorporados a las compras diarias o frecuentes del hogar (Curia, *op.cit.*: 301).

El consumo de *Floricienta* como producto cultural traspasó la pantalla a través del merchandising: las zapatillas de *Floricienta*, la ropa, los maquillajes, las carpetas, las agendas y el álbum de figuritas.



<sup>25</sup> Merchandising de *Floricienta*.

El reconocido investigador norteamericano sobre marketing infantil, James McNeal (2000) se ha encargado de analizar el comportamiento del consumidor en la niñez. Al respecto, reflexionó acerca de que “(...) la satisfacción de las necesidades predominantes de los niños constituye el fundamento de los esfuerzos destinados al diseño del producto y las estrategias aplicadas a la marca, el envoltorio, la publicidad, la promoción y la distribución del producto diseñado” (McNeal, *op.cit.*: 29).

Uno de los consumos que más destacó a *Floricienta* fueron las zapatillas. Al respecto, dos de nuestras entrevistadas mencionaron que

Lo único que sí consumía en ese momento eran las zapatillas, porque todos queríamos las zapatillas de Floricienta.

Entrevistada “N”.

Tuve los álbumes, los CD 's que fueron dos, también el DVD del recital en el Gran Rex, fui también al teatro a verla. Me acuerdo de las zapatillas, también se las pedía a mis papás y bueno, ellos me las compraban.

Entrevistada “D”.

Las zapatillas a las que refieren las entrevistadas eran de la marca *John Foos* y tenían la particularidad de ser muy coloridas. En este sentido, tener el calzado de *Floricienta* era una marca de identidad para los niños/as y adolescentes, como también una diferenciación, ya que a pesar de que “todas las querían tener”, algunas entrevistadas comentaron que eran “muy caras”.

Si bien dentro de la misma audiencia hay sentidos que se comparten, otros – en cambio – marcan la diferencia: se establecía una distinción según clase social, entre quienes sí podían acceder a comprar las zapatillas y quienes no. García Canclini (1995) subraya que “El consumo es un proceso en el que los deseos se convierten en demandas” (García Canclini, *op.cit.*:48). Esto refleja que, más allá de si el niño/a tenía las zapatillas, existe un fuerte deseo por tenerlas, porque se vio el producto en la televisión. Asimismo, también se da un reconocimiento entre pares, lo cual marca un sentido de pertenencia al tener ese consumo.

Otro consumo que nos llamó la atención fueron las figuritas de *Floricienta*, las cuales marcaron a toda una comunidad que aún hoy las recuerda con nostalgia y felicidad. Algunas

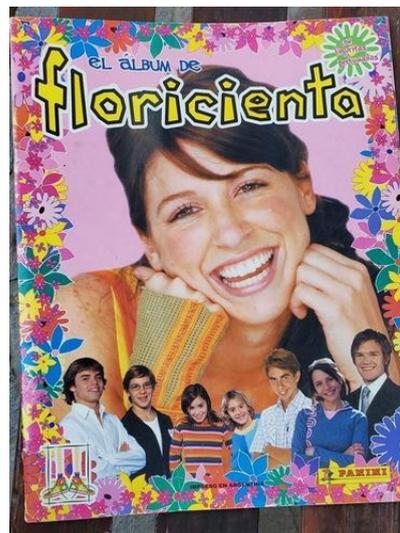
poseían una particularidad: tenían perfume, lo cual hace que aún hoy muchas de las chicas recuerden su olor:

Me acuerdo que las figuritas venían con perfume. Creo que el de Floricienta fue el mejor álbum que tiene Cris Morena.

Entrevistada "N"

Tenía todo... Sí, todo. Excepto las zapatillas, porque no se conseguían en todos lados y eran muy caras. Pero tenía el álbum de figuritas, no pude tener la figurita n° 180, que era la que todos querían o la más importante. Ay, yo me acuerdo de todo. Les juro que no estudié nada para esta entrevista. La 180 era la última y eran las dos zapatillas y estaban en plateado. Era inconseguible. Lo tengo guardado al álbum, me encantaba. Era re fanática.

Entrevistada "A".



26

### 1.3.1 Acerca del reestreno de *Floricienta* en el 2020

*Floricienta*, además de su transmisión original en el año 2004, tuvo dos reestrenos en canales de aire: uno se dió en el año 2012 y otro en el 2020.

En el 2012, el hijo de Cris Morena, Tomás Yankelevich, ocupaba el cargo de Gerente de Programación en *Telefe* y decidió repetir uno de los grandes éxitos que había producido su madre, hacía exactamente ocho años atrás: *Floricienta*.

En ese entonces se generó una recepción inesperada por parte de la audiencia, ya que consiguió ubicarse en el primer lugar de rating dentro de su franja horaria. Incluso el autor

<sup>26</sup> Las zapatillas de *Floricienta* de la marca John-Foos y el primer álbum de figuritas de la telenovela.

Pablo Méndez Shiff (2017), en su libro, comenta que la compañía discográfica *Sony*, quien había lanzado los discos de *Floricienta* en 2004 y 2005, decidió reeditar el segundo disco del programa debido al éxito que estaba teniendo el reestreno.

La segunda vez que se repitió la telenovela al aire fue en el 2020: el canal argentino *Telefe* cumplía 30 años y decidió festejarlo con este reestreno, en un año particular atravesado por la pandemia del Covid-19. El 24 de agosto de ese año, *Floricienta* volvió por la pantalla de *Telefe* y sin dudas, el éxito la acompañó nuevamente. El primer programa obtuvo 14 puntos de rating, muy similar al estreno de la telenovela en el 2004 donde había alcanzado los 17.4 puntos.

La historia de amor entre *Floricienta* y “el Freezer” volvió a cautivar al público: las redes sociales explotaron de mensajes en relación con el reestreno. No sólo los fanáticos de *Floricienta* se expresaron, sino también los mismos actores y actrices que protagonizaron la trama. En este sentido, Florencia Bertotti subió una publicación a su *Instagram* y escribió:

Quizás esta vez lo veas con hijos, sobrinas o nietos. Tal vez tenías cinco años y ahora con 21 te den unas ganas locas de volver a gritar las canciones corriendo por el living de tu casa. Quizás te congelaste en ese casamiento en el hipódromo (como yo), pero tengas un recuerdo espectacular de esa noche... (como yo) Quizás no la hayas visto y ahora te tiene un poco... La verdad, no soy objetiva. Tengo un amor incondicional por esta historia y por todo lo que viví gracias a ella...<sup>27</sup>

Las palabras de emoción también surgieron por parte de la actriz y cantante Mariana “Lali” Espósito, quien personificó a Robertita en la historia de *Floricienta*. En su perfil de *Twitter* ella publicó:

Gracias por todo el amor a toodos! Es impresionante que tantos años después se sigan emocionando así! Que lindo fue Flori y como me divertí con Robertita...todo lo que viví después, hasta hoy, es MAGIA...!xs quiero.<sup>28</sup>

Por su parte, los televidentes se expresaron en la red social *Twitter* a través del Trending Topic *#Floricienta* y comentaron lo siguiente:

---

<sup>27</sup> @florbertottiok (2020). Instagram. <https://bit.ly/3cXgV5k>. (La ortografía y sintaxis es la original del posteo).

<sup>28</sup> Lali [@lalioficial]. (03 de septiembre de 2020). Twitter. <https://bit.ly/3JulwIB>. (La ortografía y sintaxis es la original del posteo).

@Virgiesovive (Mayo 2020):

*"Lo único bueno que me pasó en todo 2020 es que vuelve #Floricienta".*

@DaianaElisabett (Agosto 2020):

*"#FLORICIENTA ES LO MEJOR QUE LE PASÓ AL 2020 Y NO TENGO DUDAS ♥"*

@flickercevans (Octubre 2020):

*"Quién iba a decir que en 2020 iban a repetir floricienta y encima íbamos a ser un montón twitteando y viéndolo literalmente mi sueño hecho realidad #Floricienta".*

Cabe aclarar que la última vez que un programa de Cris Morena había estado al aire fue en el año 2014 con *Aliados*, luego de haber estado más de veinte años liderando la pantalla en continuado. Por eso, reaparecer 6 años después de su última producción y 16 años después del estreno de *Floricienta*, hizo que todos los medios de comunicación hablaran tanto de la productora como de su telenovela. A continuación, destacaremos algunos titulares que fueron publicados en diarios digitales (Infobae, Clarín y La Nación, respectivamente):

#### INFOSHOW

### **"Floricienta" volvió a la pantalla de Telefe con picos de audiencia y las redes sociales se llenaron de memes**

La telenovela juvenil protagonizada por Florencia Bertotti y Juan Gil Navarro se convirtió en tendencia a 16 años de su estreno, y superó los 14 puntos de rating

## Entrevista

### Florencia Bertotti cuenta cómo vive la previa al regreso de Floricienta

Después de tres meses de promociones, este lunes 24, a las 18, la tira juvenil creada por Cris Morena vuelve a Telefe. Su protagonista comparte su estado emocional y adelanta con quién la vera. Y por qué no estuvo en el anuncio oficial.

## **Cris Morena: "Me parece fascinante tener a Floricienta en lugar de una novela turca"**

*Telefe* puso al aire únicamente la primera temporada de la telenovela y, aunque muchos fanáticos siguen esperando la emisión de la segunda parte, ésta se encuentra disponible en el canal oficial de la telenovela, en *YouTube*.

Durante el 2020, también se dio un reencuentro de los actores que protagonizaron la telenovela: fue en el marco de una acción solidaria para la casa de comidas rápidas *Mc Donald's* donde Florencia Bertotti, Juan Gil Navarro, Benjamín Rojas, Esteban Prol, Nicolás Maiques y Micaela Vázquez recordaron anécdotas del 'detrás de escena' del éxito televisivo. El evento fue vía la plataforma virtual *Zoom* en el contexto de la jornada solidaria del #GranDía de *Mc Donald's*, en el cual se dona el 100% de las ventas del combo de Big Mac a la *Casa Ronald McDonald* y a la *Fundación Sí*.

Aquel encuentro debió ser virtual, debido a la pandemia por el Covid-19. Allí, la protagonista, Florencia Bertotti recordó a la telenovela de la siguiente manera:

Creo que a todos nos quedó en el corazón porque la pasamos bien realmente, independientemente de que evidentemente traspasó y llegó a la gente y a los corazones, y que hoy a todos les debe pasar lo mismo y es que dicen: 'Yo lo veía y hoy lo veo con mis hijas, lo veo con mis sobrinas, lo veo y lo vuelvo a vivir como el primer día'. En mi casa se para todo a las seis de la tarde, y eso se había terminado desde que empezó *YouTube*... Con esto de *Floricienta*, que encima estuvo la pandemia y todo junto, volvió como esa sensación de 'bueno, nos sentamos un ratito a mirar la tele y compartir un momento'. Yo agradezco mucho de haber sido parte del elenco donde estuvimos todos porque es un recuerdo de esos que uno no se olvida jamás<sup>29</sup>.

Juan Gil Navarro decidió destacar los momentos de risas del elenco, el detrás de escena: "Me da mucho placer cuando me mandan la cantidad de bloopers, la cantidad de tentadas... Me da mucho placer vernos a todos nosotros haciendo fuerza para aguantar algo que estaba a punto de estallar. Eso es una de las cosas que más me gusta ver"<sup>30</sup>.

En aquel contexto de encierro y pandemia, como en todos los rubros, los actores no fueron la excepción y también debieron afrontar meses sin trabajo. En este sentido, el reestreno de la telenovela resultó ser beneficioso para muchos de ellos, ya que pasaron a cobrar las

---

<sup>29</sup> Canal McDonald's Argentina (2020). *UN GRAN REENCUENTRO POR UN #GRANDIA* ♥ [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3Q0sW8T>

<sup>30</sup> Canal McDonald's Argentina (2020). *UN GRAN REENCUENTRO POR UN #GRANDIA* ♥ [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3Q0sW8T>

regalías. Al respecto, la productora de la historia declaró en una entrevista para el Diario La Nación:

Cobran bastante, está muy bien pautado. Eso nos perjudica a los productores porque a la hora de poner una telenovela que ya se hizo, el canal calcula un gasto grande que tiene que pagar por las latas, que antes se vendían fácilmente. Acá en la Argentina cuesta más, tienen que ser programas como éste que lo sienten como algo seguro que les va a dar rédito porque les sale caro<sup>31</sup>.

La manera en que los entrevistados recuerdan a la telenovela es en relación al pasado pero fundamentalmente al presente, ya que reconocen cómo su consumo repercutió en su identidad, en la forma de relacionarse con otras personas, en los modos de ver ciertos temas, etcétera. Como plantea Jorge González (1993), el melodrama y la telenovela, en particular, constituyen un terreno óptimo para estudiar las identidades colectivas, pero no desde una teoría de los efectos o la manipulación, sino desde una perspectiva cultural. El autor subraya que “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 las gentes se apropia y se han apropiado de ellas” (González, *op.cit.*:21-22). Por ende, nos interesa profundizar en este imaginario colectivo, en esos sentidos que se construyeron socialmente a partir de la telenovela *Floricienta*.

---

<sup>31</sup> Diario La Nación. (2020). Cris Morena: "Me parece fascinante tener a Floricienta en lugar de una novela turca". Buenos Aires. La Nación: <https://bit.ly/3PTFn6k>

## ● **CAPÍTULO II: “*Floricienta* fue mi infancia”<sup>32</sup>**

En este capítulo, a través del abordaje de diversos ejes, haremos hincapié en esta red de significaciones que surgen entre la telenovela *Floricienta* y su tipo de audiencia.

Bajo este aspecto, Valerio Fuenzalida (1992) enfatiza en que las telenovelas atraen por los sentimientos y emociones que se ponen en juego, y es la audiencia aquella capaz de generar una relación muy estrecha con la telenovela. En este caso, desarrollaremos este vínculo que se generó con la audiencia infanto-juvenil de *Floricienta* y cómo hay aspectos que aún tienen vigencia en sus vidas adultas. Analizaremos también el modo en que la audiencia se reconoce y se nombra a sí misma.

Por último, en esta línea conceptual, nos resulta interesante retomar al investigador Jesús Martín-Barbero (1987) y lo que él ha mencionado al respecto: “Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento” (Martín-Barbero, *op.cit.*:9).

### **2.1 “¡No estaba sola, estaba con *Floricienta*!”: el ritual de mirar la telenovela**

Según la Real Academia Española<sup>33</sup>, la palabra “ritual” tiene dos significados:

- 1) Conjunto de ritos de una religión, de una Iglesia o de una función sagrada.
- 2) Estar impuesto por la costumbre.

El “ritual” está asociado a la religiosidad, a distintas acciones que se hacen costumbre, por la repetición y el hábito. Aquí nos parece interesante plantear que el hecho de mirar *Floricienta* se efectúa como si fuera una especie de “ritual” ya que, todos los días y a una determinada hora, la audiencia se sentaba frente a la pantalla para el consumo de dicha telenovela.

Jesús Martín-Barbero (1997) propone pensar a los medios de comunicación como fenómenos tanto culturales como antropológicos, ya que si bien con la llegada de la modernidad el mundo se ha “desencantado” por la gobernanza de la Razón, son los medios masivos los encargados de cumplir esa función de religiosidad y mito para lograr “re-encantar” al mundo. El autor señala

(...) la pregunta que yo estoy planteándoles como objeto para las investigaciones es qué queda de rito, qué queda de celebración comunitaria, en los nuevos modos

---

<sup>32</sup> Declaración realizada por la Entrevistada “C”.

<sup>33</sup> <https://dle.rae.es/ritual>

massmediáticos de juntarse la gente. En el show religioso, en los Juegos Olímpicos, en los conciertos de rock, incluso en los macro concursos de la televisión, qué queda de rito, qué queda de celebración comunitaria (Martín-Barbero, *op.cit.*:4).

Nuestro trabajo es analizar comportamientos, usos y apropiaciones de la audiencia infanto-juvenil de *Floricienta*. Es por ello que, en este caso, haremos foco en el momento específico en donde los niños, las niñas y los adolescentes se sientan a mirar televisión.

La telenovela *Floricienta* se emitía de lunes a viernes a las 18 horas, horario donde la mayoría del público infanto-juvenil ya había retornado de la escuela y se encontraba en sus hogares. Muchos identificaban al horario de *Floricienta* con el momento de la merienda: allí es donde se sentaban frente a la TV listos para el consumo de la producción. Una de nuestras entrevistadas recuerda este momento y subraya: “Es lindo recordar esos momentos donde nos sentábamos a merendar, nos hacían la leche chocolatada, y si no hacías la tarea no te dejaban ver la tele” (Entrevistada “D”).

La audiencia infanto-juvenil suele relacionar a la TV como un momento de goce y disfrute, en contraste con las obligaciones y/o tensiones de otros contextos como puede ser el escolar o el familiar. En una de sus reconocidas obras, Valerio Fuenzalida (2007) observa que

Al regresar desde la escuela al hogar, el estado de ánimo situacional de los niños ante la TV es primariamente descansar y relajarse físico-psicológicamente; las madres en esos momentos dan de comer a los escolares; los niños comen y descansan mirando TV, a veces simultáneamente juegan, pelean, o leen etc. (Fuenzalida, *op.cit.*:49).

Bajo esta línea, la entrevistada “D” ubica entonces la importancia de “hacer la tarea” y cumplir con los deberes escolares, para luego obtener el permiso de los padres y/o madres para ver la telenovela. Por su parte, otra de las televidentes planteó que

La mayor parte de las veces veía *Floricienta* con mi mamá, porque ella se enganchó también. Lo que pasa es que mi mamá laboró siempre, y ese fue el primer año que no laboró fuera de casa, como trabajo asalariado. Entonces, *Floricienta* fue un punto de encuentro, yo era fanática de la merienda entonces a las 6 de la tarde nos sentábamos a mirar tele, y poníamos la telenovela.

Entrevistada “A”.

En esta cita, nos parece relevante poder destacar dos cuestiones: en primer lugar, el hecho de que nuevamente aparece “la merienda” como un momento relacionado a *Floricienta*, un momento convertido en una especie de “ritual”.

La segunda cuestión es que nos encontramos con que *Floricienta* se asocia con un “punto de encuentro” entre el infante o adolescente y la madre, como si la emisión diaria actuara como refuerzo de ese vínculo y promoviera la complicitad. Puntualmente, no consideramos casual que sea la madre quien acompañe en este ritual, ya que Fuenzalida (1992) investigó que, en los inicios de las telenovelas, fueron las mujeres quienes más se acercaron a este género porque se lograban identificar con las temáticas y además disfrutaban de un momento fuera de la rutina.

Bajo este punto, otra de las entrevistadas recordó haber atravesado una experiencia similar y manifestó: “Mi mamá la veía a veces conmigo, además tenía los CD’s y me cansaba de escucharlos, en mi casa estaban al tanto de que me gustaba *Floricienta*” (Entrevistada “M.A”).

En el 2004, año en que se transmitió *Floricienta* por primera vez, aún no existían todavía páginas o plataformas web que transmitieran la telenovela de forma diferida. *YouTube*, por ejemplo, surgió en el 2005 y recién muchos años después – en el 2016 – nació el canal oficial de *Floricienta* dentro de esa plataforma, desde donde se publicaron todos los capítulos.

Si bien se podían grabar los episodios, a través del sistema de grabación analógica de VHS, no todos los hogares contaban con esta tecnología. Por ende, en ese entonces había que cumplir con un “ritual” para poder seguir la historia capítulo tras capítulo: se trataba de esperar todos los días a que se cumpla el horario exacto para poder sentarse frente a la pantalla a ver la telenovela. Relacionado con esto, una de nuestras entrevistadas recordó aquel momento tan particular de su vida de la siguiente manera:

Yo lo que recuerdo es que me gustaba mucho, esperaba todos los días a que sea la hora para verlo y me sabía todas las canciones. Es el día de hoy que lo recuerdo y me emociono.

Entrevistada “D”.

Otro testimonio interesante que obtuvimos fue el de la entrevistada “M”, quien nos confesó que había veces que por la tarde tenía alguna actividad extra escolar y no llegaba al horario de la telenovela. Sin embargo, encontraba alternativas para no perderse su programa favorito:

En ese momento no se podía grabar. Si me lo perdía, me lo perdía. Pero al día siguiente la telenovela empezaba con 'escenas del capítulo anterior', entonces me ponía al día con eso.

Entrevistada "M".

Asimismo, nos parece pertinente mencionar el concepto de "poder visual" que plantea Oscar Landi (1992) con respecto a la relación que se establece entre el televidente y aquello que ve en la televisión. Esto es,

El espectador disfruta, se olvida de los problemas diarios, se aburre, critica los programas, se pregunta por qué le cuesta tanto apagar la tele, hace pasar el tiempo, se fascina con paisajes lejanos e inaccesibles (geográficos y humanos), forma sus preferencias políticas. Nada más ni nada menos (Landi, *op.cit.*:146).

Landi (*op. cit.*) también considera que este "apego" a la pantalla hace que sea cada vez más borrosa la distinción entre ficción y realidad. En este sentido observamos que, en nuestras entrevistas, hay una fuerte adhesión a la telenovela y a los protagonistas que hacen que, al mirar *Floricienta*, se la sienta como una acompañante más dentro del hogar:

La miraba en casa, muchas veces acompañada. Me acuerdo que mi tío me llamaba y me decía "¡Mirá, empezó Floricienta, vamos a ver Floricienta!". Sino la miraba con amigas, y sino sola, me sentaba y merendaba... ¡No estaba sola, estaba con Floricienta!

Entrevistada "C".

En esta última frase, la entrevistada "C" reafirma la concepción de que, frente a *Floricienta*, no había un sentimiento de soledad sino de compañía. Esto trae aparejado afectos y pasiones, que se ponen en juego en el momento de la recepción y que analizaremos en profundidad más adelante.

En nuestra indagación por conocer experiencias y conversar con personas que fueron consumidoras de *Floricienta*, nos encontramos con el testimonio del entrevistado "I" quien nos mencionó que su acercamiento con la telenovela fue gracias a su hermana, ya que en ese entonces compartían habitación con una sola televisión y se turnaban para elegir qué programas ver. Él confesó que

Si algún día mi hermana no estaba ese día en casa, me acuerdo que he llegado a poner yo Floricienta en la tele, porque me había enganchado con la historia, no era solo verla porque ella lo ponía sino que, cuando avancé en la historia, yo también la quería ver, y en ese momento no estaba YouTube para verla diferido, tampoco la grabábamos.

Entrevistado "I".

Si bien en una primera lectura podríamos decir que el consumo se dio gracias a su hermana, también observamos que en verdad hubo una conexión individual por parte de él para con la trama de la telenovela. Esto se ve demostrado, por ejemplo, en los momentos en que ella no estaba en su casa y él igualmente decidía sintonizar a *Canal 13* a las 18 horas.

En relación con lo que venimos analizando, "I" también comenta que en su "ritual" de mirar la telenovela, había veces que se sumaba su madre, es decir, nuevamente la figura materna aparece dentro de ese tipo de experiencia. Incluso, el modo en que aparece la madre es la de un adulto despojada de las fantasías infanto-juveniles:

Entre los tres charlábamos, mi vieja sobre todo con una posición más adulta, un poco más desde el sentido de la realidad, porque la telenovela era fantasiosa en algunos momentos, se iba un poco de la realidad. Floricienta me acuerdo que tenía amuletos, había partes más de la magia, y cuando sos chico no sabés si eso existe o no, vos de chico tenés de referencia a la televisión, entonces había esas dudas. "Che, ma, ¿los amuletos existen?", le preguntábamos.

Entrevistado "I".

De modo similar a ello, la entrevistada "D" también ha declarado sobre el vínculo con su madre: "Sé que existe el mal, pero en ese caso mi mamá me quería hacer entender que era una ficción y quizás me quería cuidar de que cuando sea grande no me pasen cosas malas" (Entrevistada "D").

Entonces, desde acá nos surgen algunos interrogantes: ¿cómo se ubica al rol de la madre en el vínculo espectador-telenovela? ¿Por qué habría que "cuidar" a los hijos/as de los mensajes de *Floricienta*? ¿Qué son esas "cosas malas" que podrían sucederle a la audiencia por el consumo televisivo? ¿Cómo se posiciona el niño/a ante esto?

Lo que a nosotras nos interesa es observar cómo es que, en esa experiencia del mundo infanto-juvenil, se construyen sentidos y rituales que generan vínculos con la telenovela pero también con sus pares o familiares. En otras palabras, además de construir una

afectividad con la telenovela y, a su vez, elegir diariamente su consumo, los vínculos primarios también se ven afectados, ya que surgen nuevas formas de relación.

## **2.2 Identificación con los personajes de *Floricienta***

En este apartado, nos encargaremos de analizar la construcción de la identidad que se da por parte del público infanto-juvenil y la manera en que logran —desde su lugar—identificarse con determinados personajes de la historia de *Floricienta*. En particular, haremos foco en el reconocimiento de una serie de experiencias que ocurren en la trama y cómo ello influye emocionalmente en los niños, las niñas y los adolescentes que han sido televidentes de la producción.

La etapa de la infancia y de la adolescencia es trascendental en la vida de las personas: se trata de aquel momento en el que se comienza a construir la propia identidad. Es un período en el que los individuos comienzan a observar el mundo que los rodea, conocen cómo es que se desarrollan y desenvuelven las relaciones entre pares, surgen las amistades, los primeros enamoramientos, entre otros puntos destacables. Diversos autores se han encargado de abordar la identidad, planteando así una serie de perspectivas que se relacionan directamente con el desarrollo que se da desde el transcurso de la niñez en adelante. Bajo esta línea conceptual, María Gabriela Sepúlveda junto a Soledad Larraín (1997) hacen alusión a ello y mencionan que

La identidad personal corresponde a una construcción de sí mismo, caracterizada por la organización dinámica de los impulsos, de las habilidades personales, creencias e historia personal que va desarrollándose en medio de las interacciones con los otros, las cuales nos permiten ir “reconociéndonos” (Sepúlveda & Larraín, *op.cit.*: 9).

Los niños, las niñas y los adolescentes se enfrentan así a una serie de experiencias que pueden alterar las construcciones de sí mismos, afectando al desarrollo de su propia personalidad. La identidad personal se desenvuelve de manera evolutiva y en constante movimiento, a partir de poder comprenderse uno mismo como individuo frente al resto del mundo. Desde pequeños, nos reconocemos como seres únicos e inmersos en un determinado contexto social que nos rodea.

Como ya hemos mencionado anteriormente, Stuart Hall (2003) se ha encargado de analizar la construcción de la identidad y lo relaciona de modo directo con la identificación que se da a través de ese periodo de desarrollo. El autor menciona que

La identificación resulta ser uno de los conceptos menos comprendidos: casi tan tramposo como «identidad», aunque preferible a este; y, sin duda, no constituye garantía alguna contra las dificultades conceptuales que han acosado a este último. Su uso implica extraer significados tanto del repertorio discursivo como del psicoanalítico, sin limitarse a ninguno de los dos. (...) En el lenguaje del sentido común, la identificación se construye sobre la base del reconocimiento de algún origen común o unas características compartidas con otra persona o grupo o con un ideal, y con el vallado natural de la solidaridad y la lealtad establecidas sobre este fundamento (Hall, *op.cit.*: 15).

La historia que se narra en *Floricienta* exhibe lo que ha sucedido – a lo largo de los años – con cada una de las producciones que fueron creación de Cris Morena. Es a través de la narrativa – como fenómeno comunicacional – que se aporta una múltiple información acerca de personajes, ideas o entidades que responden a determinados cánones culturales. Desde este lugar, el receptor, a través de sus propias experiencias, logra representarse en la situación interpersonal que se da – por ejemplo – entre los protagonistas de la historia.

El filósofo Edgar Morin (1972) investigó sobre los procesos de identificación y reflexionó sobre la capacidad que tiene el espectador al sumergirse en la trama de una historia. En este sentido, él ha declarado que

La proyección es un proceso universal y multiforme. Nuestras necesidades, aspiraciones, deseos, obsesiones, temores, se proyectan en el vacío no solamente en sueños e imaginaciones, sino sobre todas las cosas y seres. (...) En la identificación, el sujeto, en lugar de proyectarse en el mundo, absorbe el mundo en él (Morin, *op.cit.*: 101-102).

Las identificaciones con los personajes y la historia narrada resultan ser imprescindibles para que este tipo de telenovelas infanto-juveniles logren ser completamente efectivas. Desde la identificación, se transmite y construye una serie de valores morales como lo son la amistad, el amor, la lealtad o la empatía, entre otros.

Respecto a la historia de *Floricienta*, realizaremos aquí un análisis sobre las identificaciones que nuestros entrevistados mencionan que han tenido con algunos de los personajes de la trama. De 13 personas que fueron consultadas, 8 confesaron haberse sentido identificadas con el personaje principal que encarnó la actriz Florencia Bertotti (*Floricienta*). El carisma que la caracterizaba, su amor por la música y el baile, junto a su romanticismo y su mente soñadora, son algunos de los detalles que conforman la variedad de combinaciones y

posibilidades que facilitaron la identificación con este personaje y con sus situaciones recreadas. En particular, la identificación que ocurría con esta figura fue explicitada por los entrevistados de la siguiente manera:

Creo que pasó un poco por eso, por la vestimenta, y también por identificarme con ella, la veía tan torpe, tan lo opuesto a lo hegemónico. Me identificaba con esa mina soñadora pero que es torpe, que le salen las cosas mal por ser atolondrada. (...) Por esto que les decía de lo torpe, más en esa edad, yo tenía 10 años, me sentía torpe y atolondrada, y justo tener ese personaje que representa todo eso y su personalidad era esa, me interpelaba por completo.

Entrevistada "M.A".

Había mucho de ella, de Floricienta. Porque me gustaban mucho los chiquitos, era siempre la niñera de mis primitos, además me gustaba mucho cantar y bailar. Creo que conectaba por ese lado con ella, aunque era una figura mayor que yo.

Entrevistada "S".

Es posible comprender entonces el rol que cumple la televisión para el público infanto-juvenil: desde allí los más jóvenes comparan continuamente su propio mundo social con el de la televisión, para así evaluar el realismo de las representaciones que se les presentan. De esta manera, logran conformar un parámetro entre la evaluación de su vida y la situación personal que los atraviesa.

El hecho de que sea *Floricienta* el personaje con el que la mayoría de los consultados recordó haberse sentido identificado, no es mera casualidad. En primer lugar, porque era la protagonista, pero además, se trataba de una figura humana que lograba promover, en los otros, una serie de emociones y sentimientos.

Asimismo, a diferencia de lo que transcurría con los dibujos animados, muchas de las experiencias que transitaba *Floricienta* eran reales y podían ser vividas o atravesadas por cualquier persona, lo cual aportaba mayor atractivo a la historia. Como resultado de ello, los televidentes lograban construir cierta "familiaridad" con este personaje que presentaba esta representación de sus vidas.

La entrevistada "M.E" al ser consultada acerca de cuál había sido el personaje con el que más se identificaba, respondió que

A mí me gustaba Florencia Bertotti porque le gustaba cantar y bailar. En ese momento yo iba a comedia musical y me gustaba cómo actuaba ella. (...) Ella es un ejemplo de vida, de superación, de seguir adelante. Eso pasa en la realidad.

Entrevistada "M.E".

Nos resulta interesante poder destacar aquí el relacionamiento que realizó "M.E" entre el personaje de *Floricienta* y la actriz que lo encarnó, Florencia Bertotti. Al brindar su testimonio, la entrevistada expresó que se sentía identificada con la figura artística, ella quería ser Florencia Bertotti. Particularmente, nos llamó la atención el modo en que lo expresó de modo natural, como si no lograra desdoblarse que *Floricienta* era un personaje ficcional y Bertotti una persona real. Para "M.E", Bertotti y *Floricienta* son lo mismo y aún lo recuerda así, a pesar del paso del tiempo.

En uno de sus estudios realizados, la psicóloga Mireia Bassols (2006) se ha encargado de establecer que es en la acción (a través de personajes creados individual o colectivamente) que uno se sitúa entre dos mundos: la realidad y la ficción. Así es como resulta posible comprender entonces que la creación y recreación de una historia, facilita al niño/a o adolescente a la expresión de sus emociones, pensamientos, sentimientos y conflictos, en base a la visión que tienen del mundo.

Por su parte, también se le permite un proceso de creación, ya que al relacionarse con el o los personajes, éste va construyendo y/o modificando sus representaciones internas como resultado de una toma de consciencia de sí mismo y de los otros.

Muchas veces, las imágenes que son proyectadas a través de este tipo de telenovelas se utilizan como fuente de información y comparación en la búsqueda de una identidad propia. A través de este tipo de representaciones, por ejemplo, usualmente se retratan historias que presentan situaciones desde donde se muestra a "familias que son felices" y eso puede repercutir de modo particular en el público infanto-juvenil. Así es como resulta posible pensar que – de modo inconsciente – muchas veces los niños, las niñas y los adolescentes ven proyectados sus problemas diarios a través de lo que consumen en la telenovela. Bajo este aspecto, una de nuestras entrevistadas dio cuenta de cómo se sintió identificada con la historia de *Floricienta* y de qué manera eso influía en su realidad familiar. Ella manifestó que

(...) Flor Bertotti me parecía una tremenda protagonista, quería que fuese mi madre. Me gustaba lo que se planteaba, porque no era todo sobre huérfanos, sino que mostraba otro tipo de sensibilidad. (...) Porque yo siento que tal vez en ese momento no estaba pasando por un buen momento personal y tenía una relación media complicada con mi

madre, entonces tenía muchas ganas de poder llegar a una familia que me diera contención o tener una imagen materna más amorosa, contenedora.

Entrevistada "N".

En este sentido, no sólo observamos que hay una identificación con la historia de la telenovela, sino con la misma actriz que protagoniza *Floricienta*: Florencia Bertotti. La entrevistada, al plantear que fantaseaba con que Florencia Bertotti sea su mamá, nos hace pensar sobre los límites entre la ficción y la realidad. En donde, muchas veces, es confuso y la ficción funciona como realidad. Anteriormente analizamos el rol de la madre de nuestros/as entrevistados/as, ella estaba sumamente presente en el momento de ver la telenovela, pero además, con la perspectiva de la entrevistada "N", podemos decir que también la figura de la madre está como deseo y afecto en la mirada hacia la actriz.

Del total de las personas que hemos entrevistado, solo una (1) fue hombre. Es así como nos interesa aquí poder destacar la diferencia que ocurre – en función del género – en las relaciones que cada individuo construye con la historia de una telenovela y cómo ello también influye en la construcción de su propia identidad.

En una de sus obras, la socióloga francesa Dominique Pasquier (1996) ha manifestado que muchos niños y adolescentes varones se interesan por el consumo de telenovelas para así poder adquirir – aunque a muchos les cueste admitirlo – conocimientos sobre el amor y las relaciones de este tipo.

Nuestro entrevistado "I" ha confesado que lo que más le atraía de la historia era el romance de desencuentro que ocurría entre los personajes de *Floricienta* y Federico, ya que le interesaba poder ver cómo era que terminaba esa relación. Al ser consultado sobre con cuál de las figuras protagonistas se sentía más identificado, "I" mencionó que

(...) por la edad me identificaba más con los chicos. Estaban Lali y Cachete Sierra. Me acuerdo que los más chicos siempre se metían en líos y los más grandes los retaban. Me identificaba con el chico, Agustín Sierra, me acuerdo que tenía algún que otro noviazgo, y por más que yo todavía no era adolescente, sí me sentía cercano a él. Con los grandes no me identificaba.

Entrevistado "I".

El hecho de que más de una generación de varones se haya "desentendido" de una serie de cuestiones que estén ligadas con "lo emocional", tiene conexión directa con un trasfondo que se relaciona con la presión social que muchas veces existe para establecer continuamente cierta "masculinidad". Respecto a la negación que ocurre – por parte del

público masculino – al no poder confesar que consumen determinado producto televisivo que “es para mujeres”, el entrevistado “I” confesó que

(...) era algo de nenas, si lo contabas, te cargaban. No se evaluaba mucho el contenido, si veías algo de eso, te tildaban de maricón o lo que fuera, y no se evaluaba la historia ni si estaba buena la trama. Me daba vergüenza porque si se enteraban me iban a cargar y después era muy difícil sacarse esa marca. (...) Pero yo me sentía identificado con personajes que eran pibes, porque les pasaban cosas, desamores. Pero en el colegio se juzgaba si uno veía novelas de nenas o programas de nenas. Listo. No había mucha discusión. Yo prefería negarlo, no tener a nadie con quien comentarlo en vez de tener una marca, porque a esa edad tenés que defenderte y no quería pasar por eso.

Entrevistado “I”.

En este sentido, Jesús Martín-Barbero (2002) se ha encargado de analizar el cambio que atraviesan las nuevas generaciones a través de la construcción de la propia identidad y cómo es que los tiempos han cambiado. Al respecto, el investigador manifiesta que

Estamos ante la formación de comunidades hermenéuticas que responden a nuevos modos de percibir y narrar la identidad, y de la conformación de identidades con temporalidades menos largas, más precarias pero también más flexibles, capaces de amalgamar, de hacer convivir en el mismo sujeto, ingredientes de universos culturales muy diversos (Martín-Barbero, 2002: 3).

Al igual que lo manifestó el entrevistado “I”, otras consultadas también declararon haberse sentido identificadas con quienes personificaban a los más chicos en la historia de *Floricienta*. Los personajes de Martín, Tomás, Robertita y Dominique, conformaban un grupo que continuamente se la pasaba haciendo travesuras que hacían enojar a los “más grandes”, al igual que puede ocurrir en la realidad de cualquier familia.

Esto se vincula de modo directo con el esquema lúdico dramático del “*niño alocado*” al que hace mención Valerio Fuenzalida (2005) en su investigación: es la audiencia infanto-juvenil la que logra vivir y reconocerse simbólicamente en el desorden, en las locuras y en las maldades que se transmiten a través de los discursos que presenta la TV. Bajo este aspecto, las personas consultadas recordaron lo siguiente:

Lo que más me gustaba eran las escenas graciosas de Robertita, y todos los nenes cómo actuaban. (...) Yo no siento que soy graciosa. En ese momento, tampoco lo era y decía 'ojalá sea ella', en el sentido aspiracional.

Entrevistada "D".

Me gustaba mucho el personaje de Lali, pero también me gustaba mucho Agustín Sierra... ¡Estaba enamorada de Agustín Sierra, chicas! Estaba él con sus anteojitos y a mí me encantaba. (...) Cuando jugábamos a Floricienta con mis amigas había mucho juego de roles, pero si tenía que elegir uno hacía de Pía, Robertita o Floricienta.

Entrevistada "C".

A modo de conclusión, nos resulta interesante poder reflexionar sobre el incremento de la "autoconciencia" que cada individuo desarrolla a lo largo de la niñez y la adolescencia.

A través del consumo de la telenovela de *Floricienta*, las imágenes transmitidas en la trama aportaban – de forma directa – cierta sensibilidad en sus televidentes más chicos, los cuales lograban así identificarse con las experiencias presentadas. Aquellos discursos que se expresaban a través de la historia generaban una relación entre los receptores y diversos símbolos mediáticos, que se encontraban rodeados de complejidad, y que aportaban a la construcción de la identidad personal de cada individuo.

### 2.3 Finales no felices

*Y así será...  
será un gran amor hasta el final,  
que nadie nunca podrá separar,  
un gran amor...  
que el corazón tanto esperó, y así será.<sup>34</sup>*

En este apartado, nos encargaremos de abordar el particular final de la primera temporada de *Floricienta*. A través de un acontecimiento inesperado, el público infanto-juvenil de esta producción sintió un desconcierto que aún hoy recuerda.

Tradicionalmente, las telenovelas presentan una fórmula que les es propia y resulta ser clara para los espectadores: es a través del desenlace de la historia, donde se promete el "triumfo" del amor y la justicia social. A pesar de los obstáculos que se presentan con el correr de los capítulos, el televidente conoce que hacia el final de la historia se dará un

---

<sup>34</sup> Estrofa de la canción "Y Así Será" de *Floricienta*. Compositores: Carlos Zulusberg Nilson / Maria Cristina De Giacomini (2004).

equilibrio que resolverá todo tipo de conflicto que se haya presentado anteriormente. Es decir, se trata de un “final feliz” para los buenos y un castigo para los villanos.

Laura Chernitsky (1996) indaga sobre el placer que transmite la telenovela como tal, y menciona que se trata de un género en el que el espectador comprende que el final de la historia concluye con el desarrollo de un desenlace “perfecto”, gracias a la unión que se da entre los protagonistas principales.

Sin embargo, en *Floricienta*, Cris Morena decidió romper con el clásico formato ya establecido y televisó un final distinto que marcó más de una polémica en toda una generación de niños, niñas y adolescentes. Fue en el capítulo 173 de la primera temporada (2004), cuando se transmitió la trágica muerte de Federico Fritzenwalden (Juan Gil Navarro), uno de los personajes principales de la reconocida producción infanto-juvenil. En particular, ese episodio midió 24,3 puntos de rating y se convirtió en el segundo programa más visto del día.

Federico estaba a punto de casarse con Delfina, la villana de la historia, cuando decidió arrepentirse y rescindir – con firmeza – la iniciativa que estaba por tomar frente al altar de la iglesia. Así es como él escapa de la ceremonia y le declara, finalmente, su amor a *Floricienta*. Hasta ahí, todo parecía ser perfecto; pero dos días antes del final de la primera temporada (2004), Federico muere en un accidente automovilístico. En verdad, él arriesga su vida para evitar que su hermano (Franco Fritzenwalden) fuera atropellado.

El personaje de Federico fallece al instante, pero su alma y su espíritu se encarnan en otra figura: Máximo Augusto Calderón de la Hoya (Fabio Di Tomaso), quien será el enamorado de *Floricienta* durante el transcurso de la segunda temporada (2005) de la telenovela. Este desenlace se vincula directamente con la fuerza del amor que perdura entre *Floricienta* y Federico, ya que desde allí se representa un “amor eterno” que ni la muerte logrará separar. Para uno de nuestros entrevistados (“I”), era hasta “injusto” que dichos personajes no terminaran juntos:

(...) lo que me pasó es que no entendía por qué el final no era feliz. (...) además estuvieron sufriendo toda la temporada, la mala se había hecho la embarazada, después se hace la que se cae de las escaleras y lo pierde, es decir, un montón de situaciones que tuvieron que vivir y después no terminan juntos.

Entrevistado “I”.

Tras lo ocurrido, muchos de los espectadores no lograron comprender por qué el final de la primera temporada (2004) no había sido feliz. Los niños, las niñas y los adolescentes se encontraban confundidos con la presentación de la repentina muerte de Federico y su

posterior reencarnación en un nuevo personaje, ya que no concebían de qué se trataba ello. En relación con esto, algunas de las personas entrevistadas también expresaron lo siguiente:

No, no entendí lo que pasó. En ese momento no lo entendí, incluso no me gustó porque hay partes de la segunda temporada que no la miré. Todo bien con el actor Fabio Di Tomaso, pero no me gustó su personaje de “El Conde”. Yo quería al otro, no quería al Conde nuevo. Tenía la esperanza de que en algún momento fuera a volver el Freezer, pero no.

Entrevistada “C”.

(...) A mí me gustaba Federico y la historia de amor entre ellos. Nunca le encontré lo atractivo a lo mágico, o a lo que está por fuera de lo terrenal, me parecía bastante berreta que reencarne en el Conde.

Entrevistada “A”.

En una entrevista con Nora Mazziotti (1993), el histórico y recordado autor de telenovelas Alberto Migré comentaba sobre el desconcierto que genera en los espectadores el final infeliz. En referencia a una de sus obras más emblemáticas, *Piel Naranja* (1975), en la que mueren sus protagonistas, Migré intentaba interpretar las reacciones de los televidentes, ya que muchos se quejaron por ese cierre imprevisto:

Creo que [no quieren que la telenovela termine mal] por una gran angustia general, una gran carga de angustia que tenemos todos, presiones, y por eso les importa de alguna manera saber que allí donde pusimos tanta cuota de fantasía, habrá un final feliz (Mazziotti-Migré, *op.cit.*:99).

Pero, ¿por qué los televidentes siempre esperan que exista un “final feliz” y se sienten defraudados cuando eso no sucede? En este tipo de producciones, existe una “naturalización” en torno a la relación que se da entre una mujer y un varón, como si fuese una especie de elemento ya instalado que resulta ser indiscutible en la historia central. Por esta razón, muchas veces, es hasta impensado que se desarrolle un final distinto al que vincula la coronación de un matrimonio eterno – y feliz por siempre – entre los protagonistas del relato. De este modo, la unión matrimonial se constituye en el final por excelencia de los relatos melodramáticos tradicionales.

Es así como resulta posible pensar que los finales felices invocan – a menudo – un mundo “idealizado” rodeado por la bondad y el amor. Desde su lugar, los espectadores se identifican con las alegrías, los sufrimientos, los obstáculos y el amor que atraviesan los personajes protagonistas de la historia, con los que construyen una auténtica complicidad.

En una de sus investigaciones, María Victoria Bourdieu (2009) realizó un recorrido por las más reconocidas telenovelas argentinas y declaró que

En el caso de la telenovela el final feliz es fundamental; de lo contrario deja de cumplir las expectativas de género socialmente sostenidas y resulta un fraude, una falta de consideración hacia el público, que pacientemente acompañó a los protagonistas en su pelea para lograr la felicidad, y en cambio los ve morir dolorosa y patéticamente en el último minuto de programa (Bourdieu, *op.cit.*: 40).

Al consultar sobre el final de *Floricienta*, algunas de las personas que fueron entrevistadas hicieron alusión a que se trató de algo traumático para toda una generación. Bajo esta línea, algunos de ellos comentaron:

La muerte del Freezer representó el gran trauma de toda mi generación, fue *heavy* de verdad, nos atravesó como generación. Me acuerdo que mi mamá vio el capítulo conmigo, porque creo que algo sabíamos que se iba a morir...algo habían adelantado.

Entrevistada "S".

No podía creer que la primera temporada terminase así, no podía creer que no podían alcanzar la felicidad. Había un camino enorme hasta llegar a la felicidad en *Floricienta*. (...). *Wow*, no puede ser. No es que marcó y todos los días de mi vida pienso que me va a pasar algo malo, pero eso contribuyó a que hoy, cada vez que me pasa algo bueno digo "no puede ser verdad, algo malo va a pasar", porque nos comieron tanto la cabeza con eso en televisión.

Entrevistada "A".

Yo sentí una angustia y como que mis papás no iban a estar más algún día. Automáticamente pensé en eso, como que en algún momento se van a ir. También con el tema de la reencarnación me puse a llorar más. Pero pensaba en que quizás mis papás podían reencarnar en otra persona.

Entrevistada "C".

Según una nota del portal *El Día* titulada "El escándalo del final"<sup>35</sup> (2004), muchos padres y madres realizaron llamados o enviaron e-mails a la productora Cris Morena Group y al *Canal 13* quejándose sobre lo sucedido. Algunas familias comentaron que han tenido que

---

<sup>35</sup> (28 de Noviembre del 2004). "El escándalo del final". *El Día*. <https://bit.ly/3q5iSA4>

dar explicaciones a los más chicos sobre temas relacionados con la muerte o la reencarnación a partir de lo sucedido en *Floricienta*.

En relación con esto, la psicóloga Noelia Grunblatt (2020) realizó una investigación acerca de cómo los niños abordan el tema de la muerte y declaró que

La muerte es tabú en la sociedad actual. Tenemos, en general, una actitud esquivada frente a ella, se la intenta ocultar, incomoda, no se habla abiertamente de la muerte y se evita nombrarla a pesar de ser un hecho natural y cotidiano. (...) Se tiende a ocultarles las muertes que suceden alrededor, se los aleja de la presencia real de la muerte porque se considera que son muy pequeños y no están preparados, pero si están preparados para sentir amor, ¿por qué no estarían preparados para sentir dolor? Tanto el amor como el dolor estarán presentes en sus vidas, y una buena gestión desde la niñez los ayudará a manejar sus emociones de forma saludable (Grunblatt, *op.cit.*: 3).

En el historial de telenovelas argentinas ya existía una que había sido disruptiva y que logró quedar en la historia por haber acabado con lo previsible, como comentamos líneas arriba: *Piel Naranja*. La telenovela argentina estuvo protagonizada por los actores Arnaldo André, Marilina Ross, Raúl Rossi y un gran elenco. Esta historia fue emitida originalmente por *Canal 13*, logrando índices históricos de audiencia y aún hasta el día de hoy es recordada por ser una de las primeras ficciones de este género que tuvo un desenlace trágico.

“Piel Naranja” cuenta la historia de un dramático triángulo amoroso integrado por Clara (Marilina Ross), Juan Manuel (Arnaldo André) y Joaquín (Raúl Rossi). Este último casado con ella, llevando una gran diferencia de edad entre ambos y un matrimonio infeliz dominado por los celos posesivos a raíz de su impotencia. Fue en el momento cumbre de la historia de amor, cuando se anuncia la resolución del triángulo amoroso: el personaje de Clara decide quedarse finalmente con Juan Manuel, pero presa de los grandes miedos de su celoso y posesivo marido, escapa con su amante a Paraguay. Sin embargo, en la escena final de la telenovela, Joaquín los encuentra y con una gran ira los mata con un revólver a tiros, dándole a él mismo también un ataque cardíaco. De esta manera, mueren los tres protagonistas principales de la telenovela.

En su tesis de maestría, Eugenia Marisol Silvera Basallo (2018) se ha encargado de analizar a las históricas espectadoras de telenovelas y reflexiona sobre el famoso “Happy End”:

El final feliz se relaciona con la ilusión, con la capacidad de imaginar e inventar nuevos mundos. A la telenovela se le cuestionó su capacidad para provocar la ensoñación popular así como su falta de anclaje en las problemáticas sociopolíticas. Esta idea de un

consumo acrítico e irreflexivo no dejaba ver que a la telenovela los espectadores le exigen, entre otras cuestiones, satisfacer la necesidad de soñar (Silvera Basallo, *op.cit.*: 82).

El público receptor espera ansiosamente que se dé el triunfo del “amor eterno” entre los protagonistas principales de la historia. De algún modo, esa “promesa de eternidad” es una victoria del amor y la justicia, dentro del género melodramático. Esto es resultado de que, históricamente, las telenovelas se concentraban en el triunfo del amor, de los buenos que vencen a los malos y que son felices por siempre.

Si bien la telenovela fue transmitida a lo largo del 2020 por la pantalla de *Telefe*, el famoso y recordado capítulo 173 volvió a emitirse recién en abril del 2021. Fue allí cuando nuevamente detectamos que ocurrió una reactivación de la memoria colectiva tras tener que revivir la muerte del personaje de Federico Fritzenwalden, años después de su emisión original (2004). En relación con esto, una de nuestras entrevistadas (“S”) comentó que

Con el reestreno, lo vi otra vez ese episodio y me puse a llorar otra vez, es terrible cómo se muere, fue durísimo. Creo que Cris (Morena) la resolvió dentro de todo bien, aunque tendría que haber terminado ahí la novela para mí. Evidentemente conecté con algo que me había pasado de chica.

Entrevistada “S”.

En este sentido, la entrevistada “S” se animó a discutir el guión escrito por María Cristina de Giacomini: para ella, la telenovela debería haber terminado ahí y no continuado con la segunda temporada en el 2005. Por un lado reconoce que es ficción y que Cris Morena tenía que resolver el final, pero también manifiesta que éste fue “durísimo” y que aún – en su vida adulta –, recuerda el momento e inevitablemente vuelve a su pasado anclando a ello con algo que forma parte de su historia.

Otro punto de vista fue el de la entrevistada “B”, quien confiesa que en su momento sufrió por el final, pero que, cuando fue más grande comprendió que se trataba de algo meramente ficcional:

En ese momento era como que se murió y tenía la esperanza de que reviva, viste que en las telenovelas siempre hacen que se mueren pero después al final no...entonces tenía esa esperanza de que vuelva pero con su mismo cuerpo. (...) Después más de grande entendí que seguro el actor no había arreglado su contrato o tenía una propuesta mejor y chau. Pero en el momento fue re feo.

Entrevistada “B”.

El 28 de mayo de 2021 – casi un mes después de haber sido televisado nuevamente – Florencia Bertotti publicó en su canal de *YouTube* un “video reacción” al recordado capítulo 173 de la primera temporada de *Floricienta*. Al comienzo del mismo, ella reflexionó:

Este video nos lo pidieron un montón, pero un montón, un montón, un montón... y creo que cuando me dicen que fueron muy felices viendo a Floricienta, no se están refiriendo a este capítulo. Es el video en el que el Freezer muere y todo sucede el día en el que se van a casar... ¡es tan triste, tan triste! Lo que yo lloré haciéndolo... la verdad que nunca lo vi después, pero sí supe que fue conmovedor... Fue muy triste, muy triste que muriera el amor de su vida en esa situación, en esa circunstancia, en ese momento. Y había muchos chicos viendo la novela, entonces es también como que era muy angustiante todo lo que estaba pasando, todo lo que estaban sintiendo. (...) Vivirlo nosotros, de nuestro lado, también fue como muy emotivo<sup>36</sup>.

En aquel video, Bertotti reacciona a cada escena del episodio en donde se presenta la muerte final de Federico. Con el pasar de los minutos se puede ver en su gestualidad cómo, a través del recuerdo, se entristece con lo que transcurre en aquella historia. Al respecto, la actriz se disculpa con los padres y madres y comprende por qué en aquel entonces esas escenas causaron tanto revuelo: “Ay, qué triste este capítulo... no, no, los padres nos tienen que haber odiado. No, no me gusta, esto no me gusta. No me gusta reaccionar a esto... ¡Es triste! Dejame de joder”<sup>37</sup>.

Tras el regreso de *Floricienta*, volvió a estar en auge este polémico final y fue Cris Morena quien – en un live vía *Instagram* con Mario Pergolini en el 2020 – brindó detalles acerca de la difícil decisión que tuvo que tomar al escribir aquel guión. En relación con esto, la autora confesó que

En ese momento tuve que tomar una decisión importante y tenía que ser maravillosa. Poner una muerte en un programa para chicos es tremendo... y él no la podía dejar a ella. Él nunca la iba a dejar, ¿sino el amor dónde quedaba? (...) El gran drama de Florencia (Bertotti) era: “¿y cómo sigue?” Porque terminó con esto... y bueno, elegimos un autor que no era conocido, casi no era conocido, y el alma de Juan (Gil Navarro)

---

<sup>36</sup> Canal Flor Bertotti. (2021). ❤️ REACCIÓN a la MUERTE de FREEZER - FLORICIENTA - capítulo 173 🍌 🗨️ [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3AWjQoC>

<sup>37</sup> Canal Flor Bertotti. (2021). ❤️ REACCIÓN a la MUERTE de FREEZER - FLORICIENTA - capítulo 173 🍌 🗨️ [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3AWjQoC>

encarnó en Fabio Di Tomaso, “El Conde”. Y ella (Floricienta) sintió algo extrañísimo cuando lo vio, y es que estaba volviendo a estar con Juan (Gil Navarro)<sup>38</sup>.

Pero, ¿por qué Cris Morena se tuvo que “forzar” a escribir ese final no feliz? La razón principal fue que Juan Gil Navarro (quien personificó a Federico) decidió dar un paso al costado y tomar un nuevo rumbo con otro proyecto actoral que se le había presentado. En un reportaje que le realizaron para “Confrontados” (2018), un magazine que se transmite por *Canal 9*, el actor declaró:

Mi salida de eso tuvo que ver con que yo elegí hacer otra cosa, eh... no con un conflicto. En un momento, a fin de año, dije “me quiero ir a hacer otra cosa” que en ese momento era *Hombres De Honor*, una tira de época en Canal 13. Cris (Morena) y Gustavo Yankelevich lo entendieron y me dijeron: “Bueno, bárbaro, está muy bien”<sup>39</sup>.

A modo de conclusión, nos resulta interesante poder reflexionar sobre el impacto que ha causado en el público infante-juvenil el hecho de que la historia de *Floricienta* no haya finalizado con un “Happy End”.

Con el correr del tiempo, a pesar de que ya han transcurrido varios años después de aquella emisión original, hay toda una comunidad que creció y sigue recordando – con tristeza y conmoción – aquel desenlace tan particular. Y es que se trataba de la muerte del príncipe azul de la historia, del amor principal de la protagonista, de quien todos esperaban que terminara eternamente enamorado y feliz junto a *Floricienta*.

Fue a través del discurso de la muerte y de la reencarnación, que se generó una fuerte polémica entre aquellos receptores que eran niños, niñas y/o adolescentes y que se encontraban desconcertados con lo que estaba ocurriendo. A través del apego que se había generado con el personaje principal y con la historia de amor, hubo una desilusión con la telenovela donde observamos que el límite entre la realidad y la ficción estaba difuso.

Esto aportó también a la construcción de la identidad personal y colectiva de la audiencia, ya que muchas de nuestras entrevistadas mencionaron que fue “el trauma de toda una generación”, es decir, hay una identificación con un grupo de personas que vivieron y

---

<sup>38</sup> Canal Estrellitas. (2020). *Cris Morena hablando de Federico y Máximo*. Youtube. <https://bit.ly/3R6CTIR>

<sup>39</sup> Canal Tu Ídolo Teen #ARG. (2018). *ESCÁNDALO Juan Gil Navarro LA VERDAD sobre su salida de FLORICIENTA*. Youtube. <https://bit.ly/3ecvumb>

sintieron lo mismo con un hecho en particular, que incluso, los marcó en el resto de su vida. También es desde donde comenzaron a comprender un poco más acerca del significado de la muerte y pudieron darle entidad a una posible reencarnación.

## **2.4 La interpelación y apropiación de la música**

En este apartado, vamos a analizar el rol de la música en *Floricienta*, esto es: qué apropiaciones realiza la audiencia, con qué canciones se siente más identificada y con cuáles menos, qué sentidos emergen de esta relación con la música, entre otros puntos destacables. Es por ello que partimos de la base de que la música es capaz de generar identidades y subjetividades en los sujetos.

La música en *Floricienta* no es algo que pasa desapercibido, incluso, casi todas las producciones de Cris Morena combinan tanto la actuación como la música. Sin embargo, según la entrevistada “M.A.” *Floricienta* es una de las primeras telenovelas donde se apuesta a la música como algo profesional y de calidad. “En *Chiquititas* es cierto que ya cantaban, pero eran niños y cantaban mal. *Floricienta* canta lindo, canta bien, y había algo de cuidado en eso”, plantea la entrevistada “M.A.”.

En la historia de la telenovela, *Floricienta* se une a una banda musical y en varias oportunidades hay escenas donde ensayan, cantan shows en vivo, etcétera.

*Floricienta* ofreció a su público dos CD’s en sus dos temporadas. El primero llamado *Floricienta y su banda* (2004) y el segundo, *Floricienta 2* (2005). La mayoría de las letras de las canciones fueron compuestas por Cris Morena, y el género musical se asociaba al pop.

El sociólogo Pablo Vila (2001) sigue la perspectiva de los estudios culturales y se focaliza en pensar a la música como representación de ciertos actores sociales. La música, como fenómeno cultural, está en estrecha relación con la formación de identidades sociales. Otro autor que en su obra se preocupa por lo mismo es Simon Frith (1987) y a raíz de ello plantea que:

Entonces, al examinar la estética de la música popular, quisiera revertir el argumento académico y crítico usual: la cuestión no es como una pieza particular de música o una actuación refleja a la gente, sino cómo la produce, cómo crea y construye una experiencia -una experiencia musical, una experiencia estética- que sólo podemos entender si adoptamos una identidad subjetiva y colectiva al mismo tiempo (Frith, *op.cit.*:109).

Además, Frith (*op.cit*) afirma que la música es poderosa en tanto que interpela a los sujetos más que otros productos culturales como puede ser la televisión, ya que trabaja con emociones intensas y la apropiación puede ser mucho más personal, aunque también es un sentimiento colectivo que se comparte con un grupo social.

Desde hace varios años, el género de la telenovela se redefine: tal como lo plantea Aprea *et. al.* (1998), dentro del campo ficcional de la telenovela no hay un único género, no es algo cerrado, sino que la misma absorbe elementos de otros géneros como lo son el thriller, el policial, etcétera.

Podemos decir que en el caso de *Floricienta*, se trata de una telenovela musical: desde allí se combina el género dramático con recursos de la comedia musical – a través de los videoclips o las actuaciones en el *Teatro Gran Rex* – e incluso, los personajes principales también cantan y bailan además de la actuación.

De todas las entrevistas que realizamos, el tópico de la música sobresalió en la mayoría de los testimonios. Bajo esta línea, una de nuestras entrevistadas remarcó que

La música la escucho con frecuencia. Me pasa que, a veces, depende cuánto amor quiera en ese momento, busco sentirme como en un lugar más seguro y quiero tener un recuerdo de mi niñez, entonces voy a las canciones. Me dan cierta armonía o paz.

Entrevistada “N”.

En ese caso, la música es un recurso que utiliza la consultada “N” cuando quiere volver a su infancia y también la escucha para sentir “amor”. Hay cierta conexión de la telenovela con momentos agradables y la música la traslada a eso. En relación con esto, lo mismo ocurre con otra de las entrevistadas que ha subrayado lo siguiente:

Para mí las canciones son himnos, una mejor que la otra. El año pasado, en un cumpleaños de una amiga, cantamos karaoke todo de canciones de *Floricienta*. Éramos 15 chicas gritando las canciones.

Entrevistada “T”.

De esta manera, la entrevistada “T” describe a las canciones de la telenovela como “himnos”: esto se vincula con cierta “identidad nacional” e incluso representa a toda una generación infanto-juvenil que creció con esta música. Se observa así una fuerte identidad colectiva que genera la música en ella y en su grupo de amigas, a pesar de haber transcurrido varios años después de la emisión original de la telenovela.

Del total de las personas que fueron interrogadas, dos (2) actualmente son docentes del nivel inicial y han coincidido en que hacen uso de las canciones dentro de las aulas del jardín, ya que les interesa que sus alumnos puedan escucharlas. Al respecto, ellas han confesado que

Incluso hay canciones que se las hago escuchar a mis alumnos hoy en día, la de "Flores Amarillas", "Un enorme dragón". Me parece que están buenas, que son alegres, que hablan como desde el amor, desde la alegría, que son movedizas, para bailar. Pero hay otras que no...

Entrevistada "C".

(...) Me pasa que hoy en día armo videos, porque soy docente, y escucho más en profundidad las canciones y me doy cuenta de su significado. (...) algunas canciones que son movidas las sigo escuchando para el jardín.

Entrevistada "A".

La música de la telenovela se instala en la memoria de sus espectadores para acompañarlos en distintos momentos de sus vidas, otorgándole así un sentido diferente. La música es disparadora de recuerdos compartidos en grupo, momentos de la infancia, generadora de paz o armonía.

Una de las canciones que más nombraron las personas entrevistadas cuando preguntamos acerca de cuál era su canción favorita es *Mi vestido azul*. La letra describe una cita en donde *Floricienta* se prepara para un encuentro amoroso y usa un vestido azul porque sabe que es el favorito de su amado. Sin embargo, la dejan plantada. El estribillo dice:

Pero no vino nunca, no llegó

Y mi vestido azul se me arrugó

Y esta esquina, no es mi esquina

Y este amor, ya no es mi amor

Pero no vino nunca, no llegó

Y yo jamás sabré lo que pasó

Me fui llorando despacio

Me fui dejando el corazón

Y me robaste la esquina  
Y me quedé tan perdida  
¿A dónde vuelan mis sueños?  
A un callejón sin salida.<sup>40</sup>

La canción tuvo su propio videoclip en el cual actúan los protagonistas de la telenovela: Florencia Bertotti y Juan Gil Navarro. Esta letra de “desencuentro” o “desamor”, expone la temática del “amor romántico” como una característica principal que la trama busca constantemente destacar.

*Flores amarillas*, otro hit de la telenovela, también fue de las canciones más destacadas en las entrevistas realizadas. Sin embargo, a pesar de no ser tan nostálgica como *Mi vestido azul*, también desde allí se hace referencia al amor:

En ese bar tan desierto los esperaba el encuentro  
Ella llegó en limusina amarilla, por supuesto  
Él se acercó de repente, y la miró tan de frente  
Toda una vida soñada y no pudo decir nada.<sup>41</sup>

En oposición a *Mi vestido azul*, la letra de *Flores amarillas* hace referencia a un encuentro esperado en un bar, en donde el hombre le regala un ramo de flores, justamente, amarillas.

Para esta investigación, en varias oportunidades nos preguntamos por los sentidos que la audiencia construye a partir de la interacción con la telenovela. En el caso de la música, encontramos que la forma de entender al amor, también tiene relación directa con la concepción del amor que circula en las letras de las canciones. En este sentido, la entrevistada “B” expresa:

Me gustaban mucho las canciones. Yo soy muy enamoradiza, entonces era como eso...  
”cuento los segundos para verte, te veo y me quedo sin palabras”. Todo lo que era amor  
y príncipe azul me encantaba.

Entrevistada “B”.

---

<sup>40</sup> Compositores: Carlos Zulusberg Nilson / Maria Cristina De Giacomini (2004). Estrofa de la canción “Mi Vestido Azul” de *Floricienta*.

<sup>41</sup> Compositor: Florencia Bertotti (2005). Estrofa de la canción “Flores Amarillas” de *Floricienta*.

La entrevistada “B” hace referencia a la canción *Tic Tac* de *Floricienta*, la cual en un momento dice:

Escucho el tic tac, tic tac

Dulce tic tac

Cuento los segundos

Que faltan para verte<sup>42</sup>.

Desde este lugar, la entrevistada “B” realiza una operación de sentirse identificada porque “ella es muy enamoradiza” y eso coincide con aquello que la telenovela le ofrece, ya que hay un reconocimiento en lo que se exhibe. Bajo este aspecto, Valerio Fuenzalida (1996) señala que: “el receptor se relaciona activamente desde su propio mundo de significaciones con los personajes de la TV; se reconoce e identifica con aquello que él siente significativo” (Fuenzalida, *op.cit.*:100). Entonces, ese proceso que el autor llama “reconocimiento cultural” sucede con lo propio, no con algo externo y/o ajeno.

Jorge Larrosa Bondía (2006) propone pensar a la experiencia como un movimiento de ida y vuelta, como un proceso de ida que lleva a la exteriorización, un salir al encuentro con el acontecimiento, para luego desarrollarse un movimiento de vuelta, porque el acontecimiento afecta al sujeto, tiene efectos en él, en lo que piensa y siente.

Desde esta perspectiva consideramos entonces que *Floricienta*, como producto cultural, ha tenido una influencia particular en su audiencia infanto-juvenil a través de la música. En este sentido, uno de los testimonios que nos pareció pertinente poder destacar ha confesado que

Yo bailo desde muy chiquita pero nunca lo había combinado con teatro. Y si bien *Chicago* me despertó eso, no deja de ser una película de Broadway. Pero de golpe ves una telenovela como *Floricienta*, que bailan y cantan, y lo sentí más cercano. Entonces creo que sí, que eso me hizo creer que eso puede suceder.

Entrevistada “M.A.”.

La entrevistada “M.A.” reconoce que la telenovela de *Floricienta* ha sido una de las influencias que tuvo para animarse a la comedia musical, a esta combinación entre el canto, el baile y el teatro. Asimismo, otra de las consultadas también ha manifestado que

---

<sup>42</sup> Estrofa de la canción “Tic Tac” de *Floricienta*. Compositores: Carlos Zulusberg Nilson / Maria Cristina De Giacomini (2004).

De chica hacía danza y teatro. Arranqué durante ese año, cuando veía *Floricienta*. Nunca pensé si ella fue una influencia o no, por ahí sí como que siempre flasheaba que cantaba bien y eso. Soñaba con ser cantante. Pero sólo hice comedia musical y danza jazz, hasta que se generó un clima feo y me quise ir.

Entrevistada "T".

Según Valerio Fuenzalida (1996) la eficiencia de la TV está asociada como motivadora en el ámbito de afectos y actitudes. Lejos de pensar a los medios de comunicación como manipuladores y omnipotentes, consideramos que sí pueden tener la capacidad de que la audiencia sea capaz de moldear sus gustos y preferencias en relación con aquello que observa en la televisión. Incluso en estos testimonios, consideramos que la forma en que las entrevistadas se proyectan profesionalmente en el futuro, tiene relación tanto con la comedia musical como con *Floricienta*.

A raíz de lo observado podemos decir que, a través de la música, se logró construir un reconocimiento por parte de toda una comunidad que ha sido audiencia de la telenovela. Esto se relaciona con el hecho de que, al tener presente a las canciones hasta el día de hoy, existe una identificación que continúa vigente a través de sus letras.

Por último, un claro ejemplo del accionar de nuestras entrevistadas se encuentra presente en el desarrollo de actividades prácticas que han desempeñado durante su infancia/adolescencia – como lo son el baile, el canto o la comedia musical – desde las cuales también se encontraba presente aquello que se experimentaba y/o expresaba en su telenovela favorita, *Floricienta*.

### ● **CAPÍTULO III: Nuevas miradas, nuevas lecturas**

Al momento de comenzar nuestro trabajo de investigación, nos preguntamos: ¿por qué decidimos investigar a la audiencia de *Floricienta* en particular? Consideramos que fue en el 2020 cuando se reactivó una memoria colectiva que llevó a una regresión a lo vivido con la telenovela años atrás pero, esta vez, con una mirada diferente.

La información que recolectamos de las entrevistas realizadas dan cuenta de que, a partir del reestreno, surgieron “nuevas lecturas” en relación con la historia narrada en *Floricienta*. Las personas consultadas han argumentado que, por un lado, tuvo lugar un reconocimiento de la influencia que la telenovela tuvo en sus vidas desde la infancia y/o adolescencia hasta la adultez. Mientras que, por otro lado, también emergieron nuevas miradas sobre el contenido y/o los sentidos que circulaban y se consumían a través de la telenovela.

A partir de ello, creemos que vale la pena indagar en el impacto que tuvo el regreso de la telenovela en una nueva temporalidad, para así preguntarnos entonces: ¿cómo se reconoce la audiencia en el 2022? ¿Cuáles fueron las emociones, sentimientos y/o pasiones que emergieron en este nuevo contexto?

#### **3.1 El reconocimiento de los discursos violentos en *Floricienta***

En este apartado nos interesa poner foco en las primeras impresiones que surgieron – por parte de los televidentes que vieron la emisión original de *Floricienta* (2004) – ante el reestreno de la telenovela en el año 2020: ¿de qué manera reaccionó aquella audiencia cuando la telenovela volvió a reproducirse en *Telefe* y el fenómeno nuevamente repercutió en el público y los demás medios de comunicación?

Bajo este aspecto consideramos que, a raíz de las entrevistas realizadas, surgió una temática que aquí decidimos retomar: aquella audiencia que ya se encontraba adulta, reconoció ciertos “discursos violentos” que la telenovela infanto-juvenil buscaba transmitir. Pero, ¿de qué se trataban estos tipos de discursos? ¿A qué hacen referencia? ¿Cómo logra identificarlos la audiencia? ¿De qué manera se relaciona con el género melodramático?

Para comenzar podemos indicar que, a través de esta nueva temporalidad, la audiencia ha hecho una apropiación diferente de *Floricienta*, en comparación con su emisión original de 2004. Dicho de otra manera, observamos que se trata particularmente de un proceso de reflexión sobre aquello que se consumió en la infancia y/o adolescencia. Lo que aquí observamos es una discusión en torno a la repercusión que tuvo *Floricienta* en sus vidas y en un nuevo reconocimiento de los sentidos que circulaban en aquella telenovela. Valerio

Fuenzalida (1996) plantea que “el proceso de comparación y discusión es más consciente y verbalizado que el proceso de reconocimiento cultural” (Fuenzalida, *op.cit.*: 97).

Volver a ver un programa que significó y marcó la vida de toda una audiencia, conlleva a que se desencadene una movilización de emociones y sentimientos, desde donde no todos los televidentes pueden llegar a coincidir con el recuerdo que tenían de aquel producto cultural que han consumido en el pasado. Se trata entonces de observar estas continuidades y rupturas que se dan entre el recuerdo que se tiene y el consumo actual —con todo lo que ello implica— del reestreno de la telenovela. Al respecto, la entrevistada “M.A” plantea:

En relación al reestreno del 2020, me acuerdo que había mucha expectativa por la vuelta de *Floricienta*. Además de que fue un año muy particular, era seguro que la gente lo iba a ver porque te lleva a un momento copado y hacía bien en ese momento de mierda. Pero para nuestra generación está siempre *Floricienta* presente, hay memes de la telenovela dando vuelta, cada vez que aparecen las canciones te las sabés todas, hay algo en el inconsciente de nuestra generación ligado a *Floricienta* más allá del reestreno.

Entrevistada “M.A”.

En este sentido, la entrevistada “M.A” reconoce que *Floricienta* es una telenovela que se encuentra inscrita en el inconsciente y en la identidad de toda una generación, y que fue gracias al reestreno que se logró activar en la memoria colectiva de toda una comunidad. La entrevistada “M.A” también subraya que no es casual que *Floricienta* haya regresado a la pantalla de *Telefe* en el año en el que transcurrió la pandemia, acontecimiento en el cual todos debíamos quedarnos en nuestros hogares respetando el confinamiento obligatorio.

Esta idea de que “*Floricienta* siempre está presente”, nos hizo dar cuenta de que si bien en el reestreno hubo manifestaciones colectivas, en la vida individual de cada uno de los televidentes también continuaba vigente la telenovela. En relación con ello, nos pareció interesante poder preguntarnos: ¿por qué los espectadores eligen volver a ver *Floricienta* desde su adultez? ¿Qué les sucede cuando recurren a *Floricienta* de forma individual?

En el caso de la entrevistada “N”, ella nos comenta que se enteró del reestreno por la pantalla de *Telefe*, pero señala que aún así prefiere volver a ver la telenovela a través de la plataforma de *YouTube*, ya que allí puede elegir cuándo verla:

Yo elijo cuándo verla. La habré visto como 3 veces completa, de repente si me aburro, me pongo a ver *Floricienta* y me re copa, eh. (...) Creo que cuando la vuelvo a ver, obviamente que no la vuelvo a ver con mis ojos de 8 años porque ya no los tengo y pasan situaciones con Delfina y *Floricienta* que sé que en la realidad capaz no es tan así. Hay una parte mía que, si yo recurro a eso, es porque realmente quiero sentirme como una nena de 8 años. Independientemente de la crítica, me permito no juzgar tanto desde esta edad y disfrutar desde mis 8 años. Vuelvo un poco a la niña y vuelvo a fantasear a la vida de rosas y después... me voy a laburar.

Entrevistada "N".

Guillermo Orozco Gómez (1996) plantea que la audiencia —en el juego de mediación con el producto televisivo— realiza actos de negociación y apropiación, capaz de generar nuevos significados. En este sentido, el autor también subraya que no existe una sola audiencia que se comporte igual, sino que hay muchas, ya que ello depende del tipo de negociación que sean capaces de generar. Por ejemplo, en el caso de la entrevistada "N", el sentido que ella le da desde el consumo adulto de *Floricienta* es tanto "volver a la nena de ocho años" como también "escapar" de su vida adulta para poder "fantasear con la vida de rosas". Este es el sentido, la mediación que ella realiza cuando consume *Floricienta* en la actualidad. Orozco Gómez (*op.cit.*) toma el concepto de "mediaciones" de Martín-Barbero (1987) y al respecto declara que

Las mediaciones provienen de diversas fuentes. Algunas del propio sujeto televidente en cuanto individuo con una historia y una serie de condicionamientos genéticos y socioculturales específicos. Las mediaciones provienen también del mismo discurso televisivo, al ser capaz de naturalizar su significación y anclarse en el sentido común (Gómez Orozco, *op.cit.*: 117).

Al consultarle a nuestros entrevistados acerca de qué fue lo que les ocurrió cuando vieron nuevamente *Floricienta* en su reestreno en el año 2020, nos encontramos con que muchos de ellos manifiestan haber sentido una conexión con su infancia y/o adolescencia, lo cual les produjo cierta nostalgia de aquella etapa de sus vidas. Sin embargo, por otro lado, emergió una mirada más crítica hacia dicho producto cultural: se presentó una dualidad entre ese sentimiento de recuerdo "feliz" y una nueva lectura, a través de los ojos de la adultez. Es decir, en las lecturas que realiza la audiencia, hay un consumo ligado al goce pero también a la resistencia (Martín-Barbero, 1987). Por ejemplo, la entrevistada "S", al principio de la conversación nos confesó que

De grande me divertieron más los personajes de las malas, porque de chica era todo floridita a full. Pero me pareció tremendo el romance entre ella y él. No me acordaba que era tan así, que eran muchas idas y vueltas y él era muy guacho. De eso me di cuenta, el nivel del maltrato que ejercía él hacia ella hasta que le confiesa, era maltrato real, le hablaba mal, le contestaba mal. (...) Creo que en mi vida en general eso lo aprendí a leer con el feminismo, a darme cuenta de violencia donde yo creía que no la había. Como el lema “los que se pelean se aman”, es tremenda.

Entrevistada “S”.

Así es como podemos dar cuenta entonces del modo en que ella reconoce ciertos signos de maltrato entre la relación amorosa que mantenían los personajes principales de la telenovela (*Floricienta* y Federico). Siguiendo esta línea, otra de las entrevistadas (“A”) también hizo puntual hincapié en dicha temática y subrayó que

Era constante analizar lo que decían y quería revolverme las tripas. Había mucha discriminación en lo que decían. La pasé re bien y me cagué de risa pero a la vez decía “ay por dios, de qué me estoy riendo”. Mi cabeza no podía parar.

Entrevistada “A”.

Hay procesos de comparación entre el pasado y el presente, entre el significado que tuvo la historia en su infancia y el sentido que cobra hoy. Los personajes que más fueron nombrados como “maltratadores” fueron Malala (interpretada por Graciela Stefani) y su hija, Delfina (interpretada por Isabel Macedo). Si bien aquellas eran las figuras que representaban a “las villanas” dentro de la telenovela, la audiencia pudo reconocer ciertas actitudes de maltrato tras el reestreno de *Floricienta*. Al respecto, la entrevistada “C” ha planteado que

Con el reestreno empiezo a ver el maltrato que hay hacia algunos personajes... La madrastra siempre se la muestra como mala, ¿por qué? ¿No puede ser buena la madrastra? La madrastra siempre es mala y eso tampoco me gustó. Son cosas que se van de época, y hoy uno como está más grande como que detecta eso. También las relaciones, cómo son mostradas...

Entrevistada “C”.

El personaje de Malala, es mayormente reconocido por un latiguillo característico que repetía varias veces en la producción infanto-juvenil: “Callate Estúpida” ó “Estúpida”. Incluso, en algunas escenas, hay cachetazos de Malala hacia algún personaje. Esto que mencionamos se demuestra, por ejemplo, en el capítulo 11 de la primera temporada (2004)

cuando Sofía —la hija menor de Malala— le vuelca un té a Federico y Malala se muestra enfurecida con ella:

**Escena Floricienta - Capítulo 11 (2004):**

**Federico:** *Disculpame, ¿viste a Maia y a Nicolás?*

**Malala:** *No... ¿por qué? Mi amor, querido, no tenés buena cara... ¿Qué es lo que te pasa?*

**Federico:** *No, está todo mal, ¿sabés? Martín y Tomás no me quieren hablar, Maia y Nicolás desaparecieron... Yo te juro, no doy más.*

**Malala:** *Bueno, bueno, bueno... calmate, cariño. Vení, sentate acá. Relajate, sentate en el sillón... tomate un tecito que te va a hacer bien... Sofía tiene un tecito ahí. Sofía, dale el tecito por favor. Sofía, querida, ¡dale el tecito!*

- Sofía vuelca el té sobre Federico -

**Malala:** *¡¿No ves que sos imbécil?! ¡Estúpida!*

**Sofía:** *Perdón, fue sin querer... Si querés te traigo otro té...*

**Malala:** *Mil disculpas Federico, realmente... ¡Estúpida! ¡Desaparecé de mi vista y re-aparecé con un té! ¡YA!*

**Sofía:** *Sí, mamá...<sup>43</sup>*

Por su parte, su hija Delfina, si bien también sufría maltrato por parte de su madre, se mostraba continuamente como una figura que era despectiva y discriminatoria, sobre todo, hacia el personaje protagonista: *Floricienta*. Tanto Malala como Delfina llamaban “Cardo inmundo” a *Floricienta* de forma peyorativa. Aquellas dos villanas no solo representaban al mal y la ambición, sino que también hacían hasta lo imposible para destruir a *Floricienta*, ya que su objetivo era alejarla para siempre de Federico y que éste finalmente eligiera a Delfina como su esposa.

La historia de *Floricienta* posee las características del melodrama, y es por ello que sus personificaciones se encuentran construidas en base a la exageración y el exceso. Bajo esta línea, Valerio Fuenzalida (2011) sostiene que

En la telenovela la retórica del exceso aparece en la exacerbación de la gestualidad corporal, en el erotismo fuertemente corporalizado, en el intimismo facial del primer plano, en la música redundante de refuerzo y de evocación, en la pasión/deseo versus contención racional/social/moral, en la oposición polarizada bien/mal, inocencia/malicia (Fuenzalida, *op.cit.*:36).

---

<sup>43</sup> Canal Floricienta. (2016). *Floricienta Temporada 1 Capítulo 11* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3E5O6iW>

En el caso de la entrevistada “D”, ella hizo mención a que cuando era chica los personajes de las malas le causaban gracia, pero cuando volvió a ver la telenovela de adulta ya no le ocurrió lo mismo con aquellas personificaciones. Al respecto, confesó que

Me causaba gracia Malala, aunque no me identificaba con ella. Si bien era mala con Delfina, cuando gritaba por ejemplo “Estúpida” y esas cosas me causaban gracia. O cuando hacían también el sonido de la víbora. Eran graciosas, no me causaban miedo. (...) Cuando pasaron nuevamente la telenovela me aburrí. Cuando pasó lo de la cuarentena, que habían convocado al reestreno, vi un par de capítulos pero después ya no. Porque ya me los sabía, sabía lo que iba a pasar. Como dije antes, Delfina y Malala me daban risa pero cuando la volví a ver no me causó más risa. Cambió mi actitud en eso.

Entrevistada “D”.

En este caso observamos que “D” manifiesta que, cuando era niña, los personajes de las villanas de *Floricienta* en vez de causarle miedo le provocaba risa. Pero esto cambió tras haber visto el reestreno de la telenovela: allí Delfina y Malala ya no le generaban lo mismo y la actitud que tomó, desde su adultez, se vio modificada. A partir de esto nos resulta posible comprender entonces que aquella espectadora que disfrutaba de sus encuentros con *Floricienta* en su niñez, ya no vivió lo mismo en el 2020: le aportó otro sentido, otra lectura a la historia. Incluso, la espectadora “D” reconoce que ya se sabía los capítulos, que había perdido esa “ansiedad” que generaba la espera de lo desconocido y que no logró un reconocimiento personal en lo que veía en la telenovela, porque ya no se identificaba con la historia ni con los personajes.

Sin embargo, cuando en el inicio de la conversación le preguntamos a la entrevistada “D” por el significado que tiene *Floricienta* en su vida, ella nos respondió que

Es el día de hoy que lo recuerdo y me emociono. Las canciones me gustaban mucho, la del dragón...no me acuerdo el nombre pero sí la canción. Tengo el recuerdo de que me dejó una marca importante, podría decirse.

Entrevistada “D”.

Esta emoción que surge a partir de recordar a *Floricienta* en su actualidad, habla de la relación afectiva que continúa teniendo la espectadora con la telenovela. En este sentido, Valerio Fuenzalida (1992) hace énfasis en que la telenovela latinoamericana, a diferencia de las producciones norteamericanas, presenta un mundo cotidiano, familiar, amistoso, que puede resultar cercano a la audiencia. Al respecto, el autor desarrolla:

Se ha criticado a la telenovela porque representa un mundo poco moderno y poco racionalizado. En lugar de “racionalizar” la telenovela, un enfoque más productivo podría ser “emocionalizar” el resto del mundo; es decir, expandir el afecto y la emoción más allá de límites actuales al interior de la ficción (Fuenzalida, *op.cit.*: 67).

De este modo, en este análisis apuntamos entonces a reconocer – en los discursos de las entrevistadas – esta dicotomía que existe entre el recuerdo de la telenovela que formó parte de su infancia/adolescencia y una reflexión sobre los mensajes que la historia transmitía, a través de discursos que las consultadas manifestaron como violentos, por contener malas palabras, gritos, y hasta golpes entre los personajes.

Siguiendo esta línea, en el próximo apartado hablaremos de otro tópico que fue reconocido como discurso violento: la representación del cuerpo en *Floricienta*.

### **3.2 Acerca de los cuerpos representados**

Lo que aquí nos interesa es poder describir y analizar, por un lado, cómo se representaban los cuerpos en *Floricienta* y, por el otro, el modo en que la audiencia reconoce hoy a aquella personificación, a partir del reestreno de la telenovela en el año 2020.

Particularmente, haremos foco en el personaje de Sofía (encarnado en Ángeles Balbiani) ya que, en reiteradas oportunidades, las personas que hemos entrevistado han recordado que a ella se la tildaba en la telenovela por ser “gorda” o por no contar con un cuerpo hegemónico. Así es como entonces nos interesa indagar sobre ello y preguntarnos: ¿Cómo funcionaban los estereotipos en *Floricienta*? ¿Qué repercusión tuvo el personaje de Sofía en la audiencia? ¿Qué nuevas sensaciones generó en esta audiencia “adulta”? ¿Qué crítica ejerce la audiencia hacia Cris Morena? ¿Cuánto tiene que ver el rol de la televisión con el contexto social y cultural actual?

Con respecto al último interrogante, en relación con la televisión y su influencia social, nos parece interesante tomar el planteo de Guillermo Orozco Gómez (1996) cuando sostiene que la televisión no está sola. En referencia a ello, la TV no es la única institución social que “legitima y significa la realidad tratando de poner en circulación sus significados preferentes” (Orozco Gómez, *op.cit.*: 112). De modo que convive con otras instituciones que también son capaz de generar influencia y apropiaciones, como por ejemplo la escuela o la familia. La influencia de la TV no es directa sino que es multimediada. Si la TV no está sola, es porque los sentidos que allí circulan también están en relación con el contexto social y, a su vez, con los sentidos que reproducen la ideología dominante en todos los Aparatos Ideológicos de Estado (Althusser, 1975).

Para hablar sobre la representación de los cuerpos en *Floricienta*, nos parece pertinente mencionar la teoría de Stuart Hall (1997) en relación con que la representación es un concepto fundamental en los estudios culturales, ya que conecta el sentido al lenguaje y a la cultura. Pero, ¿qué significa representar algo? Brevemente, Hall describe a la representación como “la producción de sentido de los conceptos en nuestras mentes mediante el lenguaje” (Hall, *op.cit.*:15). La representación se realiza a través del lenguaje – en un sentido amplio – y opera en representación tanto de algo material como de algo abstracto. En otras palabras, para representar necesitamos signos donde, a su vez, se relacionan con otros signos para formar un sistema de representaciones. Cada cultura tiene su propio sistema de representaciones que hace que pueda haber comunicación, por ejemplo, a través del idioma. Hall (*op.cit.*) define que pertenecemos a una misma cultura porque

Interpretamos el mundo de manera aproximadamente igual, podemos construir una cultura compartida de sentidos y por tanto construir un mundo social que habitamos conjuntamente (Hall, *op.cit.*:20).

Sin embargo, Hall nos advierte que el lenguaje no funciona como un espejo, y que el sentido es arbitrario. Esto es, el sentido no está en la cosa o en el objeto, o ni siquiera en un concepto abstracto, sino que lo dotamos de sentido a partir del sistema de representación que compartimos dentro de una cultura. El sentido está fijado socialmente. Por ende, éste no está definido de manera absoluta, sino que, las convenciones sociales cambian con el tiempo. Lo que hoy pensamos sobre un concepto en particular, por ejemplo, el “amor”, dentro de un tiempo ese pensamiento o ese sentido puede cambiar.

Ahora bien, ¿cómo relacionamos esto con los cuerpos representados en *Floricienta*? En primer lugar, porque observamos una relación entre la concepción de los cuerpos de nuestras entrevistadas y la manera en que se los representaba en la telenovela. En segundo lugar, porque ese primer sentido cambió, años después, cuando volvieron a hablar sobre el tema en esta nueva lectura que construyeron.

Como mencionamos anteriormente, el personaje de Sofía (Ángeles Balbiani) sufría constantes críticas por su cuerpo. Esto que mencionamos se demuestra, por ejemplo, en el capítulo 45 de la primera temporada (2004) cuando Delfina discute fuertemente con Sofía y la maltrata por su aspecto físico:

**Escena Floricienta - Capítulo 45 (2004):**

**Sofía:** *Delfi, tratá de no hacer mucho ruido que quiero dormir...*

**Delfina:** *Ay, ¿te molesta el ruido? Qué pena...*

**Sofía:** *¡Vas a romper la puerta, Delfina!*

**Delfina:** *¡A vos te voy a romper el alma, gorda envidiosa! ¿Qué te pasa? ¿No querés que me comprometa?*

**Sofía:** *Lo que pasó fue que...*

**Delfina:** *¡Nada! ¡Te callás la boca, imbécil! Que los demás me hagan la guerra, todavía... ¡¿pero vos que sos mi hermana?! ¡Callate la boca, estúpida! ¡Te voy a matar, idiota!*

**Sofía:** *¿Podés dejar de insultarme?*

**Delfina:** *Sí, voy a dejar de insultarte... ¡porque te voy a matar!*<sup>44</sup>

Al consultar sobre el modo en que era personificada la figura de Sofía en *Floricienta*, una de nuestras entrevistadas (“A”) confesó haber sentido empatía por aquel personaje y mencionó que

Lo que menos me gustaba de la telenovela era como la hacían sentir a Ángeles Balbiani. Porque si bien yo no tengo medidas “plus size”, siempre fui un poco más corpulenta que todo mi entorno: brazos, piernas, caderas. Yo sentía que tenía más empatía con ella, me sentía más identificada que con cualquier otro personaje. Había escenas donde por ejemplo se probaba ropa y no le entraba...y yo decía “a mí me pasa eso”. Quizás estaba en lo de una amiga y se me vuelca leche en un pantalón, y no podía ponerme el pantalón que me prestaba una amiga. O sí, pero costaba que subiera, lógicamente porque tenía otro talle, pero siempre me sentía un poco más diferente.

Entrevistada “A”.

Aquí observamos cómo se construye una relación de identificación con el personaje de Sofía por no tener un cuerpo que se adapte a los estándares de “belleza” que seguía la telenovela. La entrevistada “S” también recordó la relación que ella tenía con su propio cuerpo y cómo esto influía cuando veía a Sofía en *Floricienta*:

Yo menstrué de muy chica, a los 9 años, y ya tenía el cuerpo que tengo hoy: mido 1.72, tengo mucha lola, mucha espalda, yo era un gigante comparada a los chicos de mi edad (12, 13 años). Es una época donde hay mucha disparidad en los cuerpos. Yo he sufrido comentarios sobre mi cuerpo por ser un poco más gorda que los varones, ellos hacían comentarios hirientes y feos sobre mi cuerpo o sobre mis “lolas”. El personaje de Sofía

---

<sup>44</sup> Canal Floricienta. (2016). *Floricienta Temporada 1 Capítulo 45* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3yr1evt>

me daba mucha bronca porque yo sufría algo parecido, aunque no a ese nivel de bullying y maltrato que ella sufría. Yo era gigante con respecto al resto de mis compañeros.

Entrevistada “S”.

Así es como entonces, aquello que se consumía de la telenovela —en este caso la concepción del cuerpo de Sofía y el modo en que se la mencionaba en *Floricienta*— influía en las relaciones que la entrevistada “S” tenía con su círculo cercano. “S” justifica su cuerpo como si estuviera “fuera de lugar” por tener cierto peso o cierta altura. Estos parámetros son sentidos construidos culturalmente, no hay nada del orden de la naturaleza que indique qué peso está bien y cuál no. No nos referimos a que *Floricienta* o Cris Morena sean creadoras de estos parámetros, pero sí ayudaba a esa reproducción del orden hegemónico en donde tenés que seguir un estereotipo de ser mujer blanca, flaca y alta.

Cora Edith Gamarnik es Doctora en Ciencias Sociales, y se interesó en estudiar particularmente la relación entre los estereotipos y los medios de comunicación. Gamarnik (2009) plantea que los estereotipos son construcciones que circulan en el inconsciente de una sociedad y actúan con total naturalidad. La autora subraya que

Se convierten en las formas “lógicas” y “normales” de pensar, de hablar, de hacer chistes. Se transforman en lo más natural. Sugieren tanto lo que un determinado grupo es, como lo que debe ser. En el uso cotidiano apenas se reconoce su uso y mucho menos se cuestionan los juicios de valor que se emiten. Lo que se pone en juego aquí, entonces, es cómo un grupo juzga a otros grupos. (...) Por otro lado, la credibilidad y el uso colectivo refuerzan su persistencia (Gamarnik, *op.cit.*:2).

En definitiva, los estereotipos actúan como un tipo violencia simbólica, ya que funcionan de manera silenciosa y se instalan en la sociedad como si fuera parte del sentido común. Lo interesante del aporte de Gamarnik (2009), es que ella propone pensar a los estereotipos en los programas de televisión como “atajos”, esto es, como recurso para que la audiencia reconozca a los personajes con sus características. Incluso, como mencionamos en otras oportunidades, el reconocimiento es fundamental en la telenovela para que el programa funcione, lo que Martín-Barbero denomina “el drama del reconocimiento” (Martín-Barbero, 1983).

En relación al reconocimiento del personaje “gordo” como estereotipo de las telenovelas, el entrevistado “I” plantea que

Personajes de gordo hubo siempre, pero siempre se lo usó para bastardear. Siempre se lo llamó al “gordo” hacia la ficción para ser bastardeado. Las ficciones siempre necesitaron de gordos pero claramente para personajes secundarios y que cumplan ese rol. Hay que ser un poco más responsable a la hora de ver cómo se tratan esos papeles. Cuando uno no entiende de ficción, no entiende que esos son personajes y creo que ahí es cuando uno comienza a naturalizarlo. Obviamente que esto uno lo repite con una mirada actual.

Entrevistado “I”.

El entrevistado “I” reflexiona sobre los límites entre la realidad y la ficción al plantear que “uno no entiende de ficción”. Podríamos decir que es porque la ficción funciona como realidad, en el sentido de que considera que aquello que se consume en la telenovela puede ser posible que suceda en la realidad y en la vida cotidiana. Orozco Gómez (1996) subraya que el poder de la TV se encuentra en hacer creíble su discurso y que a su vez, la audiencia sea capaz de creerse ese discurso con argumentos tanto racionales como emocionales. En relación con el personaje de Sofía, la entrevistada “M.A” manifiesta que

Había una cuestión de Delfina y Malala que la trataban mal a Sofía pero porque en definitiva era fea, entonces el subtexto era que se la trataba mal porque era fea. Y eso es parte de lo que yo digo que es cruel. En ese momento quizás no podía decirlo con estas palabras pero era fuerte.

Entrevistada “M.A”.

En este sentido, el personaje de Sofía era definido como “fea” y además sufría críticas por su cuerpo y la tildaban de “gorda”. Por esos motivos, estaba permitido que la traten mal e incluso que no logre encontrar una pareja que la quiera.

Además, algo que también es característico de las telenovelas es confundir al personaje con la persona. En este caso, Ángeles Balbiani antes de *Floricienta* había participado en *Rebelde Way*, haciendo el personaje de Felicitas en donde tenía un papel parecido al que hizo luego en *Floricienta*: la tildaban de “gorda” y “fea” en antítesis con el personaje de Mía (Luisana Lopilato), quien era la más “linda” del colegio. En varias de las entrevistas que realizamos, nos comentaban que sentían pena por la actriz por los papeles que le tocaba hacer y culpaban a Cris Morena por ser gordofóbica. Esta lectura surgió desde la audiencia adulta, reflexiva y capaz de generar nuevas miradas hacia *Floricienta*. En relación con la distinción entre realidad y ficción, algunas de nuestras entrevistadas plantearon:

Era una chica que no era gordita, pero la hacían ver mal. Hablaban de las chicas gorditas como haciéndola sentir mal. La hacían sentir fea, que por su cuerpo no podía

estar con nadie. En la vida real también la hacían sentir eso, me acuerdo porque ella lo contó en una nota.

Entrevistada “C.R”.

La piba era un cuerpo, nada más. Le decían cada apodo espantoso... un maltrato horrible. Incluso ella hizo una entrevista y dijo que le hacían mucho bullying por ser gordita.

Entrevistada “C”.

En junio de 2021, Cris Morena fue invitada al programa de televisión *Los Mammones* conducido por Jey Mammon<sup>45</sup>. Su paso por el programa fue polémico por un comentario desafortunado que le hizo al conductor con respecto a su peso. Jey Mammon le preguntó a Cris Morena si volvería a hacer *Jugate conmigo* y quién podría ser el conductor. En primer lugar, Cris Morena respondió que podría ser Santiago Del Moro, pero luego dijo: “Vos, bajando un poco”. Inmediatamente, el conductor le respondió: “Siempre tan esteta Cris, me encanta”.

A partir de esta situación, tanto en las redes sociales como en los medios de comunicación, retomaron el tema de la gordofobia de Cris Morena. Incluso, varios programas invitaron a Ángeles Balbiani para que brinde su opinión con respecto a las polémicas declaraciones de la autora.

Durante algunas temporadas, Balbiani fue panelista en un reconocido programa de espectáculos llamado *Intrusos*<sup>46</sup>. Tras la polémica con Cris Morena, ella eligió su lugar de trabajo para declarar que su sobrepeso la ayudó – en su momento – a que María Cristina de Giacomini la eligiera como figura para los personajes tanto de *Rebelde Way* como *Floricienta*. Sin embargo, ella confesó que en ese entonces, cuando salía de las grabaciones, muchos televidentes le gritaban “gorda” en la calle.

La actriz también se encargó de remarcar que no se sintió sorprendida con el comentario que emitió Cris Morena hacia Jey Mammon. Según ella, Cris Morena es de una generación en donde la delgadez es un beneficio, y eso se veía reflejado en sus guiones.

---

<sup>45</sup> Canal América TV. (2021). Los Mammones | Programa completo (03/06/21) Cris Morena. [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3LWH8yJ>.

<sup>46</sup> Canal América TV (2021). *Angie Balbiani, sobre su cuerpo en su carrera como actriz: "Cris Morena siempre eligió la delgadez"* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3RrDCgV>.

Adrián Pallares, en ese entonces conductor de *Intrusos*<sup>47</sup>, hizo una mención sobre el reestreno de *Floricienta* que tuvo lugar en el 2020 y el maltrato que el personaje de Sofía sufría por su cuerpo. Al respecto, Ángeles Balbiani respondió que

Era ficción. Y era la historia de *Cenicienta*. Si hoy nosotros nos ponemos a ver quizás alguna película de *Disney*, decís “y...”, no te digo la boludez que decían las feministas del beso de *Blancanieves*, porque ahí me parece ir a lo absurdo. Pero, no sé... *Tom y Jerry* se querían matar entre ellos y se mataban. Hoy podemos tamizar un poco la situación y decir “che, no está bueno que tu mamá te diga estúpida”, pero lo loco es que a mí muchas chicas me decían “a mí, mi mamá me trata así”. Yo a Graciela Stéfani (Malala) la adoro pero no es mi mamá, yo volvía a mi casa y mi mamá me trataba bien.

En varias oportunidades, a través de las entrevistas realizadas, detectamos que se definía a Cris Morena como alguien gordofóbica, que tenía una obsesión con los cuerpos delgados. En este sentido, en las entrevistas se reconocía que los personajes y los guiones de Cris Morena seguían su línea de pensamiento. Por ejemplo, una de las personas entrevistadas (“D”), nos confesó este tipo de influencia ya que, si bien ella nunca sufrió acoso por su cuerpo, sí sentía la exigencia de ser “flaca”.

Como nombramos en varias oportunidades, reconocemos que el receptor no es pasivo frente al consumo, Gómez Orozco (1996) sostiene que el televidente no tiene la mente en blanco cuando mira la TV, sino que piensa a la audiencia como sujetos sociales y culturales activos. Sin embargo, el investigador también subraya la importancia del poder de la TV y sobre todo hace énfasis en que aquello que sucede reiteradamente puede generar cierta influencia en los procesos de mediación y apropiación de la audiencia.

Entonces, a partir de lo analizado, observamos que lo que se transmitía en *Floricienta* en relación con la concepción de los cuerpos, tuvo una influencia en la audiencia infanto-juvenil en la manera en que comprenden sus propios cuerpos y los cuerpos de los demás. A partir del reestreno ésta mirada tomó otra forma e incluso se reconoció esa influencia por parte de *Floricienta* en su infancia-adolescencia, que está instalada en la memoria colectiva de la audiencia. En la actualidad, el contexto cultural de los movimientos feministas<sup>48</sup> dan batalla en cambiar esta exigencia en los cuerpos

---

<sup>47</sup> Adrián Pallares fue conductor de *Intrusos* durante los años 2021 y 2022.

<sup>48</sup> En Argentina, el 3 de junio de 2015 se realizó una marcha en el marco del “Ni Una Menos” como respuesta a la violencia de género y a la defensa de los derechos de las mujeres y el colectivo LGBTQ+. Desde ese entonces, el colectivo feminista cobró cada vez más participación activa en la agenda política.

femeninos, y por eso hoy podemos reconocer los discursos que antes se naturalizaban.

### 3.3 *Pobres los ricos* (Sobre la romantización de la pobreza)

*Qué suerte tengo de ser tan pobre,  
me sobran cielos,  
me sobran soles,  
me sobran sueños para soñarlos,  
y la esperanza de concretarlos...*<sup>49</sup>

A raíz de haber realizado una serie de entrevistas a quienes fueron televidentes de la emisión original (2004) de *Floricienta*, dimos cuenta de una temática que ha sido recurrente entre las personas consultadas y en la que nos interesa indagar: ¿qué lugar ocupaban los “ricos” y los “pobres” en la historia de la telenovela? ¿Qué tipo de discurso se buscaba transmitir hacia dicha audiencia? ¿Qué importancia se le da a esto en la memoria colectiva de toda una comunidad? En este apartado, abordaremos el impacto y la influencia que consideramos que ha tenido este mensaje en la construcción de la identidad personal que niños, niñas y adolescentes han desarrollado.

Con el correr de los episodios, la historia de *Floricienta* demuestra ser una telenovela melodramática infanto-juvenil que está plena de dicotomías entre “ricos” y “pobres”, como si se tratara de dos polos opuestos, incompatibles entre sí.

En los primeros capítulos de la telenovela, se demuestra que el personaje principal de la historia (*Floricienta*) vive de “changas” para sobrevivir. Al no poder pagar el alquiler de la pensión en donde vive, ella es desalojada de aquel lugar y debe encontrar de forma urgente un nuevo hogar. Es así como el destino le tendría preparado a *Floricienta* un giro de 360 grados en su vida: conseguirá finalmente vivienda en la casa de “Los Fritzenwalden” y allí trabajará como asistente de la institutriz (Greta).

Desde un primer momento, los integrantes de la familia Fritzenwalden son representados como “ricos”: viven en una mansión y se encuentran posicionados en un alto status social. Se trata de una importante familia alemana, con mucha seriedad y dinero en su poder.

Federico Fritzenwalden es un personaje al que se lo muestra como alguien que está constantemente enojado con la vida y no expresa abiertamente sus sentimientos. En relación con esto, *Floricienta* decidió apodarlo “El Freezer”, refiriéndose a él como alguien

---

<sup>49</sup> Estrofa de la canción “Pobres Los Ricos” de *Floricienta*. Compositores: Carlos Zulisberg Nilson / Maria Cristina De Giacomini (2004).

que resulta ser “frío” con las personas. Al respecto, una de nuestras entrevistadas (“D”) recordó esta característica personificación y manifestó que

(...) Cris Morena quería marcar la diferencia entre los ricos y los pobres, como que Floricienta estaba en contra de lo superficial, de la plata, por eso le decía “Freezer” a Federico, no le importaba la plata, y eso me gustaba.

Entrevistada “D”.

Por su parte, *Floricienta* encarna una figura que pertenecía a otra clase social, con menos recursos económicos. Debido a esto, en un principio ella se muestra conflictuada con el hecho de tener que vivir y habituarse a las reglas de la mansión Fritzenwalden. La diferencia estaba muy marcada, como si ella perteneciera a “otro mundo”.

Esto que mencionamos se demuestra, por ejemplo, en el capítulo 6 de la primera temporada (2004) cuando Federico Fritzenwalden —en conversación con su mejor amigo, Matías— expresa su preocupación por la dificultad en la “adaptación” y el reglamento de convivencia que *Floricienta* debe acatar:

#### **Escena Floricienta - Capítulo 6 (2004):**

**Federico:** *No, Matute, no... ¡Flor nunca se va a adaptar a esta casa!*

**Matías:** *¡¿Qué sabés?!*

**Federico:** *¿Cómo qué sé? ¿no la viste? Se levanta a la mañana, toma café y hace ruido, me da un beso cuando se levanta, rompe las cosas...*

**Matías:** *Pero tenés que entenderla, tenés que tener paciencia, Fede... todo esto es nuevo para ella. Se merece una oportunidad, che...*

**Federico:** *¿Matute no te das cuenta? Es una causa perdida... nunca se va a poder adaptar a las reglas de esta casa.*<sup>50</sup>

Es así como Federico, a pesar de haber decidido darle una oportunidad a *Floricienta*, expresa esta marcada diferenciación que se presenta desde un primer momento: como si ella, por no contar con ciertos hábitos y/o conductas que pertenecen a la “clase alta”, nunca se integraría en ese nivel de status social.

Al respecto, Juan Carlos Portantiero (1987) se ha encargado de analizar el efecto que se genera, tanto por parte del enunciador del discurso como del receptor, a partir de establecer un “intento de inclusión”, de hegemonización pero también de exclusión de cierta clase social. A través de dicha construcción,

---

<sup>50</sup> Canal Floricienta. (2020). *Floricienta Temporada 1 Capítulo 6* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3QxIS33>

Acción hegemónica sería aquella constelación de prácticas políticas y culturales desplegadas por una clase fundamental, a través de la cual logra articular bajo su dirección a otros grupos sociales mediante la construcción de una voluntad colectiva que, sacrificándolos parcialmente, traduce sus intereses corporativos en universales (Portantiero, *op.cit.*: 151).

Incluso, como nombramos en varias oportunidades, *Floricienta* es una telenovela, y como tal, posee características del género melodramático. Jesús Martín-Barbero (1983) señala que la identidad popular está inscrita en las telenovelas latinoamericanas. Es más, la cultura de masas, aquello que denominamos “masivo” se ha gestado desde lo popular, sin embargo, el autor plantea que en el pasaje de lo masivo a lo popular, lo que sucede es “una negación de los conflictos a través de los cuales las clases populares construyen su identidad” (Martín-Barbero, 1983:61).

Al comienzo de la historia, *Floricienta* demuestra ser alguien que no es y oculta su realidad: junto a sus amigos de la calle (Clara, Facha, Bata y Nata), ella tiene un grupo de música con quienes se dedica a animar fiestas y eventos especiales para ganar un poco más de dinero.

Con el paso del tiempo, *Floricienta* cada vez más debe huir del hogar de los Fritzenwalden a la calle, para asistir a los ensayos con su banda. Poco a poco, los hermanos menores de Federico (Maia y Nicolás) comienzan a sospechar que algo ocurría y un día se escapan detrás de ella y descubren su gran secreto. Nicolás y Maia quedan fascinados con el mundo de la música, el baile y la alegría que expresaba *Floricienta* junto a su grupo, y le piden formar parte —clandestinamente— del mismo. Principalmente, debían ocultárselo a Federico, ya que era una persona que resguardaba mucho a su familia a través de la seriedad, con las tradiciones y mandatos que ellos debían conservar.

Así es como, poco a poco, *Floricienta* se convertirá en la única persona capaz de poder destacar de los Fritzenwalden “lo mejor”, de aportar alegría a sus vidas y de demostrar que no importa tanto lo material con lo que poseen, sino lo afectivo. De esta manera, nos resulta posible poder esquematizar el modo en que desde *Floricienta* se “romantiza” a la pobreza: como si las personas de bajos recursos fueran felices, mientras que los que sí tienen dinero no lo son.

Esto puede ser vinculado con el esquema lúdico dramático de ‘*la acción épica*’ al que hace mención Valerio Fuenzalida (2005) en su investigación: desde allí se representan una serie

de enfrentamientos entre los personajes o grupos que simbolizan el “bien” y el “mal”. Este esquema suele ser el más conflictivo y preocupante en la televisión infantil/adolescente.

En el caso de *Floricienta*, los “pobres” encarnan el rol de la bondad y la alegría, mientras que los “ricos” demuestran maldad, no son demostrativos y prefieren mantener la rigidez frente a diversos aspectos que ocurren en sus vidas.

En el caso de *Floricienta*, el discurso de la “romantización de la pobreza” se ve representado a través de un consumo televisivo que generó una identidad tanto propia como también comunitaria y que se dio por parte de niños, niñas y adolescentes que compartieron códigos entre sí. Bajo este punto, una de nuestras entrevistadas (“N”) reflexionó sobre el modo en que se percibía aquella representación dieciocho (18) años atrás y destacó que

(...) Creo que en ese momento tenía tan normalizada la romantización de la pobreza, no tenía la capacidad de discernir entre una persona pobre o rica, pienso en que era una locura cómo lo vendían así.

Entrevistada “N”.

Por su parte, nuestra entrevistada “B” también recordó el modo en que se presentaba dicha personificación y al respecto manifestó que

(...) Estos días lo hablaba con una amiga, la pobreza se asocia mucho a la bondad y la riqueza a la maldad, para mí no es así. Te podés ganar la plata trabajando y no significa que seas mala persona por ser ambiciosa. Hay pobres malos como hay ricos buenos. Es muy importante los pensamientos que tenemos, la infancia marca mucho en el adulto.

Entrevistada “B”.

En la telenovela infanto-juvenil, la figura de *Floricienta* es representada constantemente como aquella que siempre debe superar sus propias adversidades y eso, a lo largo de la historia, logra intensificarse a tal punto de terminar convirtiéndose en un tipo de discurso. Conceptualmente hablando, estas ideas que se logran instalar pueden estar relacionadas con frases del estilo: “si ella pudo, los demás también” ó “si se esfuerza y le pone voluntad, lo va a lograr”. Relacionado a esto, nuestra entrevistada “A” considera que

Si sos pobre te tenés que esforzar un montón, ¿cuándo le iba bien a Florencia? Nunca pudo acceder a un trabajo normal, la chica de la pensión la echaba porque no podía

acceder, se enamora de su jefe... no le salía una. Ese nivel de disparidad con su jefe se nota.

Entrevistada "A".

Una de las canciones más reconocidas de la primera temporada (2004) de la telenovela – y con la que comienza el primer episodio de la telenovela – es "*Pobres los ricos*". El estribillo dice:

No tengo nada  
y tengo, tengo todo,  
soy rica en sueños  
y pobre, pobre en oro.  
Y qué me importa  
si con la plata  
no compro amigos, ni amores,  
ni lunas  
ni almas  
ni soles.<sup>51</sup>

La letra hace alusión a una "falta" que tienen "los ricos" a pesar de contar con dinero: falta de amor, falta de sueños, falta de esperanza, entre otros. En este sentido, se hace hincapié en que si bien "los pobres" no tienen nada, a su vez también lo tienen todo: sueños, amigos y amores.

Al respecto, nuestra entrevistada "S" apela al recuerdo de dicha canción y reflexiona, desde su posición de persona adulta, acerca de lo que considera que se buscaba transmitir a través de aquella melodía:

(...) Otra cosa es la demonización del rico y la idealización del pobre, me parece una boludez extrema. Los matices no existían, eso era bastante terrible. Me acuerdo de la canción "pobres los ricos", ella canta que "no tenemos nada pero tenemos todo". Y no, en este país no. No estoy de acuerdo.

Entrevistada "S".

Bajo esta línea, nos resulta interesante ahondar entonces en el poderío que tiene la televisión al momento de reproducir una visión en torno a la manera en la que viven "los pobres" de cada sociedad. Son los medios masivos de comunicación los que muchas veces

---

<sup>51</sup> Estrofa de la canción "Pobres Los Ricos" de *Floricienta*. Compositores: Carlos Zulisberg Nilson / Maria Cristina De Giacomini (2004).

han hecho uso de su potestad, a través de la construcción de diversos discursos que se establecen y son dirigidos hacia cada uno de los ciudadanos de toda una comunidad. Son “los pobres” aquellos que se encuentran expuestos por los mismos medios, con el objetivo de construir subjetividades que a futuro se logran transformar en una mera estigmatización sobre dicha clase social.

### 3.4 La representación del príncipe azul

*Porque no existen hadas,  
ni príncipes, ni sueños,  
porque todo es mentira,  
porque sin ti, ya no hay más vida...*<sup>52</sup>

Más de una generación de niños, niñas y adolescentes ha consumido diversos productos culturales desde donde se expuso —durante varios años— a un personaje que logró ser protagonista y un tanto particular: el “príncipe azul”. Aquella figura masculina se ha caracterizado por ser tierna, romántica, fuerte y salvadora. Dicho sujeto se encargaba de representar a la “perfección” y aparecía “por arte de magia” en la vida de su princesa, para lograr así cambiarla para siempre. Pero, ¿de qué manera la audiencia infanto-juvenil se ha visto afectada por los mensajes de amor romántico que se reprodujeron a través de diversos tipos de historias?

El modelo del amor romántico impuso y perpetuó un “ideal” en toda una sociedad: se relaciona con una conducta amorosa que busca estipular lo que significa verdaderamente enamorarse, qué sentimientos deben atravesarse, con quién, cuándo y de qué manera. Se trata de una construcción social que busca idealizar, con el objetivo de que las mujeres sueñen y anhelan a la figura del príncipe azul, como así también proyecten el amor, la entrega incondicional y la eterna protección por parte de un hombre.

Relacionado con esto, nuestra entrevistada “T” ha dado una definición acerca de qué significaba este tipo de modelo para ella y qué considera que era lo que se buscaba transmitir:

Era como un “ideal” de amor. Era como el amor de tu vida, el indicado. Creo que crecimos medio quemados por esas cosas. Yo no sé si existe “un ideal”, existe “mi ideal” pero capaz no es el ideal de otra persona. Poder identificar esas prácticas, hace que

---

<sup>52</sup> Estrofa de la canción “Por qué” de *Floricienta*. Compositores: Carlos Zulusberg Nilson / Maria Cristina De Giacomini (2004).

uno se pueda parar desde otro lado. No es sano para ninguna de las dos personas tampoco.

Entrevistada T.

En su relato, "T" hizo hincapié en los mensajes que se han buscado transmitir sobre el amor romántico y en la incidencia que considera que ello ha tenido en la construcción de su identidad personal. Como si se tratara de un aspecto "educativo", las historias de las telenovelas se encargaron de poner énfasis en aquel "ideal" del amor, haciendo referencia a que se trata de algo que resulta ser "perfecto" y que todos deberían poder alcanzarlo para ser felices por completo.

Esta concepción del "ideal" romántico y de la eterna felicidad, también se vio reflejada en lo que expresó otra de las personas que fueron consultadas. La entrevistada "N" manifestó tanto la manera en que percibía lo contado por este tipo de historias, como también el modo en que ello repercutió en sus relaciones amorosas en la adultez. Al respecto, nos confesó que

Hasta hace muy poco pensaba en el amor con un príncipe azul. Si hay algo que siempre me atrapó fue eso: el concepto que yo tenía de amor. A mí me tocaba una fibra muy personal, porque yo fantaseaba eso con la relación de amor de mis viejos: yo quería que ellos se amen para toda la vida, pero después terminaron separándose. Ese era el concepto que tenía en ese momento. Hoy, más grande, me doy cuenta que claramente ese concepto era erróneo. Muchas veces me he vinculado con personas, con esa expectativa, siendo una víctima y el otro quien me iba a "salvar".

Entrevistada N.

A lo largo del tiempo, se realizaron numerosos estudios en relación con la recepción de las telenovelas y la apropiación educativa que se ha desencadenado de cara a los televidentes infante-juveniles. Puntualmente se analizó el modo en que los programas de TV han construido este tipo de mensajes, con el objetivo de que cada televidente se apropie de ello y lo vea reflejado en cada una de las situaciones cotidianas que lo/la atraviesan.

Bajo este punto, en una de sus investigaciones, Valerio Fuenzalida (1996) declaró que

Esta «apropiación o resignificación educativa» producida por el televidente, en relación a telenovelas y otros materiales ficcionales, puede ser comprendida (no como «aberración de significación» sino) a partir de las necesidades y demandas sentidas por el propio televidente, como se verá más adelante. La apropiación diferencial del televidente señala que no toda influencia educativa es lograda, aún cuando sea intentada deliberadamente por un emisor. El receptor otorga audiencia y se apropia de aquello

hacia lo cual él siente motivaciones y donde se reconoce. Este proceso de apropiación desvirtúa a las fantasías; acerca de la omnipotencia del emisor para imponer sus significaciones a una audiencia supuestamente pasiva (Fuenzalida, *op.cit.*: 10-11).

En 1937, surgió por primera vez la figura del príncipe azul a través de la historia de *Blancanieves* creada por el reconocido empresario Walt Disney. Desde allí, una serie de cuentos tradicionales han acostumbrado al público infanto-juvenil a la reproducción de relatos clásicos que —en algunas oportunidades— contaban con un patrón en común: se trataba de mujeres que debían afrontar dificultades, pero que aún así necesitaban continuamente que llegue un príncipe a sus vidas para conquistarlas y rescatarlas de lo que estaban viviendo. En relación con esto, una de las personas que hemos consultado (“M.E”) mencionó aquello que se reflejaba a través del mundo de *Disney* y, al respecto, manifestó que

Sí, como que siempre la princesa esperaba al príncipe azul. Como en los cuentos de *Disney*. Ahora la mirada es otra, ahora está mal visto que en los cuentos de *Disney* la princesa espere al príncipe. Ahora, capaz que la princesa puede esperar a otra princesa o el príncipe a un príncipe.

Entrevistada M.E.

La figura del amor romántico se ha encargado de construir distintos modelos de hombres a través de los cuentos tradicionales más reconocidos: muchos de ellos fueron príncipes azules o super héroes valientes y guerreros. Este tipo de sujetos han sido mostrados de un modo particular: se trataba de personajes que solían ser exitosos, que no se mostraban débiles y que siempre escondían sus problemas, inseguridades y/o miedos ante los demás.

En este apartado, nuestro objetivo será destacar el modo en que se representaba a la figura del príncipe azul en la telenovela de *Floricienta* y qué incidencia consideran nuestros entrevistados que esa personificación ha tenido en la construcción de su identidad personal.

Como mencionamos en el apartado anterior, el avance que han generado los movimientos feministas<sup>53</sup> —en Argentina y el resto del mundo— también aportaron al campo de los medios de comunicación romper con los estereotipos representados.

En *Floricienta*, Federico Fritzenwalden personificó al príncipe azul de la historia. A diferencia del modo en que normalmente se caracterizaba a este tipo de personaje, él era presentado

---

<sup>53</sup>Algunas de las referentes del movimiento feminista actual son: Judith Butler, Dora Barrientos, Rita Segato, entre otras.

con mal carácter y rigidez, lo cual nunca le permitía demostrar sus sentimientos con claridad. A pesar de ello, *Floricienta* logró distinguir algo en él y buscó convertir su dura personalidad a través del amor. Con el correr de los episodios, Federico comenzó a asimilar que se estaba enamorando de *Floricienta*, a pesar de estar comprometido con Delfina. Al respecto, nuestra entrevistada “S” recordó la manera en la que se representaba a Federico y confesó el modo en que ella concebía al amor cuando era adolescente:

Soñaba con el príncipe azul, que tenía que ser un bombón y no importaba si te maltrataba. Muy superficial además, porque si te ponés a pensar el *Freezer* no tenía nada de príncipe azul, como mucho tres veces fue amoroso con ella. Pero vos lo veías a través de los ojos de *Floricienta* y te enamorabas. Yo creo que re contra los productos de esa época impactaron en cómo veíamos el amor en ese momento, esto de que el amor te tenía que atravesar, de que tiene que doler, y luego uno crece y te das cuenta de que no es tan así. Hasta me atrevo a decir que no soy la única que lo vivió de esa forma, nos atravesó a todas.

Entrevistada S.

En este sentido, “S” ha manifestado cierta distancia que tiene hoy con cómo se expresaba al amor romántico en *Floricienta* años atrás. Ella hace énfasis en el “ideal romántico” que se buscaba potenciar a través de la historia y la manera en que esto se instauraba en las televidentes niñas y/o adolescentes. La entrevistada “S” también se encargó de resaltar la polémica personificación de Federico y lo que ella considera que se generaba a través de su figura.

Desde un primer momento, *Floricienta* se da cuenta que Federico, al que decide llamar “Don Freezer” por ser tan frío con sus sentimientos, es su verdadero príncipe azul. Esto transformó por completo la historia, ya que desde aquel momento ella estaba convencida de que debería luchar por su amor para lograr estar juntos hasta el fin.

Pero mientras que Federico no se decidía por lo que verdaderamente sentía por ella, *Floricienta* comenzó a querer alejarse de la idea de que iba a terminar finalmente en pareja con él y le comienza a dar una oportunidad a otro de los Fritzenwalden: Franco. Al contrario de lo que ocurría con su hermano, Franco no tuvo reparos en confesarle su amor a Florencia. Él demostró ser capaz de luchar contra los obstáculos y de dejar todo por ella.

A pesar de esto, *Floricienta* continuó ilusionada con su príncipe y se encontró acorralada entre la espada y la pared, entre Federico y Franco Fritzenwalden. Esto que mencionamos se expresa, por ejemplo, en el capítulo 73 de la primera temporada (2004) cuando *Floricienta* les pide a sus “haditas de la magia” que la hagan invisible a ella y a Federico para poder desaparecer y ser felices lejos de Delfina:

**Escena Floricienta - Capítulo 73 (2004):**

**Floricienta:** *No me puedo sacar a mi príncipe de la cabeza... ¡Ay, mamá! ¡Ayúdame antes de que me vuelva loca de todo! ¡Ay, haditas de la magia! ¡Por favor, háganme invisible a mí y a mi príncipe y que desaparezcamos del aire!... ¿Quién anda ahí?*

**Federico:** *Me gustaría decir “tu príncipe”, pero no puedo...*

**Floricienta:** *Don freezer...*

**Federico:** *Flor... ¿qué vamos a hacer vos y yo? ¿Qué hacemos Flor?*

**Floricienta:** *No, nosotros no tenemos que hacer nada Don Freezer, porque nosotros ya... es mejor que las cosas queden así, ya está. Estoy tratando de ver qué me pasa con Franco y ver qué pasa con él, nada... quiero un amor sano, sin cosas raras. Quiero hacer eso.*

**Federico:** *Está bien... intentalo, me parece muy bien. Ustedes dos se lo merecen.*<sup>54</sup>

En esta escena, *Floricienta* se encarga de hacer uso de la conceptualización de “amor sano”, como si lo que sintiera por Federico no lo es. Bajo esta línea, la investigadora Nora Mazziotti (2017) ha reflexionado sobre el modo en que las heroínas de las telenovelas conciben al amor y al respecto menciona que

(...) las heroínas de telenovelas son las más activas, las arriesgadas, las que entregan todo. En el duelo amoroso que narra la telenovela, en la tremenda contienda que plantea, se hace patente la existencia del OTRO/OTRA. Porque no se trata sólo de enamorarse de la persona incorrecta. Sino que ese amor es un imposible, es lo prohibido, que interpela todas las expectativas y mandatos establecidos a lo largo de generaciones. (...) Pienso que las heroínas son casi siempre las más humilladas en las historias, mucho más que los protagonistas masculinos. Es más sencillo para los protagonistas masculinos, a quienes les está permitido el cortejo social, o la atracción puramente sexual (Mazziotti, *op.cit.*: 1).

Las niñas y adolescentes que supieron ser fieles espectadoras de *Floricienta* han ido creciendo y adoptando —a través del paso del tiempo— diversas concepciones respecto al rol de la mujer y el modo en que se la representa a través de distintos productos culturales que han consumido. Al consultar sobre si consideran que el modo de aquella representación ha repercutido en el desenlace de la construcción de su identidad personal, nuestra entrevistada “B” confesó:

---

<sup>54</sup> Canal Floricienta. (2017). *Floricienta Capítulo 73 Temporada 1* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3xZXz7k>

(...) Yo cuando la veía creía en ese cuento de hadas que tenía Floricienta, de la princesa que tenía que superar obstáculos para estar con su príncipe y sufrir en el transcurso de llegar a estar con él, ese drama intermedio hasta llegar al príncipe. En mi vida amorosa, entendía que para estar con mi príncipe tenía que superar esos dramas, esos obstáculos y que iba a ser difícil. (...). Yo creo que lo hago de manera inconsciente, pero quizás en el fondo sí creo que mi chico va a ser el príncipe azul. Me gusta ese perfil de chicos, el que te hace sufrir. Igual creo que para mí son las dos cosas, mi personalidad y haber crecido con películas de *Disney* y las novelas de Cris Morena. No tuve otras referencias amorosas en mi vida de chica que no sean esas. Yo copiaba mucho lo que veía en la televisión.

Entrevistada B.

Bajo este aspecto, resulta interesante indagar el modo en que “B” declara la incidencia que considera que el modelo de amor romántico ha tenido en el desenvolvimiento de sus relaciones hasta el día de hoy. El investigador Orozco Gómez (1991) analizó la manera en que los televidentes se logran apropiarse de determinados mensajes y declaró que

En la interacción con la TV el televidente realiza varios esfuerzos cognoscitivos: atención y percepción; comprensión y asimilación y, finalmente, de apropiación y significación. Algunas veces la TV logra captar la atención mayoritaria del televidente, otras, los otros televidentes que lo acompañan la monopolizan. Por esto, para los productores es muy importante que sus discursos televisivos capten la atención del televidente. Si ésta no se logra, la secuencia no prosigue y hay todavía menos posibilidad de que se produzca conjuntamente el significado preferente (Orozco Gómez, *op.cit.*: 115).

A lo largo de la historia, *Floricienta* y Federico han tenido que atravesar diversos obstáculos internos y externos que se presentaron en su vínculo de pareja y que lograron enmendar a través del amor. Esto que mencionamos se demuestra, por ejemplo, en el capítulo 92 de la primera temporada (2004) cuando Federico sorprendió a *Floricienta* en su habitación y le confesó su amor, a pesar de las adversidades que debieron continuamente atravesar:

**Escena *Floricienta* - Capítulo 92 (2004):**

**Floricienta:** *¿Qué le pasa?*

**Federico:** *Me pasa que estoy muerto de amor por vos... Nunca en toda mi vida estuve tan enamorado de alguien, nunca en toda mi vida.*

**Floricienta:** ¡Pare Don Freezer! ¿Esto es verdad o yo estoy soñando? Pégueme uno de esos gritos de loco que pega usted, así me doy cuenta que es verdad... ¡ay no lo puedo creer!

**Federico:** Yo tampoco lo puedo creer... ¿preferís que te coma a besos?

**Floricienta:** Ayyyy...

**Federico:** ¿Por qué tendrán que haber tantas trabas entre nosotros? ¿Por qué todo tiene que ser siempre tan difícil?<sup>55</sup>

Durante la primera temporada (2004), la historia de amor que sucedía entre *Floricienta* y Federico se presentaba constantemente como una manera de superar obstáculos, demostrando que se debía atravesar mucho sufrimiento y dolor para lograr ser felices hasta el fin. Incluso, una vez que lograron la armonía en su relación y que decidieron casarse y estar juntos, el príncipe azul de la telenovela se murió.

Particularmente, en el caso de esta producción infanto-juvenil, el modelo del amor romántico demuestra ser algo que trasciende más allá de la vida terrenal: fue Federico, el príncipe azul, quien decidió no abandonar a *Floricienta* y volver a elegirla como su enamorada, a pesar de haber reencarnado en el cuerpo de otro hombre, Máximo “El Conde”.

En suma, y como analizamos, varias de nuestras entrevistadas crecieron con este ideal de príncipe azul y anhelaban, en sus vidas personales, encontrarse y enamorarse de alguien con esas características. Esto revela que las telenovelas tienen un rol de educar a la audiencia, aunque como dice Fuenzalida (1996) no siempre sucede del modo en que el emisor lo plantea. Sin embargo, no podemos negar la influencia en la apropiación y el deseo que construye la audiencia en el consumo cultural. Es decir, esta apropiación va más allá del momento de ver televisión, ya que interfiere y configura sus relaciones personales.

---

<sup>55</sup> Canal Floricienta. (2017). *Floricienta Capítulo 92 Temporada 1* [Archivo de video]. Youtube. <https://bit.ly/3Smh1Dq>

## ● CONCLUSIONES

Consideramos necesario hacer un cierre de nuestra investigación para poder retomar los puntos centrales y también pensar futuras investigaciones que se pueden desprender a partir de nuestra tesina de grado.

*Floricienta* fue, es y será un fenómeno cultural, en donde su consumo conlleva arraigado una serie de variantes en torno a la construcción de la identidad de la audiencia y de la subjetividad. En otras palabras, a partir de *Floricienta*, se formó el punto de vista desde donde la audiencia se ve a sí misma pero también a los otros y al mundo que la rodea. Esto lo observamos a partir de los propios testimonios que obtuvimos por parte de las entrevistas realizadas, en las cuales no quedaban dudas de la relación afectiva y emocional que se había generado entre los espectadores y *Floricienta*. En muchas oportunidades, varios de ellos nos han comentado que *Floricienta* formaba parte de su infancia, que era una parte de su vida, un recuerdo que quedará por siempre en su memoria y que los/as acompañará eternamente.

A lo largo del trabajo de investigación, pudimos visualizar la manera en que la audiencia se apropió de dicha telenovela, esto es: la hicieron propia, la llevaron a su cotidianidad, a la relación con sus pares y sus familiares. Incluso, en muchos casos, dimos cuenta que la recepción se llevó a la práctica, como por ejemplo, tras la elección de querer estudiar comedia musical para poder cantar y bailar como lo hacían los personajes en la telenovela.

Nuestro objetivo inicial fue cuestionarnos: ¿qué pasó a partir del reestreno que tuvo lugar en el año 2020? ¿Qué fue lo que se reactivó en la audiencia en aquella instancia? En función de estos interrogantes, analizamos que lo que en verdad sucedió tuvo que ver con una reactivación de la memoria colectiva en la audiencia de *Floricienta*, como así también el surgimiento de nuevas lecturas acerca de lo que había transmitido, dieciocho años antes, la reconocida telenovela infanto-juvenil.

Consideramos que la memoria colectiva se reactivó a raíz de la identificación y reconocimiento que realizó aquella audiencia, a partir del reestreno que tuvo lugar en la pantalla de *Telefe* durante el año 2020. Esto llevó, en parte, a que este tipo de público deba redescubrir a la telenovela desde otro lugar, con otra mirada, atravesada por un contexto histórico, social y cultural diferente.

En varias de las entrevistas realizadas, notamos que surgió un cuestionamiento sobre ciertos discursos de maltrato y/o discriminación que se expresaban a través de la historia de *Floricienta*. Esto fue, en muchas ocasiones, una sorpresa: los televidentes manifestaron

que, en la emisión original de la primera temporada de la telenovela (2004), este aspecto que vinculaba al maltrato y la discriminación era algo que no lo habían notado y que, consecuentemente, lo naturalizaban a diario. Incluso, muchas entrevistadas pudieron reconocer cierta influencia por parte de *Floricienta* por el modo en que se relacionaban con su propio cuerpo. Algo similar ocurrió con la forma en que desde la telenovela se representaba a las figuras de los ricos y los pobres, y la personificación del príncipe azul.

Los argumentos teóricos de esta investigación se basan en comprender a la audiencia desde una posición activa, mediada y capaz de generar significaciones y/o apropiaciones. Lejos estamos de pensar a los espectadores como si fuesen una “cabeza vacía” que los medios de comunicación deben “llenar”. Sin embargo, esto no quiere decir que el poder de la televisión sea nulo: hasta el día de hoy, son los medios masivos (redes sociales, televisión, radio, cine, etcétera) capaces de poder generar influencia y de educar a su audiencia, acompañados de otras instituciones como lo son la escuela, la familia, entre otras.

Ahora bien, en varias oportunidades nos preguntamos: ¿por qué seguir investigando a la telenovela? ¿Qué es lo que vale la pena indagar allí? El autor Valerio Fuenzalida (1996) se cuestiona por el fenómeno, que surge sobre todo en América Latina, e incluso hace hincapié en que se trata de un género contradictoriamente apreciado: por un lado, funciona a modo de goce y disfrute por parte de los televidentes. Mientras que, por el otro, surge un desprecio y una estigmatización desde las élites culturales y políticas.

Por ende, este trabajo se ubica desde la perspectiva cultural que intenta “romper” con aquella idea de “élite cultural”, y busca descubrir las relaciones existentes entre la recepción y la telenovela. En la actualidad, la telenovela sigue vigente y va cobrando distintas formas. *Netflix*, una de las plataformas más reconocidas a nivel mundial, sigue apostando por este tipo de género y sigue teniendo éxito. Tal es el caso de *Café con aroma de mujer* (2021), telenovela que fue adquirida por esta plataforma. Además, en los últimos años las telenovelas turcas siguen inundando en la pantalla de Telefe con éxito asegurado, aún en tiempos en los que se plantea el fin de la televisión.

Pero más allá de cómo es percibido este fenómeno cultural, no quedan dudas de que genera emoción, pasión y deseo en millones de personas que disfrutan de este género. Al momento de realizar las entrevistas, mientras íbamos avanzando en las preguntas y las respuestas que se generaban por parte de la audiencia, comprendimos el verdadero concepto de “escalofrío epistemológico” que subraya Martín-Barbero (2009). Desde su

lugar, el autor confiesa que tuvo esa experiencia en la ciudad de Cali, cuando fue al cine a ver el film *La ley del monte*, un melodrama mexicano. Allí comenzó a observar el modo en que la audiencia reaccionaba: ojos llorosos y mucha emoción. Desde ese lugar, él se dio cuenta de que eso estaba relacionado con lo que se experimentaba en ese consumo en particular. Por ende, Martín-Barbero (*op.cit.*) se preguntó qué era lo que veían los espectadores que él no estaba viendo. Entonces, este “escalofrío epistemológico” le provocó la necesidad de modificar el modo en que realizaba las preguntas, posicionándose —como investigador— más cerca de los receptores.

En nuestro caso, si bien antes de comenzar con la investigación suponíamos que íbamos a encontrarnos con cierta relación de afecto y pasión por la telenovela, nos dimos cuenta de que aún se encontraba vigente una fuerte identificación con lo que significa “ser chica Cris Morena” o con ser la generación que creció junto a *Floricienta*.

Un punto que nos parece interesante plantear para futuras investigaciones es la relación que consideramos que se formó entre la audiencia y la televisión en un contexto particular y excepcional: la pandemia del 2020. Si bien nosotras no hicimos particularmente hincapié en ello, nos parece oportuno que el foco de una futura investigación sea el rol que cumplió la televisión en una situación de aislamiento social, preventivo y obligatorio. Desde nuestra perspectiva, pudimos dar cuenta que todos los medios de comunicación, funcionaron como una compañía que trascendió pantallas.

Por último, pensamos que vale la pena seguir aportando al campo de la comunicación nuevas miradas hacia todo lo que generó el fenómeno cultural de Cris Morena dedicado al público infanto-juvenil. Si bien nosotras hicimos hincapié en *Floricienta*, como un producto en particular, nos parece pertinente que a futuro se puedan abordar diferentes perspectivas del mundo creado por la reconocida María Cristina de Giacomini. Por más que los años pasen, las personas crezcan y los gustos culturales se vean modificados, hay un recuerdo que se mantiene intacto: la importancia de que aquello que nos acompaña durante nuestra infancia y/o adolescencia es algo que perdura eternamente y nos marca para toda la vida.

## ● BIBLIOGRAFÍA

ALTHUSSER, Louis (1975): "Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado (notas para una investigación)", Barcelona: *Escritos, Laia*.

ANDRADE, Nadia Yanel (2021): "*Música, televisión e identidad juvenil: un campo abierto a un nuevo análisis comunicacional*". Tesina de grado. Ciencias de la Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Tutora: Viviana Minzi.

BANDURA, Albert (1977): *Social learning theory. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall*.

BASSOLS, Mireira (2006) "El arteterapia, un acompañamiento en la creación y transformación". *Arteterapia*, 1, 19-25.

BORDA, Libertad (2011): *Bettymaníacos, Luzmarianas y Mompirris: el fanatismo en los foros de telenovelas latinoamericanas*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Director: Pablo Alabarces.

BORDA, Libertad (2015): "Fanatismo y redes de reciprocidad", en *Revista Trama de la comunicación*. Anuario del Depto. De Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario. Volumen 19.

BOURDIEU, María Victoria (2009): *Pasión, heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*, Buenos Aires/Los Polvorines: Biblioteca Nacional, Universidad Nacional de General Sarmiento.

BROOKS, Peter (1995) [1976]: *The Melodramatic Imagination. Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess*, New Haven: Yale University Press.

CANDAU, Joël (2008): *Memoria e identidad*, Buenos Aires: Del Sol.

CARLI, Sandra (comp.)(1999): *De la familia a la escuela: infancia, socialización y subjetividad*. 1ª ed. Buenos Aires, Santillana.

CARLI, Sandra (1999): "La infancia como construcción social". En: Carli, Sandra (comp.), *De la familia a la escuela. Infancia, socialización y subjetividad*, Santillana, Buenos Aires, 11-39.

CHERNITSKY, Laura (1996): "Telenovela: El placer del género" en Soto, Marita (Coord.): *Telenovela/telenovelas. Los relatos de una historia de amor*, Buenos Aires: Atuel.

CURIA, Melina (2006): Pequeños consumidores: algunas reflexiones sobre la oferta cultural y la construcción de identidades infantiles. En: Carli, S. (2006). *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*. Buenos Aires: Paidós.

DE CERTEAU, Michel (2010) [1980]: *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer*, México D.F., Universidad Iberoamericana.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina (2002): "Una mirada sobre los estudios culturales latinoamericanos". En: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. VIII, núm. 15, junio, pp. 35-55 Universidad de Colima Colima, México.

FUENZALIDA, Valerio (1984): *Televisión, padres e hijos*. CENECA. Chile.

FUENZALIDA, Valerio (1992): "¿Qué ve la gente en las telenovelas?" en *Signo y Pensamiento*, 11 (20), 41-67.

FUENZALIDA, Valerio (1996): La apropiación educativa de la telenovela. *Diálogos de la Comunicación*, 44, 91-104.

FUENZALIDA, Valerio (2005): *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, Colombia.

FUENZALIDA, Valerio (2007): "Cambios en la relación de los niños con la televisión". En *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, ISSN 1134-3478, N° 30, 2008 (Ejemplar dedicado a: Audiencias y pantallas en América), págs. 49-54.

FUENZALIDA, Valerio (2011): Melodrama y reflexividad. Complejización del melodrama en la telenovela. *Revista Mediálogos*, 1, 22-45.

FRITH, Simon (1987): Hacia una estética de la música popular en *The politics of composition, performance and reception*. Traducción de Silvia Martínez.

GAMARNIK, Cora Edith (2009): Estereotipos sociales y medios de comunicación: Un círculo vicioso. *Question/Cuestión*, 1(23). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/826>

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999): "El consumo cultural: una propuesta teórica". En: Sunkel, G. (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

GIMÉNEZ, Gilberto (2003): *La Cultura como identidad y la identidad como cultura*, Instituto Investigaciones Sociales UNAM, México.

GIROUX, Henry (2000): "¿Son las películas de Disney buenas para sus hijos?". En *Steinberg, S. y Kincheloe J. (comp). Cultura infantil y multinacionales*. Madrid: Morata.

GONZÁLEZ, Jorge (1993): "La cofradía de las emociones (in)terminables (parte primera). Construir las telenovelas mexicanas" en Mazziotti, Nora (Comp.) *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*, Buenos Aires: Colihue.

GRIMSON, Alejandro y VARELA, Mirta (1999): *Audiencias, estudios culturales y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires: Eudeba.

GRUNBLATT, Noelia Grunblatt (2020): Hablando de la muerte con los niños. En *Revista de Psicología*, n° 7. Universidad de Congreso.

GUBER, Rosana (2004): *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.

HALL, Stuart (1973): "Encoding/Decoding in Television Discourse", en *Stuart Hall, Dorothy Hobson, A. Lowe y P. Willis (eds.) Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979*, London: Hutchinson.

HALL, Stuart Hall (1997): *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London. Sage Publications. Cap. 1, pp. 13-74. Traducido por Elías Sevilla Casas

HALL, Stuart (2003): "Introducción: ¿quién necesita identidad?" en Hall, S. y du Gay (comps.), *Cuestiones de identidad cultural*, Buenos Aires: Amorrortu.

HELLER, Agnes (1989): "De la hermenéutica en las ciencias sociales a la hermenéutica de las ciencias sociales" en HELLER, A. y FEHÉR, F., *Políticas de postmodernidad. Ensayos de crítica cultural*, Barcelona: Península.

HILDE HIMMELWEIT, Rare (1958): *TELEVISION AND THE CHILD, An Empirical Study of the Effect of Television on the young*. New York. Oxford University Press for the Nuffield Foundation.

HOGGART, Richard (1957): *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México, Grijalbo.

JENKINS, Henry (2008): *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

KATZ, Elihu y Paul F. Lazarsfeld (1979): *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*, 1ª edición, Barcelona: Editorial Hispano Europea.

KLAPPER, Joseph. T. (1960): *The Effects of mass communication. An analysis of research on the effectiveness and limitations of mass media in influencing the opinions, values, and behavior of their audiences*. Nueva York: The Free Press.

LARROSA BONDÍA, Jorge (2006): "Sobre la experiencia". En: *Aloma Revista de Psicología, Ciencias de la Educación y del Deporte Blanquerna*, Núm. 19, p. 87-112.

LANDI, Oscar (1993): *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*, Buenos Aires: Planeta-Espejo de la Argentina.

MORIN, Eduardo (1972): *El cine o el hombre imaginario*. Barcelona: Seix Barral.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1983): "Memoria narrativa e industria cultural" en *Comunicación y cultura*, No. 10, México, Agosto.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987a): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona: Gustavo Gilli.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987b): "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana" en *Diálogos de la Comunicación*, No. 17, Lima, Junio.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1995): "Matrices culturales de la telenovela" En *Peñamarín, C. y López Díez, P. (Coord)*.

MARTIN-BARBERO, Jesús (1997): "Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático" en *Pretextos*, Cali: Editorial Universidad del Valle.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002): “Jóvenes: comunicación e identidad. Pensar Iberoamérica”, en Revista de Cultura de la OEI. Recuperado de: <http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric00a03.htm>.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2009): Los laberintos del gusto. *DeSignis*, 14, 165-177.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; RUEDA, Amanda; VALENCIA CONVERGENCIA, Stella (2000): Los niños como audiencias Investigación sobre recepción de medios. México. *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 9, núm. 27, enero-abril, 2002, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca.

MARTÍN-CRESPO BLANCO, Cristina y SALAMANCA CASTRO, Ana Belén (2007): *El muestreo en la investigación cualitativa*. España. Nure Investigación, nº 27.

MACCOBY, Eleanor (1951): “Television: Its impact on school children”. United States. Oxford University Press. *Public Opinion Quarterly*, Volume 15, Issue 3, Pages 421–444.

MAZZIOTTI, Nora (1992): “Nuevos lenguajes en las recientes telenovelas latinoamericanas”. En *Versión N° 3*, México.

MAZZIOTTI, Nora (1993): “Intertextualidades en la telenovela argentina: melodrama y costumbrismo” en *Mazziotti, Nora (Comp.), El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*, Buenos Aires: Colihue.

MAZZIOTTI, Nora (1994): “La telenovela transnacional: Argentina y las coproducciones”. En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Universidad de Colima. Vol. VI, N° 16-17: 309-317.

MAZZIOTTI, Nora y MIGRÉ, Alberto (1993): “Soy como de la familia” Migré. Conversaciones de Nora Mazziotti con Alberto Migré. Buenos Aires: Ed. Sudamericana.

MAZZIOTTI, Nora y BORDA, Libertad (1997): “Telenovelas argentinas: Andrea del Boca en los 90” en *Telenovela: Ficción popular y mutaciones culturales / coord. por Eliseo Verón, Lucrecia Escudero Chauvel*, Gedisa.

MAZZIOTTI, Nora (2017): *Heroínas de telenovela: Cenicientas y Empoderadas*. Harvard Review of Latin America. Versión Español.

MAZZIOTTI, Nora (2008): "La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica". En *La mirada de Telemo. Revista académica sobre televisión peruana y mundial*. Lima: Pontificia Universidad Católica de Perú.

MAZZIOTTI, Nora (2009): Telenovelas: circulación y estilos narrativos. *Signo Y seña*, (21), 129-149. Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

MÉNDEZ SHIFF, Pablo (2017): "Cris Morena: La mujer que transformó la adolescencia argentina". Buenos Aires, Milena Caserola.

MINZI, Viviana, (2003): "Mercado para la infancia o una infancia para el mercado", en *Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Una mirada a las transformaciones recientes de la Argentina*, Sandra Carli compiladora, La Crujía, Bs As.

MCNEAL, James (2000): Los niños como consumidores sociales y comerciales. Washington, D.C; *Organización Panamericana de la Salud*; ene. 2000. 105 p. ilus.

OLIVERA, Cora (2010): "*Aguante Patito Feoo!!!: Análisis de una telenovela infantil-juvenil y su repercusión en redes sociales de Internet*". Tesina de grado. Ciencias de la Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1991a): "Del acto de ver televisión". En *Recepción televisiva, tres aproximaciones y una razón para su estudio*. Universidad Iberoamericana.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1991b): "La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva", en *Diálogos de la Comunicación y la Cultura N° 30*.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1993): "Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes". *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, ISSN 0211-2175, N° 15, págs. 31-44. Barcelona.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1994): *Televidencia, perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. México. Universidad Iberoamericana.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*, Madrid: Ediciones de La Torre.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1997): "Medios, audiencias y mediaciones", en *Comunicar*, núm. 8, marzo de 1997, Grupo Comunicar. Huelva, España.

PASQUIER, Dominique. (1995): Chère Hélène. Les usages sociaux des séries collège. En: *Reseaux*, 70, p. 56-77.

PIRACÓN, Jaime (2019): ¿Qué es eso de jugar videojuegos? Notas para entender los videojuegos como práctica social. Disponible en [flacso.org.ar/flacso-virtual](http://flacso.org.ar/flacso-virtual).

PORTANTIERO, Juan Carlos (1987): *Los usos de Gramsci*. Buenos Aires: Grijalbo.

ROTT, Leila Rocio (2021): Cris Morena, ¿cómo funciona una máquina cultural para niños? Tesina de grado. Ciencias de la Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Tutora: Viviana Minzi.

SAINTOUT, Florencia y FERRANTE, Natalia (2006): "Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos" en SAINTOUT, Florencia y FERRANTE, Natalia (compiladoras): *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*, Buenos Aires: La Crujía.

SALAS, Alina Rocío y SOTILLO, Noelia Lara (2018): "*Fanatismo e identidades: el caso del club de fans de Cris Morena en la Ciudad de Buenos Aires*". Tesina de grado. Ciencias de la Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Tutores: Libertad Borda y Federico Álvarez Gandolfi.

SEPÚLVEDA RAMIREZ, María Gabriela & LARRAÍN, Soledad (1997): *Somos personas*. Manual de terapia de grupo con niños víctimas de maltrato en el ámbito familiar. Departamento de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.

SILVERA BASALLO, Eugenia Marisol (2018): "*Una Mirada sobre la memoria de las espectadoras de telenovela*". Tesis de Magíster de la Universidad de Buenos Aires en Comunicación y Cultura. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Tutora: Libertad Borda.

SCHMUCLER, Héctor (1975): "La investigación sobre comunicación masiva" En: *Comunicación y Cultura*.

SCHMUCLER, Héctor (1992): “Sobre los efectos de la comunicación”, en *Sociedad. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires*, no 1.

TRUBBO, Eugenia Victoria y JIMENÉZ, Laura (2014): *Violetta y su impacto positivo en niñas y adolescentes*. Producción y Dirección de Radio y Televisión del Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER).

VERÓN, Eliseo (1987): *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Buenos Aires: Gedisa.

VILA, Pablo (2001): “Música e identidad. La capacidad interpeladora y narrativa de los sonidos, las letras y las actuaciones musicales” en *Cuadernos de nación. Músicas en transición*. Ed. Ministerio de cultura. Bogotá.

WILLIAMS, Raymond (2011 [1974]): *Televisión, Tecnología y forma cultural*. Paidós.

### **Artículos periodísticos:**

*Clarín* (8 de junio de 2020). Las claves que explican el furor de las novelas turcas.

Disponible en

[https://www.clarin.com/espectaculos/tv/claves-explican-furor-novelas-turcas-mundo\\_0\\_tkGRdh1G7.html](https://www.clarin.com/espectaculos/tv/claves-explican-furor-novelas-turcas-mundo_0_tkGRdh1G7.html)

*Clarín* (23 de agosto de 2020). Florencia Bertotti cuenta cómo vive la previa al refresco de Floricienta. Disponible en:

[https://www.clarin.com/espectaculos/tv/florencia-bertotti-cuenta-vive-previa-regreso-floricienta\\_0\\_kxApA-z3c.html](https://www.clarin.com/espectaculos/tv/florencia-bertotti-cuenta-vive-previa-regreso-floricienta_0_kxApA-z3c.html)

*El Día* (28 de Noviembre del 2004). El escándalo del final. Disponible en:

<https://www.eldia.com/nota/2004-11-28-el-escandalo-del-final>

*Estar Informado* (2020). Todos los números del fenómeno Floricienta. Disponible en:

<https://estarinformado.com.ar/espectaculos/todos-los-numeros-del-fenomeno-floricienta/>

*Infobae* (24 de agosto de 2020). Floricienta volvió a la pantalla de Telefe con picos de audiencia y las redes se llenaron de memes. Disponible en:

<https://www.infobae.com/teleshows/infoshows/2020/08/24/floricienta-volvio-a-la-pantalla-de-telefe-con-picos-de-audiencia-y-las-redes-sociales-se-llenaron-de-memes/>

*La Nación* (23 de agosto de 2020). Cris Morena: “Me parece fascinante tener a Floricienta en lugar de una novela turca”. Disponible en:

<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/personajes/cris-morena-regreso-floricienta-el-publico-ama-nid2426757/>

**Tweets utilizados por orden de aparición:**

Lali [@lalioficial]. (03 de septiembre de 2020). Gracias por todo el amor a toodos! Es impresionante que tantos años después se sigan emocionando así! Que lindo fue Flori y como me divertí con Robertita...todo lo que viví después, hasta hoy, es MAGIA...!xs quiero. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/lalioficial/status/1301654243879858177>

Virgi Rodríguez [@Virgiesovive]. (24 de mayo de 2020). Lo unico bueno que me paso en todo el 2020 es que vuelve #Floricienta. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/virgiesovive/status/1264603482012749824>

DAIA [@DaianaElizabeth]. (24 de agosto de 2020). #FLORICIENTA ES LO MEJOR QUE LE PASÓ AL 2020 Y NO TENGO DUDAS. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/DaianaElisabett/status/1298008288790020098>

Sol [@flickercevans]. (21 de octubre de 2020). Quién iba a decir que en 2020 iban a repetir floricienta y encima íbamos a ser un montón twitteando y viéndolo literalmente mi sueño hecho realidad #Floricienta. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/flickercevans/status/1319041635406254080>