
El lenguaje de las telenovelas

Cristina Carreras Larios



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION
BIBLIOTECA

Cuando pronunciamos la palabra “telenovela” estamos refiriéndonos al término que en Latinoamérica se empleó para designar la versión castellana del “Soap Opera”. El Soap Opera (“Opera de Jabón”) era una alusión peyorativa a la radionovela, género radiofónico que dominó el mercado norteamericano en las décadas posteriores a la Primera Guerra Mundial.

“Soap” (jabón o detergente), hablaba del carácter publicitario de este tipo de emisiones, y con “Opera” se quería aludir al contenido melodramático de este género.

El mismo término, Soap Opera, se aplicará más tarde a su adaptación televisiva, las “telenovelas”, conocidas popularmente en los países latinoamericanos por “culebrones”, debido a su larga duración.

Este tipo de narración, utilizada en los años 20 como recurso publicitario, se ha convertido hoy en un fenómeno televisivo de carácter internacional.

A partir de los años 70, son los países latinoamericanos, fundamentalmente los del Cono Sur, sus mayores consumidores, mientras la industria de las telenovelas es una de las más dinámicas de esta zona, exportando a otras naciones de su ámbito geográfico, e incluso a los Estados Unidos, donde la comunidad hispana tiene un gran peso específico, y Europa, especialmente España e Italia.

La Telenovela es hoy, además de un género televisivo, un fenómeno social, que merece ser estudiado tanto desde el punto de vista del lenguaje visual como de la sociología.

ANTECEDENTES DE LA TELENVELA

La radionovela es considerada el antecedente directo de la telenovela. Sin embargo existe un antecedente literario, que algunos autores, como Robert Allen —“Speakers of Soap Opera”—, sitúan en la Novela por Entregas, los Folletines del siglo XIX, y, sobre todo, en la denominada Novela Doméstica.

Era este un género narrativo escrito por y para mujeres, y dominó el mercado de los libros de ficción durante gran parte de la centuria pasada, creando un estilo de narrativa que desembocará en la forma clásica de la Telenovela.

El éxito de la Novela Doméstica desveló un hecho fundamental: la fascinación de las mujeres por el melodrama, sobre todo si les es suministrado por entregas.

La Novela Doméstica nos presenta a una heroína fácilmente reconocible en cualquier telenovela de nuestros días: la mujer leal, fuerte, abnegada y defensora de la moral religiosa.

Los años 20, y hasta la incursión de la televisión tres décadas más tarde, fueron los años de la Radionovela, género difundido desde los Estados Unidos.

La Radionovela, que solía estar patrocinada por alguna firma comercial, incorpora un tipo de narrativa en la que no importa tanto el nombre de los protagonistas como los personajes y el curso de la historia.

Aunque en un principio sólo se emitía en horario nocturno, fue capturando rápidamente el interés del público para el que, en gran medida, se creaba: el ama de casa, hasta instituirse como uno de los recursos publicitarios más rentables para las firmas comerciales que las patrocinaban. Una de las pioneras, la Procter And Gamble, pondría en antena en 1937 "La Luz que Guía" (The Guiding Light), que sería adaptada más tarde para televisión, emitida casi hasta nuestros días.

La primacía que ocupaba la Radionovela a principios de los 40 era tal que el mercado llegó a congestionarse, justo en la antesala de su decadencia, cuando, unos años más tarde, la televisión comenzara a emerger por el horizonte.

Los primeros pasos de la Telenovela fueron una continuidad del mensaje y la forma de la Radionovela. Seguía enfocada al público femenino, y persistía el papel del patrocinador. Se dice, de común acuerdo, que La Radionovela se adaptó al nuevo medio, se hizo televisiva.

Sería nuevamente la Procter And Gamble quien se pusiera al frente de esta nueva aventura. Su primera producción, "The First hundred years" (Los primeros 100 años) emergió a las pantallas norteamericanas en 1950.

La verdadera irrupción del género melodramático en su versión televisiva se producirá en los años 60. La radionovela se rinde, por fin, ante el empuje de su competidora audiovisual, al tiempo que las grandes telecademas y productoras independientes arrebatan el control del mercado a los patrocinadores y agencias de publicidad.

Queda así instalado el género de la Telenovela, que, desde los años 70, ostentará la aureola auténtico fenómeno social.

En España, la primera emisión de una producción totalmente adscrita a los cánones del género se produjo en 1986. Fue la titulada "Los ricos también lloran".

Hoy, una parcela significativa de la programación en las distintas cadenas de televisión, públicas y privadas, está ocupada por este tipo de programas.

Podemos concluir que la Telenovela, en el presente, es lo que es, a pesar de todas sus evoluciones desde la Radionovela, hace 50 años, y que sigue cumpliendo la misma función que entonces: ser un medio para llegar a una audiencia inmensa con una inversión de bajo coste.

SISTEMA DE PRODUCCION DE LA TELENOVELA

A la hora de describir el proceso de producción de las telenovelas, es preciso puntualizar que, aunque la Telenovela Latinoamericana es heredera directa de la norteamericana, existen diferencias en la forma de producirlas.

Como rasgo común, destaca la inexistencia de un autor como tal, y la importancia de la figura del productor como coordinador de todo el proceso. La figura del director, por contra, no tiene apenas relevancia en la Telenovela norteamericana. La labor de realización o dirección suele repartirse entre varios directores, que se van turnando en la grabación hasta alcanzar cinco capítulos de una hora a la semana.

En los países latinoamericanos existía la doble dirección en los inicios del género, sistema que se abandonó en 1956.

El director se hace cargo de aspectos fundamentales, como la puesta en escena y la planificación.

Un segundo punto de interés en el del proceso de producción es la elaboración de los guiones. Aquí aparece el escritor como figura casi mítica en el ámbito latinoamericano. Algunos de ellos provienen incluso del mundo del teatro, como Ignacio Cabrejas, el cubano Félix Cagnet, o Delia Fiallo, la autora de "Cristal".

El escritor principal escribe los primeros capítulos, para dejar bien definido cada personaje, y elabora posteriormente una sinopsis, que entrega a un equipo de sub-guionistas, o "dialoguistas", como se les llama en Venezuela, quienes se encargan de confeccionar el resto de guiones.

Todo el proceso se desarrolla siempre bajo la supervisión del productor. En Estados Unidos se llega, incluso, a prescindir del escritor principal, correspondiendo al propio productor dar las instrucciones y consignas a los sub-guionistas.

Estos trabajan a destajo, y suele ocurrir que ni conozcan a los actores ni, en ocasiones, entre ellos mismos.

Esta magnitud, el tiempo, es una de las presiones más importantes a las que se ve sometido el guionista, y un factor clave en la Telenovela. El sistema de producción exige la entrega diaria de un capítulo de 45 minutos, que se graba al día siguiente, o, en una producción de lujo, la semana siguiente. No caben, por tanto, la rectificación ni la inspiración.

Por otro lado, el guionista debe atenerse escrupulosamente a la capacidad del equipo y a los medios de producción disponibles, así como a las peculiaridades del contexto que les rodea. Finalmente, podemos hablar de una tercera gran presión hacia el guionista: el público, habitualmente árbitro del argumento, y que tiende a alargar indefinidamente la telenovela.

En cualquier caso es la voluntad de la Audiencia la que dicta la decisión final, por lo que las productoras suelen indagar mediante sondeos en la opinión del espectador, para definir o continuar la línea argumental, pasar a un segundo plano un personaje concreto, o darle mayor protagonismo.

La segunda fase del proceso de producción, la grabación, se desarrolla también a un ritmo maratónico (un capítulo diario), en estudios pequeños, normalmente con tres cámaras.

En Estados Unidos se utilizan dos estudios de grabación en jornadas de 12 horas, divididas en dos turnos.

Prácticamente no existe la dirección de actores. Estos se limitan a ensayar unos minutos antes de empezar la grabación.

El formato utilizado normalmente es el video, aunque en algunos casos, como la telenovela brasileña o la norteamericana de presupuesto alto, orientadas a los mercados internacionales, pueden producirse en cine.

Finalmente, en la Edición, se lleva a cabo la depuración del producto, se "maquilla", y se marca con un ritmo adecuado.

Terminada la edición, el capítulo queda listo para su emisión, en algunos casos, unas horas más tarde.

Estamos hablando de un producto que va surgiendo a medida que se va consumiendo. Un proceso que se integra en lo que podemos entender como un sistema de producción industrial en serie, donde el concepto y la realización quedan disociados dentro de la división especializada del trabajo.

Improvisación, inmediatez y maleabilidad son, por consiguiente, conceptos propios del género.

LENGUAJE DE LAS TELENÓVELAS

El lenguaje de las telenovelas está impregnado, como cualquier otro género televisivo, de los convencionalismos y pautas que caracterizan al cine clásico, si bien con una concepción mucho más parca y simplista. El manejo adecuado del espacio, donde destaquen los elementos claves, es fundamental.

Predomina en la Telenovela, sobre todo, la escena interior, para ajustarse al presupuesto, y porque es una condición peculiar del género.

El contenido está casi consagrado al acontecer doméstico, apoyado en el diálogo. El conflicto doméstico se resuelve en la conversación, y ésta ocurre siempre en interiores.

Por otro lado, se utiliza una técnica preconcebida y simple de fijar la atención del espectador: el Primer Plano y el Plano Medio. Resulta de este modo mucho más fácil y directo resaltar las expresiones y, por tanto, catalogar al personaje.

El Primer Plano nos revela con nitidez sus intenciones, su bondad o su maldad. Se alcanza así una densidad semántica sólo posible en la Telenovela.

Especial cuidado se tiene con los movimientos de cámara, que obedece sólo al seguimiento del personaje en escena.

También el sonido puede utilizarse como recurso para destacar los momentos de mayor relevancia de la narrativa. Una reacción anímica o expresiva de un personaje en un momento determinado puede ir acompañado de una entrada sonora más o menos destacada. La introducción musical del capítulo y el tema de clausura también juegan un papel importante, y en muchos casos es interpretada por alguno de los protagonistas.

En definitiva, se pretende dar al espectador las mayores facilidades para poder interpretar el mensaje, usando un código convencional y austero, y evitando las complicaciones técnicas.

ESTRUCTURA NARRATIVA

La Telenovela utiliza dos elementos básicos para desarrollar su estructura narrativa: la lentitud y la redundancia.

Es ésta una de las alegaciones básicas de sus detractores. Pero gran parte del éxito de este género radica en el empleo de esas dos claves.

La evocación continua de incidentes conocidos pone al espectador al día de la línea argumental y contribuye a aumentar el vínculo afectivo que se crea entre aquel y la Telenovela. Esto hace, además, que la emisión se alargue en el tiempo y permita una convivencia y una complicidad más acusada.

La estructura narrativa de la Telenovela puede, por otra parte, entenderse como una estructura compleja, donde es la historia que se cuenta lo importante, y donde los personajes y la propia narración están abiertos a nuevas incursiones y situaciones.

El número de personajes en la Telenovela Clásica puede llegar hasta los 40, cantidad que se reduce considerablemente cuando nos referimos a la Telenovela Latinoamericana.

La consagración de esta fórmula televisiva depende en gran medida de la continuidad de su reparto estelar, por lo que no se puede prescindir de sus principales protagonistas.

La Telenovela como melodrama se apoya en una continua ocultación de la realidad. Así, para renovar la línea argumental, basta con sacar algo presuntamente oculto.

Existe una falsedad consustancial al género, una estrategia utilizada por el escritor para manipular la historia.

No obstante esta facultad para dilatar o intervenir sobre la línea argumental, acontece una diferencia en este sentido entre los dos "modelos" de telenovela. En la telenovela clásica, una línea intermedia de desenlaces se cruza con otra de meros conflictos, con lo que su duración puede llegar a ser interminable.

En cambio, la telenovela latinoamericana sí tiene un final, aunque después de una larga vida en pantalla, durante unos 200 capítulos, por lo que se debe ir cerrando conflictos y mantener el hilo subordinado a la pareja protagonista.

La telenovela de exportación, la telenovela internacional, presenta habitualmente un final trágico, que deja el argumento abierto a una futura continuación.

Otro elemento clave en la narrativa para crear suspense es la fragmentación y la pausa.

La pausa se utiliza en un momento crucial, con lo que se consigue una actitud de máximo interés en el telespectador.

La pausa da entrada, por otra parte, a la publicidad comercial. Además, cada telenovela debe establecer una disposición jerárquica del suspenso de acuerdo con la estrategia concreta que se haya dispuesto para el mercado en el que está incidiendo.

A la hora de adaptar una telenovela a otro mercado, con normas específicas, esto causa, naturalmente, problemas de reajuste.

Dentro de la complicada articulación de códigos, según el esquema que plantea Umberto Eco, y mensajes de la telenovela, tal vez el más representativo sea el código ideológico, que no es otro que la familia. Es dentro de la familia, de la pareja, donde surge el conflicto doméstico.

La familia representa el orden, frente al desorden que supone la ruptura de los valores familiares. Y dentro de la familia es la madre la guardiana de los valores morales y religiosos. La religión se utiliza habitualmente en la telenovela latinoamericana como argumento legitimador, siendo, por tanto, susceptible de manipulación. Así parece demostrarlo el hecho de que en aquellos países gobernados por un régimen militar o dictatorial es la telenovela el espacio que mayor protagonismo tiene en su teledifusión.

TELENOVELA COMO SUBCULTURA

Aunque cada vez más el fenómeno de la telenovela ocupa mayores espacios de atención, sigue adoleciendo de un estudio serio y profundo desde otras disciplinas diferentes a la sociología, como podría ser la de la comunicación audiovisual.

La objeción para investigarla ha venido en gran medida de su consideración como un género marginal, y como una especie de anti-arte contrario a toda estética.

Sin embargo, un acontecimiento que ocupa la atención cada día de millones de personas, merece un análisis más detenido.

La estética, por ejemplo, no se ha ocupado de este género por considerarlo una degradación de lo artístico, y *Las referencias en los medios de difusión no van más allá de la programación o de comentarios al respecto de su potencial nocivo, como modelo destructivo de comportamiento. Asimismo las referencias a la audiencia suelen tener un sentido descalificador.*

Las primeras incursiones serias en el tema aparecen en 1985, con un libro de R. Allen, donde se propone recobrar una textualidad que le ha sido negada al Soap Opera, tanto en el discurso estético como en el sociológico.

En 1987 es López Pumarejo quien hace es su tesis doctoral una aproximación a la telenovela bajo el mismo esquema anterior. Pero en general, hay pocos trabajos sobre este tema que no respondan a criterios sociológicos.

Los que utilizan el argumento del anti-arte establecen varias alegaciones: por un lado la falta de autoría, un aspecto tradicionalmente muy valorado en toda obra artística; Por otro su confección como producto industrial, y su carácter de provisionalidad e improvisación; En un tercer aspecto, por su carácter de señuelo para la emisión de publicidad; y finalmente, porque refleja el universo femenino, lo que ha abierto las distancias con el universo intelectual masculino.

Entre el espectador y la telenovela suele establecerse un vínculo afectivo casi inmediato, una relación que va haciéndose más fuerte a medida que transcurren los capítulos. El telespectador se va haciendo partícipe de la vida y los sentimientos de los protagonistas.

Pero este vínculo se rompe al final de cada serie, hasta que una nueva telenovela llega y lanza sus redes de enganche. El espectador recibe una sensación de deseo de "engancharse" y a la vez no querer. En la telenovela se produce una mitificación de la realidad cotidiana. Los sentimientos y las reacciones emocionales son exageradas, pero a la vez son asimilados a la propia cotidianeidad. Según la sociología las personas viven cada vez más aisladas, retiradas al confort de la vida doméstica, y la comunicación con las demás personas, incluso con los vecinos es casi anecdótica.

BIBLIOGRAFIA

Allen Robert, C.: *Speaking of Soap Opera*, Chapel Hill, London, University of North Carolina Press, 1985.

Baggaley, Jon: *Análisis del lenguaje televisivo*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

Colombo, Furio: *Televisión: la realidad como espectáculo*, Gustavo Gili, Barcelona, 1976

Colomina de Ribera, Marta: *La Celestina, estudio sobre la mitología de lo femenino...*, Monte Aula, Caracas, 1976

López Pumarejo, Tomás: *Estudio sobre el uso de frases (modismos) provenientes de comerciales de televisión en algunos sectores de la población infantil de Puerto Rico*, Master Thesis, Universidad de Puerto Rico, 1977.

López Pumarejo, Tomás: "Telenovela y discurso transnacional", en *Eutopías*, vol. 3, n.º 2-3, 1987

López Pumarejo, Tomás: *Aproximación a la telenovela*, Cátedra, Madrid, 1987.



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION
BIBLIOTECA