

## GT 2. Comunicación y documental audiovisual. Repensando las fronteras de la construcción de la realidad

### La representación del imaginario social latinoamericano: el estudio de los casos de las telenovelas argentinas (2014)

**Luis Barreras**

Universidad Nacional de La Pampa / Universidad Nacional de La Plata  
Licenciado en Comunicación Social  
lbarreras1976@gmail.com

**Miguel Adrián Mendoza Padilla**

Universidad Nacional de Avellaneda / Universidad Nacional de La Plata  
Licenciado en Comunicación Social  
mmendoza@perio.unlp.edu.ar

**Paula Pedelaborde**

Universidad Nacional de La Pampa / Universidad Nacional de La Plata  
Licenciada en Comunicación Social  
ppedelaborde22@gmail.com

Palabras clave: Imaginarios - Televisión - Telenovela

#### RESUMEN

La Televisión Argentina a lo largo de su historia ha atravesado diversos debates, en su mayoría críticas denotativas, ya fuera por su frivolidad, por su espectacularización de la realidad, o por la ausencia de una propuesta educativa. En estos últimos años, la intervención de los debates académicos sobre la comunicación audiovisual ha propiciado una profundización de los debates históricos, sumados a la batalla por la "calidad televisiva" respecto de la famosa frase de lo que ofrece la "caja boba". Desde esta perspectiva este trabajo pretende comprender cuál es el imaginario social epocal que representan las telenovelas emitidas en los canales de aire de Argentina. El estudio de los casos de las emisiones que se desarrollaron en 2014. En donde se mezclan los debates sobre las temáticas abordadas por las ficciones y el rol de las audiencias. En definitiva estudiar la televisión, "las telenovelas", permite comprender la constitución de imaginarios colectivos desde los cuales las personas se representan y se reconocen.

La Televisión Argentina a lo largo de su historia ha atravesado diversos debates, en su mayoría críticas denotativas, ya fuera por su frivolidad, por su espectacularización de la realidad, o por la ausencia de una propuesta educativa. En estos últimos años, la intervención de los debates académicos sobre la comunicación audiovisual ha propiciado una profundización de los debates históricos, sumados a la batalla por la "calidad televisiva" respecto de la famosa frase de lo que ofrece la "caja boba".

En este sentido, la tendencia sobre la televisión y los televidentes está cambiando en los estudios científicos argentinos: para hablar de la televisión "Hay que zambullirse de lleno en el fango de su ambigüedad, en la televisión real, con su propio lenguaje y su alta fragmentación"(Picabea, 2007), dice Guillermo Kaufman.

La idea es estudiar la televisión - las telenovelas, Unitarios - para comprender la constitución de imaginarios colectivos desde los cuales la gente se reconoce y se representa sobre lo que tienen derecho a esperar y a desear. Es decir, que la importancia radica en la imagen como su elemento principal, y el papel y la palabra como instrumentos de análisis. Para ello, nos preguntamos ¿Cómo reflexionar comunicacionalmente con la imagen?, ¿Cómo elaborar una mirada que permita analizar no solo las telenovelas, en términos sociológicos- vinculación de la obra con la sociedad actual- sino, en términos comunicacionales?. La propuesta se basa en realizar un análisis crítico de las estructuras narrativas que las ficciones proponen, y analizaremos las problemáticas emergentes en su lenguaje, relacionadas con las representaciones de los imaginarios latinoamericanos, los procesos socio-históricos que allí se expresan.

Desde esta perspectiva este trabajo es parte de un Proyecto de Investigación que tiene como objetivo comprender cuál es el imaginario social latinoamericano que representan las telenovelas y Unitarios emitidos en los canales de aire de Argentina. En el transcurso del año 2014,

en el prime Time de 20 a 24hs, se han emitido las siguientes ficciones: Canal 9 “el patrón del mal”, Telefé “Avenida Brasil”, Canal 13 “Los amigos de siempre”, TV Pública “12 casas. Historia de mujeres devotas”, en los canales de aire de la Tv Argentina contemporánea. Para este artículo sólo mencionaremos a “12 casas” y “El patrón del mal”

En la contemporaneidad, el reconocimiento a las ficciones radica en su cualidad de representar otros caminos al ya clásico dogma de la telenovela del ascenso de clases, el hecho de experimentar modos de producción alternativos, con nuevas perspectivas temáticas y planteamientos narrativos-estéticos; permiten vislumbrar una reinención de la pantalla que no se agota en una lógica de mercado, a la vez que producen un nuevo conocimiento sobre la sociedad.

En una aproximación a los marcos teóricos del proyecto, uno de los ejes centrales se basa en ver la representación que hacen dichas telenovelas del imaginario Latinoamericano, por ello en palabras de Cornelius Castoriadis, “A lo largo de la historia las sociedades se entregan a una invención permanente de sus propias representaciones, a través de las cuales se dan una identidad, perciben sus divisiones, legitiman su poder o elaboran modelos. Estas representaciones de la realidad social, inventadas y elaboradas con materiales tomados del caudal simbólico, tienen una realidad específica que reside en su misma existencia, en su impacto variable sobre los sujetos y los comportamientos colectivos”(Castoriadis, 1989).

La capacidad de las ficciones de la tv reside, entre otras características, sobre todo en encarnar lo imaginable lo que aparece en la pantalla no es el mundo en su evidencia o su concreción, sino un universo nuevo donde se mezclan objetos comunes y situaciones anómalas, hechos concretos y presencias reconocibles. En suma, el Imaginario Social es una realidad a la que nos enfrentamos si tenemos en cuenta que el ser humano, si bien tiene la capacidad de “producir imágenes”, también es cierto que está inmerso en un campo colectivo.

En cuanto al análisis y el estudio de la imagen, el Sociólogo Miguel rojas Mix, plantea que “El imaginario estudia la imagen estableciendo relaciones entre forma y función (sin olvidar su carácter polisémico), la historia del arte busca lo bello, el imaginario el sentido, el fin o el propósito de la imagen. El estudio del imaginario pone entre paréntesis lo bello y estudia la imagen sin cualificación estética”( Rojas Mix, 2006;18) En suma, la TV tiene mucho que ver con la subjetividad de la que nace lo imaginario; el Imaginario Social es una realidad a la que nos enfrentamos si tenemos en cuenta que el ser humano, si bien tiene la capacidad de “producir imágenes”, también es cierto que está inmerso en un campo colectivo.

Toda sociedad ha intentado dar respuesta a cuestiones fundamentales, la sociedad necesita definir su identidad, su articulación, el mundo, sus relaciones con él y con los objetos que contienen, sus necesidades y sus deseos. Sin estas definiciones no hay mundo humano, ni sociedad, ni cultura. El papel de las significaciones imaginarias, entonces, es proporcionar respuestas que, con toda evidencia, ni la realidad ni la racionalidad puede proporcionar.

En cuanto a otras aproximaciones teóricas, las nociones sobre la telenovela, la televisión, el concepto de representación son de vital importancia. En cuanto a la televisión Barbero plantea que “mientras los noticieros se llenan de fantasía tecnológica y se espectacularizan a sí mismos hasta volverse increíbles, es en las novelas y los seriados donde el país se relata y se deja ver. En los noticieros la modernización se agota en una parafernalia electrónica y escenográfica mediante la cual el vedetismo político o farandulero y la parroquialidad se hacen pasar por realidad o, peor aún, se transmutan en una hiperrealidad que nos escamotea la empobrecida y dramática realidad que vivimos”(Barbero, 2012).

La pantalla chica se ha constituido en representante determinante de las transformaciones políticas, en materia vital de los nuevos escenarios de hacer política, simultáneamente que el discurso político ha ido en decadencia la televisión ha gozado el privilegio de tener una visión crítica que ha perdido la política, o mejor dicho la representación política. Para el investigador Hispano-Colombiano, es en los canales culturales, regionales y locales o comunitarios, donde la televisión aparece como un espacio estratégico para la producción y reproducción de las imágenes que de sí mismos se hacen nuestros pueblos y con las que quieren hacerse reconocer por los demás. En América Latina es en las imágenes de la televisión donde la representación de la modernidad se hace cotidianamente accesible a las mayorías.

Con sus ambigüedades, la televisión es un territorio de construcción y diálogo y es parte de la cotidianeidad. Es un territorio no definido, el lugar de una enunciación posible en el que cobran vida los debates históricos de la TV como herramienta de ocio y diversión, de escenario cotidiano de las más “perversas” construcciones de lo real-social y, al mismo tiempo, de la constitución de imaginarios colectivos desde los cuales las personas se reconocen y se representan lo que tienen

derecho a esperar y a desear; en cierto modo, no debemos aceptar o rechazar la Tv sino ver lo que significa.

En cuanto a las temáticas que abordan las telenovelas, El Observatorio de Ficción televisiva (Obitel) publica en su anuario 2012 (Orozco Gómez, 2012;89) que Argentina aborda la construcción de la memoria social por intermedio de la televisión destacando la capacidad de la ficción de dilucidar eventos del pasado, discutiendo las memorias producidas por las ficciones televisivas y su participación en la construcción de ese pasado. Entra también en el debate la distinción entre la memoria generada por los medios de comunicación y aquellas memorias que dependen de un discurso estético, político o histórico y que van más allá de los medios propiamente dichos.

Asimismo, dicho observatorio destaca que la representación de la historia política de las últimas décadas argentinas ha sido promovida por el relato del Estado, a través de ficciones que permitieron manifestar la diversidad de construcciones de la Identidad colectiva del Estado-sociedad. La importancia de estas narrativas permite la recuperación de una identidad nacional contribuyendo a la reconstrucción de un Estado-Nación, en la representación de la crisis evidenciada en el país, y a través de la toma de conciencia de esa realidad.

La noción de representación, de larga tradición discursiva, da por sentado un mundo predefinido, al que la imagen duplica. Pero la operación de representación da cuenta en principio sólo de una situación, y en esa línea puede ser definida, en palabras Jacques Aumont, como un proceso por el cual se instituye un representante que, en cierto contexto limitado, ocupará el lugar de lo que representa, este concepto, no atribuye un estatuto ontológico a lo representado y permite, en cambio, concebir a los objetos representados no como datos puros y preexistentes sino, a su vez, como construcciones significantes.

En este sentido, la idea aportada por André Bazin plantea que "la representación de la realidad fue tomada de las informaciones cotidianas en cada hogar, en todas partes. La imagen es re-presentación, es decir, en definitiva, resurrección, y dentro de esta concepción lo inteligible resulta antipático a lo vivido de este modo, por ambos lados se siente a la analogía como un sentido pobre: para unos, la imagen es un sistema muy rudimentario con respecto a la lengua, y para otros, la significación no puede agotar la riqueza inefable de la imagen." (Bazin, 1999).

Desde la filosofía Alain Badiou muestra que la representación tiene dos sentidos: imitación y juego y alguien que representa a una colectividad. Hay una relación complicada, incluso, entre estos dos sentidos. Sabemos bien que aquellos que representan al pueblo también de alguna manera están actuando la representación.

El cine y la TV le proponen nuevos interrogantes a la filosofía, porque pone en relación directamente dos términos que la filosofía siempre separó de alguna manera, y es en ese sentido que es una situación filosófica. El cine es un desafío para la filosofía.

En este sentido, la filosofía busca saber cómo el cine pudo transformarse en un arte y no solamente en un divertimento general. Y ésa es la pregunta difícil: el paso de lo eterno a algo fugaz, y este vínculo entre imagen e idea, entre lo que pasa y lo que queda, es un problema nuevo, incluso para el teatro, que siempre cuenta con un texto. En el cine sólo está el film, es decir que sólo hay duración, y la relación entre esta duración y lo que se dice en el cine obliga a la filosofía a elaborar nuevas nociones.

Lo que vemos, resalta Badiou, es la creación de algo indiscernible entre el documental y la ficción, una gran tendencia del cine contemporáneo. El problema es que no sabemos qué es realidad, o sea que el cine se plantea como una interrogación sobre la realidad misma, más aún en un momento en que se puede presentar como documental una ficción. Esta es una cuestión muy importante para la filosofía, a la que yo llamaría "la cuestión de las formas de la realidad". El cine se encuentra bien inserto en este interrogante sobre las formas de la realidad, incluida la distinción entre ficción y documental. Es el arte que construye realidades, a veces, a partir de realidades.

En cuanto a la significación del concepto realidad, indica que es la palabra más difícil de nuestro lenguaje. Si la realidad fuese algo sencillo, no hubiera existido la filosofía. ¿Qué es lo que produce un efecto de realidad? Todo efecto se produce en una forma; el tema es analizar esas formas, clasificarlas, disponerlas. Este interrogante eterno es una de las razones también del conflicto entre filosofía y teatro, y una de los motivos por los cuales la filosofía se interesa por las artes audiovisuales.

Respecto del abordaje Metodológico el proyecto plantea lo cualitativo en tanto que las telenovelas, del presente son objetos únicos autónomos que constituyen una especie sólo en tanto soportes y formatos, pero que abren infinitas gamas de interpretación en la producción de sentido de los imaginarios latinoamericanos, en la configuración morfológica y en la innovación narratológica.

En cuanto al análisis de las telenovelas, se efectuará un estudio discursivo sobre el texto fílmico como lugar de representación que, por un lado nos plantea la puesta en marcha de una reproducción, y por el otro la producción de relatos. La representación en la imagen discute entre la fidelidad y la construcción meticulosa del mundo y la formación de un mundo en sí mismo situado a cierta distancia de su referente. La cuestión es ver, en palabras de Francesco Casetti, qué tipo de imaginario latinoamericano construye las ficciones televisivas y cuál es el equilibrio entre los datos reales y la naturaleza artificial de la reproducción. Podemos dividir la representación en los contenidos y la puesta en escena.

### **Una aproximación a la noción de audiencias**

Sobre las nociones de la audiencias en “El caso de la televisión, debemos aprender a ver la combinación particular de puntos que aparecen en la pantalla como una representación de objetos del mundo: personas, casas, campos, árboles. Todos nosotros hemos aprendido los códigos básicos para interpretar la televisión, códigos que aplicamos inconscientemente. Se trata de las reglas por las que damos sentido al hecho de que una persona esté vestida de un modo particular, hable con un acento particular, se siente en un tipo particular de silla, adopte cierta postura. Tales signos nos dan información sobre la persona y sobre su condición” (Morley, 1999; 111).

El sociólogo plantea la necesidad de no concebir a ésta como un grupo sin diferencia sino como individuos complejamente establecidos por subculturas y subgrupos superpuestos, en los que se sitúan dichos individuos. A lo cual debemos comprender que los contextos sociales proporcionan los recursos y establecen los límites dentro de los cuales operan los individuos. Los integrantes de diversas subculturas tienden a reconstruir los significados de la televisión de acuerdo a sus particularidades, de acuerdo a sus lecturas e interpretaciones representadas en su formación y prácticas culturales históricas. Esto no significa que las posiciones sociales de los individuos determinen su conciencia sino que las personas representan sus imaginarios a través de los sentidos de su conocimiento.

Para entender a la audiencias, Morley plantea un abordaje que refiera a interpretaciones diferenciadas a la estructura socioeconómica de la sociedad, y así muestre que los miembros de clases y grupos diferentes, que comparten diferentes códigos culturales, interpretan diversamente un mensaje dado, no sólo en el nivel idiosincrásico/personal, sino de un modo que se relaciona sistemáticamente con su posición socioeconómica. En suma, necesitamos entender que las diferentes formaciones y estructuras subculturales que existen en la audiencia, y el hecho de que cada clase y cada grupo compartan diferentes códigos y competencias culturales, estructuran la decodificación del mensaje para diferentes sectores de la audiencia. Dicho planteo crítica a las mediciones actuales que sólo computan el encendido en la pantalla de forma cuantitativa y no se pregunta en la forma en como se ve e interpela a la televisión.

El ser audiencia en términos de Guillermo Orozco Gómez “ha devenido en un aspecto central de su estar y de su reconocerse como tal. Ser audiencia significa hoy, en primer lugar, una transformación sustancial de la estructuración de los sujetos. Su cohesión y sus subdivisiones estamentarias, antes definidas por criterios segmentativos de género, edad, clase y etnia, o aun de trabajo, producción, nivel educativo y orientación religiosa y política, se realizan cada vez más en una espiral de “massmediación globalizante” que hace estallar sus límites, privilegiando el criterio transversal de segmentación mediática (dime qué canal ves y te diré qué es lo que te gusta y, por tanto, desde dónde escuchas, miras y sientes), que a la vez que inaugura y diferencia segmentos a partir de intercambios simbólicos y gustos, enfatiza y privilegia el juego de subjetividades, sensibilidades, emociones, gratificaciones y placeres” (Orozco Gómez, 2001;155).

Para Orozco Gómez, en una primera aproximación a la complejidad de las audiencias, es posible resituar analíticamente sus procesos de televidencia en cuatro ámbitos distintos, pero simultáneos y no necesariamente o no siempre explícitos. Estos ámbitos están definidos por la cuádruple dimensionalidad de la televisión, que involucra el lenguaje televisivo, la “mediacidad” de la televisión, su tecnicidad y su institucionalidad.

De esta forma, el planteo sobre las audiencias revela la necesidad del individuo de interactuar con la Tv, cuya interacción se construye con los diferentes formatos, géneros y cauces que el medio genera. La imagen de la televisión está diversificada en sus géneros, programas, canales, franjas horarias frente a los despliegan hábitos y costumbres que culminan en el establecimiento de las estrategias y ritualidades televisivas de las audiencias. El tiempo, señala Orozco, de ocio de las audiencias, libre o robado a otras actividades y producciones, pero cada vez más llenado por la televisión, encuentra en este ámbito su arena de debate y origina dudas y preocupaciones por diversificar las opciones en las vigiliadas cotidianas.

Resulta importante para nuestro trabajo plantear la doble hipótesis que define Jesús Martín Barbero quien ante la tesis de la omnipresente manipulación y sus efectos propone que “la influencia - social, política, cultural- de los medios no es explicable ni por los dispositivos psicotécnicos del aparato comunicacional ni por los intereses económicos o ideológicos a los que sirve, sino que está profundamente ligada a su capacidad de representar en algún modo los conflictos sociales y de otorgar a la gente algún tipo de identidad. Y en segundo lugar explica que la desproporción del espacio social ocupado por los medios de comunicación es proporcional a la ausencia de espacios políticos institucionales de expresión y negociación de los conflictos, y a la no representación en el discurso cultural de dimensiones claves de la vida y de los modos de sentir de las mayorías” (Barbero, 2001).

Las audiencias van definiendo “a su manera” el significado de diversos programas televisivos y de la misma televisión, contraviniendo los sentidos y énfasis dados por sus productores y emisores. Por ejemplo, los programas de noticias son percibidos cada vez más como “entretenimiento” o en todo caso “para estar al tanto”. Incluso audiencias mexicanas, en una reciente investigación de su interacción con diversos medios (Orozco, 2000d), expresaron que la principal función de la televisión comercial era la de informar, no la de divertir, remontando así y transgrediendo a la vez y de golpe decenas de años en su tradicional percepción de la función televisiva. Umberto Eco quizá no exageraba cuando dijo que son los televidentes los que “dañan” a la televisión.

### El caso de IBOPE

IBOPE<sup>24</sup> es una multinacional brasileña de capital privado que brinda desde hace 70 años un amplio conjunto de información y estudios sobre: medios, hábitos de consumo de productos y marcas, opinión pública, intención de voto, comportamiento de los consumidores y del mercado. Tiene presencia en 14 países, entre ellos Argentina.

En 1992 inicia sus actividades en el país, momento en el que existían dos medidoras de audiencia en el mercado: “IPSA Nielsen” y “Mercados & Tendencias”. En 1998, Grupo IBOPE adquiere las operaciones de “AC Nielsen” en Latinoamérica, absorbiendo de ese modo a la empresa “IPSA” y al poco tiempo, “Mercados & Tendencias”. Entonces, en 1999 IBOPE Argentina se consolida como la única medidora de audiencia existente en nuestro país.

Entre los servicios que brinda se pueden mencionar: mediciones de TV, mediciones de radio, mediciones de outdoor, monitoreo publicitario (ad spend & ad check), banco de creatividades multimedios, TGI® (Target Group Index), estudios Ad Hoc, medición de redes sociales, mediciones de internet.

#### Medición de audiencia de TV

Para medir la audiencia de televisión, IBOPE, utiliza dos metodologías: people meters y cuadernillos. Dichos sistemas son utilizados en todo el mundo. Actualmente tiene una cobertura que abarca: Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Rosario, Tucumán, Mar del Plata, Bahía Blanca, Santa Fe / Paraná y Alto Valle.

En Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Rosario, cuenta con una totalidad de 2450 people meters y más de 4600 panelistas.

En Argentina, mide tanto el consumo de TV Abierta, como TV Paga dentro del hogar, de forma grupal e individual, puesto que mide el consumo de todos los televisores del hogar por parte de todos y cada uno de los integrantes del mismo las 24hs todos los días de la semana.

IBOPE MEDIA Argentina mide en su versión SD (Standard Definition) y HD (High Definition):

- TV Satelital / DTH (Direct TV, Antina, entre otros)
- TV Paga Analógica y Digital
- Televisión Digital Terrestre (TDA, UHF, entre otros)

#### Panel de Muestra

Las plazas de análisis son conformadas sobre la referencia de datos censales específicos realizados por la misma empresa. Se mide a hombres y mujeres de nivel socio económico alto, medio y bajo que tengan desde 4 años en adelante (se excluyen los menores de 4 años, visitas y personal que trabaje en el hogar con cama adentro). Nadie puede postularse para formar parte del panel que mide audiencia de TV. Dicho panel está integrado por personas que habitan en hogares

<sup>24</sup> La siguiente información es un extracto de lo que publica la empresa en su página web: <http://www.ibope.com.ar/>

que fueron sorteados y seleccionados siguiendo una estricta metodología estadística para garantizar que el panel sea representativo de toda la población y se conforma controlando las siguientes variables: Nivel socioeconómico, zona geográfica de residencia y posesión o no de TV Paga. A su vez se monitorea: cantidad y características demográficas de los individuos integrantes del hogar, presencia de niños, cantidad de televisores y edad de la ama de casa.

Los hogares que son panelistas disponen de un sistema de premios que se canjean por acumulación de puntos. Los premios son muy variados pero ninguno de ellos está relacionado con los medios de comunicación (Ej: no hay televisores, ni radios, ni computadoras, etc como premios) para no modificar el consumo de medios característico de dicho hogar.

Es importante aclarar que ningún panelista recibe dinero en efectivo por participar en la medición de audiencia de IBOPE Media

Aproximadamente un cuarto de panel es renovado todos los años y cada hogar puede pertenecer al mismo un máximo de hasta 4 años.

Los panelistas firman un acuerdo de confidencialidad con el cual se comprometen a no divulgar su condición de panelistas e IBOPE Media por su parte garantiza el anonimato de los hogares participantes.

La muestra está compuesta hoy por un panel formado por 810 hogares distribuidos en Capital Federal y los 19 partidos del Conurbano. Sumando los televisores de estos hogares, hay aproximadamente 1650 people meters instalados ya que debe instalarse un people meter por televisor. La muestra está distribuida proporcionalmente a la densidad poblacional de cada distrito y partido.

En Córdoba, Mendoza y Rosario se efectúan mediciones mediante la utilización de people meters instalados en paneles conformados por 167 hogares en cada una de las ciudades.

#### **Unidades de Observación:**

En cuanto a las unidades de observación, tanto “12 Casas, Historia de Mujeres devotas” como “Pablo Escobar: el Patrón del mal”, han propiciado la posibilidad de reconocerse en esas imágenes que funcionan como lugar de ruptura y creación de conocimiento.

**Doce casas, Historia de mujeres devotas:** es una miniserie argentina escrita y dirigida por Santiago Loza. Coproducida TV Pública y Vasko Films. La misma se emite de lunes a jueves de 22.30 a 23hs.

Doce historias diversas en su cartografía, en su universo, doce interiores adentrándose a la intimidad de lo que sucede puertas adentro del mundo familiar, una historia por semana narrada en cuatro capítulos. Transcurre durante los años ochenta. Una Imagen de una virgen que va de casa en casa, de pueblo en pueblo. El televisor a color. Historias de habitantes de pueblos tranquilos. Diálogos interminables. La interpretación de la unión de la fe en cada familia, la la creencia, el reconocimiento de mitos en torno a la devoción de la religión. El silencio como gran marco que permite la reflexión e invita a la interpelación de la audiencia.

En palabras del director Santiago Loza la ficción “Cuenta una especie de saga pueblerina en una ciudad del interior, imaginaria y en unos años '80 también imaginarios. Y se enfoca en la relación de algunas mujeres amas de casa con la fe, con lo religioso, con los modos de creer. En la serie, lo religioso está ligado a lo amoroso. También se pregunta qué es creer o qué es creer hoy o hasta dónde se cree”, anticipa Loza. “Toma los últimos años de la dictadura. No hace una referencia directa, pero eso subyace en la serie todo el tiempo, de una forma tangencial. Aparece la religión, al igual que en mis películas, que no está burlada, pero sí analizada. La pulsión de lo místico es lo que aparece en la serie”<sup>25</sup>.

En estos últimos años la ficción ya dejó de ser exclusividad de los canales privados. La sanción y puesta en forma de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, promovió el abastecimiento de producciones surgidas de los distintos planes de fomento promovidos por el Estado nacional, La TV Pública conformó una grilla de innumerable cantidad de ficciones provenientes de una diversidad de producciones federales como así también promoviendo la apertura de nuevas producciones internacionales promoviendo una gran diversidad de historias de ficción, que relatan historias cotidianas alejadas de la visión “centralista” que representaban la capital Federal, en este punto es donde adquiere una vital importancia “12 Casas”.

**Pablo Escobar, el patrón del mal:** la telenovela sobre la vida del líder del cartel de Medellín. Estrenada originalmente en Colombia en 2012 producida por Caracol TV en argentina se transmitió por Canal 9 de Lunes a viernes a las 22hs. La ficción construye a Escobar interpretado por

<sup>25</sup> “El gran salto hacia la televisión”. Suplemento Cultura y Espectáculo Página 12. 19 Febrero 2014.

Andrés Parra: asesino, protector, mentiroso y afectuoso, indefinido ideológicamente, en versión de melodrama latino.

“Como si fuera un síntoma de época, la telenovela sobre la vida y obra de Pablo Emilio Escobar Gaviria se estrena en la televisión argentina de aire, curiosamente, al mismo tiempo que en los cines de nuestro país se puede ver *El lobo de Wall Street*, otra parábola sobre cómo ganar dinero -mucho, muchísimo, groseramente-, en el siglo XX y al borde de la ley. En ambas historias de ascensos y descensos empinados, aparece el tentador triángulo del sexo, el dinero y las drogas, pero así como uno recorre los recovecos de hacer dinero con la especulación financiera mientras se droga, el otro hace dinero con el narcotráfico, de la mano de un liderazgo carismático que lo convirtió en un ícono controversial asociado a violencia, la muerte y también a cierta beneficencia en los barrios pobres, y cuya onda expansiva todavía perdura en Colombia. Es justamente ese país el que le hincó el diente a esta historia para lanzar al mundo una nueva narconovela, en la forma de superproducción, sobre su último mito” (Schejtman, 2014).

En una entrevista realizada por el diario página 12, Omar Rincón planteaba que “Se miran porque es una posibilidad catártica para el televidente de cualquier país de echarle una miradita a ese mundo extraño, pero atractivo del narco: sacamos el voyeurista y lo ponemos a gozar conociendo ese mundo prohibido y excesivo del narco. Se mira para escandalizarse, pero también para reconocerse. Y lo mejor es que es un asunto de los colombianos; entonces, uno como argentino o chileno no se siente identificado sino alucinado y fascinado viendo esos mundos extraños de los narcos. Y es que es una gozada mirar ese mundo de los narcos y es divertido escandalizarse con sus valores del todo vale, sus mujeres-silicona, sus hombres-abusadores, sus estéticas, lenguajes y músicas populares” (Respighi, 2014).

La ficción instala la problemática del Narcotráfico en los hogares argentinos, los medios, las nuevas historias a través de las novelas dan una representación a la sociedad sobre dicha temática. Esta historia de buenos y malos, el estilo de vida de Escobar, la violencia, las calles y la tragedia hacen de esta ficción un relato atrapante en el cual se identifican algunas características con situaciones regionales, pero se reconoce una forma de expresión contemporánea de un fenómeno que acecha a la Argentina.

### Consideraciones finales

Como señala Jesús Martín Barbero “En América Latina son las imágenes de la televisión el lugar social donde la representación de la modernidad se hace cotidianamente accesible a las mayorías. Ellas median el acceso a la cultura moderna en toda la variedad de sus estilos de vida, de sus nuevos saberes, lenguajes, de las precarias y flexibles formas de identidad, de las discontinuidades en la memoria”. Ahí radica la importancia de la TV en la medida en que ofrezca reconocimiento y expresión a la diversidad cultural de que está hecho lo nacional, represente la pluralidad ideológico-política, promueva una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales.

Podríamos decir entonces que, al igual que el cine, la pantalla chica ha dado cabida a la evolución desde una televisión clásica a una de carácter contemporáneo. Obras audiovisuales que pueblan TV, la Televisión Digital Abierta, que entremezclan formatos, estilos y narrativas, citando y reutilizando aquellos elementos característicos de diversos géneros para convertirse en algo novedoso y complejo de describir. En ese sentido el antropólogo mexicano Néstor García Canclini dice que las ciudades son imaginadas por los discursos de la prensa, el cine y la televisión. Los medios masivos construyen el sentido urbano.

La independencia física del aparato televisivo, dada por la multiplicidad de formatos y nuevas plataformas de difusión y visionado de filmes y series de televisión, permite reconocer una evolución de los contenidos y sus formas de representación tanto en el cine como en la televisión, en cuyo desarrollo vale la pena reconocer como punto clave la inclusión del formato digital. Sin duda la homogenización de la calidad visual, tanto en su registro como en su reproducción, permiten que el autor pase de una plataforma a otra bajo los mismos estándares de trabajo, viendo su obra limitada únicamente por su creatividad.

“Repartiste mucha plata por los barrios y convertiste a mis hermanos en sicarios”, dice la cortina musical de Pablo Escobar, el patrón del mal, la ambigüedad, la coyuntura de un país en el cual el narcotráfico se hacía un elemento más de la vida urbana. En “12 casas” la música de un piano acompaña a la Virgen que atraviesa diferentes escenarios, la iglesia, un colectivo, una plaza, la lluvia y el cielo un relato que sufre un quiebre con las imágenes de distintas puertas. Ambas construyen el palimpsesto que constituye la identidad del imaginario latinoamericano actual.

Estamos, en palabras de J. Martín Barbero, ante el estallido de los relatos y la pluralización de las lecturas, donde los jóvenes se convierten en actantes esenciales para el cambio en las racionalidades, en la comprensión de la tecnicidad como razón política atravesadas por nuevos modos del tiempo y el espacio. Lo diaspórico estalla en la territorialidad del joven que encuentra en la pantalla chica formas de intervención, ser parte de aquello que debería ser el mundo. Y en tanto su protagonismo en nuestra sociedad, la importancia de la TDA, en este caso las ficciones que en ella se desarrollan y proyectan gracias al apoyo del Estado Nacional a través del INCAA, de promoverlo como lugar de ruptura y creación donde cada vez más jóvenes pueden intervenir en los procesos de producción y no solo de recepción de las nuevas obras.

Expresar el nuevo sensorium, el palimpsesto que constituye la identidad de lo latino actual, una mirada minada de fragilidad, de fluidez, de indefinición pero al mismo tiempo de consolidación de nuevos modos de representación, de la certidumbre de crear nuevos lenguajes donde encontrar las maneras de nominar la razón de su ser social.

El optimismo que implica la sanción de la Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la Argentina, en una nueva concepción de los medios y su relación con el Estado, para comprender y transformar los medios audiovisuales, en especial la televisión como espacio de la diversidad de los relatos, donde puedan participar activamente nuevas voces implica un posible futuro donde las formas de narrar la violencia, la marginalidad, la religión, entre otros no sirvan a los fines de la estigmatización y la manipulación sino en la representación y en la reflexión; es decir, relatos donde, en palabras de Walter Benjamin, el contenido de lo real este presente pero mucho más importante, donde del contenido de verdad sea el que predomine.

#### Bibliografía

- Barbero, J.(2012): "La telenovela en Colombia: Televisión, Melodrama y Vida Cotidiana". *Revista Diálogos de la Comunicación y la Cultura*, N° 17.
- Barbero, J. (2001) "Claves de debate/ televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención" Publicado en el libro *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. [www.library.fes.de/pdf-files/buenos/kolumbien/04199.pdf](http://www.library.fes.de/pdf-files/buenos/kolumbien/04199.pdf). En línea.
- Bazin, A. (1999): ¿Qué es el cine?. Madrid: Ed. Rialp.
- Castoriadis, C. (1989): *La institución imaginaria de la sociedad*, tomo 2: El imaginario social y la institución. Madrid: Tusquets Ediciones.
- Morley, D. (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Orozco Gómez, G.(2001): Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la televidencia y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana de Educación* N°27, Pp 155-175.
- Orozco Gómez, G y M Vassallo de Lopes. (2012): *Transnacionalización de la ficción televisiva en los países iberoamericanos*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Picabea, M. "Zapping académico: cada vez hay más investigación sobre la TV argentina". <http://edant.clarin.com/diario/2007/02/26/sociedad/s-03410.htm>. 26 de Febrero 2007.
- Respighi, E. "Se miran para escandalizarse, pero también para reconocerse". <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-31672-2014-03-23.html>. 23 de Marzo de 2014.
- Rojas Mix, M. (2006): *El imaginario civilización y cultura del Siglo XXI*. Bs.As: Prometeo Libros.
- Schejtman, N. "Pasarse de la Raya". <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-9422-2014-01-12.html>. 12 de enero de 2014.

\*\*\*