



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: De la pantalla a la realidad ida y vuelta: construcciones sociales a través de los estereotipos en la ficción: caso Sos mi vida

Autores (en el caso de tesis y directores):

Constanza Guglieri

Catalina Saravia

Mariana Rosales, tutora

Joaquín Sticotti, co-tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2020

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



TESINA DE GRADO

DE LA PANTALLA A LA REALIDAD IDA Y VUELTA

Construcciones sociales a través de los
estereotipos en la ficción:
caso Sos mi vida

CONSTANZA GUGLIERI

DNI 38254700

gugliericonstanza@gmail.com

CATALINA SARAVIA

DNI 38124833

catasaraviag@hotmail.com

TUTORES

Mariana Rosales - Joaquín Sticotti

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

2020

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

TESINA DE GRADO

De la pantalla a la realidad ida y vuelta.

Construcciones sociales a través de los estereotipos en la ficción:

caso *Sos mi vida*

Constanza Guglieri - DNI 38254700 / gugliericonstanza@gmail.com

Catalina Saravia - DNI 38124833 / catasaraviag@hotmail.com

Tutores

Mariana Rosales

Joaquín Sticotti

2020

AGRADECIMIENTOS

A nuestros tutores, Mariana y Joaquín, por hacer de este proyecto algo tan suyo como nuestro, por su paciencia, generosidad y por considerarnos científicos sociales desde el primer día.

A aquellos profesores que supieron transmitir, en todo tipo de condiciones y hasta en las más adversas, la pasión por la docencia y la profesión.

A la Universidad pública y especialmente a la Facultad, por enseñarnos a pensar, a cuestionarnos, a preguntarnos cosas que nunca imaginamos, por darnos una visión de mundo de la que nunca nos vamos a poder apartar y por habernos hecho cruzar la una con la otra.

A nuestro círculo más íntimo, que nos acompañó y sostuvo durante todo este camino, animándonos siempre a seguir adelante.

A Cata. Realmente lo más importante que encontré en FSOC es esta amistad indeleble. No hay ninguna otra persona con la que hubiera podido haber hecho todo este recorrido académico y crecimiento personal.

A Conie, a quien tengo la suerte de llamar no sólo colega sino amiga. Codo a codo desde el primer día, no me imagino otra manera de haber llegado hasta acá que juntas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
Tiempos compulsivos	5
1. SOBRE LO DICHO E INVESTIGADO: ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO - METODOLÓGICO	11
1.1 Estado del arte	11
1.2 Marco teórico	14
1.3 Metodología	20
2. LA ESCENA TELEVISIVA ARGENTINA (1950-2006)	23
2.1 Argentina: tierra de televisión y ficción	23
2.2 Polka: Noche y día junto a vos	29
3. HERRAMIENTAS PARA DESARMAR LA TELENOVELA	35
3.1 Los secretos del melodrama	35
3.2 Los estereotipos no piden permiso	48
4. SOS MI VIDA	54
4.1 Corazón valiente	58
4.2 Quiero vivir a tu lado	74
CONCLUSIONES	77
Final del juego	78
ANEXO	84
FUENTES	109

“Los hechos y/o personajes de la siguiente tesina son ficticios.
Cualquier similitud con la realidad es pura coincidencia.”

INTRODUCCIÓN

Tiempos compulsivos

Mientras algunos se siguen preguntando si la televisión murió, lo cierto es que la mayoría de nosotros la prende todos los días: para informarnos, para entretenernos, para saber cuál es el clima de hoy o a cuánto está el dólar. Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, publicada en 2019 por el Sistema de Información Cultural de la Argentina, prácticamente todos los argentinos miran televisión y lo hacen a través del televisor como soporte principal (95%) con un promedio de consumo diario de TV de tres horas y cuarto.¹

Si bien el consumo por *streaming* y el *on-demand* son fenómenos cada vez más comunes, el ritual de sentarse frente al televisor y ver un programa en vivo o una telenovela en su horario real de emisión sigue siendo una costumbre vigente: sólo una minoría (8%)² los mira en otro momento a través de YouTube u otras páginas de internet, lo que da cuenta de la relevancia que sigue teniendo la programación de la grilla televisiva para los televidentes.³

A partir de su aparición, la televisión fue objeto de diversos estudios. En principio le disputó el rol hegemónico a la radio como medio masivo de comunicación e implicó la introducción de la experiencia audiovisual en el hogar. Con una lógica de programación similar a la de la radio y una lógica de producción más cercana a la del cine, se caracterizó por tener una grilla organizada (Williams, 2011). Un medio tan masivo y de tanto alcance social como resulta la televisión está inevitablemente implicado en la construcción de los significados. Así, los programas de televisión son una fuente cotidiana en la generación de identidad social, que opera a través de mecanismos narrativos y semióticos, que interpelan a los espectadores y que se ponen en juego en cada acto de significación.

Aún en tiempos donde las redes sociales y los servicios de *streaming* son los protagonistas indiscutidos en la construcción de sentidos socialmente relevantes y

¹ Ver anexo 4, gráficos 1 y 2.

² Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, publicada en 2019 por el Sistema de Información Cultural de la Argentina

³ Ver anexo 4, gráfico 3.

organizadores de la agenda mediática, nos aventuramos a decir que la televisión sigue siendo uno de los lugares más importantes de circulación y reproducción de discursos, donde la agenda mediática se construye y donde también se emplazan los productos ficcionales más masivos de nuestro país, convirtiéndola en una gran generadora de sentido. Los medios de comunicación, en su dimensión histórica y social, funcionan como aparatos de representación, de construcción de la “realidad”.

Y son las telenovelas precisamente las que llaman nuestra atención, en particular las llevadas a cabo por la productora Polka: una de las más reconocidas de nuestro país, de producción nacional y coproducciones a nivel internacional, que nació en un momento de cambio en la televisión local. Elegimos trabajar sobre ella porque fue una de las primeras productoras nacionales en dedicarse exclusivamente a la ficción y porque en ella vemos que la manera de (re)presentar los personajes e historias es siempre la misma: simple, reducida y con poco vuelo. Partiendo tal vez desde el prejuicio, creímos que esta manera de representar personajes eran exclusivas de Polka. Es una sociedad entre Fernando Blanco y Adrián Suar⁴, que pasó de producir tan sólo una hora semanal en 1995 a más de 10 horas diarias hasta el 2019, en parte, gracias al estrecho vínculo de la productora con Canal 13 (en adelante, eltrece) a partir de 1998. Con sus 25 años al aire, la productora ha ido creando historias de lo más variadas, atravesando distintos géneros, formatos, acompañando los cambios sociales de cada época y creando personajes que quedarán en el recuerdo de los millones de fanáticos que noche tras noche han ido siguiendo sus programas.

En rigor, no se trata de una productora independiente, ya que siempre estuvo ligada a Arter⁵ de eltrece, donde desde marzo de 2002, Suar se desempeña también como gerente de programación por lo que están estrechamente ligadas.

Partimos de la **hipótesis** de que en las telenovelas producidas por Polka se pueden encontrar ciertos elementos recurrentes en las maneras de contar las historias, creando así personajes y escenarios estereotipados más allá de las

⁴ Ver anexo 3.

⁵ Empresa del grupo Clarín y propietaria de Canal 13 que controla el 55% de Polka. Fuente: 1 de julio de 2020, “Una carta de Suar a empleados de Polka explicita la crisis de la productora”, *Télam*)

temáticas generales de cada uno de los programas. Los personajes de Polka ocupan lugares particulares (tanto físicos como dramáticos) y traen aparejados consigo formas específicas de ser, hacer y relacionarse con otros. Nos preguntamos cómo están representados cada uno de ellos y de qué manera están cristalizados.

Intentaremos encontrar respuestas a partir de nuestro **objeto de estudio**: la telenovela *Sos mi vida* (2006) de la productora antes nombrada. Protagonizada por Facundo Arana y Natalia Oreiro, cuenta la historia de amor entre un empresario y una chica de origen humilde que trabaja en su empresa. Decidimos centrarnos en esta telenovela por varios motivos: por un lado, creemos que ejemplifica una historia de telenovela clásica, entendida como aquella en donde el hombre rico y la mujer pobre se enamoran y deben vencer todos los obstáculos y defender su amor de quienes los rodean para poder estar juntos. Además, la historia se desarrolla en dos espacios muy diferenciados: la empresa por un lado y el conventillo por otro. Esto propone personajes de lo más variados y abre la posibilidad de analizar ambos universos en profundidad, e indagar en las relaciones que se establecen entre unos y otros. Por último, *Sos mi vida* se ubica históricamente casi a la mitad del recorrido de Polka, donde ya está afianzada en el *primetime* y en su forma de trabajar las historias y de producirlas.

Tenemos presente que si bien 2006 fue hace 14 años, la situación en cuanto a lo audiovisual en este tiempo cambió de manera exponencial: YouTube desembarca en nuestro país en 2010, Netflix lo hace en 2011, conquistando a gran parte de la audiencia televisiva (especialmente a los más jóvenes), Amazon Prime hace lo propio a principios de 2020 y Disney + llega también en noviembre de este año, todos gigantes del *streaming* que han cambiado la forma de consumir material en video como nunca lo hubiéramos imaginado. Entendemos que nuestro objeto de estudio está inserto en otro momento de la industria audiovisual global.

La **metodología** será de tipo cualitativa. Realizaremos un análisis del discurso audiovisual de la telenovela *Sos mi vida* que estuvo al aire de eltrece durante todo el año 2006. Haremos hincapié sobre todo en los primeros y últimos capítulos, ya que es donde se empieza a delimitar la historia y se presenta el mundo en el que se insertan los personajes y también repondremos cómo se resuelven las líneas argumentales más hacia el final. El material a visualizar se encuentra en la página de

eltrece (eltrecetv.com.ar) y en YouTube. Nos preguntamos: ¿cómo son los personajes que se construyen en las telenovelas? ¿Hay correlación entre lo que se ve en la pantalla y la realidad? ¿Qué ideas cristalizadas y estereotipos se reproducen? Con estas preguntas como guía nos adentramos en la televisión para estudiar qué discursos se construyen, replican y representan en ella, especialmente en la ficción y al interior de Polka.

El abordaje se hará desde dos corrientes teóricas: desde un análisis histórico profundizaremos acerca del contexto en que la telenovela fue producida, qué sucedía en el país y en la televisión, con qué otros discursos de la industria cultural se encuentra relacionada. Para esto, también haremos un relevamiento de lo dicho en la prensa (ver metodología) y así reconstruir el discurso que circulaba alrededor de la telenovela. Desde un punto de vista semiótico analizaremos estas representaciones y discursos construidos, partiendo de la concepción del carácter del discurso como productor de sentido (Verón, 1987). Nos centraremos en el análisis de los elementos que, creemos, pueden ayudarnos a dar cuenta de esta construcción particular de la realidad en la que conviven los personajes: las relaciones que se establecen entre ellos, los espacios en los que se desarrollan y las situaciones que se suscitan.

Nuestro **objetivo** será comprender, usando como ejemplo *Sos mi vida*, los estereotipos e ideas representadas en la televisión, dando cuenta de su relación con los antecedentes del género telenovela y el lugar que éstas ocupan en la historia de la televisión como un producto masivo.

Como cientistas sociales, vemos a nuestro campo de estudio transformarse y mutar delante de nuestros propios ojos. En este caso, el cambio fue casi radical. Al comenzar esta investigación en julio de 2019, Polka se encontraba, a criterio de los televidentes, en uno de sus picos máximos como productora. Lo que nadie sabía era que cinco años atrás el esquema conocido de hacer ficción en Argentina estaba empezando a quebrarse, mostrando grietas que, hoy sabemos, son insalvables.

La pandemia mundial provocada por el brote de coronavirus que comenzó en Asia a finales del 2019, y se extendió luego al resto del mundo, generando una de las mayores crisis sociales y económicas que jamás hemos conocido, terminó de acelerar un proceso que se venía gestando desde hace unos años. En el momento identificado por Suar como el más difícil de su carrera, explica en una nota con Jorge Rial en su

programa, *Intrusos*⁶, cómo esto impactó en su productora. Él contó que, para que una producción de ficción local sea rentable, se necesitan al menos 300 horas al aire, lo que se traduce en una tira diaria de enero a diciembre. Años atrás, esta estructura estaba sostenida gracias a los 400 millones de dólares de inversión publicitaria que recibía la televisión. Sólo así era posible producir y sostener todo el engranaje por detrás de estas producciones que, en el caso de Polka, involucra a más de 280 personas.

Debido a una multiplicidad de factores, con la aparición del *streaming* a la cabeza y el cambio fenomenal en la manera de consumir contenido audiovisual que trajo aparejado consigo, este monto se redujo a 100 millones de dólares, pero la estructura se mantuvo igual: sin el dinero de la publicidad, sin las 300 horas al aire, con todo el gasto que supone una ficción, los números comenzaron a dar en negativo. Por ende, sostenerla se fue haciendo cada vez más difícil. Lo que terminó de rematar la debacle fue la telenovela estrella del 2019, *Argentina: Tierra de amor y venganza*: “En ATAV me la gasté toda, me di un lujo, un gusto personal”, dice quien tiene un 27% de las acciones, reconociendo el enorme gasto que, si bien exitosa, implicó hacer una ficción de época con actores internacionales (variables que encarecen la producción).

De hacer 77 ficciones en 26 años pasó a cerrar la productora, pagar el 70% de los sueldos a sus empleados y a estar al borde de la quiebra. Nadie sabe cuál va a ser el futuro de la industria audiovisual argentina y eso tiene preocupados no solo a empresarios sino también a todo el equipo técnico y actoral.⁷ El mundo cambió y la manera de producir, contratar y de hacer ficción en general debería cambiar a la par.

Habiendo hecho esta aclaración necesaria, nos adentramos en aquellos textos y discursos previos al nuestro, que nos han servido como catalizadores para el análisis. Mucho se ha dicho de la telenovela, del melodrama, de los estereotipos y de la ficción. Aquí recuperamos aquellos que nos fueron fundamentales para poder

⁶ Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=IZI3RkV2njk>

⁷ Al término de esta tesina, los actores se agruparon en la Asociación Civil de Trabajadores del Arte (A.C.T.A.). Su principal desafío es la reconstrucción de una industria del arte sustentable, sostenible y competitiva y “surge como una necesidad de generar debates, para hacer aportes consensuados, válidos y eficientes”. Recuperado de <https://www.infobae.com/teleshows/infoshows/2020/08/13/el-chino-darin-y-cande-vetrano-le-contaron-a-teleshows-que-es-y-como-funciona-acta-la-nueva-entidad-de-actores-jovenes/>

indagar sobre nuestro objeto de estudio desde una multiplicidad de miradas, parándonos en los hombros de otros autores para intentar hacer un recorrido similar pero a la vez, propio.

1. SOBRE LO DICHO E INVESTIGADO: ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO - METODOLÓGICO

1.1 Estado del arte

En Argentina, al contrario de la radio, la industria televisiva surgió a partir del interés estatal. Se desarrolló adoptando un modelo comercial con especial hincapié en la ganancia monetaria a raíz del entretenimiento, que permite una multiplicidad de productos como noticieros, *magazines*, de interés general, telenovelas, *reality shows* y otros.

Si bien el ojo de este trabajo está puesto en las telenovelas, reiteradas veces mencionamos el término “ficción” en general que, entendemos, incluye pero no se suscribe solamente a las mismas. Definimos dicho término como toda aquella producción audiovisual que relata una situación ficticia y donde los personajes no son reales, aunque puedan estar basados en hechos de la realidad, como bien lo indica la placa que precede cada episodio de cada ficción: “Los hechos y/o personajes del siguiente programa son ficticios, cualquier similitud con la realidad es pura coincidencia.”

Creemos necesario recuperar de modo sucinto los abordajes en el estudio de las telenovelas. Si bien las investigaciones que existen en torno a la materia son muchísimas más que las aquí mencionadas, seleccionamos las que creímos pertinentes con el objeto de estudio, sin desconocer la vasta bibliografía que existe en este campo.

A modo teórico, los trabajos de Barbero (1988 y 1992) son de vital importancia ya que ambas investigaciones proponen un análisis exhaustivo del melodrama (inicios, desarrollo, definiciones y formas en cómo se ha presentado). Estudió telenovelas a partir de la conjunción de tres factores: la industria televisiva, los grupos culturales y los productos culturales. A su vez, plantea una tipificación de cuatro personajes que nuclea el drama que nos resultó clave en este trabajo, categorización que retomamos como matriz de análisis para reconstruir nuestro objeto de estudio.

Los trabajos de Steimberg (1998 y 2013) y Verón (1985) arrojan luz desde la perspectiva de la semiosis social. El primero da claridad sobre la noción de género, mientras que el segundo hace lo mismo en torno a la definición de discurso y enunciación. Estas nociones son el marco de la investigación, desde donde podemos identificar a *Sos mi vida* como una telenovela y así, señalar ciertas características fundamentales propias del género.

En cuanto a la televisión en Argentina, se recupera la investigación de Mirta Varela (2005) *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, donde hace un análisis del surgimiento de la televisión en el país. Desde el campo de estudios de la historia de los medios, podemos entender ese momento histórico, además de repasar los primeros eventos significativos en torno a ella y los productos que fueron claves en el desarrollo del aparato en sí mismo.

La investigación de Mazziotti (2006) en *Telenovela, industria y prácticas sociales* recupera los orígenes del melodrama y su aplicación tanto en el país como a nivel regional (salvando las diferencias) y aborda cuestiones de la producción de las telenovelas locales y cómo este proceso se fue modificando a lo largo del tiempo. Según la autora producir un capítulo de una hora ocupa una jornada de trabajo que puede ser de 12 horas a más. Los precios varían desde los 20 mil dólares en la Argentina (a causa de la devaluación y la crisis del 2001) a los 150 mil dólares de las superproducciones de la Globo, como *El Clon*. Pero aún teniendo altos costos, esta manera de producir aumenta la productividad y por ende la ganancia, reduciendo el costo promedio de realización de cada episodio.

En esta misma línea, Carboni (2015), en su trabajo de tesis de doctorado en Ciencias Sociales, *Los procesos de organización productiva y del trabajo en las tiras diarias de la televisión abierta argentina (2002-2012)*, expone las lógicas económicas e industriales de las telenovelas en su articulación con las demandas y los modos de producir a través del tiempo. María Victoria Bourdieu (2009) en *Pasión, heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina* observó cómo las características principales del género se relacionan con la manera de pensar de la audiencia y su horizonte de expectativas en cuanto al contenido. Consideramos estos tres textos fundamentales para entender el carácter dual de la telenovela. Como producto de la industria cultural su función es entretener,

pero no podemos hacer caso omiso a su necesidad de ser rentable y obtener ganancia, por lo que su fin es doble.

El trabajo de Eco (1986), *TV: la transparencia perdida*, es mencionado porque realiza una clasificación histórica en torno a las etapas de la telenovela en televisión: la paleo TV y la neo TV. Esta categorización nos permite ubicar a nuestro propio objeto de estudio dentro del devenir histórico de la tv, entendiendo así que las condiciones de producción están directamente relacionadas con el momento en que se produce. Cada programa es el resultado (entre otras cosas) de su época.

En *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas*, Mazziotti (1992), también va a definir al melodrama y señala los requisitos básicos para que sea identificado como tal: constituye un espectáculo que implica un gran despliegue de recursos técnicos, de escenografía, iluminación y de maquinaria teatral, desarrollo dramático mostrando mundos opuestos, siempre abordando la lucha del bien contra el mal. Dado nuestro objeto de estudio nos parece importante, a la hora de desarrollar el análisis, tener en claro los elementos que lo relacionan directamente con la tradición del melodrama. Por último, en ese mismo libro que compila varios autores (Eliseo Verón y Jesús Martín Barbero, entre otros) también se abordan las diferentes etapas de las telenovelas, sus características y su relación con el melodrama.

Queremos destacar también algunos textos que toman como objeto de estudio una telenovela específica haciendo, de algún modo, un recorrido similar al que llevamos a cabo nosotras y nos sirve como ejemplo: en el artículo *Dulce Amor. Regularidades y discontinuidades de la telenovela argentina*, Luis García Fanlo (2012) describe brevemente qué es la telenovela, sus etapas y las regularidades que puede encontrar en la novela. Por otro lado, *Representaciones de las mujeres en Para Vestir Santos* (2018) es una tesina de licenciatura de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, escrita por Laus y Zita, en donde investigan acerca de las representaciones de la mujer en la ficción, específicamente en la serie *Para Vestir Santos*, que comparte su origen con nuestro objeto de estudio, y que también es de la productora Polka, ayudándonos a entender el camino que tiene que tomar una investigación como esta.

Este breve repaso por algunos de los trabajos que creemos más relevantes evidencia la multiplicidad de aristas para abordar un objeto de estudio de tal

complejidad como las telenovelas. En síntesis, los estudios retomados se basan en diferentes aspectos de las mismas y consideran diversas variables para su investigación: la producción, la distribución, el consumo, la recepción y el análisis de los textos o contenidos.

1.2 Marco teórico

Para una comprensión cabal de nuestro objeto de estudio, a continuación, daremos cuenta de aquellas nociones que nos son fundamentales para analizarlo. En esta instancia, vamos a proponer las herramientas que nos ubican teóricamente para mirar y desde allí, construir el objeto. Como mencionamos con anterioridad, lo haremos desde una doble perspectiva: la semiótica y la histórica; y los ejes serán los conceptos de melodrama, televisión, telenovela como género, estereotipos y discurso.

1.2.i Melodrama

A finales del siglo XVII los gobiernos de Francia e Inglaterra prohibieron los teatros populares “para combatir el alboroto”. El teatro “oficial”, entonces, pasó a ser para la clase burguesa y al pueblo solo se le permitieron las representaciones sin diálogo con el fin de que “el verdadero teatro” no sea corrompido. El teatro culto, en ese entonces, era literario: apoyaba su dramatismo en la palabra dicha y se sostenía por el diálogo (Barbero, 1988). Privados del mismo, el melodrama, propio del teatro popular, encontró la solución a la falta de diálogo en grandes puestas en escena con música en vivo, escenografía, gran elenco y el uso novedoso del cartel que anunciaba o reforzaba la acción.

Desde 1790 se va a llamar melodrama a un espectáculo popular que es mucho menos y mucho más que teatro. El melodrama es definido por Rousseau en la literatura francesa como “un tipo de drama en el cual las palabras y la música, en vez de caminar juntas, se presentan sucesivamente, y donde la frase hablada es ciertamente anunciada y preparada por la frase musical” (1998: 497). Esto tiene que ver con las formas y modos de los espectáculos de feria y con los temas de relatos que vienen de la literatura oral.

Lo que el público busca en el melodrama no son palabras sino acciones y grandes pasiones. Y ese fuerte sabor emocional es lo que marcará definitivamente al melodrama, colocándolo del lado popular pues justo en ese momento la marca de la educación burguesa se manifiesta en todo lo contrario, en el control de los sentimientos que, divorciados de la escena social, se interiorizan y configuran en la “escena privada”. (Barbero, 1988:139)

Esta idea también es expresada por Brooks (1995) en su libro *The Melodramatic Imagination*, donde dice que, si bien en sus inicios el melodrama se usó como vehículo de representaciones de eventos, hechos políticos y sátiras sociales, luego se vuelve más doméstico y enfocado a la moral burguesa. Pero el melodrama nunca muere. Se transforma a sí mismo por su admirable capacidad de adaptación: sus premisas, su estructura, su retórica y su visión pueden ser explotadas en una variedad de temas en diferentes medios. Es de estructura implacable: todo puede fallar menos el desenlace, en donde debe quedar reflejada la buena moral burguesa, la unidad familiar, la jerarquía de valores basada en el trabajo y en la igualdad de oportunidades. Es así como sigue con nosotros hasta el día de hoy y cómo se explica que incluso varios siglos después “gran parte del actual esquema de la televisión latinoamericana descansa sobre la ganadora fórmula comercial del melodrama” (Barbero, 1992:1).

Brooks (1995) plantea que, así como el mundo es un campo magnético cargado por polos opuestos, la generación de drama en el melodrama se da también por conceptos y fuerzas polarizadas: el interés dramático es el resultado de ese choque y oscilación entre una fuerza y la otra. Mazziotti (2007) retomando esta idea, resalta que esta polarización puede verse sobre todo en los cuatro actores básicos del melodrama, los cuatro personajes principales, que van a representar fuerzas opuestas en el relato. Dentro de esta oposición, el melodrama se pone del lado del bien y urge un combate y una confrontación hacia el mal. Promueve que los buenos resistan y sigan adelante a pesar del sufrimiento (Brooks, 1995).

Nora Mazziotti (1992), por su parte, define al melodrama de una manera muy sencilla en sus diferentes niveles de significación. En cuanto a la puesta en escena,

el melodrama constituye un espectáculo que implica un gran despliegue de recursos técnicos, de escenografía, iluminación y de maquinaria teatral. En cuanto al desarrollo dramático, los conflictos van a ser planteados de forma binaria, mostrando mundos opuestos y las relaciones que se establecen entre ellos; y siempre va a abordar la lucha del bien contra el mal. Por último, la música va a ser un recurso clave para reforzar aquello que sugiere la acción.

1.2.ii Televisión

Desde la imprenta, el telégrafo, la radio a internet y las últimas formas de comunicación móvil y global, todas ellas han supuesto un interrogante en cuanto a sus consecuencias en la sociedad. Las tecnologías, como medios de expresión, definitivamente ofrecen a los sujetos nuevas maneras de comunicarse, pero, si bien “han venido a alterar el mundo”, Williams (2011) propone algo novedoso: no son ellas las que cambian todo sino lo que hacemos con ellas, introduciendo así la noción de “uso”. Ahora, en este consumo cultural de la televisión, ¿cuánto hay de uso individual y cuánto hay de uso social? La experiencia puede ser tanto un tipo especial de conciencia en donde la razón se fusiona con las subjetividades de cada individuo, como el resultado de condicionamientos sociales, sistemas de creencias y de percepción que se explican en un nivel de la estructura social. Williams (2003) sostiene que es importante no perder de vista que en sí misma involucra aspectos que conciernen a lo interno y personal (la percepción como el resultado de una asociación entre pensamiento y sentimiento), así como también a lo externo y social (en donde ejercen influencia los aparatos culturales, institucionales y políticos entre otros) porque en esa relación es en donde los individuos prefiguran sus experiencias del mundo.

La televisión, como aparato social, es un poderoso medio de producción de sentido y, en numerosas ocasiones, contribuye a normalizar y naturalizar aquello que no es sino fruto de una compleja construcción social. Además, introduce hábitos y valores. Y, en tanto agente de socialización, el discurso televisivo hace las veces de vehículo de cohesión social: alimenta imaginarios colectivos, muestra los temas de interés, los asuntos polémicos y susceptibles de ser debatidos, instala agenda y

reconstruye situaciones de pasado y presente, al tiempo que nos provee de interpretaciones en clave de código audiovisual.

1.2.iii Telenovela como género

Antes de adentrarnos en este concepto, nos detendremos a definir qué se entiende por género y por telenovela:

Bajtín (1982) dice que los géneros poseen un “horizonte de expectativa”, son ciertos elementos que se espera que se repitan. Esto no puede separarse de su condición histórica y restricciones culturales. A su vez, los distingue del estilo, que se apoya sobre todo en las regularidades enunciativas, ya que se refiere a las maneras de hacer, modos de contar.

Steimberg (1998), por su parte, expone que los géneros presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño. En cuanto a los géneros populares, como el melodrama, Steimberg (2013) va a decir que “en la recepción de los géneros populares mediáticos primordialmente narrativos se privilegian las regularidades de orden retórico y temático, conectadas, con adjudicaciones de sentido compartidas, a algunos grandes relatos sociales” (p. 128).

También va a plantear la noción de *transgénero* definiéndolo como “géneros en cuya definición social se privilegian rasgos que se mantienen estables en el recorrido de distintos lenguajes o medios” (Steimberg, 2013: 115). Esto está directamente relacionado con el traspaso de los géneros a distintos soportes, sobre todo al pasaje a los medios de comunicación. Este proceso se denomina *transposición* y permite que los géneros perduren en el tiempo, siguiendo estos pasos: algo queda, algo cambia, algo se agrega.

Retomando la tradición post-aristotélica, dice Metz (1970) sobre el concepto de *verosimilitud*: “es verosímil lo que se adapta a las leyes de un género preestablecido” (p. 45). Esto, por un lado, ordena y por otro encorseta, ya que solamente pasará a la ficción lo que se presente como un “posible real”, avalado por los discursos precedentes dentro del género. Si bien el autor se refiere al verosímil en el cine, sus postulados son pertinentes a nuestro marco, en tanto que ambos son

ficciones audiovisuales (por más de las tantas características propias de cada uno que los separan).

Los orígenes de la telenovela son múltiples: por un lado, hunde sus raíces en el folletín, de las que toma no solamente la complejidad de la trama, sino también su serialidad, en las novelas sentimentales del siglo XVIII y en toda una tradición de cuentos maravillosos populares y por el otro en las radionovelas (radioteatros en Argentina), impulsadas por la aparición de la radio en 1920. Según Barbero (1988), tiene un fuerte vínculo con los cuentos y leyendas, donde el narrador es clave en la dinámica del contar, estableciendo una continuidad dramática que deja lugar a la apertura indefinida del relato. Su doble naturaleza, a medio camino entre lo popular y lo literario, queda ya explícita en el mismo nombre de “tele-novela”. Es por esto por lo que la consideramos una actualización moderna del melodrama.

Por otra parte, la telenovela se convirtió en un elemento fundamental de la cultura televisiva de masas adueñándose de las tardes y del público femenino, hegemonizando la reproducción de representaciones y estereotipos sobre la cultura y los modos y formas de ser de lo popular. No actúa directamente sobre las conductas de los individuos espectadores, sino que estructura campos de acciones posibles, induce interpretaciones y le pone ciertos límites a esa interpretación. El espectador sabe que está viendo una telenovela, es decir, una ficción, y lo que exige de ella no es otra cosa que un verosímil genérico, que la historia sea narrada tal y como las reglas del género lo requiere. Barbero (1987) señala que la telenovela tiene un impacto simbólico en la sociedad y es un espacio en donde se introducen y reproducen ciertos hábitos y valores, así como también la capacidad de generar sensibilidades y contar historias con las que un espectador se puede identificar debido al reflejo de sus conflictos cotidianos.

1.2.iv Estereotipos

La primera formulación del término fue realizada por Lippman en 1922: “los estereotipos constituyen una imagen ordenada y más o menos coherente del mundo” (p. 88). Son representaciones colectivas de carácter anónimo que se transmiten por una serie de dispositivos: la familia, la escuela, los amigos, y por supuesto, los medios de comunicación, cuya función esencial es proporcionar un mecanismo de percepción

eficiente. Siguiendo esta línea, entendemos por estereotipo un conjunto de ideas que favorecen el establecimiento de roles fuertemente arraigados en la sociedad.

En la televisión, los estereotipos se utilizan frecuentemente para que el público identifique y reconozca los géneros, marcados por rígidas convenciones determinantes de su estructura y contenido, y las historias que los personajes llevarán adelante. En sentido audiovisual, para Martínez I Surinyac (1998) los estereotipos son usuales y prácticos en los medios audiovisuales, especialmente en la ficción ya que actúan simplificando los atributos psicológicos de los personajes, sin llegar a definir rasgos complejos y destacando sus características más relevantes: el público precisa del estereotipo para comprender rápidamente al personaje y hacer predecible su conducta y comportamiento. Dan al espectador un cierto marco esperable de acción del personaje y son la manera más rápida y fácil de introducir en solo unos minutos el 'quién es quién' argumental. Las historias se desgranarán por adición, choque o contraste de estos personajes, interactuantes en situaciones que comprenden una carga emotiva universal y reconocible. Estas ideas simplifican la realidad dando lugar a una diferenciación de los individuos que se basa en marcar las características de cada uno, otorgándoles una identidad en función del papel social que se supone que deben cumplir.

Consideramos que la sociedad es creadora de estereotipos y que gran parte de su difusión está en manos de los medios de comunicación, cuyo mayor soporte es la televisión. El rol de los medios en cuanto a los estereotipos es clave: los refuerzan, reactualizan y reafirman. La televisión en tanto forma cultural de expresión supone un proceso social que la produce: discutir un modelo de televisión, es al mismo tiempo, discutir un modelo de sociedad ya que ambas están intrínsecamente relacionadas, como veremos más adelante. (Williams, 2011)

1.2.v Discurso

En primera instancia, coincidimos con Verón (2004) llamando *discurso* a “todo conjunto significativo considerado como tal (es decir, considerado como lugar investido de sentido), sean cuales fueren las materias significantes en juego” (p. 48). El discurso será entonces una configuración de sentido que se da en un espacio y tiempo determinados y será susceptible de ser abordado de distintas maneras. Esto

quiere decir que lo que interesa al análisis no está ni dentro ni fuera de los discursos, sino que se encuentra justamente en la *relación* que puede establecerse entre unos y otros. Dice Verón, (1987) “analizando *productos*, apuntamos a *procesos*” (p. 124).

La semiosis estudia los fenómenos sociales en tanto *procesos de producción de sentido*. Esta teoría se apoya en una doble hipótesis que sostiene que “toda producción de sentido es necesariamente social” y que “todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido.” (Verón, 1987:125). La semiosis no se separa de un encuadre social y es allí en donde se encuentra el sentido, que no puede separarse de una configuración espaciotemporal determinada, ya que toda producción de sentido está insertada necesariamente en lo social.

Es necesario establecer una distinción entre los términos enunciado y enunciación: el primero es *lo* que se dice, el contenido, y la segunda son las *maneras* de decir. Ambos, el contenido y la manera de presentarlo serán importantes en el análisis: en la puesta en relación de ambas instancias es en donde puede encontrarse la *intención*.

1.3 Metodología

Para construir y comprender nuestro objeto de estudio, *Sos mi vida*, vamos a aplicar las herramientas teóricas desarrolladas en el capítulo anterior. Esta telenovela producida por Polka estuvo al aire de eltrece en el año 2006 en el horario del *primetime* y la analizaremos desde dos puntos de vista en relación con la propuesta teórica: la semiótica y la historia de los medios de comunicación.

En nuestra hipótesis planteamos que en las producciones de Polka se pueden encontrar ciertos elementos recurrentes en las maneras de contar las historias. Intentaremos ejemplificar con *Sos mi vida* los estereotipos presentes en las telenovelas de la productora. Consideramos fundamental historizar el género telenovela en Argentina para entender de una manera más completa nuestro objeto. Por eso, primero plantearemos un recorrido por los antecedentes del género, sus características como producto audiovisual y su surgimiento en Argentina: sus principales referentes y los recursos narrativos que se utilizan, haciendo hincapié sobre todo en los estereotipos y su relación con el modo de producción local.

Para abordar el análisis desde esta perspectiva, pondremos en diálogo y compararemos textos de diferentes autores, revisando también investigaciones académicas con caminos similares al nuestro. Mediante este mecanismo buscaremos en ellas aquellos autores que tratan temas relevantes a nuestra investigación para tenerlos en cuenta a la hora de guiar nuestro propio trabajo.

También situaremos en la historia de la televisión, el momento en que aparece Polka como productora y su desarrollo (a partir de un cuadro comparativo entre sus producciones⁸) hasta el momento en que *Sos mi vida* llega a la pantalla. Para esto nos serviremos no sólo de material académico sino también de artículos de diarios y registros de la época (*Clarín*, *La Nación*, *Página 12*, *Infobae* y *Télam* y la propia página web de la productora, www.pol-ka.com/ y www.artear.com.ar), que arrojarán luz sobre los discursos que rodeaban al objeto en el momento de emisión, cubriendo los puntos de vista de la crítica, los datos de audiencia y cómo se posicionaba el producto desde Polka y hacia el resto del mundo. También consultaremos registros de consumo cultural que nos servirán para tener una imagen más clara y precisa de la industria en la época (Anuario 2006-2007 del Observatorio de Industrias Culturales del GCBA).

Una vez planteados estos ejes más de tipo histórico, procederemos a identificar en el programa aquellas características que comprobarán que *Sos mi vida* se encuentra dentro del espectro del género telenovela. Desde un punto de vista semiótico daremos cuenta de la forma en que se construye la historia: cómo son los personajes, las relaciones que se establecen entre ellos y cómo son los espacios en los que éstos se desarrollan. También serán importantes la manera en que se utilizan los recursos para reforzar el sentido en los discursos: los colores, la música, los diálogos, la manera de hablar, el vestuario, la composición de la imagen, lo que se dice y lo que no.

Todo esto será puesto en juego a partir de la visualización de la telenovela en cuestión profundizando sobre los primeros y últimos 15 capítulos de la misma, ya que son los que nos permitirán ilustrar los diferentes puntos de nuestro análisis. Éstos se encuentran en la página oficial de eltrece (<https://www.eltrecetv.com.ar/>)⁹ y en YouTube, y es importante destacar que el material visualizado no es el flujo real de la

⁸ Ver anexo 1

⁹ En el apartado de las fuentes audiovisuales estarán detallados junto con el link correspondiente.

novela tal cual se vio en el momento de emisión, sino que es un recorte posterior, y esto supone que no tiene los espacios publicitarios.

La aproximación metodológica que planteamos es de tipo cualitativa, con abordajes desde distintas disciplinas de las Ciencias Sociales. Desarrollada en diferentes niveles descriptivos e interpretativos, estos lineamientos nos permitirán construir y comprender nuestro objeto de estudio y así poder responder a nuestros interrogantes iniciales. Habiendo expuesto las herramientas teóricas y metodológicas, comenzaremos el análisis desde lo más general y relativo a sus orígenes hasta llegar a los elementos propios de la telenovela en cuestión.

2. LA ESCENA TELEVISIVA ARGENTINA (1950-2006)

En este capítulo nos concentramos en el rol fundamental de la televisión, ahondando en la llegada de dicho aparato a la Argentina y su posterior consolidación como medio de comunicación, con todo el movimiento político, económico y social que supuso. Haremos especial hincapié en la aparición de las productoras independientes y el surgimiento de Polka, casa madre de nuestro objeto de estudio, y su posicionamiento como una de las principales productoras de ficción del país.

2.1 Argentina: tierra de televisión y ficción

La televisión en Argentina llegó para disputarle el trono a la radio, pero tomó más tiempo del esperado. En 1951, era un medio de comunicación selectivo en relación a la escasa cantidad de receptores existentes sobre la población total del país. Para 1947 se calculaba que había un receptor de televisión cada 65.000 habitantes mientras que para los receptores de radio había uno cada seis (Arribá, 2005). Mirta Varela va a decir que, a comienzos de los cincuenta,

es como si el espectáculo televisivo todavía no se bastara a sí mismo, como si su lenguaje no fuera reconocible per se y lo único que garantizara que se trata de televisión es la imagen de las cámaras que lo hacen posible (2011:12)

Los televisores todavía eran una incorporación ajena a la cotidianeidad de cada familia y tardarían en insertarse en cada entramado doméstico. Para eso tuvo que haber un cambio en la percepción, que permitió una comprensión simbólica y perceptual del mismo.

Carlos Monsiváis (2000) habla de las principales funciones que cumple la televisión. Algunas de ellas son el fortalecimiento de prejuicios conservadores, la disseminación de fantasías de consumo que reelaboran las jerarquías de gustos, la aproximación de distintos sectores sociales como comunes receptores de mensajes culturales y la “globalización” del televidente al familiarizarse con programas

internacionales y una diversidad de gustos que se vuelve luego compartible y reproducible en lo local.

La penetración de la televisión en la década del cincuenta fue escasa, en especial porque el aparato era adquirido lentamente por la población. A partir de 1960 se sumaron algunos factores que hicieron que el televisor fuera más frecuente en los *livings* argentinos: cierto florecimiento económico del país y el aumento del consumo por los sectores populares debido a una situación de pleno empleo. Esto se tradujo en un crecimiento significativo de la oferta televisiva en esa década. En 1964 el número de hogares con televisor en el área de Capital Federal y Gran Buenos Aires ya rondaba el 60%. Sólo cuatro años más tarde, ese porcentaje había subido al 72%. (Bulla, 2008)

En materia legal, la primera ley sobre radiodifusión fue dictada por Perón: el 28 de septiembre de 1953 el Senado de la Nación aprobó la ley N° 14.241, del Servicio de Radiodifusión. El Estado asumió la potestad del derecho de las frecuencias (que pertenecen originariamente y de manera natural al Estado) y que fueron otorgadas – a partir de mediados de la década del treinta- por un período de tiempo determinado a sectores privados para su explotación. El 22 de octubre de 1954, cuatro meses después del llamado a licitación, mediante el decreto N° 17.959 se aprobó la licitación pública realizada por el Ministerio de Comunicaciones y se concedió a los proponentes las licencias para la instalación, funcionamiento y explotación de las tres redes licitadas del servicio de radiodifusión y televisión. La Red “A” de radio y un permiso para instalar un canal de televisión se adjudicó a “Empresa Editorial Haynes Limitada Sociedad Anónima”, la Red “B” de radio y el canal 7 a “A.P.T., Promotores Asociados de Teleradiodifusión Sociedad Anónima (en formación)”, y la Red “C” de radio y un permiso de televisión se adjudicó a “Sociedad Anónima La Razón, editorial, emisora, financiera y comercial”. (Arribá, 2005).

Si bien la ley 14.241/53 especificaba la participación limitada del capital extranjero, hubo que salir en su búsqueda para que aportaran capital, ya que la suma necesaria excedía las posibilidades de los inversores nacionales y nuevos licenciarios.

Como la ley prohibía la participación de capital extranjero en los canales, la relación se estableció mediante productoras de programas controladas por los norteamericanos. Estas empresas, se dedicaban formalmente sólo a producir contenidos y por lo tanto quedaban fuera del marco jurídico de la ley de radiodifusión, pero en realidad eran las que detentaban el control de los canales de la televisión. (Mastrini, 2008)

Así, las grandes cadenas norteamericanas se las ingenieron para penetrar indirectamente en la conformación de medios del mercado local: NBC, ABC y CBS compraron acciones de las productoras de programación de los canales 9, 11 y 13 respectivamente a través de las productoras de programación: hecha la ley, hecha la trampa. A mediados de la década del '60, las empresas norteamericanas comenzaron a desprenderse poco a poco de sus acciones, que pasaron a manos locales: Alejandro Romay adquirió las acciones de la Compañía Argentina de Televisión (CADETE) licenciataria de LS83 Canal 9, ABC le vendió el paquete mayoritario de acciones al empresario periodístico Héctor Ricardo García convirtiéndose en el licenciatario de Canal 11 y por último la sociedad conformada por CBS y el consorcio Time/Life se desprendió de sus acciones vendiéndolas a Proartel, la productora de Canal 13 de Buenos Aires. En 1974, las licencias caducaron y los canales pasaron a estar en manos del Estado. Diez años después, Romay recupera la licencia de canal 9 por vías judiciales y, en 1989, se levanta la cláusula que impedía a accionistas de medios gráficos participar en el negocio de la televisión. Goar Mestre funda Artear, accionista mayoritaria de Agea, editora del Diario *Clarín* y gana la licitación de Canal 13 mientras que la Editorial Atlántida hace lo propio con Canal 11.

Respecto a la telenovela local, de 1960 a mediados de 1980 autores como Abel Santa Cruz, Celia Alcantará y Alberto Migré, emblemáticos de los primeros teleteatros argentinos, pasaron de escribir radioteatros a escribir teleteatros (o telenovelas, como las conocemos hoy). Esta primera etapa de la telenovela argentina fue denominada *paleo TV* por Umberto Eco en 1983: la televisión operaba en su primera época con una distinción fundamental entre 'información' y 'ficción'. Se presentaba como una ventana abierta al mundo y construyéndose enunciativamente transparente instauró un contrato didáctico, pedagógico, basado en un modelo de educación cultural y

popular dirigiéndose a un público masivo. Casetti y Odin (1990) acuerdan con Eco y caracterizan a la paleotelevisión a través de dos aspectos fundamentales: su "contrato de comunicación" y la manera en que se estructura el "flujo" de la oferta. De acuerdo con esta manera de hacer, una grilla de programación estructura el contenido donde los programas se diferencian con claridad.

En ese momento el autor no solamente escribía, sino que muchas veces dirigía, elegía el sonido, marcaba los planos, estaba presente en el set, supervisando que todo fuera como él se había imaginado, como él había escrito. El autor era la figura principal: más allá del elenco convocado o la historia en sí misma, lo que generaba la fidelización de los espectadores era quién había escrito la historia. Migré y sus obras fueron un ejemplo paradigmático de la manera de producir ficción en la época: escribía sólo, sin ayudantes ni equipo, sin ningún tipo de colaboración y, lo más llamativo, sin antelación. Tan sobre la marcha se entregaban los guiones que muchas veces se escuchaba más al apuntador que al propio actor porque, por lógicas razones, no llegaban a aprenderse la letra.

Fue durante los '80 que la pantalla chica se convierte en un espacio de conversación y la vida cotidiana se vuelve el referente primero de la televisión. Todo esto dio paso a la *neo TV*, caracterizada por una televisión más industrial y genérica. La televisión deja de dar esa ilusión de "ventana abierta al mundo" y empieza a hablar de sí misma, del contacto que está estableciendo con el público. En este momento ya no representan los acontecimientos, sino que los construyen y comienzan a producir sentido en vez de reproducirlo. Según Eco (1983:200) "la característica principal de la neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público". Para generar este efecto la televisión abre al público su dispositivo técnico de enunciación, por ejemplo, mostrando a los espectadores los micrófonos, las cámaras y las salas de redacción de los telediarios.

El pasaje de una etapa a otra supuso un cambio drástico que significó la preponderancia de unas figuras sobre otras, como en el caso de los productores en detrimento de los autores. Aquello que en Migré era fundamental, en los '90 se desvaneció. En la nueva lógica de producción ya no era tan importante salir a la calle y escuchar lo que la gente tenía para decir del capítulo pasado para luego escribir en

función de eso, sino que facilitar el trabajo del equipo técnico era la prioridad. Los autores escribían (y aún hoy, escriben) el 80% de la telenovela antes de empezar siquiera a filmar el primer capítulo, por lo que ese ida y vuelta se volvió imposible.

Migré, el autor estrella de los '70, llegó a pronunciarse en contra de la novela que rige este trabajo, fiel reflejo de los métodos que lo habían expulsado del rubro. Viola (2017) profundiza: “Corre la leyenda de que aquella mañana Linda (la mucama) les confió a los íntimos que esa noche lo había escuchado gritar enfurecido al televisor y que había estado mirando *Sos mi vida*, la telenovela con Natalia Oreiro y Facundo Arana...” (p.104).

El proceso que comenzó en los '90, se instaló en el nuevo milenio y en este contexto Jorge Vaccaro entrevista a algunos de los principales engranajes de la maquinaria televisiva. ¿Cómo se hacía televisión en los 2000? Cada quien tiene su manera, pero hay algo seguro: la vanidad del autor es algo pasado de moda. El autor sigue siendo el autor, pero el resultado del trabajo en equipo es lo más importante. El productor Enrique Estevanez lo deja bien en claro:

Es un estilo. Antes, Migré, por ejemplo, escribía un ciclo y tal vez entregaba el libro una hora antes. Entonces todos giraban en torno del autor y el autor podía tener caprichos. En mi sistema no hay caprichos, porque si un libro tiene alguna falla existe la posibilidad de que desde mí hasta el actor pueda tener injerencia. Todos estamos involucrados, entonces el autor es más receptivo y tiene menos posibilidades de creerse un dios. (*La Nación*, 25 de febrero de 2001)

La ficción tiene un aspecto que resulta fundamental: el económico industrial. Todas las producciones audiovisuales de ficción buscan ser rentables económicamente y, en general, suponen altos índices de ganancias para la industria ya que activan un enorme aparato de consumo, ya sea por la inversión publicitaria, la posibilidad de exportar el contenido o incluso, cuando se trata de ficciones infantiles, permite desplegar el abanico aún más con merchandising y presentaciones en vivo. A inicios de la década de los noventa, la implementación del Plan de Convertibilidad

que convertía un peso argentino en un dólar estadounidense, el florecimiento de las privatizaciones y la apertura a capitales extranjeros produjo cambios en los modos y tiempos de producción, que tiene entre sus diferentes causas una índole económica (en cuanto al formato y modo de producción), pero también social (en cuanto a las temáticas que abundan en esquemas reconocibles por el público urbano en su experiencia cotidiana). A su vez, a mediados de esta década, el efecto tequila hizo que se redujeran las inversiones en publicidad en un 25%, con lo cual los canales tuvieron que abaratar costos y reducir riesgos. En este escenario surgen las productoras “independientes” que se van a hacer cargo del contenido del *primetime* asumiendo todo aquello que los canales no querían asumir.

Las políticas neoliberales y los efectos de la globalización sobre la producción televisiva y las necesidades de buscar mercados internacionales para los productos locales requirieron asumir estilos narrativos no tan marcadamente nacionales, apelando a fórmulas más cosmopolitas y universalistas en términos ético-culturales y estéticos. En la Argentina, este fenómeno, en conjunto con la tercerización en manos de las productoras independientes, comenzó a darse hacia fines de los '90, pero tras el derrumbe de la inversión publicitaria doméstica a partir de la crisis del 2001, se acentuó: el sector necesitó vender sus productos en el exterior para seguir a flote. Colocar los productos en el mercado internacional produjo cambios significativos en la manera de hacer ficción e incluso cambiaron las temáticas de las telenovelas: “En los últimos años nos abocamos a dar un tratamiento diferente a los productos, a darle menos espíritu localista y a poner atención en el idioma para no usar tantos modismos argentinos”, señala Fernando Blanco, director ejecutivo de Polka, al diario *La Nación* (4 de mayo de 2004). Los productos con fuertes referencias locales, uso del lunfardo y elementos claramente identificables con la idiosincrasia argentina (y más que nada porteña), reducía las posibilidades de venta en el exterior por lo que los productos comenzaron a ser pensados de manera “global”, posicionando a la Argentina como un país productor y exportador de material audiovisual. Según un informe de la Asociación Inglesa de Distribuidores de Televisión, Argentina ocupaba en 2006 el cuarto lugar en el mundo entre los países productores y exportadores de formatos.¹⁰

¹⁰ Fuente: Anuario 2006/2007 del OIC

Respecto al desarrollo de las productoras independientes, Carboni (2012) especifica dos momentos clave: 1990-1994 y 1995-2001. Es en el segundo período cuando surgen aquellas que empezaron a abastecer la programación de los canales en género ficcional, entretenimiento y periodístico. Al principio eran pequeñas empresas: algunas fueron compradas en su totalidad o en parte (como Polka, Cuatro Cabezas, Ideas del Sur) por los canales privados de aire de mayor envergadura, y otras se asociaron con capitales extranjeros para seguir comercializando sus formatos en el exterior. Para el año 1995, con cuatro de los cinco canales más importantes en manos privadas, surge la necesidad de que las productoras tomen otro rol en cuanto a la producción de contenidos. En los años sesenta, las productoras eran “asociadas” a los canales, pero en el contexto de la privatización, éstas crearán su propio contenido de manera independiente. De esta manera, la programación se producirá de manera “tercerizada” para reducir costos en un momento de crisis, que también afectó al interior de las cadenas televisivas que estaban a la merced de la oferta y demanda. (Bourdieu, 2014). Es entonces, en este contexto tumultuoso, donde las productoras proponen contenidos innovadores y además se hacen cargo de la renovación que hacía falta en la industria cultural local en cuanto a técnica. Además, asumieron el riesgo que conllevaba la aleatoriedad de demanda y el costo que deberían haber afrontado los canales de televisión.

Es este el escenario en el cual se encontraba la televisión argentina cuando en 1994 nace Polka.

2.2 Polka: Noche y día junto a vos

280 empleados estables, un estudio propio, 52 programas, 10 producciones para el exterior, 15 películas, 27.4 puntos de rating en promedio. Desde su inicio al 2020, éstos son sólo algunos de los números que hablan de la productora de ficción que fundaron Adrián Suar y Fernando Blanco. Suar, a sus 14 años, ya formaba parte del elenco de la serie juvenil *Pelito*, y después de varios otros hits como *La banda del Golden Rocket*, Suar decidió cambiar de rol, pero siempre en el mismo espacio. En 1994, recorrió canales con el piloto de *Poliladron* en sus manos, hasta que alguno lo quisiera comprar. Hugo Di Guglielmo fue ese ‘alguien’ que adquirió el piloto para eltrece, canal que, cinco años después, sería dueño del 30% de la productora. “La

productora prefirió sacrificar un posible crecimiento si competía en forma independiente, a cambio de ganar estabilidad y continuidad. El canal sacrifica inversión en función de que la productora no se vaya a la competencia". (Di Guglielmo, 2010:88)

En los '90, *Gasoleros* fue el caballo de batalla de la comedia costumbrista, que incorporaba elementos innovadores al *primetime* de la tira diaria. Este particular subgénero de la telenovela tan propio de Polka, toma elementos del teatro homónimo. Nora Mazziotti (1992) los enumera: a) los personajes (porteños, inmigrantes europeos o migrantes internos) que conforman los tipos del barrio o el nutrido desfile de tíos, sirvientes y amigos diversos (...) y la figura de la protagonista femenina que lucha por imponer su lugar; b) los ambientes (el patio, el bar, la cocina, los paisajes urbanos) en los que estos personajes tejen sus encuentros amorosos, familiares, cotidianos; y c) el lenguaje coloquial, ya sea el lunfardo o el giro lingüístico característico, como el voseo o el *checheo*. En las telenovelas costumbristas priman los grandes elencos: al haber múltiples entrecruzamientos entre personajes que no tienen una función fija, basta con que alguna de las subtramas funcione mejor que otra para pasar de ser protagonista a secundario y viceversa. Este subgénero ganó terreno, en parte, por cuestiones coyunturales por un lado económicas (es más barata de producir) y también sociales (temáticas reconocibles por el público urbano en su experiencia cotidiana).

Se trata de una pintura de la cotidianidad en el marco de la crisis de los años recientes y de las nuevas formas en que se vive en los barrios, se conforman las familias, se establecen relaciones. Están representados los oficios populares y los trabajos informales, los rebusques y el desempleo. (Mazziotti, 2007).

La clave del costumbrismo (y por qué no de la telenovela en sí misma) es que el espectador se vea a sí mismo: su barrio, su trabajo, su familia, sus amigos, sus problemas. *Gasoleros* inicia este camino que se verá luego en numerosas producciones en los años siguientes y que posiciona a Polka como el representante del costumbrismo en la ficción argentina: "el título de 'relato costumbrista', patentado por Polka desde los tiempos de "*Gasoleros*", ya constituye ciertamente una marca

registrada, que puede incluir tanto elementos de telecomedia como de teleteatro tradicional en una rara alquimia.” (*La Nación*, 21 de enero de 2004)

Si bien no existe una definición acabada de lo que es una *telecomedia* podríamos abordarla desde su oposición o diferencias con otros géneros. La *telecomedia* comparte muchas características con la telenovela, sobretodo en la manera de narrar: ambas se dividen en capítulos y dejan siempre a la audiencia pendiente de lo que va a suceder en el próximo. Esto supone una gran diferencia con la *sitcom* o comedia de situación norteamericana, en donde el tono de comedia también es característico pero los capítulos son autoconclusivos.

El tono cómico de la telecomedia permite abordar temas que la telenovela convencional no aborda. A través del humor se amplía el espectro de temas a desarrollar por ejemplo el adulterio, la bigamia o la crisis económica, sin que sean pesados o dramáticos, sino adoptando una visión más naif de la sociedad. Este tono tiene diferencias con la mencionada *sitcom* norteamericana ya que, en la mayoría de los casos, en este caso está más asociado a la ridiculización y la burla. (Aprea, G. y Soto, M, 1998)

Al igual que las telenovelas, las telecomedias también suelen apoyarse sobre una historia romántica y se sitúan sobre todo en el entorno de una familia. Podríamos decir entonces que son una variante de las telenovelas, ya que son muy similares, pero introducen el humor como uno de los recursos fundamentales para contar su historia. Esto implica que además de los temas que aparecen recurrentemente en las telenovelas, la productora aporta su propio discurso y temática.

A partir del análisis de la producción de contenidos, podemos hacer un recorte de diferentes fases por las que fue transitando la productora. Dado que nuestro interés está puesto en las telenovelas, es ahí donde estará puesto principalmente el foco, pero cabe aclarar que, durante toda su trayectoria, la productora también se dedicó al rodaje de películas, unitarios y miniseries. Éste último es el caso de la primera producción de Polka en 1995, *Poliladron*. Contó con tres temporadas y fue el propio Adrián Suar quien protagonizó la historia, junto con Laura Novoa. Un éxito rotundo para una productora que recién comenzaba. A la exitosa *Poliladron* le siguieron: *Verdad Consecuencia*, *Carola Casini* y *R.R.D.T*, con actores y actrices de gran renombre en el mundo del espectáculo como China Zorrilla, Raúl Lavié, Carlos Calvo,

Araceli González, Nancy Dupláa, Juan Palomino y Fabián Vena, entre muchísimos otros.

No sería hasta el año 1998 que Polka sacaría al aire su primera telenovela en formato de tira diaria, y cambiaría el rumbo de hacer ficción en nuestro país. El 5 de enero de 1998 comienza a emitirse la telenovela *Gasoleros*, la primera de una larga lista de tiras exitosas de la productora que la sucederían. Con Mercedes Morán y Juan Leyrado como protagonistas, *Gasoleros* logró marcar un antes y un después en la televisión argentina, presentándose como la primera telenovela costumbrista de la productora:

Fue un suceso de rating. Marcó un hito en las telecomedias diarias emitidas en el *prime time*. Tal fue el fenómeno, que impulsó latiguillos repetidos por el público y una cortina musical, interpretada por Vicentico, cantada por todos. Mercedes Morán y Juan Leyrado interpretaron a la inolvidable pareja de Roxy y Panigazzi, tan diferentes como el agua y el aceite. Historias de vida de gente de barrio con sus problemas cotidianos y la lucha por llegar a fin de mes. La audiencia hizo explotar el rating al verse identificada con lo que planteaba la ficción en clave de comedia. (*La Nación*, 29 de junio de 2019)

Esta novela acompañaba también la situación en la que se encontraba el país. Poniendo en escena personas “comunes y corrientes”, ganó seis de los diez Martín Fierro¹¹ para los que estuvo nominada, incluyendo el de mejor comedia en el año 1998.

Luego de *Gasoleros* llegaría en el año 1999 la exitosa *Campeones de la vida*, protagonizada por Soledad Sylveira y Osvaldo Laport, que estuvo al aire dos temporadas. Siguiendo la misma línea de historias y personajes cotidianos, continuó afianzando a Polka en su estilo más costumbrista.

La productora no solo marcó por entonces una nueva forma de contar historias, sino que se caracterizó también por su calidad e innovación técnica a la hora de contarlas. “Con *Campeones*, como con *Poliladron* años antes, se metió un poco el

¹¹ Premios de la radio y la televisión argentina, organizados por la Asociación de Periodistas de la Televisión y la Radiofonía Argentinas (APTRA).

cine en la forma de filmar, de poner la cámara, esa textura cinematográfica, esa mezcla de estilos y de figuras”, dijo la actriz Julieta Díaz. (*Clarín*, 3 de enero de 2019).

En diciembre del 2001, la crisis económica hizo que el país estallara por los aires y la realidad como la conocíamos se derrumbó. Los años que le siguieron fueron difíciles para todas las industrias, incluida la audiovisual (Polka en ese entonces rodaba *El sodero de mi vida* protagonizada por Dady Brieva y Andrea del Boca y sus salarios fueron pagados en forma de electrodomésticos). Según el OIC 2006/2007:

A mediados de los 2000 en el país existían 43 canales “cabecera” de televisión abierta, de los cuales 29 eran privados: cuatro canales ubicados en la Ciudad de Buenos Aires, uno en la Ciudad de La Plata (Canal 2), uno pertenece al Estado (Canal 7, ex “ATC”), y los restantes al sector privado (Canal 2, América; Canal 9, ex Azul TV; Canal 11, Telefé; eltrece, Artear). Todos ellos contaban con sistemas de emisoras “repetidoras” en el interior del país (350 en total: 140 repetidoras del canal estatal y 210, repetidoras del conjunto de canales privados).¹²

A pesar de las complicadas condiciones económicas que atravesaba nuestro país, Polka siguió produciendo entre dos y tres tiras por año.

A *El sodero de mi vida* le siguieron novelas igualmente exitosas como *Son Amores* (2002) que mantuvo su rating en más de 30 puntos, quitándole así el podio a *El Show de Videomatch* (que en esa época se emitía por Telefé), después de diez años de liderazgo (*La Nación*, 9 de julio de 2002). *099 Central* (2002), protagonizada por Facundo Arana y Nancy Dupláa retoma las raíces más policiales de Polka, esta vez en formato de tira diaria. Unos años más tarde *Sin Código* (2004) con Adrián Suar a la cabeza del elenco, propone otro policial con algunos toques más de comedia. En el año 2004, con la telenovela *Padre Coraje*, Polka obtendría su primer Martín Fierro de Oro¹³, premio que luego volvería a recibir en varias ocasiones.

¹² Fuente: Anuario IOC 2006/2007

¹³ Es concedido honoríficamente a una figura de Argentina con destacada trayectoria artística o bien a una reciente producción audiovisual, también local, de excelente calidad. APTRA describe al galardón como «el mejor entre los mejores». Fue implementado (...) en 1992. Se otorga en un contexto especial, distinto al de los demás, que son distribuidos en categorías (Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/subnotas/10509-3309-2008-07-02.html>)

Llegado el 2006 el negocio parecía estar volviendo al ruedo. Señala Alberto Quevedo en el Anuario 2006/2007 del Observatorio de Industrias Culturales (OIC) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires:

El año 2006 registró un fenómeno de reactivación cultural que se vio reflejado en distintos campos de las industrias culturales y también en las prácticas y consumos de los argentinos. Sobre todo, si comparamos cifras de ese año con las que se registraban a principios de la década. Pero aún descartando los años (2001 y 2002) cuando la crisis golpeó de manera más fuerte a los consumidores, las industrias y los creadores, el año 2006 muestra una profundización de la tendencia a recuperar los niveles de actividad productiva, la oferta en los distintos campos y también los consumos culturales en la Argentina. (2007)

En esta época de éxito tras éxito de *Polka* y la reactivación económica del rubro audiovisual nace *Sos mi vida* (2006). Con escenarios principales como una oficina y un conventillo, y sin perder ese costumbrismo característico de la productora en cuestión, narra una historia de amor entre un empresario y una boxeadora que va más allá de los prejuicios y las clases sociales. La telenovela, siguiendo con la tradición melodramática, responde a ciertas características propias del género y a maneras específicas de representación sobre las que ahondaremos a continuación.

3. HERRAMIENTAS PARA DESARMAR LA TELENOVELA

En esta instancia identificaremos, por un lado, las principales características del melodrama y por el otro, la manera que tienen de operar los estereotipos en la realidad y principalmente en la ficción televisiva. Esta reconstrucción nos permitirá más adelante abordar nuestro objeto de estudio desde una perspectiva semiótica para complementarla con una mirada histórica.

3.1 Los secretos del melodrama

En el apartado 1.2.i mencionamos brevemente cuáles son, a nuestro entender, las características del melodrama. Si bien pudimos encontrarlas en muchas de las obras que se caracterizan o se tipifican de esta manera, no significa que sean condiciones *sine qua non*. Consideramos esta lista de características como generales y para nada acabadas. Por otro lado, podemos decir que la telenovela retoma elementos del melodrama, pero, con condimentos narrativos nuevos, se constituye como un género en sí mismo. Celia Alcántara, autora de infinidad de radioteatros y teleteatros, señaló sobre esta suerte de “leyes del género” que “en realidad son recursos que actores, productores y dueños de los canales repitieron desde el primer día por falta de imaginación o porque la fórmula había tenido éxito”. (Viola, 2017:264).

Con la intención de profundizar en dichos rasgos comunes al género, las agrupamos de la siguiente manera para un análisis más cabal:

- i. Cuatro personajes que nuclean el drama
- ii. Problemáticas de la vida cotidiana e identificación
- iii. Exageración y sentimentalismo
- iv. Desestimada por los intelectuales
- v. Segmentación en capítulos

5.1.i Cuatro personajes que nuclean el drama

Los personajes son elementos fundamentales de cualquier relato y en el caso del melodrama hay cuatro que aparecen indefectiblemente. Son fáciles de reconocer

y su función en la trama es siempre la misma. Jesús Martín Barbero los tipificó muy claramente en *Matrices culturales de la telenovela* (1988): la *víctima*, el *traidor*, el *justiciero* y el *bobo*.

“La *víctima* es la heroína, encarnación de la inocencia y la virtud, casi siempre mujer” (Barbero, 1988: 145). Si bien el héroe clásico no corresponde directamente con estas características, el cambio conceptual del heroísmo explica la proliferación de las figuras femeninas en la tragedia popular (romance). Esta nueva figura del héroe, ahora heroína, sufre una desgracia tras otra y requiere constantemente de protección, ya que se la considera un personaje débil y frágil. Sin embargo, la *víctima* posee otras virtudes y fortalezas que causan admiración. Sociológicamente, es una “princesa que se desconoce como tal” (Barbero, 1988: 146), quien sufre humillaciones e injusticias. En este sentido, se ha considerado esta figura como representante del proletariado, ya que carece de identidad. De todas maneras, si bien el melodrama plantea la situación, lejos estará la *víctima* de tomar conciencia de su condición de clase o de encarar una lucha. En el melodrama esta resolución se da más como por arte de magia.

La figura del *traidor* se asocia al mal y a la mentira. Este personaje se “disfraza” aparentando ser bueno, para seducir y engañar, siempre en pos de conseguir sus objetivos. El *traidor*, sociológicamente, es frecuentemente alguien de la alta sociedad: un aristócrata, un burgués, incluso un clérigo. Su función dramática principal en toda historia, ya que se encuentra no solo en el melodrama sino también en otros géneros como la novela negra, es sin lugar a duda, la de hacer sufrir a la *víctima*. Mientras que una es noble, aunque de escasos recursos, el *traidor* es un embaucador que pone todas sus herramientas al servicio de cumplir su objetivo de destruir a la primera. Él es entonces también un personaje asociado a lo terrible y al miedo, produciendo así un sentimiento dual en el espectador, de terror y fascinación a la vez.

El *justiciero* responde a la figura del héroe más tradicional, que viene de la epopeya: “un joven y apuesto caballero” (Barbero, 1988: 146), generoso y sensible, que se relaciona de alguna manera con la *víctima*, ya sea por un romance o por parentesco. Su función dramática en la historia es la de buscar la verdad, por lo que es quien desenredará los malentendidos que va tejiendo la trama, tanto los que atañen al mundo de la *víctima* como los que llevan a desenmascarar al *traidor*. “Es el personaje que en el último momento salva a la *víctima* y castiga al *traidor*” (Barbero,

1988: 146). Cuando la tragedia queda trunca, el melodrama se acerca al final feliz, propio de los cuentos de hadas.

Por último, la figura del bobo no es estrictamente uno de los personajes protagónicos, pero sí es una pieza fundamental dentro de la estructura narrativa del melodrama, ya que su función está ligada estrechamente a lo cómico, vertiente también esencial de lo popular. Este personaje, dentro del melodrama, se encuentra íntimamente asociado con un payaso de circo, encargado de distender el relato luego de momentos de tensión, ya que el drama y los sentimientos están siempre al límite. Por otro lado, también remite a “lo plebeyo, al antihéroe torpe y hasta grotesco” (Barbero, 1988: 147), porque utiliza un lenguaje popular y grosero que contrasta con el de los protagonistas. De apariencia torpe, se expresa frecuentemente con refranes y juegos de palabras.

5.1.ii Problemáticas de la vida cotidiana e identificación con los personajes

En la telenovela se consumen los efectos de sentido que produce la historia en la subjetividad del televidente, las representaciones, valores, símbolos y códigos culturales que estructuran el mundo diegético ficcional. También se consumen hábitos, formas de conducirse y maneras de hacer-sentir-pensar, pero, sobre todas las cosas, modos de emocionarse.

Es en la recepción donde se produce una interacción simbólica entre texto y receptor donde el segundo no es pasivo: existe un dinamismo en cuanto a la significación y a la construcción de sentido. El público no observa en silencio pasivamente, sino que responde, interactúa, comenta con sus allegados, produce sentido y ajusta su juicio. El espectador compara su experiencia con la de los personajes ficcionales y, muchas veces como característica propia del género en cuestión, se encuentra reflejado a sí mismo. El momento de la recepción televisiva se dispersa dentro del entramado de la cotidianeidad. Es aquí donde interviene un conjunto de prácticas sociales de significación y resemantización, posteriormente al consumo televisivo. La valoración de un personaje o de una situación de la trama es puesta en discusión y lo que cada espectador construye es el resultado de un conjunto de negociaciones de significación en el seno de lo cotidiano y de lo social.

Mirar una telenovela supone una actitud pasional y que genera fidelidad, diaria y serial. La empatía que despiertan los personajes en la audiencia (tanto los protagonistas como sus antagonistas imprescindibles) hace que ésta sufra las penas y festeje los triunfos de los personajes como si fueran propios. Esos elementos son los que mantienen en vilo al espectador a lo largo de toda la historia, hasta llegar al final feliz. Mazziotti (1992) lo llama “el espectáculo de la pasión”.

La telenovela parte de representar la vida cotidiana pero no pretende hacerlo a modo de documental. Por ende, se convierte en una especie de realidad ideal, verosímil a sabiendas falsa. Permite la identificación con la propia existencia, pero a modo de analogía, no de exacta representación (aunque algunas veces suceda, no es la intención primaria), que se da a partir de los arquetipos puestos en juego. La intención es una representación de la vida privada con la que todos los espectadores se puedan reflejar, salvando las distancias.

Pretende ser lo más universal posible, pero sin perder el factor de la identificación, para luego problematizar lo visto y construir sentido. Migré lo sabía muy bien y quizá esa sea una de las razones de sus exitosas tiras: “Si los protagonistas de la novela están bien, están contentos y si se le solucionan todos los problemas, ¿que contar de la vida de ellos?” (Viola, 2017:326). No sólo importa que el mundo sea verosímil o no, si la realidad de los personajes es alejada a la de los espectadores éstos no lograrán identificarse. El uso de escenarios conocidos por la audiencia también forma parte del proceso de identificación ya que los televidentes pueden reconocer en la pantalla lugares que ellos mismos frecuentan. Una de las estrategias claves que usaba este autor para reforzar la identificación era filmar en calles reales de la Ciudad de Buenos Aires. Los personajes caminaban las mismas calles que caminaba el espectador, iban a los mismos bares, reconocían en pantalla los edificios de su propia cuadra.

Cualquier narración serial televisiva es una representación social y la manera de interpretarla es una construcción de la realidad. Esto requiere que el espectador ponga en juego saberes y conocimientos previos que le permitan hacer una lectura de la telenovela en este código para así poder identificar algunas cuestiones representadas en la novela como: clase, género, poder, lo moral y demás. Para que el espectador pueda reconocer las problemáticas al interior de la telenovela, primero debe tener conocimiento de dicho conflicto en su propia realidad, sin necesidad de

haberlo vivido en carne propia. De manera contraria no lo va a reconocer como tal en la ficción. Eco (1995) expone que para que el lector pueda identificarse con los personajes, tanto en el principio del relato como en el final, habrá que reiterar sus elementos característicos una y otra vez. La clave estará en encontrar el equilibrio entre situaciones que generen intriga y tensión, pero a la vez desarrollarse y solucionarse de maneras que resulten familiares a los lectores (o espectadores).

En la telenovela se confunde qué es relato y qué es vida cotidiana, pero, al mismo tiempo, el primero se sirve de la segunda enriqueciéndose y construyendo el verosímil. La propia experiencia se incorpora a la historia. En la telenovela se da un hecho muy similar al del carnaval, y Barbero (1988) arroja luz sobre esto explicando que existe un intercambio entre historia y realidad, entre actuación de los actores y la manera en que eso impacta al espectador. Es un relato que está íntimamente relacionado con las reacciones, percepciones, deseos y motivaciones del público.

Pero una telenovela no es cualquier historia de amor sino de determinados amores conflictivos que responden a múltiples y recíprocas interrelaciones según la siguiente estructura: identidad perdida, oposición buenos/malos, triángulos amorosos por doquier y oposición de clase sumado a un ingrediente insustituible que está dado por la ecuación secreto - revelación - ocultamiento - desenmascaramiento: "decir la verdad" es esencial porque ahí es donde se juega el todo o nada de la trama narrativa y del involucramiento de quienes observan.

Las audiencias gustan de las telenovelas porque cuentan una historia de amor, tienen que ver con los sentimientos y las emociones, entretienen, generan un vínculo de empatía. La clave de la telenovela está en que recoge la herencia del melodrama de intentar reflejar la vida privada de las personas comunes y corrientes situándose al interior del hogar. La ficción, y de manera principal el género de la telenovela, no solo ha sido el vehículo a través del cual la televisión ha propuesto decenas de historias, personajes, estéticas y valores que hoy forman parte de la cultura popular; además, ha incorporado, de manera persistente y crítica, diversas materias al debate público, como la desigualdad social, la diversidad sexual, la violencia intrafamiliar, entre muchos otros (Fuenzalida, Corro y Mujica, 2009).

La razón por la cual el público sigue la telenovela, aún anticipando el final, es porque se siente identificado con las historias y los personajes. El hecho de que esto se genere no quiere decir que lo que sucede en la telenovela sea exactamente lo que

les sucede a ellos, sino que ven en la historia cierta resonancia con su propia realidad. Es una representación que podría ser real, verosímil, pero a fin de cuentas ficcionada.

5.1.iii Sentimentalismo y exageración

¿A través de qué recursos se logra la identificación del espectador con los personajes? Uno fundamental es la retórica vinculada a la exageración. Desde la puesta en escena, con elementos visuales y sonoros que se destacan, a una estructura dramática y una sobreactuación de los actores, todo en el melodrama es exagerado. Se expresan así, abiertamente, los sentimientos con los que el público deberá identificarse: por ejemplo, si el protagonista está enamorado se la pasa suspirando y sonriéndole a la nada en un día soleado. El público más intelectual juzgará estos rasgos propios del melodrama como simplistas, porque los contrastes planteados acortan el recorrido intelectual del espectador diciéndole explícitamente cómo debe sentirse. (Barbero, 1988)

La telenovela cuenta una historia de amor que hace llorar tanto a los personajes como a los espectadores, debido a todas las tragedias y obstáculos que se ponen en el camino de los protagonistas. No es incertidumbre lo que mueve a la audiencia porque el espectador sabe de antemano que no hay otro final que uno feliz.

El lector se consuela o bien porque suceden cientos y cientos de cosas admirables, o bien porque todas esas cosas no alteran en absoluto el ritmo ondulante de la realidad. El mar sigue moviéndose, lo único que ha ocurrido es que, por un momento, hemos llorado, disfrutado, sufrido y gozado. (Eco, 1995: 70)

En cuanto al llanto puntualmente es primordial que el espectador le crea la tristeza, no al actor sino al personaje: que se condiga con la situación por la que el personaje está pasando y que pueda empatizar con el sentimiento. El personaje, en esa situación, bajo esas condiciones que le impone el texto, es o no creíble en su llanto.

Poniendo énfasis en lo sentimental, la telenovela como género pone como eje escenas cotidianas con las que la audiencia se puede relacionar de manera más

fluida. Es a partir de ahí que la historia crea vínculos afectivos fuertes con el televidente, ya que permite la propia identificación con el relato: muestra cómo el personaje y el espectador tienen vidas similares, insertas en el espacio doméstico, laboral, afectivo, creando así modelos fácilmente reconocibles:

Enfrentar dos universos, dos clases sociales, dos maneras de desenredar el deseo y la vida cotidiana es, no cabe duda, un recurso clásico de la telenovela. Entre otras cosas, porque tensar la cuerda entre opuestos (las posesiones materiales y los afectos, la realidad y la ficción, el drama y la comedia), sirve al desarrollo dramático de la historia y facilita la identificación del espectador con una u otra constelación de intereses. (*Clarín*, 12 de febrero de 2006)

En este caso, este fragmento periodístico se refiere específicamente a la manera en que se presenta la historia en *Sos mi vida*: como dos mundos opuestos. Los espectadores se identificarán entonces más con uno u otro entorno o personajes, siendo la oposición más visible la de clases sociales.

Como dijimos anteriormente, en el melodrama todo está exagerado: los gestos, los cuerpos, la proximidad de los cuerpos, los planos cerrados a los rostros, la música que refuerza la acción más obvia, el deseo, las oposiciones son drásticas y las enemistades son a muerte. Alberto Migré decía que, si bien la telenovela era entendida como el reino de lo cursi, también era emoción en estado puro, sin máscaras, por lo que había que tener mucho coraje para exponer sentimientos así de preciados ante el ojo crítico de la opinión (Viola, 2017). Este rasgo es condición necesaria de las telenovelas: los sentimientos están a flor de piel y no es una incógnita para el espectador lo que sienten cada uno de los personajes. Éstos suelen manifestarlos de manera exagerada y se puede ver no sólo en lo que dicen sino también en sus expresiones y en los elementos del relato que componen la escena: el escenario, el clima y la música.

En algunas ocasiones, incluso, tal como sucedía en las novelas de Eugene Sue (Eco, 1995), los personajes expresan en voz alta sus sentimientos, aún cuando no hay otro personaje en la escena y las dice sencillamente “al aire”. Es un diálogo

que se establece en realidad con el espectador, que es quien lo está escuchando en sus pesares. En este punto hacemos una salvedad respecto de lo que Metz (1970) llama “verosímil”. Podría decirse que está compartiendo sus sentimientos como en un guiño al espectador, ya que el personaje de una ficción nunca está realmente solo, sino acompañado por la audiencia. Siendo el verosímil lo que sigue las reglas de un género preestablecido y lo que es un “posible real”, este recurso (usado hasta el hartazgo dentro del género) de expresar los sentimientos para uno mismo, en voz alta, es creíble sólo dentro de la telenovela porque lo reconocemos como una característica del género.

5.1.iv Desestimada por los intelectuales

Desde los inicios del melodrama, cuando el diálogo se le estaba prohibido por no pertenecer al “teatro culto”, el género fue rebajado a menos por los intelectuales. La telenovela corrió (y corre) la misma suerte al ser descalificada por críticos y considerada como estereotipada, barata y poseedora de otras características que comparten todas las manifestaciones de la llamada “cultura popular”. Por mucho tiempo se creyó que la telenovela no invitaba al pensamiento, a la reflexión, por lo tanto, fue bastardeada no sólo en sí misma, sino también fueron (y son) bastardeados aquellos que encuentran placer al ser espectador de la misma: las clases populares.

La complicidad con el público popular y el tipo de demarcación cultural que ella traza son las claves que nos permiten situar el melodrama en el vértice mismo del proceso que lleva de lo popular a lo masivo: lugar de llegada de una memoria narrativa y gestual populares y lugar de emergencia de una escena de masa. (Barbero, 1988: 140).

Las clases populares y la telenovela tienen un vínculo especial en América Latina. Durante los años ‘70 se empieza a desarrollar una cultura masiva que fue impulsada por el acceso a la televisión. Esto dio como resultado la integración de las masas fuertemente ligada a lo audiovisual y en particular a la telenovela. En capítulos

posteriores nos adentraremos en cómo el ingreso de la televisión a los hogares modificó las dinámicas familiares y el cambio de hábitos que esto supuso.

Pero, por ahora, es importante destacar el rol que tuvo y tiene la telenovela en el continente: ésta resultó ser una matriz cultural que alimenta el reconocimiento popular en la cultura de masas. Barbero (1992) explica por qué esto escandaliza a las elites: el libro ya no es la única fuente de información y la palabra escrita ya no es la única manera en la que se puede acceder a la realidad. Las nuevas tecnologías y las producciones audiovisuales permiten a las masas de toda Latinoamérica acceder e insertarse en la modernidad por medio de un lenguaje que le es común a todos, y sobretodo un lenguaje que les es familiar.

La telenovela permite a las masas apropiarse de su ser moderno, pero sin dejar de lado prácticas anteriores como la oralidad y da lugar para incorporar nuevas nociones y lenguajes por fuera de instituciones formales como la escuela. Es en sí misma una manera de alfabetización que hacen propia, sin intermediarios y creando nuevos modelos de comunicación.

Barbero es muy claro en cuanto al vínculo entre televisión y cultura popular:

Nos encante o nos de asco, la televisión constituye hoy, a la vez, el más sofisticado dispositivo de moldeamiento y cooptación de los gustos populares, y una de las mediaciones históricas más expresiva de matrices narrativas, gestuales, escenográficas del mundo cultural popular, entendiendo por éste no las tradiciones específicas de un pueblo, sino la hibridación de ciertas formas de enunciación, ciertos saberes narrativos, ciertos géneros dramáticos y novelescos de las culturas de Occidente y de las mestizas culturas de nuestros países.
(1992:26)

A su vez, señala que la empatía que la telenovela genera en los sectores populares es directamente proporcional al asco y rechazo que produce en las *elites*, por lo que estos últimos ni siquiera consideran a la telenovela como ficción. En 1962 *Primera Plana* ya tenía opiniones formadas sobre el melodrama que no tardó en imprimir: “La crítica le reprochó al género el final feliz, el amor a primera vista, las malvadas muy malvadas que, en otros géneros tan esquemáticos como el cine de

acción se aceptan sin entenderlos, como atentados contra el buen gusto y el verosímil”. (Viola, 2017:161).

El género no solo fue mirado con mala cara por la *élite* intelectual: los mismos actores se daban el gusto de rechazarla. “Aceptar fue difícil para mí...consulté con mis amigos que me miraban de reojo pensando que iba a caer en el pecado de hacer algo comercial sin valor artístico porque así se consideraban las tiras entre los actores cultos”, dice María Herminia Avellaneda (Viola, 2017). Arnaldo André más adelante en el mismo libro refuerza la idea:

Era mi rebeldía frente a un género bastardeado. Veníamos de muchos años de televisión blanca, ni siquiera rosa¹⁴. Además, en esta época la televisión se divide en dos bandos: por un lado, las tiras románticas como las de Migré y, por el otro, las cultas como las de David Stivel. Y uno que actuaba las primeras quería cruzar a los de enfrente, porque ahí supuestamente estaba la calidad. (Viola, 2017:255).

Inclusive Migré los criticaba por esto ya que, a pesar del éxito que suscitaba formar parte de sus elencos, los avergonzaba y querían “limpiar su nombre” haciendo “teatro serio”. Los mismos actores de las novelas que eran éxitos masivos consideraban al género como poco serio, poco arte.

La telenovela fue estigmatizada como expresión despreciable, parte de cuya descalificación es justamente la retórica del exceso, fuertemente erotizado. Nora Mazziotti va a identificar en los ‘90 un proceso que niega esto último, no porque a partir de ese momento “se la tomó en serio” sino porque la industria audiovisual la identificó (y posteriormente convirtió) en un ‘mero objeto de consumo’. Liliana Viola (2017), en *Migré...* indica que es a partir de los ‘90 que aparece una tendencia en la academia y la crítica de la legitimación del género. La telenovela es un producto que

¹⁴ Según la real academia española: variedad de relato novelesco, cultivado en época moderna, con personajes y ambientes muy convencionales, en el cual se narran las vicisitudes de dos enamorados, cuyo amor triunfa frente a la adversidad.

rinde: da ganancias y no sólo en sí mismo, sino que es una especie de aparador en donde todo lo que se exhibe es vendible, todo es factible de *sponsor*, de PNT, de *merchandising*. De alguna manera, pierde su bastardía, pero en un plano meramente económico e industrial, para nada creativo y artístico.

En esta línea la contemporánea Carolina Aguirre, autora de *Argentina: Tierra de amor y venganza* se refiere a la concepción que al día de hoy se tiene en Argentina, dice que:

acá (en Argentina) todavía permanece como una idea de que la tele es un lugar menor y vos decís: 'Pero si todos los directores de cine de acá están haciendo tele y quieren hacer tele'. Porque las posibilidades que te da la tele de contar en horizontal desde una miniserie o una tira son infinitas. (*Infobae*, 25 de agosto de 2019).

María Herminia Avellaneda intenta reivindicar y reconciliarse con el género diciendo:

en la telenovela aprendí también que el prejuicio sobre los actores llamados comerciales, porque hacían tiras, había que tirarlo a la basura, como tantos otros deslizados en mesas de café por actores y directores, cuando hablaban del método sin haberlo entendido, incapaces de percibir cuánta concentración instantánea y cuánta memoria emotiva se pone en juego en una escena de teleteatro bien hecha. (Viola, 2017:148).

Había arte después de todo.

5.1.v Segmentada en capítulos

La ficción melodramática serializada tiene en sus orígenes a las novelas en serie que se publicaban en periódicos y revistas del siglo XIX, generalmente dirigidas a audiencias femeninas. La entrega por partes era, por un lado, necesaria y, por el otro, estratégica. Necesaria porque el relato oral era interrumpido por la vida misma,

el folletín no permitía mucha extensión, y el radioteatro contaba con poco tiempo al aire.

Pero lo que era una limitación fue tomado a su favor, convirtiéndose en una estrategia de ventas: pasaba con el folletín y el radioteatro que quienes lo escribían salían a las calles a escuchar lo que la audiencia comentaba de los capítulos y así iban cambiando el rumbo de la historia. Los condicionamientos del mercado intervenían (y aún hoy intervienen) más a fondo: “el éxito hace que la cosa se alargue” (Eco, 1995:59). El formato episódico nace a partir de lo que el público exige, ya que siente una conexión con sus personajes y quieren saber qué pasa con ellos. Se establece así una dinámica entre lo que demanda el mercado y una estructura pensada principalmente para generar intriga y expectativa de un capítulo al otro. En pos de cumplir con este objetivo se generaban, en algunos casos, discontinuidades dentro de la trama pero que eran pasadas por alto si la intriga lograba mantenerse.

La radionovela es el puente en el vínculo indisoluble entre la telenovela y la cultura oral, es el eslabón, porque conserva el espíritu de ‘contar a’ (teniendo en cuenta que implica la redundancia de conservar, dentro de lo episódico, una continuidad dramática), y también la apertura indefinida del relato: se sabe cuando empieza, pero no cuando termina. Esto permite que esté permeado a lo que pase en su contemporaneidad a lo largo de la duración del mismo.

La telenovela es definida como una ficción melodramática serializada, que se transmite en horario estelar con una frecuencia usual de cinco días a la semana durante aproximadamente nueve meses. Suele tener entre 180 y 200 episodios: su carácter serial celebra la repetición de esquemas constantes que se dan una y otra vez con variaciones temáticas y además es un producto muy útil para la programación. Un mismo título se instala en una franja horaria por un tiempo prolongado por ende no es necesario estar pensando cada mes o todas las semanas qué colocar.

El género en sí mismo propone una estructura más bien rígida donde los hechos son previsibles de antemano, donde el espectador reconoce las tramas fundamentales de la historia y puede anticiparla. Entonces, si ya se conoce el derrotero de eventos, ¿por qué el espectador se queda a mirar? Porque lo interesante de la telenovela es este preciado equilibrio entre lo nuevo y lo inmutable, donde si bien se sabe qué va a pasar, se desconoce el cómo, eso es lo inmutable: lo nuevo. Si

no hay boda, si no hay final feliz, si no se consuma el amor entre la pareja protagónica, no hay final. La pregunta es cómo suceden estas cosas y por eso el espectador permanece. Leo Calderone, autor del último éxito de Polka, Argentina Tierra de Amor y Venganza, hace referencia a esto:

Hace mucho que no nos hostigan tanto como ahora en las redes (*sociales*): nos exigen, nos amenazan con que "más vale que estén juntos, más vale que les demos un poco de felicidad, que nos dejemos de joder", y hay un punto donde ellos saben, y nosotros sabemos, que si juntamos a los protagonistas se acaba. Juntar a los protagonistas es como llevarse la pelota. (*Infobae*, 25 de agosto de 2019).

En todas las novelas hay un equilibrio entre lo nuclear, lo predecible -aquello que da forma al género- y lo catalítico, aquello que da ilusión de originalidad y se reinventa con cada título. Esta mixtura entre conocido y desconocido es fundamental para que el espectador pueda seguirle el rastro a las tramas paralelas sin perder el hilo de la narración e incluso permite que nuevos espectadores se incorporen en mitad de la historia y sigan comprendiendo la trama total. El buen conocedor del género autocompleta lo que no entiende de la telenovela actual con todas aquellas que ha visto antes. Para poder sostener en el tiempo una novela a lo largo de 200 capítulos estos eventos catalíticos, estas subtramas, son esenciales para hacer mover el relato. Eso explica el por qué de semejantes elencos también.

Si bien lo que hace que el televidente siga mirando es cómo se llega al desenlace conocido, a ese final donde el amor triunfa, ante todo, hay varias estrategias que la telenovela pone en juego para lograr que la audiencia se mantenga pendiente de la historia: rodeando a los personajes principales, cada uno de los secundarios va a aportar algo al desenlace, los infinitos malentendidos y enredos que van tejiendo la trama. Los momentos "cúlmines" son cuando se van destapando mentiras que la audiencia va siguiendo desde un primer momento. En el desenlace, todas las mentiras y máscaras caen, el tira y afloje constante entre ocultamiento y revelación llega a su fin.

¿Qué se consume entonces en la telenovela? Los efectos que produce, los sentidos, valores, símbolos, y códigos culturales que ordenan al relato ficcional. También se consumen hábitos, formas de conducirse y maneras de hacer/sentir/pensar, pero sobre todas las cosas, distintas maneras de emocionarse. Todo esto se da no irreflexivamente, sino que es procesado y resignificado por el espectador. En cuanto forma artístico-televisiva de producción cultural, es una expresión del sistema social en el cual se genera, reproduciendo los cánones de ficción televisiva junto con los modelos de comportamiento característicos de su lugar y su época.

Los personajes, sus características y las funciones que cumplen dramáticamente en el relato también constituyen una pieza clave para que el espectador logre familiarizarse con las historias. Si bien ya planteamos los arquetipos fundamentales del relato melodramático, queremos abordar qué sucede cuando esos rasgos son usados y abusados, hasta convertirse en estereotipos de la propia sociedad.

3.2 Los estereotipos no piden permiso

El puntapié inicial de este trabajo nace a partir de los estereotipos que vemos constantemente en las telenovelas de Polka. Pero para desentrañar la manera en la que operan en la ficción nos parece importante detenernos a describir cómo funcionan primero en la realidad, para luego ser trasladados a la pantalla.

En su libro *La opinión pública*, Lippman (1922) no trata específicamente los estereotipos sino cómo estos influyen en la formación de la opinión pública, y va a explicar que éstos son necesarios para comprender la realidad. En un mundo colmado de significaciones los estereotipos nos ayudan a agrupar ciertas cosas que aprendemos para así comprenderlas.

Los seres humanos entendemos la realidad a partir de lo que vemos, de lo que hemos aprendido y de lo que nos han contado. No tenemos la capacidad de poder mirar en profundidad y cabalmente cada uno de los estímulos que se nos presentan y por eso los estereotipos nos ayudan a organizar la información. Cuando conocemos a una persona que tiene ciertas características, tendemos a agruparla en nuestro cerebro con otras que tienen otras similares, asociándola a un grupo humano

determinado ya conocido. Con relación a esto, Lippman resalta que, cuando un estereotipo se cristaliza (por ejemplo “todos los alemanes son rubios”), cada vez que vemos un alemán rubio hace que afiancemos dicha cristalización tomándola como cierta. En cambio, cuando vemos uno que no lo es, lo vemos como la excepción que confirma la regla o sencillamente no le prestamos atención. “Cuando nuestros sistemas de estereotipos se consolidan, fijamos la atención en los hechos que ayudan a demostrarlos, mientras que eludimos aquellos que los contradicen.” (Lippman, 1922:108)

Cabe destacar que el autor no usa el término “estereotipos” para aludir solamente a las personas o a personajes sino también a ideas, modelos económicos y formas de ver el mundo, “los estereotipos (...) tienden a protegernos de los desconcertantes efectos que padeceríamos si intentásemos ver el mundo ininterrumpida e íntegramente” (1922: 104). Actuamos de acuerdo con lo ya conocido y aprendido.

Al mismo tiempo, pensamos que conocemos ciertas personas, emociones o lugares, aunque no hayamos tenido experiencia directa, aunque no hayamos sido nosotros mismos quienes hayan visto u oído. Podemos inferir entonces que muchas de las cuestiones que consideramos “ciertas” o “reales” o “verdaderas” tienen como mediador la mirada o experiencia de un otro (y, muchas veces, milenios de historia por detrás). Si tenemos todo esto en cuenta, ¿cómo es posible que cambiemos de opinión o que estemos predispuestos a lo nuevo o a lo desconocido? Nos animamos a decir que esto solo se logra cuando aceptamos que nuestro punto de vista es tan sólo uno de los posibles y nuestras opiniones no son hechos absolutos, cuando somos conscientes de que nos movemos dentro de ciertos horizontes de expectativas. Los estereotipos, si bien acorsetan y reducen a lo más básico la características individuales, son indispensables para la comprensión cabal y rápida del mundo en que vivimos. Sin la capacidad de generalizar, cualquier elemento nuevo que se nos presentase implicaría múltiples esfuerzos puestos al servicio del entendimiento de lo nuevo. Dichos esfuerzos se reducen gracias a esta operación que simplifica, sí, pero también es operativa.

Para Quin y McMahon (1997) es la sociedad la que crea los estereotipos y los medios son los encargados de reproducirlos y difundirlos: ayudan a reafirmar ciertas realidades estereotípicas cristalizadas, por lo que, si bien toman de la realidad estos

modelos, también la construyen y reconstruyen constantemente, entrando así en una especie de círculo vicioso.

Elena Galán Fajardo, por su parte, hace una investigación sobre algunas series y entrevista a los guionistas. En estas conversaciones, los autores dicen que toman de los noticieros televisivos y de la prensa las noticias que les parecen relevantes y que esos recortes serán luego lo que utilicen como tramas argumentales de las historias para desarrollar los capítulos: toman problemáticas de la realidad y las reutilizan. Es interesante ver entonces cómo “la ficción construye socialmente la realidad a partir de unos argumentos preexistentes, adaptándolos al lenguaje audiovisual.” (2006:59). Tomar historias y noticias reales es una buena solución: es más fácil adecuarse a los exigentes tiempos, propios del relato televisivo y además se encuentran personajes reconocibles, a quienes los espectadores pueden entender con facilidad. Ella explica:

Si la creación de estereotipos es una forma de categorización que permite al ser humano distinguir, diferenciar y abstraer de la realidad los datos más importantes para poder clasificarlos en su proceso de percepción, en la ficción esa categorización se hace aún más necesaria, ya que el tiempo del que disponen los telespectadores para reconocer a los personajes y otorgarles rasgos de personalidad no suele superar la hora y media. (2006:64)

Proveer a los espectadores, desde un primer momento, con los elementos necesarios para reconocer quién es quién en la historia es esencial. Si esto no sucede, puede que no logren identificarse con los personajes ni con el relato y, aún más grave, hasta quizá no entiendan la historia.

Ya que es un término que hemos usado con anterioridad para definir a los personajes centrales del melodrama, es importante señalar la diferencia entre estereotipos y arquetipos. Carl G. Jung (retomado en Vogler) utiliza el concepto arquetipo para referirse a los modelos de personajes que se repiten constantemente desde hace muchísimos años presentes en los cuentos de hadas, los mitos y leyendas. Además de rasgos recurrentes, se encuentran también ciertas relaciones

que se repiten frecuentemente. Los arquetipos son fundamentales para poder comprender, en cada nueva historia, la función que cumple cada uno de los personajes (Vogler, 2002). Siguiendo la línea de Jung, y como propone Barbero con sus cuatro personajes claves, éstos también plantearán ciertas relaciones arquetípicas devenidas directamente del propósito que cada uno tiene en la historia. Entendemos entonces que para que una telenovela sea considerada como tal, estos personajes deben estar presentes.

Si todas las telenovelas deben seguir estos modelos arquetípicos porque son propios del género, ¿por qué hablamos frecuentemente de estereotipos? ¿Cuándo y cómo un arquetipo se transforma en estereotipo? Una misma historia nunca será igual para todos aquellos que la miren, ya que cada uno tiene su propio bagaje cultural, sus propias experiencias y creencias. Por eso cada espectador reconstruye la historia de una manera diferente, de acuerdo a su propia visión del mundo. Como consecuencia, cuanto más amplia y heterogénea sea la audiencia, mayor será la diversidad de interpretaciones que ésta tenga sobre el relato. ¿Cuál es la particularidad de la telenovela? Al ser un producto popular y masivo, tiene un público muy amplio en términos, sobre todo, socioeconómicos. Esto implica que los conceptos que son comunes a los espectadores son bastante limitados y se va alejando de un discurso único (Lippman, 1922).

Mientras más heterogénea es la audiencia, más heterogéneas son las posibles interpretaciones. El objetivo de la telenovela no es el debate, no le interesa la interpretación individual. No tiene interés por cuestionar el *status quo*, o generar debate sobre cómo las cosas deberían ser, no es altruista. El fin último de la telenovela es entretener desde el plano más común a todos los seres humanos: el de los sentimientos.

A los personajes les preocupan las cosas que le preocupan a la gente común y corriente: el trabajo, el amor y el desamor, la amistad, la familia. La telenovela no es el campo de batalla de la lucha de clases, la opresión de la clase trabajadora, la política, etc. y, de hecho, no hay un llamado a la acción para transformar la realidad del espectador. Ésta se construye para ser consumida de la misma manera que es emitida, sin dejar espacios o grietas por donde entre la interpretación personal (aunque ya sabemos que eso es imposible, lo intenta *a priori*) y pueda modificar el curso de la historia. Para esto, el mensaje tiene que emitirse lo más “cerrado” posible.

Por eso las historias y los personajes son poco tridimensionales y cercanos a los arquetipos: porque ellos no son lo importante de la historia sino los sentimientos que retratan. Y es allí donde el estereotipo funciona a la perfección: cayendo en lugares comunes, donde no hay espacio para la imaginación.

Retomando, un arquetipo se convierte en estereotipo cuando el modelo es utilizado una y otra vez de la misma manera, cuando a cada función dramática se le atribuyen las mismas características reiteradamente. De esta manera, esos estereotipos se vuelven reconocibles y esperables, rasgo que favorece a la identificación con y comprensión de la historia (Galán Fajardo, 2006). Por ejemplo, el arquetipo del justiciero se vuelve un estereotipo cuando es alto, musculoso, bueno, un galán, etc., porque así lo hemos visto innumerables veces, incluso dentro de la misma productora. Es el caso de *Noche y Día* (protagonizada por Facundo Arana), *Sos mi hombre* y *Herederos de una Venganza* (protagonizadas por Luciano Castro), *Lobo y Malparida* (protagonizadas por Gonzalo Heredia), *Valientes* (protagonizada por los mismos actores).

“Las productoras de telenovelas le apuestan a la repetición de formatos, no sólo porque ‘se repite lo que funciona’ y ‘funciona lo que se repite’”. (Cisneros, Olave y Rojas, 2008:151). Varios autores aluden a este aspecto de los estereotipos: cumplen con las expectativas del público y entonces aseguran, de alguna manera, el éxito del producto. Lippman (1922) dice “ninguna representación en la que las pistas no estén bien definidas y la elección resulte clara alcanzará con facilidad la cima de la popularidad”, para luego agregar “el gran público no tiene estómago para tanta dificultad” (pp. 147-151). No se puede hacer caso omiso al peso que el factor económico tiene en estas producciones de ficción: también se apuesta a lo conocido por una necesidad de cumplir con los objetivos económicos.

El mismo esfuerzo podría ponerse en contar historias novedosas, con personajes de cierta profundidad, que den al público el espacio para crear sus propios juicios, para reflexionar. No obstante, al menos en este género, eso no es posible porque las inversiones requieren que el producto alcance cierto grado de popularidad para no ser un fracaso. Quienes se encuentran en la toma de decisiones sobre qué historias contar se ven en la necesidad de seguir repitiendo las mismas fórmulas y respetando los estereotipos existentes para no pagar el precio -literalmente- de las expectativas frustradas (Lippman, 1922:149-150). Esto no quiere decir que en

algunas ocasiones no haya producciones más arriesgadas, o que los espectadores no se sientan atraídos por historias con las que no tienen ningún tipo de identificación o que se alejen de los cánones establecidos, pero sí significa un riesgo monetario que no muchos están dispuestos a correr. Una historia con estereotipos y fórmulas de éxito conocidas significa una reducción significativa de riesgos.

En suma, los estereotipos se utilizan con frecuencia en los medios audiovisuales porque resultan muy prácticos a la hora de simplificar los atributos psicológicos de los personajes, sin tener la necesidad de describirlos de manera muy compleja sino de manera superficial, mostrando características relevantes. Los espectadores necesitan del estereotipo para comprender fácil y rápidamente la historia y al personaje, haciendo predecibles sus acciones y su función. Esto también se aplica para los personajes secundarios, que tienen menos tiempo en pantalla y su rol a veces resulta más funcional al personaje principal que a la trama. (Martínez i Surinyac, 1998).

Nos parece interesante la manera en que la realidad y la ficción se funden en términos de estereotipos. Si bien la segunda los toma de la primera es a partir de la difusión en medios de comunicación que los estereotipos se difunden y reafirman, dando a los espectadores nuevas cristalizaciones de lo ya conocido y esperable.

A continuación, pondremos en práctica todo lo expuesto e investigado con anterioridad, aplicando las categorías teóricas, teniendo en cuenta el contexto histórico y la mirada semiótica para entender lo más hondo posible a nuestro objeto de estudio, poniendo a prueba nuestra hipótesis primera. Tomando *Sos mi vida* como ejemplo, analizaremos cómo operan los personajes y el lugar que ocupan, reforzando (o no) estereotipos conocidos: cómo son representados cada uno de ellos, insertos en su propio universo, cómo se relacionan entre sí, cuáles son las dinámicas sociales entre ellos y cómo elementos como colores, espacios y sonidos, refuerzan los significados.

4. SOS MI VIDA

Sos mi vida comenzó a emitirse por eltrece el lunes 16 de enero de 2006 y finalizó el martes 9 de enero de 2007.¹⁵ Esta telecomedia, escrita por Ernesto Korovsky y Sebastián Parrotta y dirigida por Daniel De Felippo y Rodolfo Antúnez¹⁶, cuenta la historia de Esperanza Muñoz, apodada Monita, retratada por Natalia Oreiro, (que actuaba por primera vez en Polka): abandonada por su madre biológica a los 13 años, encuentra su hogar junto a Nieves (Dalma Milebo) y su hijo, Quique (Carlos Belloso). Viven juntos en un conventillo y el boxeo es su medio de vida: la Monita compite y Quique es su manager y novio. La contrafigura masculina será Martín Quesada (Facundo Arana), empresario exitoso y buen mozo. Su novia es Constanza Insúa (Carla Peterson), celosa, controladora y posesiva.

Los personajes principales se cruzan cuando la Monita se lastima la mano y no puede pelear más, por ende, queda sin trabajo. Se acerca a la empresa de Quesada para postularse como secretaria ejecutiva, pero la discriminan por “bruta” (tal como se autodenomina ella en el primer capítulo de la novela) y termina llorando en el cordón de la vereda mientras llueve torrencialmente.¹⁷ El dueño de la empresa la ve (ella lo confunde con un empleado) y, conmovido, se acerca para ofrecerle su ayuda. La relación — por ahora laboral — de la Monita y Martín hace que Constanza desconfíe de ambos y enfrente a las mujeres que pelearán por el amor del empresario. Quique y Constanza lucharán por separar a la Monita y Martín para poder conservar sus parejas. El elenco de personajes se completa con amigos y familiares de ambos protagonistas.

Si bien comenzó emitiéndose de lunes a viernes a las nueve de la noche, su horario se fue modificando debido a una reacomodación de la grilla por parte del canal hasta fijarse en las 21.30 h. Este corrimiento no sucedió tan solo con la telenovela en cuestión, sino que fue un fenómeno característico del 2006. Durante ese año se introdujo la medición de audiencia on line, más conocida como el “minuto a minuto”

¹⁵ Ver anexo 2, figura 11.

¹⁶ Ver anexo 3.

¹⁷ Al respecto, ver el fragmento de esta escena en la página 64.

que tuvo un efecto directo en el mapa de la televisión argentina: los programas televisivos, sin importar el género, carecieron de horarios y días estables, incluso en las promociones de las emisoras apareció la frase “al término de”.¹⁸ Así, la organización de la programación era dictada por los números del *rating* y la competencia entre canales y la televisión empezaba a abandonar su función de organizadora de la vida social. Incluso el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), organismo regulador de los contenidos y formas de programación televisivas, se propuso intervenir para devolver cierta estabilidad a los horarios, pero finalmente derogó las multas y penalidades y el desconcierto se perpetuó. (*Río Negro*, 24 de diciembre de 2006)

La informalidad en los horarios de emisión a veces significó que los programas empezaran de 15 a 50 minutos más tarde de lo estipulado, atrasando también así el *primetime*, que pasó de ser de 21 a 22 h a de 22 a 23 h, especialmente en *Telefé* y *eltrece*. Esto, según *Clarín*, no implicó una baja en la audiencia:

Uno de los elementos que le valió la lealtad de la audiencia radica en lo inamovible que se volvió el programa, en medio de una pantalla que no respetó éxitos ni público para hacer de los horarios lo que quiso: unos minutos más acá o más allá, los 229 capítulos de la tira —ideada por Adrián Suar y escrita por Ernesto Korovsky — se emitieron alrededor de las 21.30 h, cumpliendo con la noble premisa de la rutina. (11 de enero de 2007).

Promedió un *rating* de 30 puntos convirtiéndose en lo más visto de la pantalla en su franja horaria, ganándole así a sus competidores más fuertes como *Montecristo*, el caballito de batalla de *Telefé*. Las consumidoras principales de la televisión eran mujeres de entre 13 y 19 años, pertenecientes al nivel socioeconómico más bajo y con formación de primaria incompleta mientras que quienes menos miraban televisión eran hombres de entre 25 y 44 años, de nivel socioeconómico alto y con estudios universitarios completos.¹⁹

Polka usó un habilidoso y viejo recurso para generar interés en la audiencia: introducir algunos personajes especiales que aparecían unos pocos capítulos, incluso

¹⁸ Ver ejemplo de promo en anexo 2, figura 10.

¹⁹ Fuente: Anuario 2006/2007 del OIC, p 89.

a veces unos minutos. Cuando un cantante de renombre se encontraba de gira en el país o quería promocionar un lanzamiento o cuando esta figura enriquecía por un momento la trama (como el caso de la famosa boxeadora Marcela “La Tigresa” Acuña, quien entrenó a Oreiro antes de que comenzara el rodaje de la novela) eran invitados al programa. Pasaron por allí Chayanne, Ricky Martín y Julieta Venegas, entre otros. Esta estrategia tiene, por lo menos, 45 años y fue implementada por Migré en *Rolando Rivas, taxista* (1972).²⁰

En 2006, más de ochenta países transmitían contenidos argentinos²¹ y *Sos mi vida* no quedó afuera: se vendió a más de 40, entre ellos Bélgica, Rusia, Rumania, Hungría, Grecia y República Checa. Dori Media, empresa encargada de la comercialización al exterior de los productos televisivos de Polka, vendió los derechos de transmisión a canales de más de 52 países: Rumania, Rusia, Grecia, Bélgica, Turquía, Eslovaquia, República Checa, Hungría, México, Chile, Paraguay, El Salvador, Uruguay, Venezuela, Puerto Rico, Ecuador, Panamá (por TVN) Polonia, Israel, Colombia, Estados Unidos, entre otros.

Cuando se dio a conocer la noticia de que Facundo Arana y Natalia Oreiro serían la pareja protagónica de la nueva telenovela de Polka la expectativa que corrió por los medios fue total. Las fuentes consultadas fueron los diarios *Clarín*, *La Nación*, *Página 12* e *Infobae* y la agencia de noticias *Télam*. En nuestros relevamientos nos concentramos en el momento del estreno (enero de 2006) y cuando la telenovela estaba llegando a su fin (diciembre de 2006, enero de 2007).

Arana y Oreiro ya habían sido pareja protagonista en la ficción y esta dupla, se sabía, garantizaría el éxito, afirma *La Nación*: “hasta que los dos ingredientes de esa fórmula química no estuvieron confirmados, *Sos mi vida* no salió del laboratorio de Polka” (16 de enero de 2006). En 1998 protagonizaron la telenovela emitida por Telefé, *Muñeca Brava*, que se convertiría en la precursora de la dinámica que el dúo iba a tener en *Sos mi vida*. “La ex Cholito será la Monita, tan carente una como la otra. Y él será, nuevamente, el pobre muchacho rico embebido por la tristeza”, dice el diario *Clarín*. (8 de enero de 2006). *Muñeca Brava* puso la vara muy alta porque la química entre ambos había generado un éxito y desde entonces lo sabían. Al respecto, Oreiro dice, también a *Clarín*:

²⁰ En un primer momento tenía signos de admiración en el título, luego se los sacaron.

²¹ Fuente: Anuario 2006/2007 del OIC

Volver a trabajar juntos luego de ocho años generaba, inevitablemente, mucha tensión, no sólo en nosotros sino también en el canal. Desde el principio traté de relajarme y de disfrutarlo, porque cuando una siente la presión, está limitada. Teníamos a favor haber trabajado juntos en otro éxito, pero eso podía volverse en contra. Y cargamos con una responsabilidad muy grande: no empañar lo que habíamos hecho antes y que la gente recordaba con mucho cariño. (23 de julio de 2006)

Oreiro, con su personaje de La Cholito, se había ganado el corazón del público, encarnando un personaje que le cuadraba a la perfección, “la chica peleadora, medio bruta, con esas comidas y levemente masculinizada”. (Página 12, 13 de enero de 2006). Características que pueden muy bien utilizarse para describir el personaje que Oreiro interpretó también en *Sos mi vida*: Pero los inicios de la fama de la actriz nada tienen que ver con este tipo de personaje. Bien por el contrario, en *Ricos y Famosos* (1997), interpretaba uno de los pocos papeles que tuvo como millonaria, antes de pasarse a la vereda completamente opuesta en el rol que más la caracteriza: “el de pobretona simpática, con potencial para enamorar al joven heredero”. La nota sigue con esta descripción diciendo que los fans estarán contentos de verla retomar los rasgos de la Cholito en *Sos mi vida*: “huérfana, peleadora, machona, bruta, ‘de corazón grande’.²² El consumidor del género no pretende ver novedades, sino que le interesa cómo se llega al final de siempre. Natalia Oreiro expresa en una nota con *Clarín*:

La gente ya sabe cuál es la historia: los opuestos que se atraen y que no pueden estar juntos, pero que van a terminar juntos; la diferencia está en cómo se cuenta, desde lo actoral hasta lo narrativo. Y para eso, siempre proponemos alguna vuelta de tuerca que termina asombrando al espectador. (23 de julio de 2006)

²² Si bien no atañe a los fines de esta investigación, no podemos pasar por alto la terminología con la que la prensa gráfica se refiere a la clase media baja: peyorativa y, una vez más, repleta de estereotipos.

El mismo diario también describe a la novela como "una historia de amor, en clave de humor, que borraba de un suspiro los contundentes límites entre los universos de una boxeadora de escasos recursos y excesivos sueños y el de un joven viudo millonario, con tantas glorias como penas". (9 de enero de 2007)

Este breve recorrido, desde una perspectiva histórica, que rodea a nuestro estudio nos permite sentar las bases para poder hacer una análisis al interior del mismo, ya no en relación al momento de emisión o a los dichos de la prensa al respecto sino en sí mismo, buscando huellas, índices y significados que nos permitirán entenderlo más allá de lo dicho expresamente.

4.1 Corazón valiente ²³

Abordaremos el análisis de esta telenovela partiendo desde los personajes, pasando por los espacios en los que se desarrollan, los elementos de la composición: música, vestuario, colores; y las relaciones que se establecen entre todos ellos. De esa manera podremos trazar la línea hasta los orígenes en el melodrama, las características propias de las telenovelas, los rasgos del estilo de autor (de Polka) y ver de qué manera estos elementos en su conjunto contribuyen a la conformación y cristalización (o no) de estereotipos, en relación con la hipótesis planteada en un primer momento.

El personaje principal y catalizador de esta historia es la boxeadora **Esperanza Monita Muñoz**, interpretada por la actriz uruguaya Natalia Oreiro.²⁴ Representa los valores de la honestidad, la bondad y el esfuerzo. También representa la lucha y el seguir adelante frente a las adversidades, a su vez reforzado por su nombre y profesión. Su personaje es exagerado en cuanto a su manera de hablar, de vestirse y expresarse: usa vestidos y maquillaje llamativos, es torpe en sus movimientos, acelerada, se "come las eses", habla a los gritos. Todas estas características no se

²³ "Desde el primer día supe que te amaba/Y llora en secreto mi alma enamorada". Fragmento de *Corazón Valiente*, interpretada por Gilda y canción de apertura de *Sos mi vida*. Letra completa en anexo 2.

²⁴ Ver anexo 3.

encuentran precisamente en el mundo empresarial y ejecutivo, al que ingresa por necesidad de trabajar.

La Monita desarrolla su vida personal en el clásico conventillo²⁵: en esta vivienda compartida, cada cuarto era alquilado por una familia o persona diferente y compartían espacios comunes como el patio, la cocina y los baños. Esta era una buena alternativa para resolver la situación habitacional de los recién llegados al país por un monto bajo de dinero. Polka refleja esta realidad en su última telenovela, *Argentina: Tierra de amor y venganza* (2019), ubicada temporalmente en 1940. Al conventillo de *Sos mi vida* lo podemos situar con facilidad en el barrio porteño de La Boca, ya que se identifican las típicas casas coloridas hechas de chapa y madera.

Aquí viven los personajes cercanos a la Monita y es donde formó la familia que nunca tuvo: Kimberly, que es empleada de limpieza en Grupo Quesada; la Turca, que sueña con ser actriz; y Nieves y Quique, madre “adoptiva” y novio respectivamente. No solo comparten el espacio físico sino también experiencias y elementos personales, por lo tanto, el caos y las peleas están a la orden del día. La habitación de la Monita tiene una cama, una mesa y un ropero, con algunos posters colgados de la pared. En la habitación ubicada justamente enfrente, y cruzando el patio, viven Nieves y Quique, la de ellos es un poco más grande.²⁶

Todo en el mundo de la Monita es colorido: donde vive, cómo se viste ella y sus personajes cercanos. El verde, el rojo, el amarillo, el naranja son los que priman, vinculados a la pasión, el dinamismo, la alegría, el movimiento, todas características también del personaje.²⁷

El personaje que completa la dupla protagónica y pareja romántica es **Martín Quesada**, interpretado por Facundo Arana²⁸. Martín, viudo, es un multimillonario empresario, heredero de la empresa familiar y ex corredor de Fórmula 1. Tras la trágica muerte de su esposa (siete años antes que comience la historia) dejó el mundo del automovilismo para concentrarse en sus negocios.

²⁵ Ver anexo 2, figura 4.

²⁶ Ver anexo 2, figura 5.

²⁷ Ver anexo 2, figura 1.

²⁸ Ver anexo 3.

Su casa es grande y fría, da una sensación de falta de vida, de poco uso, lo que entendemos como un espejo de sus propios sentimientos y soledad. Está exquisitamente decorada y los elementos parecen frágiles y delicados. Allí también viven Rosa, la mucama, y Tony, su nieto. Toda la frialdad del hogar (y del personaje) se transforma cuando llegan los tres hermanos que él adopta: José, Laura y Coqui, y con la aparición de la Monita en su vida.

Su vida da un giro al comienzo, por dos motivos: la aparición de la Monita y la de tres hermanos huérfanos que no quieren separarse: José, Laura y Coqui. Conmovido por su historia familiar, Martín adoptará a los tres hermanos. Representa los valores de la justicia, la generosidad, el deber, la honestidad y la caballerosidad que se corresponden con la figura del héroe que propone Barbero para el melodrama.

La dupla estelar se encuentra por primera vez en el capítulo uno, luego de que a la Monita la humillen por no dar con el perfil que busca la empresa para el puesto de secretaria ejecutiva:

Martín - *¿Estás bien?*

Monita - *No, me siento como el culo.*

Martín - *¿Te puedo ayudar en algo?*

Monita - *La culpa es mía. Vine a pedir trabajo en este lugar.*

Martín - *¿En qué lugar?*

Monita - *“Quesadilla” grupo de sé cuánto.*

Martín - *¿Con quién hablaste?*

Monita - *Con un perra que no se quién se piensa que es.*

Martín - *Sonate. ¿Querés que salgamos de la lluvia?*

Monita - *No, a mí no me importa mojarme. Hay que ser guacha... Que me como las eses, que estoy vestida como un “yiro”. Yo no soy un “yiro”, ¿sabés? ¿Estoy vestida como un “yiro”?*

Martín - *¿Eh? No. No, no, no. Bueno... Estás vestida un poco llamativa para lo que se usa corrientemente para buscar trabajo en un lugar así.*

Monita - *¿Y yo qué sabía cómo había que venir vestida? Hacerle caso a la Turca...*

Martín - *¿La Turca? ¿Quién es La Turca?*

Monita - *Una vecina que trabaja de extra en la tele, conoce a todos los artistas.*

Martín - *¿Qué te dijeron acá adentro que te dolió tanto?*

Monita - *Que soy bruta. ¡Y soy bruta! Pero soy honesta y soy limpita. Y a mí me decís una hora y yo a esa hora estoy, jamás me robé ni un alfiler en ningún lado. Aunque sea decente no vale. Y el trapo de piso yo lo paso, no tengo ningún problema. No me mire así, yo soy medio canilla, lloro por cualquier cosa. ¿Vos también trabajas ahí adentro?*

Martín - *Sí*

Monita - *¿En lo de “Quesadilla”?*

Martín - *En lo de “Quesadilla”, sí.*

Monita - *Ah, entonces debe conocer a la persona que insulté*

Martín - *Seguramente. Pero no cuento nada, no te preocupes. ¿Cómo te llamás?*

Monita - *Esperanza. ¿De qué te reís?*

Martín - *Paró de llover.*

Monita - *Cierto.*

Queremos detenernos en diferentes aspectos que se ven en esta escena. Por un lado, la Monita está sentada en la vereda, llorando bajo la lluvia, porque fue maltratada y echada humillantemente de la empresa. En este escenario, ella representaría, según los arquetipos propuestos anteriormente por Barbero, la figura de la víctima: una mujer rebajada, pero con buenas intenciones que no conoce del todo su propio valor.

Este cuadro de llanto y lluvia es recurrente en el melodrama, en donde los sentimientos del personaje están acompañados también por el clima. Podríamos decir que en una telenovela no es suficiente con que la protagonista esté triste y así lo exprese, todos los elementos que componen la escena refuerzan esta idea: mientras la Monita está llorando en la vereda con la cabeza gacha, cae una fuerte lluvia que la moja de pies a cabeza al son de una música tenue.

Cuando aparece Martín y le ofrece un pañuelo para secarse las lágrimas, queda establecido casi instantáneamente que él es el justiciero, que viene a rescatar a la víctima. Él es quien, en última instancia, pondrá en su lugar al traidor, desenmascarándolo y rescatará a la víctima. También es quien supera la tragedia para llevar el relato a ser un cuento de hadas (Barbero, 1988). En la relación amorosa

que se va a ir gestando a partir de este encuentro ocuparán, a grandes rasgos, estas funciones dramáticas característicos del melodrama.

En esta escena hay dos elementos que, en un primer momento, pueden presentarse como invisibles pero que refuerzan y dan sentido de relación víctima-justiciero: la vestimenta y, nuevamente, el clima. Es justamente en el abuso de este recurso en donde se sigue reafirmando el sentido de lo que se quiere contar.

En cuanto al vestuario, mientras la Monita viste un vestido algo escotado y corto para lo que es el código de una oficina y unos aros bastante llamativos, Martín tiene puesto un traje: un contraste entre las clases sociales de las que proviene cada uno. Esto se va a mantener a lo largo de toda la novela, y los atuendos de la Monita serán incluso más coloridos y cargados de accesorios, mientras que Martín seguirá vistiendo, la mayoría del tiempo, un clásico traje negro o más bien formal, también en escenas por fuera del ámbito laboral.²⁹ Se plantea una dicotomía evidente: el estilo estridente contra el discreto, la ornamentación contra la sobriedad.

Por otro lado, cuando aparece Martín, la lluvia frena. Es un recurso algo burdo pero efectivo para indicar que “salió el sol”, tanto literal como simbólicamente. Aparece el amor y la lluvia y el llanto cesan, justo en el instante en que la protagonista revela su nombre: “Esperanza”. En este caso se produce un pasaje en el clima para indicar también cómo cambian los sentimientos.

Luego de que frene la lluvia, y hacia el final de la escena en la que ya no hay diálogos, dos recursos indican al espectador que los personajes se van a enamorar. En cuanto a lo que la cámara quiere mostrar se utilizan primeros planos de cada uno de ellos, enfocando cómo se miran. Se compone un momento en el que, dentro de la diégesis del relato, no queda ninguna duda que entre los protagonistas ya se encendió una chispa.

En las telenovelas no hay sutilezas y los planos tomados por las cámaras se convierten en un elemento clave para contarlas, sobre todo cuando se busca reforzar la exageración. Por ejemplo, los planos que toman este cruce de miradas mencionado son indispensables para la construcción del instante del flechazo. Claramente, no hay libres interpretaciones posibles, los espectadores pueden identificarse de diferentes maneras con los personajes o las historias, de acuerdo con sus propias experiencias,

²⁹ Ver anexo 2, figura 1.

pero en cuanto a *qué* siente el personaje, toda la escena se construye de manera muy explícita. En resumen, la exageración que se toma del melodrama e impregna las telenovelas reduce de manera significativa el campo de interpretación, ya que se le dice al espectador explícitamente qué debe sentir en cada momento. De esta forma, se acorta el recorrido intelectual.

Otro elemento que va a anticipar este enamoramiento es la música. El lenguaje musical como recurso para construir climas en la ficción es fundamental para construir momentos en la ficción. Para Migré, “personaje y escenografía, pertenecen a un mismo mensaje de coherencia entre los objetos, los actores, los personajes, la música de fondo y también los olores que deben sentir quienes miran desde sus casas”. (Viola, 2017:51). Es por eso que al final de esta escena, acompañando las miradas entre la Monita y Martín, suena la canción: “Tu nombre”, escrita e interpretada por Coti Sorokin (2005), que va a ser utilizada para indicar al espectador que los protagonistas están teniendo un momento íntimo.

De esta misma manera, la Monita tiene una suerte de banda sonora a lo largo de la telenovela elegida de manera para nada aleatoria, ya que contribuye a la comprensión cabal del personaje. Lo vemos (o, mejor dicho, escuchamos) cuando, en el capítulo 1 el personaje de Oreiro sale del conventillo y suena la canción de Damas Gratis, “La chica pura” (2001): “que chica tan bonita, que chica tan bonita, lástima que sos muy loquita”. El grupo musical, liderado por Pablo Lescano, es referente de la cumbia villera y de la música popular. El mundo de la Monita está ligado discursivamente a la cumbia a lo largo de toda la telenovela y nos preguntamos por qué este género musical está asociado a este personaje. ¿Cómo lo refuerza o caracteriza? ¿Qué sentido genera? Rigiéndonos por la manera en que operan los estereotipos, entendemos que esto funciona sencillamente porque la cumbia es música de pobres y la Monita, es pobre.

El uso que hacen las clases dominantes y hegemónicas (consideramos a Polka parte de este grupo socioeconómico) de la cumbia implica una apropiación que, como dice Svampa (2005) “lleva implícito un reconocimiento (el carácter festivo de la música, ligado — supuestamente — a su origen plebeyo) y, a la vez, una toma de distancia, donde persiste el reflejo estigmatizador (su carácter de ‘música villera’, propia de las villas miseria)”. Este mecanismo es definido por Alabarces (2008) como plebeyización: proceso por el cual bienes, prácticas, costumbres y objetos

tradicionalmente marcados por su pertenencia, origen o uso por parte de las clases populares, pasaron a ser apropiados, compartidos y usados por las clases medias y altas. Y en las telenovelas de Polka se ha visto de manera recurrente. Es el caso de *Son Amores* (2002/2003) en donde Mariano Martínez comienza siendo un aspirante a jugador de fútbol y se transforma en el ídolo de la cumbia, el Rey Sol Marqués. Y vuelve a suceder en nuestro objeto de estudio, nada más y nada menos en la misma cortina musical de *Sos mi vida*, en donde Natalia Oreiro reversiona “Corazón valiente” de la ídola popular, y hasta santificada, Gilda. Es a través de la plebeyización que la cumbia, producto de, desde y para la clase popular, se convierte en “apto uso” para las clases medias y altas. Solo plebeyizada la clase alta se permite a sí misma usar la cumbia, apropiándose.

Ya hemos hecho especial hincapié en la existencia de estereotipos en la telenovela y *Sos mi vida* no es excepción. Se pueden encontrar sobre todo en la forma de ser y expresarse de los personajes. Aquí, por ejemplo, vemos al arquetipo de la víctima transformarse en el estereotipo de mujer de bajos recursos.

Martín - *¿Qué pasa, por qué llorás?*

Monita - *Porque soy más bruta que un arado*

Martín - *¿Quién te dijo eso?*

Monita - *No se burle de mí, Martín.*

Martín - *No me estoy burlando.*

Monita - *Si me la pasé haciendo lío desde que llegué hasta que me fui.*

Martín - *A mí no me pareció. Me pareció que fuiste graciosa, que fuiste original, que fuiste natural, que fuiste divertida.*

Monita - *Un animal fui.*

Martín - *No hay nada de malo en ser natural.*

Monita - *Martín, yo me doy cuenta ¿sabe? Yo sé que hice mucho papelone' ahí adentro.*

Martín - *Yo la pasé muy bien con vos.*

Monita - *A mí nunca nadie me enseñó nada. Lo poquito que yo sé lo tuve que aprender sola.*

En esta escena del capítulo 11, Martín y la Monita hablan en el auto luego de un evento formal en donde ella desenchajaba con el resto de la gente, no por su forma de vestir (tenía puesto un vestido de Constanza), sino por la forma de comportarse: hablar fuera de lugar, no compartir los códigos impuestos de etiqueta. Aquí podemos ver exactamente lo que se espera de su personaje. Él no la trataría jamás de bruta, a él no le importa que sean de mundos diferentes porque puede ver la bondad de la protagonista. Es así como el arquetipo del justiciero también se estereotipa al seguir perpetuando características típicas del galán de telenovela: rubio, alto, bueno y exitoso.

El vínculo de los protagonistas se verá entorpecido por las parejas de ambos. Constanza Insúa, interpretada por la actriz Carla Peterson, es la novia de Martín y la antagonista de la Monita. Desde un primer momento, se plantea la rivalidad entre estas dos mujeres, no solo porque se disputan el amor del galán, sino también por sus marcadas diferencias: en clara oposición con la protagonista. Constanza es rubia, con un corte de pelo impecable, de clase alta, fina. Representa la frivolidad, la codicia, la “maldad”, el engaño. A lo largo de la historia, va a hacer lo que sea necesario para retener a Martín.

En los arquetipos retomados por Barbero, ella representaría la figura del traidor (1988). Es importante aclarar que estos cuatro personajes que nuclea el drama y sus atributos son tan sólo puntos de partida que en ningún caso son excluyentes: los personajes y sus características se van a ir amoldando a la historia que se quiere contar³⁰. Estas tipificaciones sirven entonces por su función dramática, esto es, la función que tendrá el personaje en el discurrir de la historia. De este modo, aunque Constanza no cumpla con todas las características que, *a priori*, Barbero le atribuye al traidor (como por ejemplo causar terror en el espectador) dramáticamente este personaje tiene la función de hacer sufrir a la víctima, de oponérsele a ella y de engañar una y otra vez para conseguir sus objetivos.

³⁰ “Si observamos el arquetipo como un conjunto de funciones flexibles y no como unos tipos de personajes rígidos, sin duda aportaremos libertad al oficio de contar historias”. Vogler, C. (2002:61). *El viaje del escritor*.

Para ejemplificar, en una de las primeras escenas en las que los personajes femeninos se enfrentan, Constanza intenta dejarle muy en claro a la Monita cuál es su lugar, humillándola y haciendo alusión a la diferencia de clases.

Constanza - *¿Ocupada?*

Esperanza - *Si, tengo que hacer como “ochocienta” fotocopias.*

Constanza - *Vení para acá.*

Esperanza - *Ochocientas uno fotocopias tengo que hacer.*

Constanza - *Te voy a aclarar un par de cosas para que no te equivoques más ni te desubiques más.*

Esperanza - *¿Quién se desubicó?*

Constanza - *Te callás la boca. Martín Quesada es mi novio. Yo no sé qué oscuras intenciones se te cruzaran por esa cabecita proletaria que tenés, pero que te quede bien clarito, Martín es MI novio. ¿Entendiste? ¿Entendiste? ¿Entendiste?*

Esperanza asiente sumisamente con la cabeza.

Estos dos personajes contrastan a simple vista por la ropa que usan y por la manera de hablar. La forma “cheta” de hablar de la primera contrasta con el lunfardo de la segunda. Las diferencias entre una y otra refuerzan la clase de la que viene cada una y el lugar que ocupan. En esta escena en particular del capítulo 3 se establece de una manera muy explícita, ya que Constanza le dice que tiene una “cabecita proletaria”, otorgándole con sus palabras un claro lugar de inferioridad: odia todo lo que representa la Monita, el barrio, la clase baja y la pobreza.

Al comienzo de la historia, la villana tiene un encuentro casual con Quique, y desde un primer momento hay una atracción entre ellos, pero Constanza se empeña en negarlo porque él no pertenece a su misma clase. Es justamente por ese status que ella quiere mantener a Martín a su lado a toda costa: él es rico, exitoso y famoso. Sin embargo, su personaje, muy al final de la telenovela, sufrirá una gran transformación: aceptará su amor por Quique y formará una familia con él. Incluso, se instalará en el conventillo (en un enroque de lugares con la Monita, que vivirá con Martín) y hasta pedirá perdón a la protagonista por todos los males causados.

En este caso particular, creemos que el personaje del traidor fue moldeado de una forma que encaje con esta telenovela en clave de comedia. Así, el traidor de

Constanza es también graciosa y querible y hasta tiene su final feliz. Esto representa una novedad de la telecomedia, en oposición a los personajes un poco menos flexibles que plantea el melodrama (tal como lo caracterizamos en el marco teórico) y que retoma la telenovela más clásica, en donde la mala es una “mala, malísima”.

El último de los cuatro personajes centrales de la historia es Quique Ferreti, manager y novio de la boxeadora, interpretado por Carlos Belloso. Este personaje, tal como el de Constanza, se construye en oposición al del protagonista masculino: Quique es un hombre dependiente de su madre y que vive de su novia, es holgazán, gordo, y algo estúpido. Tiene las mismas raíces que la Monita, se conocen desde muy chicos y también vive en el conventillo. Nunca en su vida trabajó, siempre busca ganar plata de maneras ilícitas, es luchador de catch³¹ y usa el pseudónimo de El Comandante Rayo.

Es malhumorado y se pelea con su novia constantemente pero aún así se quiere casar con ella. Sin embargo, poco después de que ella entre en la vida de Martín, él conoce a Constanza y desde un primer momento intenta seducirla. Sobre el final de la historia, y como un giro respecto de las telenovelas más tradicionales, Quique y Constanza, bobo y traidor, también “viven felices para siempre”.

Repasemos la siguiente escena del capítulo 3 que transcurre en el conventillo: Quique aparece en el cuarto de la Monita con la máscara del Comandante Rayo, con una ramo de flores y le cuenta que va a empezar a pelear en el catch.

Quique - *Soy yo Moni*

Monita- *Sí, Quique. ¿Son pa mí las flores?*

Quique - *Si. No quiero que te enojas por pelotudeces.*

Monita - *Gracias, Quique. Desde mi cumpleaños de quince que no me regalabas flores vo.*

Quique - *Se me dio Moni, se me dio, se me dio. Carozo quiere que forme parte de los luchadores, pasado mañana hay “chow”.*

Monita - *¿Qué? ¿Con lo del catch?*

Quique - *Ah, perdón. La señorita es boxeadora y desprecia a los luchadores.*

³¹ Ver referencia en anexo 2, figura 9.

Monita - *No, yo no desprecio a nadie. Yo siempre decí que son uno payaso*

Quique - *¿Y qué tené contra los payaso?*

Monita - *Yo no tengo nada Quique, so vo el que siempre dice eso.*

Quique - *Bueno, ¿estás o no estás contenta que conseguí trabajo?*

Monita - *Pero sí, estoy contenta. ¿Cómo no voy a estar contenta?*

Quique - *Bueno entonces dame un besito. (beso) Te adoro, Moni.*

Monita - *Yo también te quiero mucho.*

Quique- *¿No hay nada para picar?*

Monita- *Me parece que tu mamá compró algo*

Quique - *¿Pero siempre me encanutan las cosa? Mirá, andá porque si voy yo me peleo. Andá, traete las cosas para picar y una cervecita de litro. ¿Eh?*

Monita- *No me desarmes la pieza que recién la estuve arreglando.*

Quique - *No, voy a ver los tres chiflados.*

A partir de esta escena comenzamos a ver el desarrollo de la línea argumental en donde Quique se transformará en luchador de *catch*.³² En la conversación que mantienen los personajes se puede ver como él mismo se asume como un payaso, característica que se encuentra también en el arquetipo del *bobo*.

Nos parece interesante en este punto retomar a Roland Barthes, ya que dedica un capítulo entero de su libro *Mitologías al catch*. En *El mundo del catch*, Barthes hace una comparación entre éste y el teatro antiguo, que podemos resumir en esta cita: “el *catch* no es un deporte, es un espectáculo” (1957:13). A lo largo del texto, expone que la función del luchador de *catch* no es específicamente ganar la pelea, sino dar a los espectadores lo que ellos esperan, lo que fueron a ver: un show. También hay cierta similitud en el sentido de que, en el *catch*, como en el teatro, se usan disfraces y máscaras. Sin embargo, a diferencia de los cambios de escenografía y los distintos elementos que se pueden usar en la puesta en escena, en el *catch* todo sucede dentro del *ring*.

³² *Catch* wrestling: el término *wrestling* engloba muchos estilos diferentes de lucha, de diferentes lugares del mundo, mientras que el *catch wrestling* propiamente dicho nace en Gran Bretaña alrededor de 1870. Es un deporte que también se practicaba en circos y carnavales. Recuperado de https://www.clarin.com/deportes/polideportivo/emiliano-eijo-catch-catch-as-catch-can-wrestling-artes-marciales-mma-arte-marcial_0_v4ueEst_L.html

Así como la figura del bobo que propone Barbero viene de una tradición de payaso circense, también el *catch* se origina en un primer momento en un contexto de circo. No es casualidad entonces que quien cumple la función del bobo en esta historia practique un deporte - o un espectáculo - que se encuentra tan íntimamente relacionado.

En la escena de la televisión argentina, en el año 1962 Martín Karadagián, luchador profesional de *catch* o lucha libre, llega a la pantalla chica con un grupo de luchadores al programa *Titanes en el ring*, emitido por Canal 9. A lo largo de los años, las personalidades fueron variando y el programa hasta cambió de canal, pasando a eltrece en la década siguiente, lo que produjo que se masificara. El relator era Rodolfo de Sarli y varias fueron las leyendas que pasaron por el *ring*. Fue uno de los programas más vistos hasta mediados de los ochenta, cuando a Karadagián le amputaron una pierna a causa de la diabetes y su retiro marcó el fin del ciclo.

Este formato de espectáculo propone, como la telenovela, un enfrentamientos de buenos vs. malos, ya que los luchadores pertenecen a uno u otro bando. En *Sos mi vida* esto cobra doble sentido, ya que el bien y el mal se enfrentan no sólo dentro sino también fuera del *ring*. Además de su concordancia con el género, también podemos ver en esto cierta reminiscencia con la tradición de la lucha libre en la televisión argentina.

Como se dijo anteriormente, los arquetipos son solo un punto de partida, un modelo que sirve como ejemplo, posible de ser reinterpretado y/o modificado. El bobo bien podría ser hombre o mujer, un ser humano o un tigre, podría ser dentista o abogado: las posibilidades son infinitas. Así como pueden ser modificados, también un mismo personaje puede reunir características de más de un arquetipo.

En este punto, queremos destacar, contrario a lo que plantea Barbero, que encontramos que el personaje protagónico, la Monita, reúne características de estos cuatro arquetipos. Este modo particular de construir el personaje puede percibirse como un giro novedoso por parte de la productora, no solo para darle un aire de frescura al prototipo ya conocido de la víctima, sino también refuerzo de la picardía requerida por una telenovela de comedia. De esta manera, entendemos que Polka fusiona dos tipos de estilos, el de la telenovela de amor y el de la telecomedia familiar, típico del horario de las 21 h. Así se amplía el público, ya que lo ven tanto familias como el público femenino, más asociado a las novelas románticas. La productora está

llena de programas de este tipo: *Son Amores*, *Son de Fierro*, *Solamente Vos*, por nombrar unos pocos.

Para resumir, la Monita cumple el rol de la víctima y esa es su función dramática. Sin embargo, no es menor el hecho de que sea boxeadora: es perfectamente capaz de defenderse físicamente, y hasta puede defender al justiciero. A modo de ejemplo, en el capítulo 1, luego de conocerse, la Monita acompaña a Martín a buscar a los tres chicos huérfanos que están perdidos. Los encuentran cerca de las vías del tren, donde una banda de jóvenes le está pegando a José. Ellos corren a rescatarlos y la Monita le termina dando una piña a uno de ellos.

Si bien podríamos decir que Polka no toma demasiados riesgos en *Sos mi vida*, nos parece pertinente reconocer el hecho de que la protagonista femenina se desarrolle en un deporte que se percibía (y creemos aún se percibe), como un deporte masculino. En la Argentina el boxeo femenino recién se oficializó como un deporte profesional en el año 2001 cuando Marcela “La Tigresa” Acuña obtiene la primera licencia femenina.

En relación a este deporte, hay algunos datos curiosos que relacionan a *Sos mi vida* con otros productos, dos de ellos siendo de la misma empresa productora. En la primera escena de la primera telenovela de Polka, la ya mencionada *Gasoleros*, Juan Leyrado relata una pelea de 1964 de la que el boxeador argentino Claudio Echegaray es protagonista. En la segunda telenovela de la productora, *Campeones de la vida* (1999), la trama gira en torno a dos familias que están relacionadas una a otra por medio del boxeo.

Por último, y lo que no terminamos de interpretar como una simple coincidencia, en los Premios Oscar³³ del año 2005 (exactamente un año antes que *Sos mi vida* saliera al aire) la película *Million Dollar Baby* gana en la categoría Mejor Película y Hilary Swank se lleva el Oscar a Mejor Actriz Protagónica. Esta película cuenta la historia de una camarera que sueña con convertirse en una boxeadora profesional. Aunque la película plantea una problemática bastante más profunda (la

³³ El premio Oscar —también llamado «premio de la Academia» o en inglés, *Academy Award*— es un premio anual concedido por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, en reconocimiento a la excelencia y activismo social de los profesionales en la industria cinematográfica incluyendo directores, actores y escritores, y es ampliamente considerado el máximo honor en el cine. Recuperado de <https://web.archive.org/web/20070407234926/http://www.oscars.org/aboutacademyawards/index.html>

eutanasia) y el final de la protagonista en la película no es uno feliz como el de la Monita, la cercanía de una producción a otra da para preguntarse si Polka no aprovechó el interés del público en el incipiente auge del fenómeno del boxeo femenino para reforzar la celebridad de este personaje central en la tira. Sin dudas, los premios ganados y el apoyo de la crítica la convirtieron en una película exitosa. Según registros, en la época en que estuvo en cartelera (año 2005), en Argentina la vieron casi 520.000 espectadores, un buen número que la ubica en la mitad de la cantidad entre *El Aviador* y *La Gran Estafa*.³⁴

Más allá del grado de inspiración que la multipremiada película estadounidense pudiera ejercer sobre *Sos mi vida*, ésta presenta en este sentido algo novedoso dentro de un universo narrativo con unas estructuras bastante limitadas y limitantes. Introduce y da visibilidad al mundo del boxeo femenino y lo muestra como un deporte que no se reduce sólo al género masculino, mientras que le otorga al rol de la víctima una cuota de fortaleza y poder de defenderse físicamente, metaforizada en el box. Aunque esto suscita también una nueva pregunta, ¿acaso el mundo del boxeo se encuentra solamente en los conventillos y los barrios?

Por otro lado, aunque la Monita no cumple específicamente el rol del bobo, al ser una comedia también es un personaje que aporta humor, por lo que comparte ciertas características que tradicionalmente se le atribuyen a ese arquetipo. Por ejemplo, la protagonista se expresa con refranes (mal dichos), como puede verse en algunas escenas del capítulo 3 cuando dice: “Es más bueno que el Collie, ma’ que el Lassie” o “Estofado por la noticia” (en vez de “chocolate por la noticia”).

Por último, aunque sus intenciones son buenas (no como las del traidor), la Monita suele contar una mentira tras otra porque no quiere que Martín se entere que es boxeadora y que está de novia con Quique y no quiere que Quique se entere, primero que trabaja en una oficina y luego que está enamorada de Martín. Estos elementos son los que van tejiendo las líneas dramáticas de la historia y construyendo los enredos.

³⁴ <https://www.cinesargentinos.com.ar/pelicula/1462-million-dollar-baby/>

Los **personajes secundarios** trazados en esta historia también presentan características que los hacen fácilmente reconocibles entre modelos sociales conocidos. Los mundos que se ilustran representan dos polos opuestos: esto favorece a que la audiencia pueda ubicarlos rápidamente en categorías sociales bien diferenciadas. Para arrojar luz sobre esto, consideramos que las mejores amigas de los personajes femeninos principales lo demuestran de una forma muy clara gracias a que sus rasgos están bien exacerbados (más allá de la propia exageración en la interpretación actoral que el género propone).

Debbie ³⁵ (Griselda Siciliani) es la mejor amiga de Constanza y encarna a una mujer de clase alta, que se mantiene gracias al dinero de su primo millonario, Martín. A diferencia de su hermano, Miguel, que envidia a su primo y quiere quedarse con su plata, Debbie tiene buen corazón. Gasta mucho dinero en sesiones de psicoanálisis y adora ir de shopping, siempre viste con ropa elegante; lo más característico de su personaje es que es algo tonta y superficial y habla - supuestamente - como lo hace la clase alta.

Kimberly ³⁶ (Fabiana García Lago), por su parte, se desempeña como personal de limpieza en Grupo Quesada. Comparte con la Monita el conventillo y el espacio de trabajo: es humilde, trabajadora y de gran corazón. Kimberly es paraguaya y habla con la tonada característica de dicho país. La elección de su nacionalidad no es casual (sobre todo porque la actriz es argentina): entre los años 1990 y 2003 el 80% de las mujeres migrantes paraguayas se desempeñaban como empleadas de servicio doméstico y éste se convierte casi en un “mandato laboral”, por lo que simbólicamente se las asocia con este rol (Bruno, 2008).

Éstos dos personajes cumplen roles análogos ya que sirven como ayudantes de la protagonista y antagonista, compartiendo situaciones de la vida cotidiana, escuchando y aconsejándolas. Como en dos puntas del *ring*, los personajes ayudan a construir esos mundos opuestos, agregándole una gran cuota de humor que se produce en el encuentro de sus diferencias, que también refuerzan lo distintas que son la Monita y Constanza. A pesar de la relación de enemistad que tienen estas últimas dos, no sucede lo mismo con Kimberly y Debbie.

³⁵ Ver anexo 2, figura 6.

³⁶ Ver anexo 2, figura 7.

En este fragmento del capítulo 8 podemos verlas manteniendo una conversación. En lo que dura la escena se pueden ejemplificar rasgos de ambas: la bondad e inocencia de Kimberly, la obsesión de Debbie por la plata y el shopping (la plata que le pide es para comprarse ropa nueva para ir de viaje), y cómo la manipula a Kimberly para obtener lo que quiere.

Por otro lado, la oposición entre ellas se ve también en su ropa y en la forma de hablar. Mientras Kimberly lleva un ambo de maestranza, Debbie tiene puesto un atuendo de marinero, con remera a rayas roja y blanca y un gorrito de marinero. En cuanto a su manera de hablar, el contraste entre una que se come las eses y la otra que habla de manera “cheta” produce un efecto cómico.

Debbie - *Vos sos capricornio*

Kimberly - *En casa cuatro, porque después soy cáncer.*

Debbie - *¡Cáncer!, cáncer, iba a decir... iba a decir cáncer antes de capricornio, no sé por qué me salió capricornio, porque cáncer lo que tiene: la generosidad, lo dada que sos, lo divina. Es como que es cáncer pintado.*

Kimberly - *¿Ah sí? ¿Vos decís que se me nota eso?*

Debbie - *Se te nota un montón. O sea, si yo ahora, suponete ¿no? un suponer que yo te pido plata. Es como que cáncer ¿sabes lo que hace? Tuqui. La saca y me la da.*

Kimberly - *Sí, claro, pero ¿sabés qué pasa? que yo soy una rata, vite, te puedo dar, no sé, un tiquete o 10 mango que tenga.*

Debbie - *¿15 pesos no tendrías?*

Kimberly - *Dejame ver porque yo no sé, vite, si tengo, porque bueno. (busca la cartera)*

Debbie - *No porque viste a veces cáncer como que “tu”*

Kimberly - *Claro, pero a veces ¿sabé que pasa? No e la voluntad, nomá. Pero*

Debbie - *No, seguro.*

Kimberly - *...vite si tengo uno--*

Debbie - *Acá (le saca de la billetera), 20. Mirá lo que es cáncer, es 20. Osea multiplica, da, da, da.*

Kimberly - *Sí ¿Pero sabes que pasa? Que esos 20--*

Debbie - *¿Sabes que tengo que hacer? me voy a Punta. cuando vuelvo de Punta te los devuelvo y sos una divina total. Amo tu look, amo tu onda. Sos mi mejor amiga de toda esta oficina y de todo el edificio, te lo juro Kimberly. Te amo. Chau divina. (se va)*

Kimberly - *Es divina, pero me acaba de garcar 20 mangos, vite.*

Es en las oficinas del Grupo Quesada donde estos universos conviven permanentemente. El espacio profesional de Martín, como todo lo que tiene que ver con él, es ordenado y de colores neutros, generando un fuerte contraste con el conventillo y la Monita. En la oficina también encontramos a los personajes de Uribe, su mano derecha, Mercedes, secretaria y Miguel, primo de Martín y vicepresidente de la empresa, cuyo único objetivo es robarle dinero a Quesada. A pesar de intentar transmitir calma y armonía a través de los colores blancos y la limpieza total, aquí también suelen hablarse a los gritos y encontrarse en situaciones de lo más disparatadas. A grandes rasgos podríamos hacer una gran diferenciación entre los dos mundos de los personajes principales. Por un lado, el de Martín y sus cercanos: Constanza, Debbie, Miguel, Uribe y Mercedes. Todos ellos con vestimenta impecable de colores neutros, buenos modales y frialdad. Por el otro, el de la Monita y los suyos: Kimberly, la Turca, Nieves y Quique: un universo colorido, ruidoso, alegre y bastante desprolijo.³⁷

En este capítulo pusimos en juego todo lo observado en el devenir de la investigación. Pudimos reconocer cómo son (re) presentados los personajes, cómo los colores, los espacios y la música inciden en la construcción de sentido en torno a ellos reforzando los estereotipos, encontramos y ejemplificamos las cinco características del melodrama mencionadas en el capítulo anterior e identificamos los cuatro arquetipos clásicos que ponen el drama en movimiento. Por último, queremos adentrarnos brevemente en el viejo y conocido final, ese que ya sabemos desde el principio pero que aún así, estamos esperando como si fuera el primero que vemos.

4.2 Quiero vivir a tu lado

El último atributo, aunque ciertamente no por eso menos importante, que queremos abordar es el desenlace de la historia. Ninguna telenovela está completa sin el ansiado final feliz que no podría ser otro que cuando los protagonistas logran imponerse sobre las dificultades y viven felices para siempre: el bien siempre triunfa

³⁷ Ver anexo 2, figura 3.

sobre el mal y no sólo los protagonistas comen perdices, también quienes les rodean encuentran su propia felicidad.³⁸

Lippman (1922) sostiene que los acontecimientos que se desarrollan entre el inicio y el desenlace pueden variar pero que el final feliz es un hito necesario de la historia. Esto refuerza aquello que comentamos anteriormente en los apartados 3.1.ii y 3.1.v: los espectadores siguen viendo hasta el final porque esperan con ansias el momento en que los protagonistas puedan finalmente concretar su amor, la resolución de los conflictos de los demás personajes con los que ya se han encariñado y el castigo a los malvados.

En esta telenovela, como en todas, el mayor problema a resolver es el del amor de los protagonistas, y el final de *Sos mi vida* cumple con lo que promete desde el primer día. El último capítulo encuentra a Martín y la Monita ya casados, esperando un bebé. Pese a todas las piedras del camino, las mentiras, los desencuentros y los esfuerzos externos por separarlos, el amor fue más fuerte: pudieron superar las diferencias sociales que se plantean entre ellos desde un principio. Constanza, por otra parte, hace a un lado sus prejuicios y finalmente se deja llevar por lo que siente por Quique, incluso mudándose al conventillo que tanto odió y formando una familia con él. Ellos serán los nuevos vecinos de la Turca (la amiga de la Monita) a la que José (hijo adoptivo de Martín) le propone matrimonio, superando la gran diferencia de edad que los separa.

Manteniendo su estilo desopilante hasta el final, en el último capítulo los protagonistas y antagonistas de esta historia se encuentran en el camino hacia el hospital, en donde Constanza y la Monita dan a luz el mismo día. Ambas rompen bolsa en el mismo momento y mientras la Monita y Martín van a toda velocidad en su descapotable casi son atropellados por Quique, al volante del colectivo de la línea 96, con Constanza, Debbie, Nieves y todos los pasajeros a bordo. Entre los nervios y los gritos, Martín deja su auto en la calle y suben al colectivo que los llevará a todos al mismo hospital. Luego se ven sendas familias en sus habitaciones, con sus bebés en brazos y felices.

Las últimas escenas suceden unos 15 años en el futuro y vemos a la hija de la Monita y Martín y al hijo de Constanza y Quique ya adolescentes, a éstos últimos

³⁸ Ver anexo 2, figura 8.

viviendo en el conventillo, comiendo milanesas y a los protagonistas felizmente casados, yéndose a dormir y despidiéndose por última vez: “con una mentira se despidieron antenoche los personajes de *Sos mi vida*. ‘Hasta mañana’, se dijeron.” (*Clarín*, 11 de enero de 2007).

Haciendo un breve repaso por la historia podemos ver cómo los personajes fueron evolucionando. Algunos más, otros menos, pero lo cierto es que a partir del primer encuentro entre Martín y la Monita, la vida de ellos dos y de sus círculos más íntimos no vuelve a ser la misma, el encuentro de estos mundos los transforma.

Si bien Martín conservará su lugar de justiciero y su esencia no sufrirá grandes cambios, no quiere decir que no haya habido ninguno. Quien en un principio es un hombre carente de afecto, abocado a los negocios, conflictuado con su pasado, va a ir llenando los vacíos con la llegada de la Monita y la de los hermanos que adopta e incluso logra superar sus fantasmas y volver a las pistas de carrera. Por otro lado, cumplirá con el rol dramático que lleva adelante desde el comienzo: desenredar las mentiras que los separan y ayudar a la víctima en el camino por descubrir su valía.

La Monita también hará lo suyo cumpliendo con todas las expectativas de una heroína que supera su condición de víctima: recuperará su identidad, encontrará el amor y cumplirá su sueño de ser campeona de boxeo femenino. Después de todo el sufrimiento por el que atravesó, junto con los espectadores que la acompañaron cada noche, logrará ser feliz.

La transformación más profunda y, por lo tanto, a ojos del espectador más obvia, se da en Constanza. Ocupando el rol de traidora y siendo una de las fuerzas que se interponen entre los protagonistas, termina viviendo en el conventillo y pidiendo perdón. Este personaje hace un pasaje de “mala” a “buena”, hablando en categorías bien simples, de “rica” a “pobre”, de la mansión al conventillo, de querer al justiciero a amar al bobo, de querer destruir a la víctima a desearle lo mejor. Termina en una vereda completamente opuesta, simbólica y físicamente, a la del comienzo, incluso también porque encuentra el amor verdadero en Quique, algo que nunca sintió en su relación con Martín.

Si bien Quique también aportó lo suyo para separar a los protagonistas, incluso en complot con Constanza, en algún punto de la historia acepta que ellos son el uno

para el otro y hasta acompaña a la Monita al altar.³⁹ Su condición de bobo permanece inalterable hasta el final, siempre cumpliendo con la cuota cómica que se espera de su personaje.

Como se dijo anteriormente, cuando llega el final feliz ya no importa el cómo se dieron los acontecimientos, qué fue lo que pasó en el medio. Lo que prevalece es el sentimiento de esperanza y que no existen barreras que el amor no pueda derribar. Esos momentos en que parecía que todo estaba perdido y que jamás lograrían concretar su amor son parte del contrato que se establece con el espectador que, en el fondo, sabe que esos nudos que se tejen y se destejen constantemente solamente significan un retraso. Porque si todo fuera tan fácil, ¿qué historia habría para contar? Al final, la telenovela cumple nada más ni nada menos con lo que promete desde un principio: que los protagonistas vivan felices para siempre.

³⁹ Ver anexo 2, figura 2.

CONCLUSIONES

Final del juego

Llegando al fin de este trabajo podemos decir que comenzamos la investigación desde el prejuicio: creíamos que Polka era la única productora que utilizaba los estereotipos de manera recurrente por lo que la considerábamos simplista, chata. En la telenovela en cuestión, Polka repite la pareja ganadora, refuerza las cristalizaciones que relacionan al pobre y la cumbia, el estereotipo del galán, la rivalidad entre mujeres, el triunfo del bien, entre muchas otras cosas.

Pero agrupar en categorías, y, por lo tanto, caer en estereotipos es una operación natural del ser humano, por lo tanto, es esperable que éste lo replique en sus creaciones audiovisuales y artísticas, y ciertamente esto es algo que no hace solamente Polka: es la telenovela en sí misma quien esté llena de estereotipos, y una sin el otro simplemente no existe. Sólo podemos entender cabalmente al género si entendemos sus antecedentes, especialmente sus raíces melodramáticas. Y entender el género es entender la necesidad de la puesta en funcionamiento de los estereotipos como piezas esenciales, más allá de los actores sociales que lo hacen. Lo importante de la cuestión está en tener conciencia de que la realidad no es tal cual la categorizamos en nuestra cabeza, saber que simplificamos todo aquello que conocemos.

Este fue nuestro **objetivo**: intentar ejemplificar con *Sos mi vida* los estereotipos representados y su relación con la realidad. Fueron los estereotipos quienes más nos dieron para pensar. Entendimos que en un mundo colmado de significaciones son los estereotipos los que nos ayudan a agrupar lo que aprendemos, están en todos lados y son necesarios. De esta forma, no están presentes solo en el discurso audiovisual, sino que también son indispensables para comprender la realidad toda.

Los personajes no sólo significan por sí mismos, sino que es justamente en la relación entre ellos, en el choque de universos donde se crean nuevos significados. Entendemos a unos en oposición con los otros, y sus diferencias refuerzan el

estereotipo e ideas preconcebidas, para que no haya duda de a qué grupo social pertenece cada uno. De esta manera, los “ricos” van al shopping y son malos, mientras que los “pobres” son vagos, escuchan cumbia y boxean. A unos se les suele atribuir lo sobrio y elegante y a los otros lo estridente, y así lo hemos visto en innumerables telenovelas en donde se representan estos mundos.

Muy al principio de este trabajo nos propusimos echar luz acerca de la relación que existe entre lo que vemos en la pantalla y la realidad, ¿es la televisión un reflejo de la sociedad? ¿o es la realidad la que reproduce lo que ve en la ficción? Sobre esto, y a partir de lo observado y analizado, podemos decir que sí y no. En cierta medida los personajes sí se condicen con la realidad porque, por ejemplo, el dueño de una empresa sí suele ir a trabajar de traje y no vamos a encontrar a gente con un buen pasar económico viviendo en un conventillo, pero ¿no podría a una persona de bajos recursos gustarle la música clásica? En *Sos mi vida* pareciera que no, que sólo le puede gustar la música conocida como popular. En este sentido, los personajes carecen de tridimensionalidad: hacen exactamente lo que se espera de ellos y siempre se ubican en polos opuestos. Las prácticas, relaciones y problemas se agrupan de acuerdo al rol del personaje en la historia, es decir, el malo hace cosas malas, el bueno hace cosas buenas, el rico tiene problemas de rico y el pobre tiene problemas de pobre. De esta manera, realidad y ficción se sirven una de la otra permanentemente, pero lejos están de ser iguales.

La elección del objeto de estudio fue impulsada a raíz de dos grandes intereses que consideramos íntimamente relacionados: la telenovela y los estereotipos. En este vínculo indisoluble la televisión juega un rol fundamental ya que es quien lo difunde y da soporte. En la investigación hemos planteado la importancia que tienen los medios de comunicación en la construcción de identidades, socializando significados y estableciendo sistemas simbólicos. En esta dirección y para desentrañar el entretejido de estos tres elementos (los estereotipos, la telenovela y la televisión), combinamos herramientas conceptuales de dos campos disciplinares: la semiótica y la historia de los medios.

Aplicando las categorías teóricas, exhibimos el escenario económico-político nacional en donde dimos cuenta de la llegada del aparato a nuestro país y cómo fue

evolucionando su participación en la vida social. Además, desarrollamos cómo fue cambiando la manera de hacer televisión, diferenciando dos grandes etapas: la paleo y la neo tv. Por otra parte, nos centramos en analizar el surgimiento de las productoras independientes en los '90 y su rol clave en la producción de ficciones locales.

Basándonos en la noción de discurso por la que se rige este trabajo (detallada en el apartado 1.2.v) concluimos que un consumo cultural, en este caso la telenovela, no es el resultado únicamente de los episodios que están en el aire sino también de los discursos que orbitan a su alrededor: las publicidades que hablan en torno a ella o su elenco, la opinión de periodistas al respecto, la expectativa que se construye antes de su estreno, el entrecruzamiento con personalidades de la realidad. Todo aquello que habla del producto también forma parte de él, más allá del producto en sí mismo. Y al mismo tiempo, este también se inserta en cierta productora con cierto renombre y ciertas características.

El discurso “telenovela” no puede ser escindido de todos los discursos que la rodean, porque estos últimos también la construyen. Cada producto cultural es hijo de su propio tiempo y por esto fue fundamental la reciprocidad entre los dos campos de estudio: no hubiéramos podido comprender *Sos mi vida* como lo hicimos sin el aporte de la historia de los medios. De haber tenido una mirada solamente semiótica, nos hubiéramos perdido de elementos cruciales que solo cobran sentido cuando los ponemos en relación con su momento histórico y su tradición. Elementos como el vínculo que hay entre las nuevas maneras de medir el rating y el corrimiento de los horarios de programación; el gran éxito del que gozaba Polka en aquella época, que permitió exportar el producto a varios países del extranjero; la hegemonía de la televisión como principal fuente de consumo de entretenimiento audiovisual hogareño, no pueden ser pensados de manera aislada. A su vez, es importante entender que el público, cuando consume la telenovela, no consume solamente la trama, sino que por detrás suyo se encubre una forma determinada de ver el mundo que se incorpora de una manera mucho más inconsciente y casi imperceptible al ojo del espectador común.

En la investigación conceptualizamos qué es la telenovela: una historia de ficción, devenida del melodrama, dividida entre 180 y 200 episodios que se emiten generalmente, de lunes a viernes en un mismo horario. Su carácter serial celebra la utilización de esquemas que se repiten constantemente, con ciertas variaciones temáticas. Entendimos que no hay telenovela sin melodrama, pero esta relación no se da de igual manera a la inversa: el melodrama se puede emplazar en otros géneros sin perder su condición como tal. Identificamos sus cinco características: cuatro personajes que nuclean el drama, problemáticas de la vida cotidiana e identificación, exageración y sentimentalismo, desestimada por los intelectuales y segmentación en capítulos. Como detallamos al final del apartado 3.1, el estudio nos permitió reconocer que algunas estrategias para mantener al espectador pendiente de la novela que creíamos nuevas, no lo son tanto.

Además, gracias a los textos de Mazziotti y Barbero en particular, pudimos comprender el doble objetivo que la ficción, y en particular la telenovela, buscan al estar en pantalla: por un lado, el cultural, por el otro, el económico. Partiendo de estos estudios podemos aportar una mirada ampliada sobre una cuestión que consideramos fundamental: para que el objetivo económico se cumpla, la llegada a la mayor cantidad de público posible es una condición excluyente. Las telenovelas apuntan a un público masivo, por lo que unificar conceptos se vuelve esencial para reducir los riesgos y garantizar el éxito. La única manera de que el mensaje se transmita para todos en igual medida es simplificarlo lo más posible y es en este punto donde los estereotipos entran en juego, haciendo el contenido aprehensible para la audiencia toda, sin importar el capital cultural individual.

No hay que perder de vista la manera de producir telenovelas en la primera década del siglo XXI. Ésta tenía en cuenta la posibilidad de que el espectador no viera el programa desde el primer capítulo hasta el último, e incluso tal vez se sumara cuando la historia ya llevaba varios meses en el aire. No existía la opción que tenemos hoy (gracias a los servicios de *streaming*) de volver para atrás, de comenzar de cero: iba a tener que acomodarse en el relato cuando ya estuviera empezado. Por eso los personajes debían ser reconocibles, para que en cualquier momento que uno prendiera la televisión se entendiera perfectamente quién era quién. Además, las

tramas narrativas debían ser simples y familiares en caso de que se perdiera algunos capítulos en la mitad y pudiera retomarla sin problemas.

Queda claro entonces que sin estereotipos la comprensión del mundo sería mucho más conflictiva de lo que ya es, pero también entendemos que, si bien útil, es reductor. Si en la pantalla se crean realidades que refuerzan de manera peyorativa las características de ciertos sectores o se naturalizan relaciones sociales violentas o discriminatorias, se corre el riesgo de seguir cristalizando estereotipos que las avalen.

¿Qué impacto tienen en la realidad los estereotipos representados en la ficción? ¿Qué influencia directa tiene lo que vemos en la pantalla en nuestra manera de ser y de actuar? ¿Cómo se traslada eso que vemos a nuestra vida cotidiana? Creemos que es lo que aparenta invisible lo que cala más hondo. Consideramos que la masividad implica responsabilidad y que quienes tienen el poder social y económico en la toma de decisiones en cuanto a lo que se muestra en pantalla deberían asumir un compromiso para dejar de perpetuar prácticas y dichos prejuiciosos para, en vez, presentar personajes que no normalicen las desigualdades.

¿Deberíamos estar pidiéndole a una telenovela como *Sos mi vida* espacios de intelectualidad y reflexión? ¿Es allí donde se tiene que dar este debate? Y aunque parezca evidente, no se puede separar a un producto de su momento histórico y sus consecuentes condiciones de producción. Si bien nuestro objeto de estudio se desarrolla en el 2006, a partir de lo investigado comprendimos por qué este formato está en crisis: se emplaza en una televisión que hoy ya no existe. Los 220 capítulos al aire, noche tras noche durante meses, es algo que se fue para ya no volver y por eso no podemos hacerle las mismas preguntas y exigir las mismas respuestas que antes.

Comprendemos que el escenario actual se ve afectado no sólo por las nuevas formas de consumo (cristalizadas en plataformas de *streaming*), sino por el fuerte impacto que implica la nueva redistribución del dinero publicitario, virando de manera definitiva hacia lo digital, dejando los medios tradicionales atrás.⁴⁰ Lo que mencionamos en la introducción sobre lo que está pasando con Polka en la

⁴⁰ Entendiendo a la televisión, radio y medios gráficos.

actualidad, arrojó la posibilidad de reflexionar sobre algo que no nos habíamos planteado en un principio. La grave situación de la producción de las telenovelas (profundizada fulminantemente por la pandemia) se viene gestando hace varios años y esto indicaría que ya no veremos telenovelas argentinas tal como las conocíamos. Y en algún punto tiene sentido que así sea, porque las reglas del juego cambiaron y el objetivo económico es imposible de alcanzar.

Reafirmamos lo que dijimos en un principio: a pesar de tener competidores fuertes, la televisión no perdió su rol hegemónico. El medio sigue teniendo una carta a su favor: le creemos. Lo que aparece en pantalla aparenta cierto, verdadero. Con esto no queremos decir que todo lo que se nos presenta es consumido como una verdad máxima, hacerlo sin dar cuenta de la amplia manipulación en la comunicación en torno a intereses personales sería faltar a todo lo que hemos aprendido en nuestra carrera universitaria. Pero como científicos sociales también hemos de reconocer que ver que algo está pasando en la televisión, de cierta forma lo “valida”. Al contrario del universo digital, donde las identidades pueden ser múltiples y ficticias, todos en la televisión tienen nombre y apellido, existe una línea editorial, responsables detrás cada noticia y todo eso es rastreable e identificable, hay una “voz autorizada”. La posibilidad de que existan *fake news* son las menos y si las hay, se sabe que son adrede o si un medio decide reproducirlas, las represalias del público pueden ser fulminantes.

Este trabajo nos dio el espacio para ponernos en un nuevo rol: el de investigadoras y científicas sociales, preguntándonos sobre qué teníamos para decir al mismo tiempo que encontrábamos nuestra voz en el campo académico. Mientras aprendíamos a investigar investigando nos cuestionamos sobre la manera en que nosotras mismas miramos el mundo y utilizamos las categorías para comprender. Sabemos que aprehender la realidad y ser reductivas son las dos caras de la misma moneda en cuanto a los estereotipos. Y sabemos también que la telenovela los tiene que poner en funcionamiento debido al género al que pertenece: no podemos pedirle que no repita el mismo modo de contar siempre porque es esto mismo lo que hace la telenovela (y, por ende, Polka). ¿Entonces? Si uno no quiere ver cómo la telenovela pone en juego siempre los mismos recursos, el problema no es del género: es del

televidente. Porque no es la función de la telenovela hacernos reflexionar sobre grandes cuestiones sino entretenernos y emocionarnos y, por el contrario, hacernos olvidar, aunque sea por un rato, de los problemas cotidianos. Quien busque otra cosa, siempre tendrá la opción de cambiar de canal o si no, directamente, de apagar la televisión.

ANEXO

En este apartado decidimos sumar todo aquello que permite entender con mayor profundidad quiénes estuvieron involucrados en la realización de la telenovela en cuestión, así como también imágenes ilustrativas y gráficos de organizaciones gubernamentales que ilustran el consumo cultural, específicamente en materia audiovisual.

1. Recorrido histórico de Polka

El siguiente cuadro, de producción propia y confeccionado especialmente para dar cuenta del recorrido de Polka, registra todas las telenovelas producidas por la productora desde la primera, Gasoleros (1998-1999), hasta la última, Argentina: Tierra de Amor y Venganza (2019). En su gran mayoría fueron emitidas por eltrece y son ideas originales de Adrián Suar.

TELENOVELAS	EMISIONES	CANAL	PROTAGONISTAS	DIRECCIÓN	GUIÓN	CORTINA MUSICAL	OBSERVACIONES
Gasoleros (1998-1999)	2 temporadas 464 episodios	El trece	Juan Leyrado, Mercedes Morán, Silvia Montanari, Dady Brieva y Pablo Rago	Oscar Rodríguez y Sebastián Pivotto	Gustavo Barrios y Ernesto Korovsky	"Gasolero" de Vicentico	Ganó el Martín Fierro
Campeones de la vida (1999-2001)	2 temporadas 502 episodios	El trece	Oswaldo Laport, Soledad Silveyra, María Valenzuela, Juan Carlos Calabró, Mariano Martínez y Laura Azcurra	Ana Piterbarg, Oscar Rodríguez, Sebastián Pivotto	Gustavo Barrios y Diana Segovia	"Campeones de la Vida" y "Quién te dijo" de Alejandro Lerner	PRIME TIME- primer capítulo: 25.5 pts Ganó el Martín Fierro
Primicias (2000)	1 temporada 214 episodios	El trece	Arturo Puig, Araceli González, Gustavo Garzón, Juan Carlos Mesa, Pablo Rago, Juan Darthés y María Valenzuela	Jorge Nisco, Daniel Barone, Daniel De Felippo, Rodolfo Antúnez y Jorge Bechara	Leonardo Bechini y Ernesto Korovsky	"Maquillando las noticias" de Facón	
Calientes (2000)	1 temporada 87 episodios	El trece	Mauricio Dayub, Favio Posca, Andrea Politti, Carina Zampini y Alicia Zanca	Fernando Espinosa y Martín Halac		"Viene y va" de Marcela Morelo	
Ilusiones compartidas (2000-2001)	1 temporada 138 episodios	El trece	Oscar Martínez, Catherine Fulop, Julieta Díaz, Juan Darthés, Patricia Palmer, Patricio Contreras, Nicolás Cabré. Marcela Kloosterboer, Matías	Rodolfo Antúnez, Jorge Nisco, Daniel De Felippo	Gabriela Fiore y Marcos Carnevale	"Ilusiones" de Vicentico	

			Santoianni, Beatriz Bonnet, Adolfo Cubas, Elisa Berenguer, Marita Ballesteros, Jorge Suárez, Natalia Lobo y Gogó Andreu				
El sodero de mi vida (2001-2002)	1 temporada 231 episodios	El trece	Andrea del Boca, Dady Brieva, Alberto Martín, Fabián Mazzei, Jimena Barón	Oscar Rodríguez, Sebastián Pivotto y Jorge Bechara	Jorge Maestro y Ernesto Korovsky	"Sodero de mi Vida" por Palito Ortega y Lucía Galán	Lun a vie 21 h. Ganó el Martín Fierro, incluida "Mejor comedia"
22, el loco (2001)	1 temporada 96 episodios	El trece	Adrián Suar, Leticia Brédice, Nancy Duplaá, Damián De Santo, Mariano Martínez, Claribel Medina, Julieta Ortega, Rafael Ferro, Luis Ziembrsky y Julián Welch	Rodolfo Antúnez, Jorge Nisco, Daniel De Felippo		"La quiero a morir" de DLG	
Son amores (2002-2004)	2 temporadas 463 episodios	El trece	Miguel Ángel Rodríguez, Millie Stegman, Mariano Martínez, Nicolás Cabré, Florencia Bertotti y Mario Pasik	Victor Stella, Daniel De Felippo, Lucas Ruiz Barrea y Rodolfo Antúnez	Jorge Maestro y Ernesto Korovsky	"Son Amores" de Los Auténticos Decadentes	Prime time, superó en rating a Videomatch, tras 12 años de liderazgo. Ganó el Martín Fierro (producción más premiada)
099 central (2002)	1 temporada 146 episodios	El trece	Facundo Arana, Nancy Duplaá, Paola Krum, Juan Darthés, Luis Luque y Raúl Taibo	Jorge Nisco y Sebastián Pivotto	Leonardo Bechinni y Marcos Carnevale	"Tangoloco" por Daniel García Quintelo	Ganó el Martín Fierro, incluida "Mejor telenovela"

Soy Gitano (2003-2004)	1 temporada 251 episodios	El trece	Osvaldo Laport, Juan Darthés, Arnaldo André. Julieta Díaz, Romina Gaetani, Luisina Brando, Valentina Bassi, Betiana Blum, Malena Solda y Antonio Grimau	Jorge Nisco y Sebastián Pivotto	Marcos Carnevale y Marcela Guerty	"Mi religión" de Javier Calamaro	Ganó el Martín Fierro a "Mejor Canción"
Los pensionados (2004)	1 temporada 116 episodios	El trece	Damián De Santo, Verónica Lozano, Patricia Palmer, Cecilia Dopazo, Pablo Alarcón	Victor Stella y Rodolfo Antúnez	Marcela Citterio y Leandro Calderone	"Irresponsables" de Babasónicos	Prime time. 21.30 h. 12.2 puntos, no tuvo mucho rating porque competía con Los Roldán
Padre coraje (2004)	1 temporada 189 episodios	El trece	Facundo Arana, Nancy Dupláa, Carina Zampini. Leonor Benedetto, Nora Cárpena, Raúl Rizzo, Luis Machín, Eugenia Tobal, Javier Lombardo, Julia Calvo	Martín Saban y Sebastián Pivotto	Marcos Carnevale y Marcela Guerty	"Y qué" de Paz Martínez	Nombre internacional Brave father John Ganó el Martín Fierro de Oro
Los secretos de papá (2004-2005)	1 temporada 150 episodios	El trece	Dady Brieva, Romina Gaetani, Alberto Martín, Federico D'Elia, Luisana Lopilato y Cecilia Milone	Victor Stella y Daniel De Felippo	Ricardo Rodríguez y Ernesto Korovsky	"El candombe de Papá" Interpretado por Dady Brieva y Romina Gaetani	
Una familia especial como la	1 temporada 82 episodios	El trece	Luis Brandoni, Mariano Martínez, Gustavo Garzón,	Rodolfo Antúnez y	Gustavo Barrios y	"Yo me quedo acá" por Juanse y	13.3 ptos de rating, en promedio

tuya (2005)			Mario Pasik, Sabrina Garciarena, Mike Amigorena, Muriel Santa Ana, Mirta Busnelli, Norman Briski, Julia Calvo	Daniel De Felippo	Ricardo Rodríguez	Alejandro Lerner	
Hombres de honor (2005)	1 temporada 152 episodios	El trece	Laura Novoa, Gabriel Corrado, Arturo Puig, Gerardo Romano, Leonor Benedetto, Juan Gil Navarro	Martín Saban, Daniel Barone y Jorge Bechara	Marcos Carnevale, Marcela Guerty y Lucía Puenzo	"Hombres de Honor" de Lito Vitale	Ganó el Martín Fierro a "Mejor Actor"
1/2 falta (2005-2006)	1 temporada 153 episodios	El trece	Gabriela Toscano, Federico D'Elia, Andrea Pietra, Alejandra Darín, Elías Viñoles, Vanesa Gonzáñes	Fernando de Espinoza	Pablo Lago y Susana Cardozo	"Nada que perder" por Don Adams	Empezó con 13.3. y terminó con 8 puntos de rating
Sos mi vida (2006-2007)	1 temporada 231 episodios	El trece	Natalia Oreiro, Facundo Arana, Carlos Belloso, Mónica Ayo, Fabiana García Lago, Dalma Milebo, Carla Peterson, Marcelo Mazzarello, Griselda Siciliani, Elías Viñoles, Thelma Fardín, Ornella Fazio, Alejandro Awada, Claudia Fontpan y Pablo Cedrón	Daniel De Felippo y Rodolfo Antúnez	Ernesto Korovsky y Sebastián Parrotta	"Corazón Valiente" por Natalia Oreiro	26.9 en promedio. lun a vie 21 h. Emitido en muchos países. Ganó el Martín Fierro, incluida "Mejor comedia"

Juanita, la soltera (2006)	1 temporada 116 episodios	El trece	Soledad Fandiño, Gabriel Corrado, Maju Lozano, Matías Santoiani, Marcelo Cosentino, Alejandra Darín, Muriel Santa Ana, Fabio di Tomaso, Mercedes Funes	Lucas Gil, Fernando Espinosa y Daniel De Felippo	Claudio Lacelli	"Juanita, la Soltera" por Árbol	lun a vie 19 h
Son de Fierro (2007-2008)	1 temporada 252 episodios	El trece	María Valenzuela, Osvaldo Laport, Andrea Pietra, Felipe Colombo, Martín Seefeld, Mariano Martínez, Vanesa González, Eleonora Wexler, Dora Baret, Mario Pasik, Soledad Fandiño	Rodolfo Antúnez, Jorge Nisco y Jorge Bechara	Ricardo Rodríguez y Marcela Guerty	"Son de Fierro" Por Alejandro Lerner	21.3 puntos de rating promedio
Mujeres de nadie (2007-2008)	2 temporadas 316 episodios	El trece	Susú Pecoraro, María Leal, Claribel Medina, Agustina Cherri, Luis Luque, Federico Olivera, Gonzalo Heredia, Florencia Otero, María Leal, Alejandro Awada, María Ibarreta y Laura Miler	Victor Stella y Alejandro Ibáñez	Ernesto Korovsky y Sebastián Parrotta	"Mujer de nadie" de Paz Martínez	Ganó el Martín Fierro, incluida "Mejor telenovela"
Por amor a vos (2007-2008)	1 temporada 251 episodios	El trece	Claribel Medina, Miguel Ángel Rodríguez, Raúl Taibo, Andrea del	Federico Palazzo y Rodolfo Antúnez	Jorge Maestro y Adriana Lorenzón	"Por Amor a Vos" de Cacho Castaña y Valeria Lynch	21.2 pto de rating promedio Lun a vie de 21.30 h

			Boca, Nicolás Cabré y Soledad Fandiño				
Valentino, el argentino (2008-2009)	1 temporada 152 episodios	El trece y RCN TV	Julián Román, Liliana González, Luly Bossa, Segundo Cernadas	Victor Mallarino	Ana María Parra y Andrés Gelos	"Ese soy yo" por José Quiroga	Coproducción con Vista Productions Inc Ganó el Martín Fierro.
Valientes (2009-2010)	1 temporada 218 episodios	El trece	Luciano Castro, Gonzalo Heredia, Mariano Martínez, Julieta Díaz, Marcela Kloosterboer, Arnaldo André y Eleonora Wexler	Martín Saban y Sebastián Pivotto	Marcos Carnevale y Lily Ann Martin	"Volver" por Ricardo Montaner	27. 4 ptos promedio, superando a <i>Sos mi vida</i> . Ganó el Martín Fierro, incluida "Mejor telenovela"
Enseñame a Vivir (2009)	1 temporada 136 episodios	El trece	Pablo Rago, Violeta Urtizbera, Julieta Zylberberg, Felipe Colombo, Agustina Lecouna, Laura Azcurra, Adela Gleijer, Patricia Etchegoyen, Ana María Picchio, Germán Kraus y Jorge Suárez	Jorge Nisco y Rodolfo Antúnez	Ernesto Korovsky, Claudio Lacelli, Claudia Bono, Solange Keoloyan, Mara Pescio	"Enseñame a Vivir" por Fernando Dente y Carolina de la Muela	Lun a vie 21 h Ganó el Martín Fierro.
Alguien que me quiera (2010)	1 temporada 185 episodios	El trece	Andrea del Boca, Osvaldo Laport, Luisana Lopilato, Marco Antonio Caponi, Viviana Saccone, Nacho Gadano, Calu Rivero	Martín Saban y Sebastián Pivotto	Alejandro Ocón, Solange Keoloyan, Sebastián Parrotta	"Alguien que me quiera" por Palito Ortega e Hilda Lizarazu	Lun a vie 19 h

Malparida (2010-2011)	1 temporada 175 episodios	El trece	Juana Viale, Gonzalo Heredia, Gabriel Corrado, Selva Alemán, Raúl Taibo, Carina Zampini	Jorge Nisco, Jorge Bechara y Alejandro Ibáñez	Marcos Carnevale, Lily Ann Martin, Pablo Junovich y Cecilia Guerty	"Malparida" por Carlos Matari	Lun a vie 21.30 h Ganó el Martín Fierro.
Herederos de una venganza (2011-2012)	1 temporada 219 episodios	El trece	Luciano Castro, Romina Gaetani, Marcela Kloosterboer, Marco Antonio Caponi, Benjamín Vicuña, Federico Amador, Leonor Benedetto, Rodolfo Ranni, Betiana Blum y Antonio Grimau	Jorge Montero y Jorge Bechara	Leandro Calderone	"Herederos" por David Bisbal	Lun a vie 21.45 h - 20.9 ptos promedio
Violetta (2012-2015)	3 temporadas 240 episodios	El trece y Disney Channel	Martina Stoessel, Diego Ramos, Pablo Espinosa, Jorge Blanco, Mercedes Lambre, Clara Alonso, Mirta Wons	Jorge Nisco, Martín Saban, Matías Risi	Solange Keoleyan y Sebastián Parrota	"En mi Mundo" por Martina Stoessel	Coproducción con Disney. Teatro
Lobo (2012)	1 temporada 53 episodios	El trece	Gonzalo Heredia, Vanesa González, Luisana Lopilato, Osvaldo Laport, Viviana Saccone, Mónica Galán, Luis Machín	Jorge Montero y Jorge Bechara	Lily Ann Martin, Cecilia Guerty y Pablo Junovich	"Dame la llave de tu corazón" de Cristian Castro	Comenzó en el Prime Time, pero "Dulce Amor" la duplicaba en rating y la movieron
Sos mi hombre (2012-2013)	1 temporada 202 episodios	El trece	Luciano Castro, Celeste Cid, Eugenia Tobal, Ludovico Di	Martín Saban y Sebastián Pivotto	Leandro Calderone	"Miénteme" de Alejandro Fernández	Lun a vie 23.30 h

			Santo, Gabriel Goity, Gonzalo Valenzuela, Jimena Barón, Gimena Accardi y Victorio D'Alessandro				
Solamente vos (2013-2014)	1 temporada 233 episodios	El trece	Adrián Suar, Natalia Oreiro, Muriel Santa Ana, Claudia Fontán, Juan Minujín, Lali Espósito, Eugenia Suárez, Alberto Martín, Ana María Picchio, Arturo Puig, Andrea Bellati, Ángela Torres	Claudio Ferrari y Rodolfo Antúnez	Lily Ann Martín, Marta Betoldi y Daniel Cúparo	"Solamente Vos" por Coti	Lun a vie 21.20 h. Ganó el Martín Fierro a "Mejor Ficción Diaria Comedia"
Farsantes (2013-2014)	1 temporada 125 episodios	El trece	Julio Chávez, Facundo Arana, Griselda Siciliani, Benjamín Vicuña y Alfredo Casero	Daniel Barone y Jorge Bechara	Mario Segade y Carolina Aguirre	"Puro Teatro" interpretado por Vicentico	Martes a jueves 22.45 h. Ganó el Martín Fierro a "Mejor Ficción Diaria Comedia" y Martín Fierro de Oro
Mis amigos de siempre	1 temporada 160 episodios	El trece	Nicolás Cabré, Gonzalo Heredia, Nicolás Vázquez, Agustina Cherri, Calu Rivero, Emilia Attías, Soledad Sylveira, Osvaldo Laport, Claribel Medina, Federico Amador	Rodolfo Antúnez y Sebastián Pivotto	Jorge Maestro y Claudio Lacelli	"Los mismos de siempre" por Tan Biónica	Lun a vie 21 h. Ganó el Martín Fierro a "Mejor Comedia"
Guapas (2014-2015)	1 temporada 174 episodios	El trece	Mercedes Morán, Carla Peterson, Isabel Macedo, Araceli	Daniel Barone y Lucas Gil	Leandro Calderone y	"Guapas" por Fabiana Cantilo	Ganó el Martín Fierro a "Mejor Ficción

			Gonzalez, Ines Estevez, Muriel Santa An, Dady Brieva, Esteban Lamothe, Mauricio Dayub, Alberto Ajaca y Mike Amigorena		Carolina Aguirre		Diaria" y Martín Fierro de Oro
Noche y día junto a vos (2014-2015)	1 temporada 122 episodios	El trece	Facundo Arana, Eleonora Wexler, Oscar Martínez, Eugenia Tobal, Coraje Ábalos, Gabriel Goity, Favio Posca, Gabriel Corrado y Romina Gaetani	Rodolfo Antúnez y Jorge Nisco	Marcos Osorio Vidal y Willy Van Broock	"Ni tú ni nadie" por David Bolzoni	Miércoles 23 h
Esperanza Mía (2015-2016)	1 temporada 192 episodios	El trece	Lali Espósito, Mariano Martínez, Tomás Fonzi, Natalie Pérez, Gabriela Toscano, Ana María Picchio, Rita Cortese, Carola Reyna, Ángela Torres, Franco Masini	Sebastián Pivotto y Lucas Gil	Marta Betoldi, Claudio Lacelli y Lily Ann Martin	"Tengo Esperanza" por Lali Espósito	Cámaras 4K. Lun a jue 21.15 h. Teatro. Ganó el Martín Fierro a "Mejor Ficción Diaria"
Los ricos no piden permiso (2016-2017)	1 temporada 255 episodios	El trece	Luciano Catro, Araceli González, Juan Darthés, Gonzalo Heredia. Agustina Cherri, Sabrina Garciarena, Alberto Ajaca, Luciano Cáceres, Julieta Cardinali, Eva de	Gustavo Luppi, Rodolfo Antúnez, Alejandro Ibáñez	Marcos Carnevale, Willy Van Broock	"Voy a amarte" por Carlos Rivera	Lun a jue 21.30 h Ganó el Martín Fierro.

			Dominici, Viviana Saccone, Leonor Benedetto, Raúl Taibo, Norma Aleandro				
Soy Luna (2016-2018)	3 temporadas 220 episodios	Disney Channel	Karol Sevilla, Ruggero Pasquarelli, Valentina Zenere y Michael Ronda	Jorge Nisco y Martín Saban	Gabriela Fiore, Marina Efron y Laura Farhi	"Alas" Por Karol Sevilla	Coproducción con Disney
Quiero vivir a tu lado (2017)	1 temporada 77 episodios	El trece	Mike Amigorena, Paola Krum, Alberto Ajaka, Florencia Peña	Alejandro Ibáñez y Gustavo Luppi	Leandro Calderone y Agustina Aguirre	"Quiero vivir a tu lado" por Miranda!	Lun a vie 23 h
Divina, está en tu corazón (2017)	1 temporada 60 episodios	El trece y Canal 5	Laura Esquivel, Nora Cárpena, Ingrid Martz, Manuel Masalva, Harold Azuara, Ale Muller, Vanesa Butera	Lucas Gil y Rodolfo Antúnez	Mario Schajris	"Soy Divina"	Coproducción con Televisa
O11CE (2017-2019)	3 temporadas 220 episodios	Disney XD	Mariano González, Beatriz Dellacasa, Julián Cerati, Nicolás Pauls, Santiago Stieben	Nicolás Di Cocco		"I love it Loud" por Kiss	Coproducción con Disney
Las estrellas (2017-2018)	1 temporada 171 episodios	El trece	Celeste Cid, Marcela Kloosterboer, Violeta Urtizberea, Natalie Pérez, Justina Bustos, Luciano Castro, Esteban Lamothe, Nicolás Francella, Julieta Nair	Sebastián Pivotto, Alejandro Ibáñez y Lucas Gil	Marta Betoldi, Mara Pescio, Santiago Guerty	"Las Estrellas" por Daniela Herrero	Lun a vie 21.30 h Ganó el Martín Fierro a "Mejor Ficción Diaria"

			Calvo, Gonzalo Valenzuela				
Simona (2018)	1 temporada 154 episodios	El trece	Ángela Torres, Juan Darthés, Ana María Orozco, Romina Gaetani, Gastón Soffritti, Federico Olivera	Rodolfo Antúnez y Sebastián Pivotto	Claudio Lacelli y Lily Ann Martin	"Simona va" por Ángela Torres	Lun a vie 21.30 h
Mi hermano es un clon (2018-2019)	1 temporada 93 episodios	El trece	Nicolás Cabré, Gimena Accardi, Florencia Vigna, Luis Machín, Andrea Bonelli y Fabián Vena	Martín Saban, Rodolfo Antúnez, Jorge Nisco	Marcelo Nacci y Laura Barneix	"Yo contigo, tú conmigo" por Morat y Álvaro Soler	
Argentina, Tierra de amor y venganza (2019)	1 temporada 205 episodios	El trece	María Eugenia Suarez, Albert Baró, Delfina Chavez, Gonzalo Heredia, Benjamín Vicuña, Fernán Mirás, Andrea Frigerio	Martín Saban, Sebastián Pivotto, Alejandro Ibáñez, Rodolfo Antúnez	Leandro Calderone y Carolina Aguirre	"Cien años" por Abel Pintos	El 4/3/2020 se confirmó una segunda temporada. Justo después se suspendieron todas las actividades por la pandemia

2. Imágenes y banda sonora

Corazón Valiente, canción de apertura interpretada por Natalia Oreiro escrita por Myriam Alejandra Bianchi (conocida como Gilda)

Desde el primer día supe que te
amaba,

Y llora en secreto mi alma
enamorada,

Tu amor vagabundo no me da
respiro,

Por que se que nunca, nunca
serás mío.

Bebí tu veneno y caí en la trampa,

Dicen que lo tuyo no es más que
un azar,

Que para mi tienes solo
sufrimiento

Que voy a caer en lo profundo del
infierno.

Y no me importa nada por que no
quiero nada,

Tan solo quiero sentir lo que pide
el corazón

Y no me importa nada, por que no
quiero nada

Y aprenderé como duele el alma
con un adiós.

Por que tengo el corazón valiente,

Voy a quererte, voy a quererte

Porque tengo el corazón valiente,

Prefiero amarte y después
perderte.



Figura 1 ⁴¹



Figura 2 ⁴²



Figura 3 ⁴³. De izquierda a derecha: Uribe (Alejandro Awada), Mercedes (Claudia Fontán), Quique (Carlos Belloso), Constanza (Carla Peterson) y Miguel (Marcelo Mazzarello).

41

[https://www.pinterest.co.kr/pin/521784306804170274/?amp_client_id=CLIENT_ID\(\)&mweb_unauth_id=&from_amp_pin_page=true](https://www.pinterest.co.kr/pin/521784306804170274/?amp_client_id=CLIENT_ID()&mweb_unauth_id=&from_amp_pin_page=true)

42 <http://andreabisso-mqe.blogspot.com/2006/12/se-casan-la-monita-y-martin.html>

43 <https://facundoanatalia.estranky.sk/fotoalbum/rany-z-lasky/rany-z-lasky/rany-z-l.jpg.html>



Figura 4 ⁴⁴



Figura 5 ⁴⁵



Figura 6 ⁴⁶



Figura 7 ⁴⁷

⁴⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/Sos_mi_vida

⁴⁵ <https://www.eltrecetv.com.ar/programas/sos-mi-vida-2008/capitulos-completos/>

⁴⁶ https://www.youtube.com/watch?v=AwRN0_Wuw50&app=desktop

⁴⁷ <http://pakvim.net/watch/i23oRmF9z8c>



Figura 8 ⁴⁸: último capítulo. Martín y la Monita son felices con todos sus hijos.



Figura 9: lucha libre.⁴⁹

⁴⁸ <http://andreabisso-mqe.blogspot.com/2006/12/se-casan-la-monita-y-martin.html>

⁴⁹ https://www.espn.com.ar/luchalibre/nota/_id/7487711/lucha-libre-funcion-aniversario-cml

En las promos se puede ver la estética del show, el logo del canal, en algunos también se incluye un pequeño avance de qué sucederá. En el primero también está ejemplificado lo que ocurría en los canales con los horarios, ya que dice: “al término de”.



Figura 10 ⁵⁰

⁵⁰ <https://missaka971.skyrock.com/358041586-Synopsis-de-Sos-mi-vida.html>

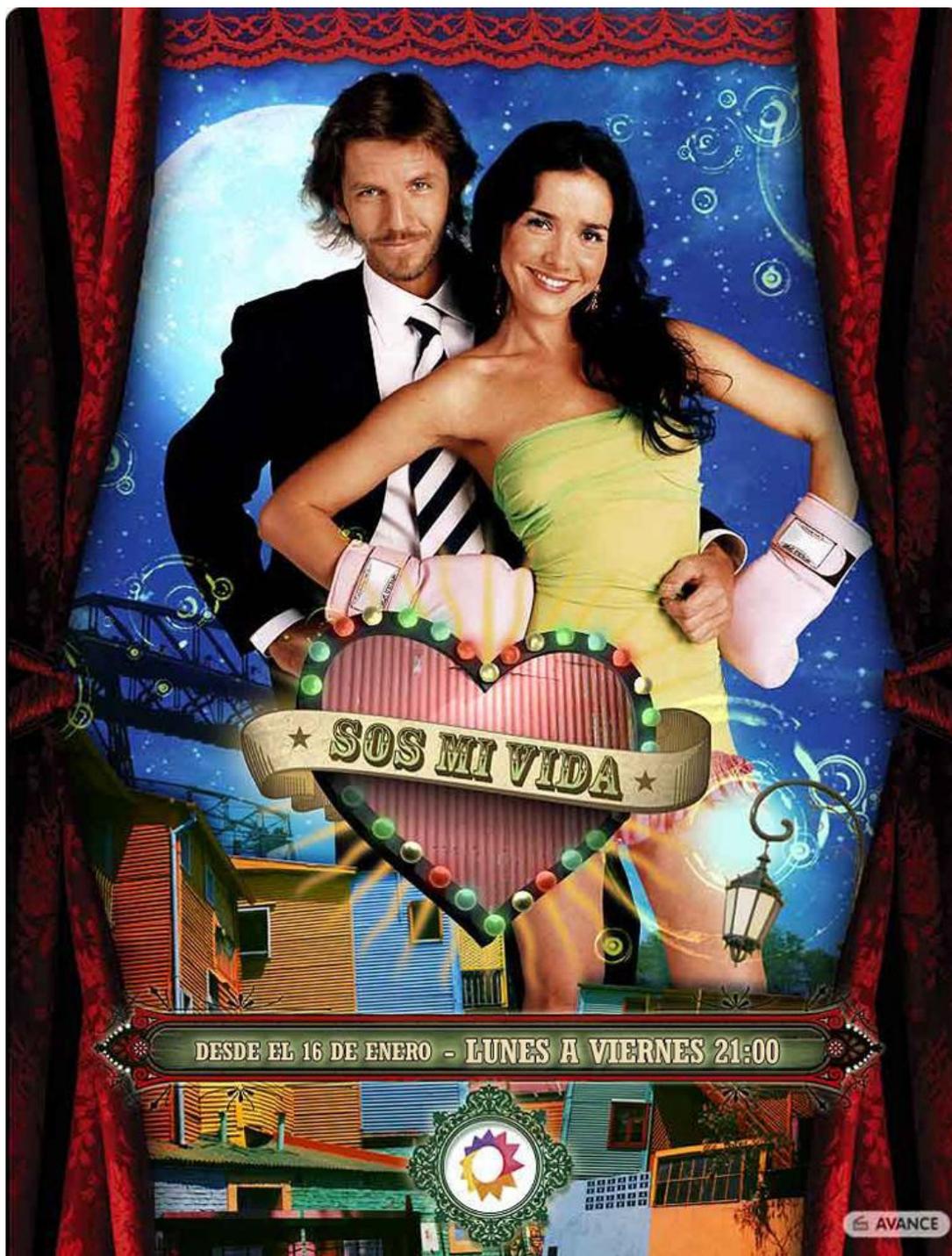


Figura 11 ⁵¹

⁵¹ <https://www.filmaffinity.com/ar/film701866.html>

3. Actores y equipo técnico

Natalia Oreiro⁵²

Natalia Oreiro nació el 19 de mayo de 1977 en Montevideo, Uruguay, y empezó a estudiar teatro a los ocho años. A los doce se presentó en un casting que pedía niños actores y empezó una carrera en el mundo de los comerciales. Hasta sus 16 grabó más de 30 publicidades. Cuando cumplió 14 fue elegida entre 10.000 competidoras de cada país de América para acompañar a Xuxa en las giras y representarla en programas y homenajes. A los 17 se fue de la casa de sus padres y se radicó en Argentina.

En 1995 la convocaron para interpretar el papel de la sobrina de Patricia Palmer en la telenovela *Dulce Ana*, donde protagonizó la historia de amor joven. En 1996 protagonizó *90-60-90 Modelos* junto a Silvia Kutika, Raúl Taibo y Osvaldo Laport, y se consagró con su personaje de Valeria en *Ricos y Famosos*, novela que lideró durante ese año el rating y se comercializó en el exterior.

En 1998 Protagonizó en cine *Un Argentino en Nueva York* junto a Guillermo Francella, donde representó a una joven que sueña con triunfar en el mundo de la música. La película, que batió récords de audiencia con 1.600.000 espectadores, fue el puntapié inicial de su carrera como cantante. En ese mismo año lanzó su álbum debut homónimo, que incluye el hit *Me Muero de Amor*, e interpretó la canción apertura de la telenovela *Muñeca Brava*.

También, fue nominada al Martín Fierro dos años consecutivos como mejor actriz dramática por su personaje de "Cholito", una huérfana futbolera y sensual, que sedujo a Facundo Arana y a los televidentes en *Muñeca Brava*, novela vendida en 60 países del mundo.

Luego de hacer pública su decisión de dedicar el año 2000 a su carrera como cantante, viajó a Los Ángeles para ponerle voz a su segundo álbum, titulado *Tu Veneno*.

En el año 2001 forma pareja con Ricardo Mollo, líder de Divididos. Durante los años 2000, 2001 y 2002 realizó una extensa gira de recitales por toda Argentina y el exterior. Durante este año es invitada por la Selección Uruguay de Fútbol a participar

⁵² https://www.cmtv.com.ar/biografia/show.php?bnid=226&banda=Natalia_Oreiro

en la apertura del partido amistoso Uruguay - Corea. En marzo continúa su gira por Rusia y comienza la grabación de un nuevo álbum, *Thurmalina*, a la venta en agosto. La producción es de Kike Santander y cuenta con la participación de Jaime Roos en la composición y producción de dos canciones. Incluye el hit *Que Digan Lo Que Quieran*. Graba la novela *Kachorra*.

En 2003 graba el film *Cleopatra*, con Leonardo Sbaraglia y Norma Aleandro.

En 2004 protagonizó el unitario *El Deseo*, sin éxito.

Entre 2006 y 2007 protagoniza *Sos Mi Vida*, junto a Facundo Arana. En 2007 lanza la línea de ropa Las Oreiro, junto a su hermana Adriana.

En 2012 nace su hijo Merlín Atahualpa Mollo. Posteriormente continuó su carrera artística participando de diferentes películas, entre ellas *Amanda O*, *Miss Tacuarembó*, *Wakolda*, *Entre Caníbales* y su último protagónico *Gilda, No Me Arrepiento de Este Amor*.

Facundo Arana ⁵³

Facundo Arana nació el 31 de marzo de 1972 en Buenos Aires. Sus primeros pasos en el mundo artístico tuvieron lugar en la década de los 90. Él tocaba el saxo en el Subte de la Línea D y pasaba la gorra. El guionista Lito Espinosa lo vio, y se inspiró para crear el personaje de Ramiro en la telenovela *Canto Rodado*, del cual fue protagonista. A partir de allí su carrera como actor fue en ascenso.

En 2000 fue co-protagonista de la comedia Buenos vecinos, donde actuó junto a Hugo Arana.

En 2001 debutó en cine protagonizando junto a Romina Yan, *Chiquititas: Rincón de luz*, película de la exitosa saga infantil que los tuvo como protagonistas. También participa del filme *La fuga*.

Su siguiente protagónico fue en la telenovela *Yago, pasión morena* junto a Gianella Neyra en las tardes de Telefé, por el que obtuvo su primer Martín Fierro, al Mejor actor protagónico de telenovela.

⁵³ https://www.cmtv.com.ar/biografia/show.php?bnid=2436&banda=Facundo_Arana

Bajo producción de Polka, protagoniza en 2002 la telenovela *099 Central*, junto a Nancy Dupláa por la pantalla de eltrece. Fue premiado por segunda vez con el Martín Fierro como Mejor actor de telenovela.

En 2004 protagonizó nuevamente junto a Nancy Dupláa, la telenovela *Padre coraje*, con producción de Polka, en la pantalla de eltrece.

En 2005 protagonizó en teatro, junto a Pepe Soriano, la obra *Visitando al Sr. Green*. Por su labor obtuvo el premio ACE y Florencio Sánchez como revelación en teatro.

En 2006 protagonizó otra vez junto a Natalia Oreiro, una nueva telenovela de Polka, *Sos mi vida*, marcando el retorno de una de las duplas televisivas más exitosas. La ficción se convirtió en la más vista del año 2006 en Argentina, y fue transmitida internacionalmente por diferentes cadenas, teniendo gran éxito en Europa del este y Medio Oriente

Adrián Suar⁵⁴

Con una larga trayectoria como actor, Adrián Suar ingresa en el mundo de la producción audiovisual en 1994 fundando junto a Fernando Blanco la productora Polka (luego Polka). A partir de entonces, Suar inició un prolífico camino como productor de ficción para televisión, especialmente para la pantalla de eltrece. Los sucesivos productos generados por Polka tuvieron una excelente repercusión en el público, no sólo por las historias contadas sino también por la calidad de la factura visual, una impronta que se mantiene a lo largo de los años. En los últimos años, Polka ha alcanzado una gran proyección internacional, ya que sus ficciones han sido vendidas a numerosas plazas del mundo.

Directores⁵⁵

Daniel De Felippo, nacido el 28 de marzo de 1972, es un director, guionista y autor de cine y televisión argentino. A lo largo de su carrera se ha desempeñado como editor, guionista, camarógrafo y director, realizando productos audiovisuales en formatos de lo más variados: cortometrajes, pilotos, comerciales, institucionales, documentales, etc., para luego ir especializándose en programas argumentales y de

⁵⁴ <http://www.alternivateatral.com/persona15492-adrian-suar>

⁵⁵ <https://www.defelippo.com/biografia>
<https://www.imdb.com/name/nm0031653/>

ficción. De esta manera, fue parte del equipo de Polka desde sus inicios, donde dirigió programas como *Culpables*, *22 el Loco*, *Son Amores*, *Sos mi Vida*, entre muchos otros. Además de Polka, trabajó para diversas producciones como Nickelodeon, The Walt Disney Company y Underground, Telefé, TV Pública, entre otros.

Rodolfo Antúnez, nacido el 4 de julio de 1965, es un director de televisión argentino. Comenzó a trabajar en Polka en 1998, año en que dirigió parte de los capítulos de *Gasoleros*. A partir de allí, formó parte del equipo de directores de innumerables telenovelas y miniseries de la productora, colaborando en varias ocasiones con Daniel De Felippo, codirector de *Sos mi Vida*.

Guionistas⁵⁶

Ernesto Korovsky es un autor de televisión, cine y teatro argentino. En cuanto a su relación con Polka, desde 1997 se desempeñó como autor principal/jefe de equipo en varias producciones de sus producciones: como las exitosas *Gasoleros* (1998), *Son Amores* (2002) y *Sos mi Vida* (2006), entre otras.

Sebastián Parrotta es un guionista y productor argentino. Comenzó su carrera como guionista escribiendo para la telenovela *Padre Coraje* (2006) de Polka, y continuó colaborando en varios de sus proyectos.

⁵⁶<https://www.linkedin.com/in/ernesto-korovsky-b431882a/?originalSubdomain=ar>,
<https://www.linkedin.com/in/sebasti%C3%A1n-parrotta-4914058a/?originalSubdomain=ar>,
<https://www.imdb.com/name/nm0663607/>

4. Gráficos

Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC) ⁵⁷

La Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC) brinda una caracterización simultánea de la realidad nacional y de los diversos escenarios regionales en lo referido a consumos y hábitos culturales en la Argentina.

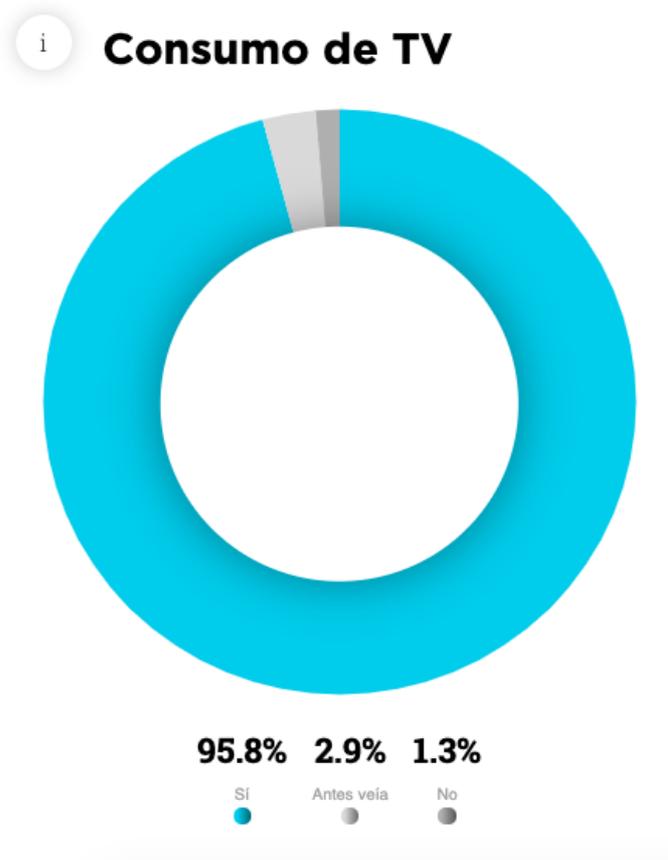


Gráfico 1

⁵⁷ <https://encuestadeconsumo.sinca.gob.ar/>

i

Formas de mirar programas televisivos

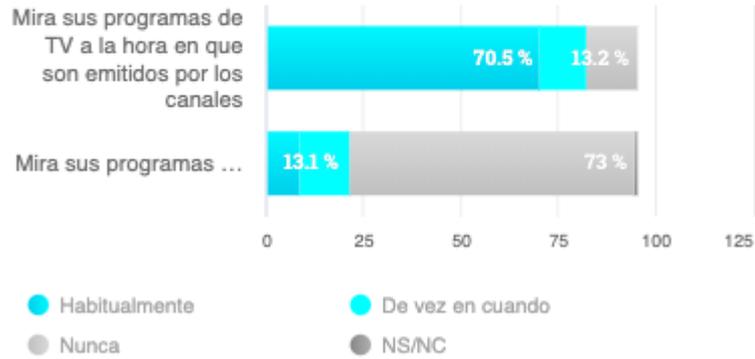


Gráfico 2

i

Frecuencia de consumo de contenidos televisivos por soporte

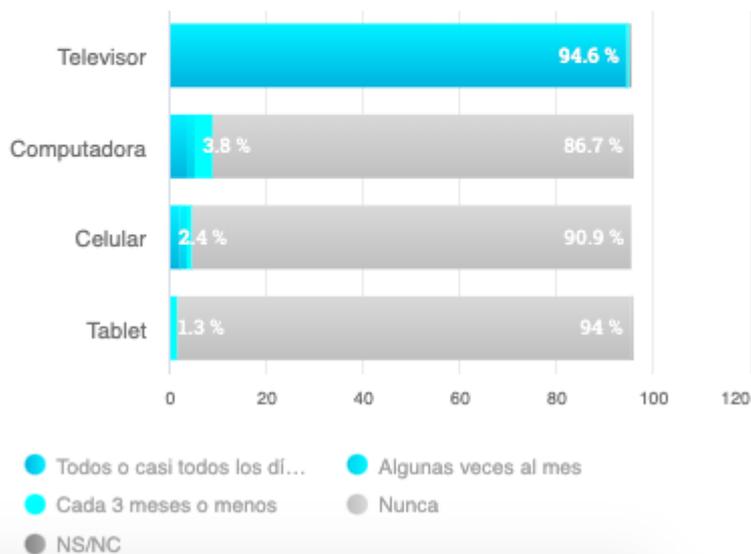


Gráfico 3

FUENTES

BIBLIOGRÁFICAS

Alabarces, P. (2008). Posludio: Música popular, identidad, resistencia y tanto ruido (para tan poca furia), *TRANS-Revista Transcultural de Música*, 12. Recuperado de <http://www.sibetrans.com/trans/articulo/92/posludio-musica-popular-identidad-resistencia-y-tanto-ruido-para-tan-poca-furia>

Aprea, G. y Soto, M. (1998), "Telenovela, telecomedia y estilo de época. El sistema de géneros narrativos en la Argentina hoy", IV Congreso de la Asociación Latinoamericana de los Investigadores en Comunicación, <http://www.semioticasteimberg.com.ar/comisiones/comisionbase.php?c=15>

Arribá, S. (2008). El Peronismo y la Política de Radiodifusión (1946-1955) en Mastrini, G. (comp), *Mucho ruido y pocas leyes: Economía y políticas de la comunicación en la Argentina 1920-2004*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía. Recuperado de http://politicasyplanificacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/121/2014/07/Unidad3_arriba.pdf

Arroyo Redondo, S. (2006). "La estructura de la telenovela como relato tradicional". *Culturas Populares. Revista Electrónica* 2 (mayo-agosto 2006). Recuperado en mayo 2018 de <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/arroyo1.pdf>

Bajtín, M. (1982). *El problema de los géneros discursivos. Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI

Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Francia: Éditions du Seuil

Bruno, S. (2008). Inserción laboral de los migrantes paraguayos en Buenos Aires. Una revisión de categorías: desde el "nicho laboral" a la "plusvalía étnica". A presentarse en *III Congreso de ALAP (Asociación Latino Americana de Población)*. Córdoba, 24 al 26 de septiembre de 2008

Bourdieu, V. (2009). *Pasión, heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*, UNGS- Biblioteca Nacional

Bourdieu, V. (2014), El relato de ficción y el respaldo normativo. En *Argentina en la transición de siglo*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.

Recuperado de <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/11/GT6-Bourdieu.pdf>

Brooks, P. (1995). *The melodramatic imagination. Balzac, Henry James, Melodrama and the Mode of Excess*. Estados Unidos: Yale University Press.

Bulla, G. (2008) Televisión argentina en los '60. La consolidación de un negocio de largo alcance en Mastrini, G. (comp), *Mucho ruido y pocas leyes: Economía y políticas de la comunicación en la Argentina 1920-2004*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

Recuperado de http://politicasyplanificacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/121/2014/07/Unidad3_bulla.pdf

Carboni, O. (2012). *Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)*.(Tesis de Maestría). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.

Carboni, O. (2015). *Los procesos de organización productiva y del trabajo en las tiras diarias de la televisión abierta argentina (2002-2012)* (Tesis de Doctorado). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires

Casetti, F. y Odin, R. (1990). "De la paléo- a la néotélévision", *Communications* 51, p. 9-26, París (Traducción de María Rosa del Coto, Cátedra de Semiótica 11, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA).

Cisneros, M., Olave, G., Rojas, I. (2008). El lenguaje de la telenovela: desde el estereotipo y la moraleja. En *Hechos y proyecciones del lenguaje*. Colombia:Universidad de Nariño.

Di Guglielmo, H. (2010). *La programación televisiva en guerra*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones

Eco, U. (1983). TV: la transparencia perdida. En *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.

Eco, U. (1995) *El superhombre de masas*. Barcelona: Lumen

Fuenzalida, V., Corro, P. y Mujica, C. (2009). *Melodrama, Subjetividad e Historia: ensayos sobre la ficción cinematográfica y televisiva chilena en la década del 90*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes-Fondo de Fomento del Audiovisual.

Galán Fajardo, E., (2006), Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva, *ECO-PÓS*, vol. 9, n.1, p.58-81

- García Fanlo, L. (2012), Dulce Amor. Regularidades y discontinuidades de la telenovela argentina, *La Mirada de Telemo*; No. 8, Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/20296?show=full>
- Laus, B. y Zita, M. (2018). *Representaciones de las mujeres en Para vestir Santos*. (Tesina de grado), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires
- Lippman, W (1922). *La opinión pública*, Estados Unidos: Harcourt, Brace & Co.
- Martín Barbero, J. (1992), *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la televisión*. Bogotá: Tercer Mundo
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (1988). Matrices culturales de la telenovela. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, II(5),137-164. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=316/31620505>
- Martín Barbero, J. y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver*. Barcelona, España: Gedisa.
- Martínez I Surinyac, G. (1998). *El guión del guionista. El desarrollo del guión desde la idea hasta el guión literario*, Barcelona: Editorial Cims 97.
- Mastrini, G. (2008), *Mucho ruido y pocas leyes: Economía y políticas de la comunicación en la Argentina 1920-2004*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Mazziotti, N. (1992). *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires: Colihue.
- Mazziotti, N. (2006). *Telenovela, industria y prácticas sociales*. Bogotá: Editorial Norma.
- Mazziotti, N. (2007), Un recorrido por la televisión entre la hiperinflación y el default. *XI Jornadas Interescuelas*. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán. Recuperado de <http://cdsa.aacademica.org/000-108/478.pdf>
- Metz, C. (1970). *Lo verosímil*, Buenos Aires:Tiempo Contemporáneo
- Monsiváis, C. (2000). *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*. Barcelona:Editorial Anagrama
- Quin, R. y McMahon, B. (1997). *Historias y estereotipos*, Madrid: Ediciones de la Torre

- Rousseau, J.J y Scott, J (1998). *Essay on the origin of languages and writings related to music. Number vol. 7 in The collected writings of Rousseau*. University Press of New England.
- Steimberg, O. (1998). Propositiones sobre el género. En *Semiótica de los medios masivos: el pasaje de los medios de los géneros populares*, Buenos Aires:Atuel-Colección del Círculo
- Steimberg, O. (2013). El pasaje de los medios de los géneros populares. En *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*, Buenos Aires:Eterna Cadencia
- Svampa, M. (2005). La transformación y territorialización de los sectores populares. En *La sociedad excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*. Buenos Aires: Taurus.
- Varela, M. (2005). *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*. Buenos Aires: Edhasa.
- Varela, M. (2011). Historia de la televisión Argentina (I). Técnica, cultura y política en la historia de los medios. *ReHiMe*, 2, 7-23
- Verón, E. (1985), El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En “*Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*”, París: IREP
- Verón, E. (1987). El sentido como producción discursiva. En *La semiosis social*, Buenos Aires:Gedisa.
- Verón, E. (2004). Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación. En *Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica, Fragmentos de un tejido*, Barcelona: Gedisa
- Viola, L. (2017). *Migré. El maestro de las telenovelas que revolucionó la educación sentimental de un país*. Buenos Aires: Sudamericana
- Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor*. España: Robinbrook Ediciones
- Williams, R. (2003). *Palabras Claves. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Williams, R. (2011). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

INFORMES GUBERNAMENTALES

Anuario 2006/2007. Ciudad de Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales, GCBA. Recuperado de <https://www.buenosaires.gob.ar/oic/anuarios>

Encuesta Nacional de Consumos Culturales, Ministerio de Cultura, Presidencia de La Nación. Disponible en <https://encuestadeconsumo.sinca.gob.ar/>

Quevedo, A. (2007). Tendencias y desencuentros en las Industrias Culturales. En *Anuario del Observatorio de Industrias Culturales 2006/2007*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

PERIODÍSTICAS

Blejman, M. (14 de febrero del 2000), “El mercado en la Argentina no da para más”, *Página 12*.

Gorodischer, J. (13 de enero de 2006), “Estoy en contra de toda contaminación”, *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-1514-2006-01-13.html>

Iribarren, M. (12 de febrero de 2006). Quimera de amor entre dos mundos. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/ediciones-anteriores/quimera-amor-mundos_0_HkIqRWLyCYg.html

Marti Garro, L. (4 de mayo de 2004). Despegue: más de 50 programas locales se venden en 80 destinos. Exportación de novela. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/comercio-exterior/exportacion-de-novela-nid597937/>

Schapiro, T. (25 de Agosto de 2019), El personaje que hizo cambiar el argumento original, el capítulo reescrito siete veces y todo lo que vendrá: los autores de ATAV descubren los secretos de la novela del año, Infobae. Recuperado de <https://www.infobae.com/teleshows/infoshows/2019/08/25/el-personaje-que-hizo-cambiar-el-argumento-original-el-capitulo-reescrito-siete-veces-y-todo-lo-que-vendra-los-autores-de-atav-descubren-los-secretos-de-la-novela-del-ano/>

Stiletano, M. (21 de enero de 2004). El mapa de la ficción. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/el-mapa-de-la-ficcion-nid565725/>

Trzenko, N. (9 de julio de 2002). Nicolás Cabré y Mariano Martínez, juntos son dinamita. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/nicolas-cabre-y-mariano-martinez-juntos-son-dinamita-nid412162/>

Vaccaro, J. (25 de febrero de 2001). Tendencia: el televidente decide. La fábrica de las telenovelas. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/la-fabrica-de-las-telenovelas-nid53714/>

(8 de enero de 2006). Una pareja que elige volver a amarse. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/ediciones-antiores/pareja-elige-volver-amarse_0_HJTGIULJAKx.html

(16 de enero de 2006). Una pareja con química. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/una-pareja-con-quimica-nid772619>

(23 de julio de 2006). Dos opuestos que se atraen como nadie. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/ediciones-antiores/opuestos-atraen-nadie_0_r15mcN1AKx.html

(24 de diciembre de 2006). A los pies del rating. *Río Negro*. Recuperado de <https://www.rionegro.com.ar/a-los-pies-del-rating-EWHRN2006123242001/>

(9 de enero de 2007). Final feliz para Martín y la Monita. *Clarín*. Recuperado de <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cv7-XWWNfhj3SdyQ6BLJZ8PcPb7dY9pn63o2edaWapE/edit#gid=0>

(11 de enero de 2007). Sos mi vida: el fenómeno del amor eterno. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/espectaculos/sos-vida-fenomeno-amor-eterno_0_H1V-MSMkRFx.html

(2 de julio de 2008). Historia de un gaucho de Oro. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/subnotas/10509-3309-2008-07-02.html>

(29 de junio de 2019), Los 25 años de Polka en 10 programas que hicieron historia, *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/los->

[25-anos-polka-10-programas-hicieron-nid2261557](https://www.telam.com.ar/notas/202007/484326-una-carta-de-suar-a-empleados-de-polka-explicita-la-crisis-de-la-productora.html)

(1 de julio de 2020) “Una carta de Suar a empleados de Polka explicita la crisis de la productora”, *Télam*. Recuperado de <https://www.telam.com.ar/notas/202007/484326-una-carta-de-suar-a-empleados-de-polka-explicita-la-crisis-de-la-productora.html>

AUDIOVISUALES

Adrián Suar en Intrusos - Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=IZl3RkV2njk>

Episodio 1

https://www.eltrecetv.com.ar/programas/sos-mi-vida-2008/capitulos-completos/capitulo-1_028212

Episodio 3

https://www.eltrecetv.com.ar/programas/sos-mi-vida-2008/capitulos-completos/capitulo-3_028272

Episodio 8

https://www.eltrecetv.com.ar/programas/sos-mi-vida-2008/capitulos-completos/capitulo-8_028451

Episodio 11

https://www.eltrecetv.com.ar/programas/sos-mi-vida-2008/capitulos-completos/capitulo-11_028498

Episodio 231

<https://www.youtube.com/watch?v=wRkvnqDf-V0>;
<https://www.youtube.com/watch?v=hhgdNVF5wMM>;
<https://www.youtube.com/watch?v=1DtMdYJ2ZRs>;
<https://www.youtube.com/watch?v=IOVsqrJT6v0>

