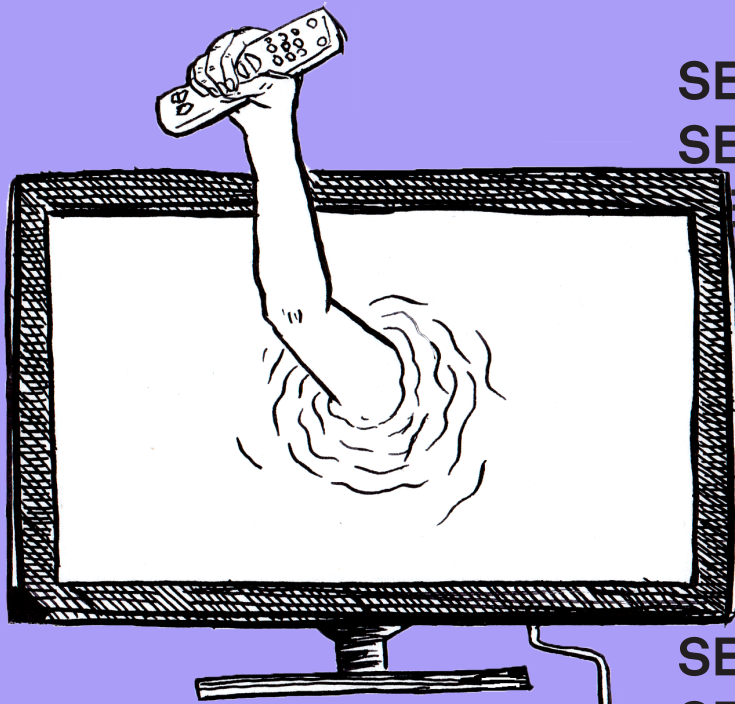




UNIVERSIDAD DE CHILE
Instituto de la
Comunicación e Imagen
ICEI

REVISTA COMUNICACIÓN Y MEDIOS

Año 27 · Primer Semestre 2018 · Santiago
Universidad de Chile · Instituto de la Comunicación e Imagen



SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN
SERIES DE TELEVISIÓN

Incluye monográfico sobre
**FICCIONES TELEVISIVAS
CONTEMPORÁNEAS**

N°37



UNIVERSIDAD DE CHILE
Instituto de la
Comunicación e Imagen
ICEI

REVISTA
**COMUNICACIÓN
Y MEDIOS**

N°
37

Año 27/ 2018
Primer, Semestre
Santiago, Chile

Página de créditos n°37

Revista Comunicación y Medios N°37
Universidad de Chile.
Rector: Doctor Ennio Vivaldi Véjar
Instituto de la Comunicación e Imagen
Directora: Profesora María Olivia Mönckeberg Pardo

Editor General: Doctor Javier Mateos-Pérez
Editor Asistente: Cristian Cabello

Editoras invitadas monográfico N°37:
Ingrid Bachmann
Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile
Giuliana Cassano
Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú

Diseño gráfico: Tarix Sepúlveda

Crédito de ilustración de portada: Constanza Figueroa en Vida de Hogar (2016) de Naomi Orellana (Trío Editorial, Valparaíso).

ISSN 0716-3991 / e-ISSN 0719-1529

Todos los artículos son revisados por un mínimo de dos académicos o investigadores de su Comité Editorial o del Referato, quienes, preferentemente, poseen doctorados. Para asegurar evaluaciones neutras y sin sesgos de ningún tipo con los autores del artículo, la Revista Comunicación y Medios cerciora un arbitraje a través del sistema "doble ciego".

Durante el proceso de revisión la identidad, tanto de autores y evaluadores, se mantiene oculta. Los factores que se tienen en cuenta en la revisión son la

pertinencia, la solidez, la importancia, la originalidad, la legibilidad y el lenguaje del artículo.

Los revisores evalúan el contenido intelectual de los manuscritos, sin importar la raza, el género, la orientación sexual, creencias religiosas, origen étnico, la nacionalidad, o la filosofía política de los autores.

Consejo Editorial:

Doctora Ingrid Bachmann
Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile
Doctora Nancy Berthier
Université Paris-Sorbonne, Francia
Doctor Miguel Alfonso Bouhaben
Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador
Doctora Mar Chicharro
Universidad de Burgos
Doctor Felip Gascon i Martín
Universidad de Playa Ancha, Chile
Doctora Gabriela Gómez
Universidad de Guadalajara, México
Doctora Charo Lacalle Zalduendo
Universitat Autònoma de Barcelona, España
Doctora Anna Maria Lorusso
Università di Bologna, Italia
Doctor Armand Mattelart
Université Paris VIII-Vincennes-Saint Denis, Francia
Doctora Nancy Morris
Temple University, United States
Doctora María Antonia Paz
Universidad Complutense de Madrid, España
Doctor Carlos Scolari
Universitat Pompeu Fabra, España
Doctor Fernando Ramos
Universidad de Leipzig, Alemania

Agradecemos la
colaboración de los y las
**evaluadores
del N°37**

Doctorando Pablo Andrada-Sola, Universidad Pompeu Fabra, España.
Doctor Lizandro Angulo, Universidad del Tolima, Colombia.
Doctora Lorena Antezana, Universidad de Chile, Chile.
Doctor Gustavo Aprea, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
Doctor Wolfgang Bongers, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.
Doctor Lionel Brossi, Universidad de Chile, Chile.
Doctora Paulina Brunetti, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
Magíster Guillermo Bustamante, Universidad del Pacífico, Chile.
Doctor Adrien Charlois, Universidad de Guadalajara, México.
Doctora Mar Chicharro, Universidad de Burgos, España.
Doctora Valeria de los Ríos, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.
Magíster James Dettleff, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.
Doctora Brenda Di Paolo, Universidad Nacional de Cuyo, Argentina.
Doctor Daniel Escandell-Montiel, Universidad Metropolitana de Manchester, Reino Unido.
Doctora Guillermina Franco, Universidad Carlos III, España.
Doctor Luis García-Fanlo, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
Doctor Santiago García-Ochoa, Universidad de Santiago de Compostela, España.
Doctor Diego García-Ramírez, Universidad del Rosario, Colombia.
Doctor Salvador Gómez-García, Universidad de Valladolid, España.
Doctora Clarice Greco, Universidad Paulista, Brasil.
Doctora Josefina Hernández-Téllez, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México.
Doctor René Jara, Universidad de Santiago de Chile, Chile.
Doctora Nadia Koziner, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina.
Doctoranda Claudia Lagos, Universidad de Illinois at Urbana-Champaign, Estados Unidos.
Doctora Daniela Lazcano, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
Doctora María Marcos, Universidad de Salamanca, España.
Doctora María del Pilar Martínez-Costa, Universidad de Navarra, España.
Doctora María Luisa Martínez, Universidad Autónoma de Barcelona, España.
Doctorando Alejandro Morales, Universidad de Barcelona, Chile.
Doctora Cristina Munglioli, Universidad de Sao Paulo, Brasil.
Doctor Bernardo Navarrete, Universidad de Santiago, Chile.
Doctor Francisco Osorio, Universidad de Chile, Chile.
Doctora Karla Palma, Universidad de Chile, Chile.
Doctor Dino Pancani, Universidad de Chile, Chile.
Doctora María Antonia Paz, Universidad Complutense de Madrid, España.
Doctora Belén Peyró, Universidad Nacional de Educación a Distancia, España.
Doctora Ximena Poó, Universidad de Chile, Chile.
Doctor Fernando Ramírez, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
Doctor Omar Rincón, Universidad de los Andes, Colombia.
Doctora María de los Ángeles Rodríguez, Universidad Southwestern, Estados Unidos.
Magíster Raúl Rodríguez, Universidad de Chile, Chile.
Doctor Xosé Rodríguez-Polo, Universidad Rey Juan Carlos, España.
Doctor Ángel Rubio, Universidad Complutense de Madrid, España.
Doctora Paulina Salinas, Universidad Católica del Norte, Chile.
Doctora Rosario Sánchez, Universidad Católica del Uruguay, Uruguay.
Doctor Eduardo Santa Cruz, Universidad de Chile, Chile.
Doctora María Teresa Santos, Universidad del País Vasco, España.
Magíster Juan Pablo Sarmiento, Universidad de New York, Estados Unidos.
Doctor Marcello Serra, Universidad Carlos III, España.
Doctora Lucía Stecher, Universidad de Chile, Chile.
Doctora Salomé Solá, Universidad de Sevilla, España.
Doctor Abel Suing, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador.
Doctora Luisa Torrealba, Universidad Central de Venezuela, Venezuela.
Doctora Carolina Urrutia, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.
Magíster Guillermo Vásquez, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

06

Editorial

Ficciones Televisivas Contemporáneas: espacios simbólicos fenómenos complejos

Ingrid Bachmann / Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Giuliana Cassano / Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú

Editoras invitadas

MISCELÁNEA

ARTÍCULOS

11

Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva

Immersion, social media and transmedia storytelling: the inclusive mode of reception

Philippe Gauthier / Universidad de Queen, Canadá

24

El Bildungsroman femenino. El verano de los peces voladores (Marcela Said, Chile, 2013)

The Female Bildungsroman in The Summer of Flying Fish (Marcela Said, Chile, 2013)

Rosana Díaz-Zambrana / Rollins College, Estados Unidos

36

El debate sobre la educación chilena en la sección de opinión de *El Mercurio* (2011-2014)

The debate on education in the opinion section of El Mercurio (2011-2014)

Carlos Ruiz / Universidad de Chile, Chile

48

Prensa argentina y noticia policial (1976-1983). Los casos: *Diario Popular* y *La Prensa*

*Argentine newspapers and police news (1976-1983). The cases of *Diario Popular* and *La Prensa**

María Paula Gago / Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

62

Análisis de la diversidad musical en las emisoras de FM más escuchadas en Buenos Aires (2011-2017)

Analysis of musical diversity in the most listened to FM stations in Buenos Aires (2011-2017)

Agustín Espada & Agustín Yannicelli / Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

MONOGRÁFICO "FICCIONES TELEVISIVAS CONTEMPORÁNEAS"

79

Diversidad entre rejas: Estereotipos e identidad de género en la ficción televisiva *Orange is the New Black*

*Diversity behind bars: Gender stereotypes and identity in *Orange is the New Black**

Leyre Eguskiza-Sesumaga / Universidad del País Vasco, España

93

Érase una vez en México. Ficción y memoria del pasado reciente en la serie *El Chapo*

*Once upon a time in Mexico. Fiction and memory of the recent past in the series *El Chapo**

Janny Amaya / Universidad de Guadalajara, México

106

Visualidad política latinoamericana en *Narcos*: un análisis a través del estilo televisivo

*Political visibility of Latin America in *Narcos*: an analysis through the television style*

Simone Maria Rocha / Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil

119

Narrativas islamofóbicas y series de animación para adultos: una tiranía de lo visual

Islamophobic narratives and animation series for adults: a tyranny of the visual

Natividad Garrido / Universidad de La Laguna, España

Yasmina Romero Morales / Universidad de La Laguna, España

131

La construcción de los personajes protagonistas en las series de Netflix: el perfil del adolescente en *13 Reasons Why* y en *Atypical*

The construction of the teenager profile on Netflix Tv Shows 13 Reasons Why and Atypical

Irene Raya Bravo / Universidad de Sevilla, España

Inmaculada Sánchez-Labela / Universidad de Sevilla, España

Valeriano Durán / Universidad de Cádiz, España

144

Análisis narratológico comparativo de la serie *Lost* con otras producciones audiovisuales de ficción

Comparative narrative analysis of the series Lost with audiovisual productions of fiction

Víctor Álvarez / Universidad de Cádiz, España

156

Cruzando fronteras en las series de ficción federal: identidades y road movie en la televisión argentina

Crossing borders: identities, federal fiction series and road movie on argentine TV

Cristina Andrea Siragusa / Universidad Nacional de Villa María
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Mariana Britos / Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

168

La ficción televisiva en Argentina 2011 - 2016: el fomento estatal y la crisis de la producción privada

TV fiction in Argentina 2011 - 2016: state financing and the crisis of private production

Ezequiel Rivero / Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

184

Evolución histórica de las telenovelas en Argentina

Historical evolution of Argentine soap operas

Ornela Carboni / Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

RESEÑAS

198

Television, Democracy, and the Mediatization of Chilean Politics

Claudia Lagos / University of Illinois at Urbana-Champaign, Estados Unidos

201

La cultura de la conectividad

Matías Valderrama Barragán / Pontificia Universidad Católica, Chile

Editorial Monográfico N°37:

Ficciones televisivas contemporáneas: espacios simbólicos y escenarios complejos

Editoras invitadas

Ingrid Bachmann

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Giuliana Cassano

Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú

La convocatoria realizada para este número monográfico de *Comunicación y Medios* invitaba a “la reflexión y la respuesta de preguntas teóricas y prácticas” sobre las ficciones televisivas contemporáneas de manera de actualizar una discusión sobre discursos mediáticos que, incluso con las tecnologías disponibles y la expansión de la globalización, continúan siendo relevantes.

Milly Buonanno (2017) señala que vivimos un tiempo de revolución creativa, porque hoy la televisión nos ofrece una nueva generación de series dramáticas que impactan en nuestra cotidianeidad, relatos que nos interpelan con situaciones y personajes complejos que dialogan de diversas formas con nuestro escenario contemporáneo. El siglo XXI, además, ha traído importantes cambios en los procesos de producción, realización y consumo de las series televisivas, que se han convertido en un espacio simbólico en diálogo permanente con escenarios contemporáneos complejos. Todo esto subraya la importancia de estas producciones y el valor de su estudio el día de hoy.

En este número, nos propusimos debatir sobre las representaciones sociales y los discursos narrativos de la ficción televisiva, así como los cambios en la industria y en el consumo de las series de te-

levisión. Nuestro interés era reconocer el amplio espectro de ficción televisiva actual en Iberoamérica y su extenso arsenal de historias e imágenes, con influencia mucho más allá de la pantalla. Los trabajos aquí publicados abordan esta variedad. Con diferentes miradas teóricas y abordajes metodológicos, los artículos de este monográfico exploran los procesos de producción, realización y consumo de la ficción televisiva contemporánea en Iberoamérica.

En el ámbito de las representaciones, el trabajo de Leyre Eguskiza Sesumaga, titulado “Diversidad entre rejas: Estereotipos e identidad de género en la ficción televisiva *Orange is the New Black*” aborda los factores que influyen en el retrato de los catorce personajes femeninos de esta serie de Netflix. El análisis da cuenta de valores heteronormativos imperantes, también de visibilización de minorías al margen de modelos más tradicionales. Simone Rocha aporta a la reflexión de las representaciones analizando cómo se presentó visualmente a América Latina y la problemática de las drogas en “Visualidad política latinoamericana en *Narcos*: un análisis a través del estilo televisivo”. Para este trabajo, la autora adapta la propuesta de Mitchell sobre el giro pictórico en el compuesto imagen/texto.

Desde la memoria cultural Janny Amaya Trujillo reflexiona sobre el potencial de la ficción televisiva para narrar y construir significados sobre la historia reciente en "Érase una vez en México. Ficción y memoria del pasado reciente en la serie *El Chapo*". Su trabajo propone que desde los relatos de ficción es posible construir marcos para interpretar el pasado reciente.

Las construcciones de identidad, a partir de los estudios culturales, son el foco del artículo "Narrativas islamofóbicas y series de animación para adultos: una tiranía de lo visual", de Yasmina Romero Morales y Natividad Garrido Rodríguez. Su estudio da cuenta de un nocivo patrón de estereotipos para representar el mundo árabe-islámico en producciones hollywoodenses y el etnocentrismo de sus realizadores.

A partir de un análisis narratológico, Víctor Álvarez Rodríguez explora la innovación de una exitosa serie estadounidense en "Análisis narratológico comparativo de la serie *Lost* con otras producciones audiovisuales de ficción". El autor concluye que esta producción constituye un nuevo modelo de creación para diferentes productos audiovisuales basados en la intertextualidad.

Irene Raya, Inmaculada Sánchez-Labela y Valeriano Durán analizan la televisión denominada *teen* en "La construcción de los personajes protagonistas en las series de Netflix: el perfil del adolescente en *13 Reasons Why* y en *Atypical*", los autores plantean que la televisión juvenil es un lugar ideal para la consagración de estereotipos, pero también como se constituye en escenario de transformaciones y cambios que inciden directamente sobre los estereotipos vigentes en la sociedad. En las conclusiones del trabajo, los autores señalan que estos relatos exploran temáticas sociales relevantes para los adolescentes, además de una actualización de la celebración de la individualidad y la diferencia en ese período particular de la vida.

En otro ámbito, en el caso de la ficción argentina Cristina Siragusa y Mariana Britos exploran paisajes, sujetos y la construcción del yo en producciones televisivas argentinas desarrolladas en el marco de una política de fomento estatal en "Cruzando fronteras en las series de ficción federal: identidades y *road movie* en la televisión argentina". Ezequiel Rivero plantea en "La ficción

televisiva en Argentina: el fomento estatal y la crisis de la producción privada (2011-2016)" que la crisis de la producción de la ficción en Argentina se inscribe en un contexto complejo del sector audiovisual: caída de la audiencia de la TV abierta, estancamiento de la suscripción de paga, compra de programas extranjeros. Por su parte Ornella Carboni identifica cinco etapas y los principales factores políticos, económicos y tecnológicos en el desarrollo del melodrama de ese país en "Evolución histórica de las telenovelas en Argentina".

Este conjunto de trabajos da cuenta de la riqueza de la televisión como producción cultural, como lugar de representaciones y tecnología de discursos que van delimitando dinámicas simbólicas que representan, pero también dan forma a nuestros sueños, intereses, tensiones y preocupaciones, dinámicas que van dando forma a nuestras identidades. Estas series encarnan la idea de que la ficción televisiva es omnipresente en la vida cotidiana de las sociedades contemporáneas.

ARTÍCULOS

Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva*

Immersion, social media and transmedia storytelling: the inclusive mode of reception

Philippe Gauthier

Queen's University, Kingston, Canadá
philippe-2.gauthier@polymtl.ca

Resumen

En el presente artículo, sostengo que las redes sociales se convierten en el sitio principal de un nuevo conjunto de relaciones entre la ficción y la realidad en la narración transmedia al permitir la interacción entre los personajes (en el mundo ficticio) y los interactores (en el mundo real). Estas relaciones subyacen a un nuevo modo de recepción, que propongo llamar el modo de recepción inclusivo. A diferencia del modo de recepción "inmersivo", cuyo objetivo final es sustituir una realidad por otra alterando la realidad del interactor y sumergiéndolos en un mundo ficticio completamente diferente, el objetivo principal del modo de recepción "inclusivo" es posibilitar la coexistencia simultánea de dos mundos (los de la realidad cotidiana del interactor y del mundo ficticio que consumen) y conectarlos utilizando las redes sociales como interfaz.

Palabras clave

Redes sociales, narración transmedia, interfaz, inmersión, modo de recepción.

Abstract

In the present article, I argue that social media become the main site of a new set of relations between fiction and reality in transmedia storytelling by enabling interaction between characters (in the fictional world) and interactors (in the real world). These relations underlie a new mode of reception, which I propose to call the inclusive mode of reception. Unlike the "immersive" mode of reception, whose ultimate goal is to substitute one reality for another by altering the interactor's reality and plunging them into an entirely different fictional world, the main objective of the "inclusive" mode of reception is to make possible the simultaneous co-existence of two worlds (those of the interactor's everyday reality and of the fictional world they consume) and to connect them using social media as an interface.

Keywords

Social media, transmedia storytelling, interface, immersion, mode of reception.

Recibido: 30-07-2017/ Aceptado: 04-04-2018 / Publicado: 30-06-2018
DOI: 10.5354/0719-1529.2018.46952

* Este trabajo ha sido apoyado financieramente por Queen's University, University of Ottawa y Bishop's University. Traducido por Mariela Michel

1. Introducción

Las relaciones entre las redes sociales y los personajes de ficción han sido, hasta ahora, analizadas exclusivamente a través de la óptica del *fandom*¹. Estos estudios resaltan en particular el importante papel que han jugado los fans en la creación de relatos en las redes sociales dedicados a sus personajes favoritos. Ese tipo de relatos extraoficiales permiten a estos fans volverse parte tanto del mundo ficcional de su figura favorita, como también de una comunidad de fans que gira en torno a ese mundo ficcional. Sin embargo, ocurre con muy poca frecuencia que los académicos se dediquen a examinar el fenómeno relativamente reciente de incorporar las redes sociales a las narrativas transmedia (en inglés, *transmedia storytelling*) a través de la creación de relatos "oficiales" para personajes ficticios. Este uso de las redes sociales en relación a las narrativas transmedia ya no está reducido a producciones independiente tales como *Hello Geekette* (2008-2011), *Noob* (2008-2017), *Marble Hornets* (2009-2014) y *Carmilla* (2014-2016). Últimamente, se encuentra también en producciones de los principales estudios de Hollywood, incluyendo el Universo Cinematográfico de Marvel (del 2008 al presente).

Angela Ndalians menciona al pasar el tema, en su trabajo sobre campañas publicitarias virales, que ella considera como una forma de narrativa extendida (Ndalians, 2012:163-193). Para Ndalians, estas campañas publicitarias intensifican la inmersión de la audiencia en un universo ficcional mediante la adaptación de estrategias interactivas que provienen de juegos de realidad alternativa, como el navegar en un entorno urbano utilizando las redes sociales con el objetivo de resolver un misterio². En el caso de este ejemplo particular, los participantes deben recoger información que está dispersa tanto a través de varias plataformas (páginas web, cuentas de *Facebook* y de *Twitter*, films, series televisivas, etc.), como también en varios lugares de la ciudad.

2. Marco teórico

En el presente texto, propongo iniciar una discusión que problematice más directamente la incorporación de las redes sociales en las narrativas transmedia a través de la creación de relatos "oficiales" para personajes de ficción. Importa clarificar qué se entiende por transmedia en este artículo y cómo otros autores han utilizado ese término, porque el término transmedia engloba una variedad de prácticas. Mi enfoque toma prestado elementos de la teoría de los estudios mediáticos sobre las narrativas transmedia, y deja de lado los interrogantes que sacó a la luz la teoría de estudios narrativos sobre la narrativa transmedial. Más precisamente, esta última área – descrita de varios modos como narratología transmedial, narrativa transmedial y estudios de narrativas mediáticas– examina la naturaleza de la narrativa a la luz de la relación entre narrativa y medios, y se plantea preguntas tales como: ¿de qué modo las propiedades intrínsecas del medio moldean la forma de la narrativa y afectan la experiencia narrativa?, ¿qué propiedades de un medio determinado son favorables o perjudiciales para la narratividad?, ¿qué es lo que el medio *x* puede hacer que el medio *y* no puede?, ¿cuáles son los géneros, dispositivos, o problemas narrativos que son específicos de un medio? o ¿en qué condiciones los medios no-verbales pueden contar historias? (Ryan, 2004: 35). Como señaló el teórico de la narrativa David Herman, la narratología transmedial es "el estudio de todo tipo de narrativas, independiente de origen, medio, tema, reputación, o género" (Herman, 2002: 47).

Mientras que la teoría de las narrativas transmediales de los estudios narrativos está interesada en el estudio de la naturaleza medio-específica y no-medio-específica de la narrativa, la teoría de los estudios mediáticos sobre las narrativas transmedia, por otra parte, procura entender cómo un mundo narrativo se despliega a través de plataformas mediáticas. Los teóricos de los estudios mediáticos han desarrollado, como resultado, varios conceptos (con frecuencia semejantes) para entender cabalmente las sutilezas de las narrativas transmedia. Para mencionar solamente unos pocos ejemplos, es posible hacer

referencia a lo que Marc Ruppel describe como “narrativas *cross-sites*” estructuras que “hacen añicos la fijeza de la narrativa como un emprendimiento de un único medio y establecen en su lugar un mundo narrativo multi-mediaticado” (Ruppel, 2006). Para Jill Walker, “las narrativas distribuidas [son historias que] no pueden ser experimentadas en una sola sesión o en un sólo espacio” (Walker, 2004: 91). Glorianna Davenport caracteriza “las historias muy distribuidas” como narrativas “capaces de expandir el involucramiento social de las audiencias y al mismo tiempo ofrecer una inmersión intensa en la experiencia de una historia que se desarrolla en múltiples ámbitos públicos y privados” (Davenport, Agamanolis, Barry, Bradley & Brooks, 2000: 456-469).

Finalmente, un último ejemplo: el teórico de los medios Henry Jenkins ha popularizado lo que él llama “narrativas transmedia.” Como Jenkins explica:

Un relato transmedia se despliega a través de múltiples plataformas mediáticas y cada nuevo texto hace una contribución distintiva y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narrativa transmedia, cada medio hace lo que hace mejor - de tal modo que una historia podría ser introducida en un film, expandida a través de la televisión, novelas e historietas; su mundo podría ser explorado por medio del videojuego o experimentado como una atracción en un parque de diversiones (Jenkins, 2006: 95-96).

Podemos agregar a esta definición el contenido generado por el usuario como una de las estrategias para expandir los mundos ficcionales (Scolari, 2009: 585-606). Coincido con Carlos Alberto Scolari en que la mayoría de estos conceptos “grosso modo (...) trata de nombrar una misma experiencia: una práctica de producción de sentido e interpretativa basada en historias que se expresan a través de una combinación de lenguajes, medios y plataformas” (Scolari, 2009: 588). Es esta clase de experiencia la que se encuentra en el centro de este artículo.

Mi objetivo es demostrar, a través de un estudio de caso de la historia transmedia *Marble Hor-*

nets (2009-2014), cómo la presencia de personajes de ficción en las redes sociales crea nuevas relaciones entre su mundo ficcional y la realidad del *interactor* – relaciones que, además, son acentuadas por el uso de tecnologías móviles³. El término “interactor” – una palabra compuesta formada por “interacción” y “actor” – es empleado a lo largo de este capítulo en lugar de los términos usuales “espectador” o “televidente.” Incluso cuando el término “espectador” no se refiere a un “receptor” más o menos pasivo, y le otorgamos completa agentividad en la base de toda experiencia estética, una de las ventajas del término “interactor” es que hace posible contextualizar, desde su propia formulación, el fenómeno que procuro observar. En efecto, como Catherine Guéneau oportunamente señala, “en la web, ¿no es cierto que somos (simultáneamente o por separado) lector, espectador, jugador, oyente, guionista, e incluso a veces camarógrafo (con una webcam)?” (Guéneau, 2006: 70). Por lo tanto, el término “interactor” enfatiza la naturaleza activa/creativa de la experiencia estética producida por algunas narrativas transmedia. Asimismo, abordaré después la pregunta de cómo esas nuevas relaciones entre interactor y mundo ficcional nos imponen una reevaluación del concepto de “inmersión” – un concepto que fue desarrollado para entender mejor las relaciones entre ficción y realidad creadas por medios más tradicionales tales como la novela, la novela gráfica, la televisión, el cine y los videojuegos.

Para superar la esterilidad heurística de estos dos conceptos, propongo considerar las redes sociales como una interfaz entre la realidad del interactor y el mundo ficcional que éste consume. El principio subyacente en mi abordaje es bastante simple: al habilitar la interacción entre un personaje (en el mundo ficcional) y un interactor (en el mundo real), las redes sociales se han convertido en el sitio principal de un nuevo conjunto de relaciones entre ficción y realidad. Más precisamente, entonces, deseo formular la hipótesis de que las redes sociales actúan como una interfaz que permite que elementos ficcionales estén presentes en la realidad cotidiana del interactor, creando de ese modo para el interactor nuevas formas de entrar en contacto

con los personajes de los mundos ficcionales. Como un concepto analítico, esta interfaz me permite plantear interrogantes sobre los límites y las fronteras entre representación y realidad, y sobre los modos en los que la información ficcional se materializa en nuestras vidas cotidianas. En los últimos años, dichas interfaces se han vuelto importantes marcos conceptuales que nos habilitan a pensar a través y más allá de los dualismos –tales como lo virtual y lo físico o ficción y realidad– al focalizar nuestra atención en las fronteras que separan varios sistemas, marcos o tipos de *software*, y en las formas de contacto y de comunicación que podrían ser posibles, si estas fronteras fuesen cruzadas o transgredidas (Manovich, 2001; Drucker, 2011; y Jeong, 2013). El concepto de interfaz también vuelve posible formular preguntas en torno al modo en que las conexiones entre varios sistemas son posibles. En última instancia, la interfaz es un espacio de contacto y negociación entre los diversos sistemas, un espacio que debe ser constantemente explorado.

Así, la consideración de las redes sociales como una “interfaz” entre la realidad del interactor y el mundo ficcional que él consume, destaca las nuevas relaciones entre ficción y realidad. Estas nuevas relaciones subyacen una nueva modalidad de recepción que propongo llamar la modalidad inclusiva de recepción, que contrasta con la modalidad de recepción “inmersiva” vinculada al concepto de inmersión. A diferencia de la modalidad de recepción “inmersiva”, cuyo fin último –sin realmente llegar a alcanzarlo nunca– es el de *substituir una realidad por otra*, a través de alterar la realidad del interactor y hacer que se zambulla en un mundo ficcional enteramente diferente. El objetivo principal de la modalidad de recepción “inclusiva” es el volver posible la simultánea *co-existencia de dos mundos* (aquellos de la realidad cotidiana del interactor y del mundo ficcional que consume) y conectarlos usando las redes sociales como una interfaz. En otras palabras, es como si los mundos ficcionales se volvieran parte de nuestra realidad a través de las redes sociales.

3. Personajes de Ficción en las Redes Sociales

La presencia de personajes de ficción en las redes sociales no es un fenómeno reciente. Los fans han creado páginas dedicadas a sus personajes de ficción favoritos desde el surgimiento de las redes sociales en sitios como *MySpace*. En el presente, los fans continúan administrando esas páginas en *Facebook*, *LiveJournal*, *Tumblr* y *Twitter* como una forma de vivir plenamente sus mundos ficcionales favoritos y de continuar la narrativa. Este juego de roles es un modo de no sólo entrar en este mundo, sino también en una comunidad de fans vinculada a él (Coppa 2006; Wood & Baughman, 2012; McClellan 2013; Bore & Hickman 2013; y Lookadoo & Dickinson 2015). Las personas que están detrás de estas páginas extraoficiales (o de estos perfiles) interactúan entre ellas, o con otros fans del mismo mundo de una manera que es consistente con la psicología del personaje cuya presencia ellos desean simular en Internet. Otros se apropian de la identidad de un personaje de ficción con el fin de generar posteos humorísticos o satíricos en las redes sociales.

También existen en las redes sociales perfiles de personajes ficcionales que podrían ser descritos como “oficiales,” en el sentido de que esos perfiles son administrados por los creadores del personaje en cuestión o al menos por aquellos que tienen los derechos. En algunos sitios de las redes sociales, es posible verificar la autenticidad de estos perfiles para permitir que otros usuarios conozcan su estatus. La insignia azul en *Facebook* y la insignia azul en *Twitter*, por ejemplo, confirman esta autenticidad. Estos perfiles son mayormente usados para promover nuevos productos, ya sea una nueva película, libro de historietas, o productos derivados. Para convencerse de esto, uno solamente necesita navegar por los perfiles oficiales de dos de los más populares personajes de historietas en la actualidad: Superman y Iron Man⁴. Dado que estos dos personajes ahora actúan en un mundo ficcional transmedia en el cual los videojuegos, historietas, series televisivas, y films se entrecruzan y contribuyen a la misma narrativa, no es sorprendente encontrar en el perfil de Superman en *Facebook*, por ejemplo, una pu-

blicidad sobre la incorporación del personaje de Superniña en el videojuego *LEGO Dimensions*, o un enlace para hacer la reserva en línea de la última historieta de *Superman*.

Durante los últimos años, los creadores de personajes no se contentaron con usar el perfil del personaje solamente para presentarlos ante el público y promover los productos culturales relacionados con ellos. En lugar de eso, algunos creadores usan estos perfiles para desarrollar la narrativa del mundo ficcional en el cual sus personajes viven. Con estas redes sociales, los creadores hacen que los interactores interactúen con su mundo ficcional de una manera totalmente diferente. Esta clase de interacción es más difícil de lograr cuando estos interactores son lectores (de novelas o de historietas), espectadores (de films o de series televisivas) o jugadores (de videojuegos). El uso de las redes sociales por parte de los personajes hace posible, antes que nada, involucrar en mayor medida a los consumidores de los productos culturales de un mundo ficcional mediante la posibilidad de llenar ciertas lagunas narrativas entre los diferentes segmentos de un libreto narrativo, ya se encuentren éstas dispersas entre varias entregas de un medio específico (una serie de films, novelas o historietas), o a través de una variedad de plataformas, como en el caso de una narrativa transmedia⁵.

La presencia de personajes en las redes sociales también proporciona a los interactores una oportunidad para establecer nuevos tipos de relaciones con ellos. No se trata solamente del hecho de que los personajes hablen sobre asuntos de sus vidas privadas, como lo hacen millones de usuarios reales, dando de ese modo a los interactores acceso privilegiado a sus pensamientos más íntimos; estos personajes también comentan sobre asuntos de actualidad y fenómenos culturales contemporáneos, al compartir sus citas favoritas extraídas de films recientes, o al pedir recomendaciones de restaurantes de moda. El modo en el que los personajes ficcionales usan ciertas redes sociales, tales como la herramienta de microblogueo *Twitter*, les da un aire de autenticidad, que surge del hecho de que esto reproduce la interacción social que

se encuentra comúnmente en las redes sociales. De esa manera, esto sitúa las vidas de estos personajes en la realidad cotidiana de los interactores. Asimismo le otorga a estos últimos la posibilidad de interactuar con estos personajes en tiempo real (y, tal vez, incluso de influir en sus tramas narrativas), en la medida en que los personajes tienen la posibilidad de responder a comentarios realizados por interactores en las redes sociales. En pocas palabras, los interactores pueden conocer más sobre las vidas de estos personajes al seguir sus perfiles, mientras que ellos siguen la narrativa del mundo ficcional en el que aquellos viven.

4. *Marble Hornets* (2009-2014)

*Marble Hornets*⁶ es una buena ilustración de cómo la forma narrativa ha cambiado a raíz de la presencia de personajes de ficción en las redes sociales. *Marble Hornets* es una historia transmedia que se desarrolló entre 2009 y 2014 en tres medios: 1) el foro del sitio *Something Awful* (somethingawful.com), 2) una cuenta de *Twitter*, y 3) una serie web emitida en dos cuentas de *YouTube*. *Marble Hornets* cuenta la historia de un hombre joven llamado Jay, que intenta descubrir por qué su amigo, Alex, está escondido. Alex estaba filmando una película de cine estudiantil llamada *Marble Hornets*, pero él abandonó el proyecto dos meses después de haber comenzado la producción. Antes de su desaparición, Alex dio a Jay las tomas que había filmado, y le pidió que nunca le hablara al respecto. A pesar de todo esto, Jay decide subir algunos *clips* a *YouTube*. Al compartir la historia de Alex de esa manera, Jay alberga la esperanza de que algún navegante de la web pueda ayudarlo a resolver el misterio y, en última instancia, a encontrar a su amigo. Cuando explora el contenido de los archivos, Jay descubre que Alex fue intimidado por la aparición de una figura misteriosa durante el rodaje de su película. Los personajes en *Marble Hornets* se refieren a esta figura de traje negro – que parece estar inspirada en el personaje sobrenatural de ficción el Hombre Delgado (*the Slenderman*) – como “el Operador (*the Operator*)”⁷. A medida que sus encuentros con el Operador comienzan a

expandirse más allá de los lugares de su rodaje, Alex gradualmente va cayendo en un estado de paranoia. Vemos así que el trabajo y la vida personal de Alex se desmoronan silenciosamente a medida que avanza el posteo de cortos *clips* a *YouTube*. A medida que Jay examina las tomas de video que dejó Alex, algunos acontecimientos que involucran al Operador comienzan a influir también en su propia vida. Esta figura misteriosa comienza entonces a invadir también la vida personal de Jay, obligándolo, al igual que a su amigo Alex, a filmarse a sí mismo. Los videos de *YouTube* se alternan entre los que muestran la vida de Jay y los que muestran la de Alex, resaltando así las semejanzas y conexiones entre ellos, a partir de la aparición de el Operador en sus vidas.

Marble Hornets fue presentada al interactor como una experiencia transmedia desde el principio. La historia comenzó a desarrollarse en 2009, en el sitio *Something Awful* (el 18 de junio), en *YouTube* (el 19 de junio), y en *Twitter* (el 20 de junio). Por lo tanto, *Marble Hornets* comenzó oficialmente el 18 de junio del 2009, cuando Jay posteó una entrada al foro del sitio *Something Awful* bajo el apodo⁸ "ce gars"⁹. En una publicación de 750 palabras, Jay presentó la historia de Alex y explicó por qué había sentido la necesidad de mirar la filmación que había sido dejada por su amigo. La primera aparición del personaje de Jay fue en un hilo de discusión en el cual los participantes crean leyendas urbanas e historias de terror, y respaldan sus afirmaciones con evidencia convincente y supuestamente documental. Una cuenta de *YouTube* llamada *Marble Hornets* fue configurada el día posterior a la publicación del texto, en el sitio *Something Awful*, el 19 de junio del 2009. Un video inicial llamado "Introducción" fue subido el 20 de junio. En dicho video, Jay explica brevemente las razones que lo llevaron a compartir en *YouTube* el contenido del archivo de Alex. Los creadores de *Marble Hornets* luego configuraron una cuenta de *Twitter* para Jay, el día después de haber publicado el primer video, el 21 de Junio. Un *tuit* inicial fue enviado el mismo día a las 11:48 p.m., que vincula la cuenta de *Twitter* con el sitio de *YouTube*: "Debido al interés en el canal de youtube [sic], se configura una cuenta de

twitter. Actualizaciones publicadas aquí"¹⁰. Un segundo canal *YouTube* llamado "totheark" fue configurado el 22 de julio. Los videos exhibidos en este canal eran, en su mayoría, respuestas crípticas y amenazantes a los videos del canal *YouTube Marble Hornets*. A pesar de que ninguna información sobre la identidad del personaje que estaba detrás de la configuración de este canal fue revelada durante todo el desarrollo de la historia *Marble Hornets*, la opinión consensual entre los fans fue que se trataba de alguien que había estado involucrado con el rodaje del film estudiantil de Alex¹¹.

En total, Jay publicó diecinueve comentarios en el foro *Something Awful* y subió noventa y dos videos al canal *YouTube Marble Hornets*, con un total de más de ochenta y ocho millones de visualizaciones¹². El canal "totheark", que exhibía treinta y nueve videos, tenía poco menos de diez millones de visualizaciones. Al final, Jay envió 555 *tuits* desde su cuenta *Twitter* @marblehornets, que tuvieron 58.000 seguidores. Los *tuits* de Jay, al hacer referencia directa al canal de *YouTube Marble Hornets*, notificaban a la gente sobre las actualizaciones de videos y a veces sobre problemas técnicos. Algunos mensajes describían el proceso que estaba por detrás del montaje de varios segmentos de los videos que luego era exhibidos en el canal de *YouTube*. Por ejemplo, entre la publicación del video *Entry #2* el 21 de junio del 2009, y la del video *Entry #3*, el 23 de junio del 2009, Jay envió los cuatro mensajes siguientes:

Junio 21, 2009, a las 10:50 p.m.: "Estuve mirando filmaciones todo el día. Nada interesante así que voy a darlo por terminado por esta noche"¹³.

Junio 22, 2009, a la 1:40 p.m.: "Más videos, más de lo mismo"¹⁴.

El mismo día, a las 9:14 p.m.: "Recién me di cuenta de que no he comido en todo el día. Tomándome una pausa muy necesaria"¹⁵.

Junio 23, 2009, a las 1:37 a.m.: "Exhausto por haber compilado la entrada #3. Será publicada mañana"¹⁶.

La cuenta de *Twitter* también permitió a los creadores de *Marble Hornets* desarrollar la trama narrativa mediante el añadido de nuevo contenido, como en estos tres ejemplos de mensajes enviados por Jay, en los cuales él describe sus miedos y planes futuros:

Febrero 10, 2010, a las 4:12 p.m.: "Estoy considerando tapar mis ventanas. Aún me estoy sintiendo increíblemente inseguro aquí"¹⁷.

Tres días después, el 13 de febrero del 2010, a las 10:51 a.m.: "Estoy revisando algunas tomas de vigilancia. No estoy seguro de qué encontraré. Siento como si recién hubiera sabido [sic] una vez más lo que ha estado pasando"¹⁸.

Y finalmente, el último ejemplo, del 25 de febrero del 2010, a las 4:12 p.m.: "Estoy sintiéndome como si estuviera siendo observado constantemente"¹⁹.

Marble Hornets generó una respuesta significativa de los fans en las redes sociales. Los interactores produjeron varios videos con su interpretación de la historia, o simplemente para mostrar su reacción a ciertos videos,²⁰ Ellos también interactuaron con el personaje principal, Jay, en su cuenta de *Twitter*, y le preguntaron, por ejemplo, cómo se sintió luego de haber publicado un video especialmente emotivo o cuáles eran sus planes futuros. En el curso de su búsqueda de Tim, uno de los actores en la película estudiantil de Alex, Jay anunció en un *tuit* del 10 de enero del 2012, a las 5:49 p.m. que él estaba considerando expandir su búsqueda: "Pronto estaré yendo a buscar fuera del área céntrica. Aún queda Rosswood park, pero no iré allí solo"²¹. Luego, un interactor le preguntó: "¿Con quién irías?", Jay le respondió, "Ese es el problema. No confío en nadie"²².

5. Conclusiones

De acuerdo al concepto de inmersión, la relación entre nuestra realidad y el mundo ficcional es una de exclusión. En su concepción más ex-

trema, que, en realidad, nunca es alcanzada, la inmersión puede ser descrita como la experiencia de sentirse transportado a un entorno diferente al nuestro e inventado desde cero (Murray, 1997; Ryan, 2001; Grau, 2003; y Therrien, 2013). Más precisamente, las obras de ficción cuyo objetivo es sumergir al interactor en un mundo ficcional tratan de darle al interactor la ilusión de estar rodeado por una realidad totalmente diferente de la suya propia –una realidad que trata de monopolizar toda su atención completamente. Un ejemplo de ese tipo de experiencia absorbente es la inmersión perceptual, que intenta sumergir los sentidos (Ditton & Lombard, 1997). Incluso podríamos mencionar el tipo de involucramiento psicológico que vemos en algunas actividades tales como los videojuegos, que implica un período de concentración mental durante una actividad determinada (Therrien, 2013: 452-453). Otro tipo de actividades podría incluir también la inmersión narrativa/ imaginativa, que implica dirigir nuestra consciencia del mundo real hacia narrativas imaginarias (Ryan, 2001: 98). Independientemente del tipo de inmersión de la que se trate, su objetivo definitivo es darle al interactor la impresión de que él o ella deja atrás su realidad cotidiana para *zambullirse* en otra realidad; mientras que se mantiene siempre consciente, en cierta medida, de su propio involucramiento dentro de esa realidad, y de las condiciones externas en las cuales él o ella está participando en una ficción mediada. Esta nueva realidad está diseñada de modo que sea diferente de nuestra propia realidad como el aire difiere del agua; de allí surge el uso del término metafórico inmersión, que deriva de la experiencia física de estar completamente sumergido en el agua. En suma, la noción de inmersión se sustenta en un sentimiento de "presencia," una impresión que produce la sensación de estar en un entorno viviente, en tiempo real (Grau, 2003: 7).

Al posibilitar la interacción con personajes en las redes sociales, algunos creadores, como los que están detrás de *Marble Hornets*, cuestionan la relación tradicional de exclusión entre mundos ficcionales y nuestra realidad cotidiana. Como ya mencioné, el objetivo que está detrás de las diversas estrategias de inmersión (en particular,

la inmersión perceptual, la inmersión como involucramiento psicológico y la inmersión imaginativa/narrativa) puede ser rápidamente resumido como el de transportar al interactivo desde su realidad cotidiana hacia un mundo ficcional. Esta relación implica un corte temporario y voluntario con respecto a nuestra realidad en beneficio de otra realidad mediada, aún si el interactivo mantiene siempre, en cierta medida, la consciencia de su propia realidad. La atención del interactivo por ende alterna entre los dos mundos a lo largo de su inmersión. Marie-Laure Ryan expresa esto de modo elegante, cuando ella describe la metáfora de la inmersión como la experiencia física de estar completamente sumergido en agua: "El océano es un ambiente en el cual no podemos respirar; para sobrevivir a la inmersión, debemos tomar oxígeno de la superficie, mantener el contacto con la realidad" (Ryan, 2001: 97). A pesar de esta constante ida y vuelta entre estos dos mundos, la realidad del interactivo y el mundo ficcional son mutuamente excluyentes, en la medida en que las dos realidades no pueden existir simultáneamente.

En el caso de una historia transmedia que utiliza las redes sociales, el interactivo no solamente está inmerso en un mundo ficcional, sino que elementos ficcionales también entran en su realidad cotidiana a través de las redes sociales. Esta interacción en las redes sociales entre el interactivo y los personajes de ficción rompe con la autonomía del mundo ficcional al presentarlo, no como un mundo separado, sino más bien como formando parte del mundo "real" del interactivo. De ese modo, la esterilidad heurística del concepto de inmersión se revela, al dificultarnos la distinción entre la inmersión del interactivo en otro mundo (es decir, reemplazando su realidad cotidiana por un mundo completamente diferente), y la introducción de elementos de un mundo ficcional dentro de su realidad cotidiana.

Narrativas transmedia tales como *Marble Hornets* son una buena ilustración de cómo algunos creadores desarrollan hoy otras modalidades de recepción que divergen de la modalidad de inmersión del interactivo en un mundo ficcional. La presencia en las redes sociales de personajes

tales como Jay de *Marble Hornets* incentiva una modalidad de recepción que describo como "inclusiva," en contraste con la modalidad "inmersiva" de recepción. Mientras que la modalidad de recepción inmersiva produce en el interactivo el sentimiento de ser transportado al interior de otra realidad (mientras que se mantiene aún consciente de su propia realidad), al zambullirlo en un mundo ficcional, la modalidad "inclusiva" de recepción hace posible la co-existencia de un mundo ficcional junto con la realidad cotidiana del interactivo. Aquí las redes sociales juegan el rol de una interfaz entre el mundo ficcional y la realidad del interactivo. En otras palabras, la interacción entre un personaje (el mundo ficcional) y el interactivo (el mundo real) tiene lugar en las redes sociales (la interfaz)²³. Las redes sociales deben, por lo tanto, ser consideradas en este caso como una interfaz que reconfigura no solamente las relaciones entre ficción y realidad, sino también el espacio en el cual estas relaciones se despliegan. A diferencia de la modalidad inmersiva de recepción, la modalidad inclusiva de recepción no reemplaza el espacio del interactivo con el del mundo ficcional. Los dos espacios co-existen simultáneamente y están parcialmente superpuestos a través de la intermediación de las redes sociales. Más que reducir la ficción a la periferia, a los márgenes de la realidad del interactivo, la inclusión, de ese modo, proyecta la ficción más allá del entorno tradicional de los mundos ficcionales.

Los intercambios entre la realidad y los mundos ficcionales se vuelven aún más fluidos cuando las tecnologías móviles (teléfonos celulares, *tablets*, etcétera.) entran en juego, habilitando a los personajes de ficción para que entren al mundo real de los interactivos, en cualquier momento y en cualquier lugar. En palabras del autor Goran Racic, quien creó el perfil de *Twitter* para Thomas Loud, el personaje principal de una de sus novelas, *Loud Evolution* (2013), "la idea general es tener una historia que se va desplegando en la vida real" (Larson, 2013).

En términos generales, entonces, se acepta actualmente que la tecnología móvil refuerza la autonomía personal en relación al espacio y al tiempo, al permitirnos desconectarnos comple-

tamente del lugar en el que nos encontramos, y comunicarnos a cualquier hora del día, sin permanecer en un único punto (Castells, Fernandez-Ardevol, Qiu & Sey, 2007: 247). De modo análogo, el uso de las redes sociales por parte de personajes ficcionales, en conjunto con el uso de las tecnologías móviles, libera el universo ficcional de un espacio específico y de un tiempo determinado. La modalidad de recepción "inclusiva", por ende, no constriñe al interactivo a un lugar fijo durante un período de tiempo dado, ya sea este lugar una sala de cine, un televisor o la pantalla de un ordenador, o incluso, lo que Michael Bull llama una "burbuja acústica privatizada" que se crea al usar una *tablet* o al leer una novela o una novela gráfica (Bull, 2005: 344). La frontera entre el espacio-tiempo del interactivo y el mundo ficcional se vuelve borrosa e incluso, casi imposible de distinguir, de tal forma que el ir caminando por la calle en dirección al trabajo puede ser combinado con la interacción con un personaje ficcional. Inclusión debe ser entendida así como una actividad experiencial que se entremezcla con experiencias de nuestra vida cotidiana. Los elementos de un mundo ficcional del tipo de los de *Marble Hornets* se vuelven parte de la rutina diaria de los interactivos por medio de *tuits*. Por ejemplo, un interactivo puede estar en medio de la escritura de un *tuit* personal a un amigo y al mismo tiempo recibir un mensaje de un personaje ficcional, que se vuelve parte de la lista de *Twitter* de la persona, y tal vez lo incite a interactuar con el personaje una vez que su mensaje personal haya sido enviado. Nos encontramos ahora en "perpetuo contacto", ya no más con nuestra red personal solamente, sino también potencialmente con algunos mundos ficcionales (Aakhus & Katz, 2002).

Esta interacción lúdica con un personaje de ficción en las redes sociales, que se vuelve parte de la rutina diaria del interactivo, está en fuerte contraste con la modalidad de recepción "inmersiva" de la mayoría de los mundo ficcionales, en los que el interactivo necesita dedicar un período de tiempo muy preciso, para poder consumir un producto cultural, ya sea una novela, un libro de historietas, un film, un episodio de una serie televisiva o de internet, o un videojue-

go – incluso aunque cada vez más espectadores están consumiendo estos diversos medios de una manera "distráida" (Dawson, 2007; Berman & Kesterson-Townes, 2012; Hassoun, 2014).

El uso de las redes sociales por personajes de ficción también propicia una clase de intimidad y familiaridad con estos personajes, en la medida en que ellos imitan las interacciones sociales comunes o normales. El hecho de que las redes sociales ahora formen parte de nuestras vidas cotidianas probablemente estimula a los interactivos, como un modo de aumentar el disfrute, para que dejen que los personajes ficcionales entren en su vida cotidiana –el mundo real– a través de una discusión en línea. La impresión de distancia entre el mundo ficcional y la realidad cotidiana del interactivo es así considerablemente reducida a través de la creación y del desarrollo de relaciones entre el interactivo y los personajes de ficción en las redes sociales. Es casi como si el mundo ficcional fuese una parte del mundo "real" del interactivo – como si la acción del mundo ficcional se estuviera desplegando en un marco temporal que es compartido tanto por la realidad del interactivo como por el mundo ficcional de los personajes.

En última instancia, el fenómeno relativamente reciente de la incorporación de las redes sociales a las narrativas transmedia a través de la creación de cuentas "oficiales" para personajes ficcionales está introduciendo gradualmente un número considerable de cambios importantes en los modos en que interactuamos con mundos ficcionales. Por eso es importante no analizar las obras que contienen narrativas transmedia de forma aislada. Hoy ya no hablamos solamente de la serie fílmica *Iron Man* (2008-) o de la serie televisiva *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.* (2013-), sino también del Universo Cinematográfico de Marvel, una franquicia mediática cuyo mundo se expande al mismo tiempo en films, series televisivas, novelas gráficas, series de internet, y una cuenta de *Twitter*. De modo similar, focalizar exclusivamente en la serie de internet *Marble Hornets* dejaría fuera una parte de este mundo que también fue desarrollada a través de una cuenta de *Twitter*.

ter y en el foro del sitio *Something Awful*, que constituye también la base de la modalidad de recepción "inclusiva".

La modalidad de recepción "inclusiva" deja claro que otras vías, aquellas que fueron hechas posibles por la emergencia de los medios sociales, a diferencia de aquellas relacionadas con las de la inmersión narrativa clásica, están siendo actualmente exploradas por algunos creadores. Estas nuevas formas se están volviendo cada vez más populares y no están limitadas a las producciones independientes exclusivamente. Ellas ahora incluyen obras producidas por los principales estudios, señalando así la emergencia de una nueva tendencia. Esta tendencia puede intensificarse mediante la consolidación de lo que Scott W. Campbell y Yong Jin Park llaman "la sociedad de la comunicación personal" (2008). Esos autores plantean la hipótesis de que la sociedad está progresivamente gravitando hacia la comunicación interpersonal. Es, por lo tanto, posible imaginar la popularización de un modo de recepción "inclusiva" con respecto a las narrativas transmedia, en una sociedad en la cual los individuos, que están situados en el centro de procesos comunicacionales móviles, devienen verdaderos nodos autónomos, liberados de las fronteras de lugares específicos y capaces de comunicarse con cualquiera que esté en su red personal, inclusive con personajes de ficción.

Notas

1. Ver por ejemplo Coppa 2006; Booth 2008; Wood & Baughman 2012; McClellan 2013; Bore & Hickman 2013; and Lookadoo & Dickinson 2015.

2. Para una introducción al concepto de juego de realidad alternativa (también conocido como juego de realidad aumentada), ver Palmer & Petroski 2016.

3. De aquí en adelante, usaré término "interactor" como una palabra combinada formada por "interacción" y "actor," en lugar de los términos usuales "espectador" o "televidente", porque estos últimos no parecen adecuados para la presente discusión. Aún cuando el término "espectador" no se refiera a un más o menos pasivo "receptor" y le otorguemos total agentividad como la base de toda experiencia estéti-

ca, una de las ventajas del término "interactor" es que vuelve posible contextualizar, en su propia formulación, el fenómeno que intento observar.

4. Ver <https://www.facebook.com/superman>, y https://twitter.com/Iron_Man. Consultado el 16 Agosto de 2016.

5. Existen precursores de las redes sociales: para mencionar sólo un ejemplo, escritores/editores de historietas son conocidos por responder las preguntas de los lectores sobre acontecimientos no resueltos de la historia, en la columna de cartas de las historietas.

6. Nota del traductor: Se cuenta con una edición con subtítulos en castellano: https://www.youtube.com/watch?v=azhwzfWOYG-c&index=19&list=PLrPk7Hidm6Eo_NPxx0tKCoSEqT-n0raAOJ

7. Para un estudio exhaustivo del personaje el Hombre Delgado (the Slenderman), ver Chess & Newsom 2015.

8. Nota de traductor: en el ambiente de los foros de internet, también se usa el nombre en inglés, 'nickname' o 'nick'.

9. "Comedy Goldmine: Create Paranormal Images," Comentario en el foro Online, *Something Awful*, Junio 18, 2009, <http://forums.somethingawful.com/showthread.php?threadid=3150591&userid=129681>.

10. Posteo de Twitter, Junio 21, 2009, 9:48 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2274242683>.

11. Varios participantes, "totheark," Foro de discusión online *Marble Hornets*, <http://marblehornets.wikidot.com/totheark#toc3>, consultado el 16 de agosto del 2016.

12. Estas cifras y las cifras siguientes están fechadas a partir de agosto del 2016.

13. *Marble Hornets*, posteo de Twitter, Junio 21, 2009, 9:50 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2274272009>.

14. *Marble Hornets*, posteo de Twitter, Junio 22, 2009, 12:40 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2282682375>.

15. *Marble Hornets*, posteo de Twitter, Junio 22, 2009, 8:14 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2288502235>.

16. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Junio 23, 2009, 12:37 a.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/2291310286>.
17. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Febrero 10, 2010, 2:12 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/8919140839>.
18. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Febrero 13, 2010, 8:51 a.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/9059882744>.
19. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Febrero 25, 2010, 2:19 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/9643792938>.
20. Para encontrar ejemplos de interpretaciones de la historia por parte de los interactores, ver los siguientes videos: KAYALL, "Slender Series Explained.... Sort Of: Marble Hornets", *YouTube* video, Agosto 16, 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=EN5VVZCPQPY>; and Night Mind, "Marble Hornets: Explained – Season One", video *YouTube*, 20 de julio, 2015, https://www.youtube.com/watch?v=D_sACgfX50g. Para encontrar
- ejemplos de las reacciones de los interactores a determinados videos, ver los siguientes videos: pie189, "WE WATCH MARBLE HORNETS - CAPS LOCK," *YouTube* video, 12 de enero, 2013, https://www.youtube.com/watch?v=Mm4GHKayc_0; y Aniril1, "Lets React: Marble Hornets! Part 1," video *YouTube*, 30 de julio, 2012, https://www.youtube.com/watch?v=44p8o5u_QBk.
21. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Enero 10, 2012, 3:49 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/156870266805420033>.
22. *Marble Hornets*, posteo de *Twitter*, Enero 10, 2012, 4:26 p.m., <https://twitter.com/marblehornets/status/156879741029318656>.
23. Aunque la investigación ha demostrado que la identidad de una persona real y su identidad en línea no pueden ser exactamente la misma en función de su comportamiento, aquí estoy presuponiendo que la interacción se lleva a cabo sobre la base de la identidad real del interactor, y no sobre la base de una identidad ficcional que ellos o ellas han creado. Ver Turkle, 1995: 177-209.

Referencias Bibliográficas

- Aakhus, M. A. & Katz, J. E. (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Berman, S. J. & Kesterson-Townes, L. (2012). Connecting with the Digital Customer of the Future. *Strategy & Leadership*, 40 (6), 29-35.
- Booth, P. (2008). Rereading Fandom: MySpace Character Personas and Narrative Identification. *Critical Studies in Media Communication*, 25 (5), 514-536.
- Bore, I.-L. K. & Hickman, J. (2013). Studying Fan Activities on Twitter: Reflections on Methodological Issues Emerging From a Case Study on The West Wing Fandom. *First Monday*, 18 (9). <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4268>.
- Bull, M. (2005). No Dead Air! The iPod and the Culture of Mobile Listening. *Leisure Studies*, 24 (4), 343-355.
- Campbell, S. W. & Park, Y. J. (2008). Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society. *Sociology Compass*, 2 (2), 371-387.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Linchuan Qiu, J. & Sey, A. (2007). *Mobile Communication and Society*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Chess, S. & Newsom, E. (2015). *Folklore, Horror Stories, and the Slender Man: The Development of an Internet Mythology*. New York: Palgrave Macmillan.
- Coppa, F. (2006). Writing Bodies in Space: Media Fanfiction as Theatrical Performance. En Hellekson, K. & Busse, K. (eds), *Fanfiction Communities and the Age of the Internet* (pp. 225-244), Jefferson, North Carolina: McFarland & Company.

- Davenport, G., Agamanolis, S., Barry, B., Bradley, B. & Brooks K. (2000). Synergistic Storyscapes and Constructionist Cinematic Sharing. *IBM Systems Journal*, 39 (3-4), 456-469.
- Dawson, M. (2007). Little Players, Big Shows. Format, Narration, and Style on Television's New Smaller Screens. *Convergence*, 13 (3), 231-250.
- Ditton, T. & Lombard, M. (1997). At the Heart of It All: The Concept of Presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3 (2). <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/>
- Drucker, J. (2011). Humanities Approaches to Interface Theory. *Culture Machine*, 12, 1-20.
- Grau, O. (2003). *Virtual Art: From Illusion to Immersion*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Guéneau, C. (2006). Du spectateur à l'interacteur? *Médiamorphoses*, 18, 68-73.
- Hassoun, D. (2014). Tracing Attention: Toward an Analysis of Simultaneous Media Use. *Television & New Media*, 15 (4), 271-288.
- Herman, D. (2002). *Story Logic: Problems and Possibilities of Narrative*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jeong, S.-H. (2013). *Cinematic Interfaces: Film Theory After New Media*. London and New York: Routledge.
- Larson, E. (2013). This is the Future of Book Making. Mashable July 3. <http://mashable.com/2013/07/03/book-marketing-loud-evolution/>.
- Lookadoo, K. L. & Dickinson, T. M. (2015). Who Killed @TheLauraPalmer? Twitter as a Performance Space for Twin Peaks Fan Fiction. En Slade, A. F., Narro, A. J. & Givens-Carroll, D. (eds), *Television, Social Media, and Fan Culture* (pp. 337-351), Lanham, Maryland: Lexington Books.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*, Cambridge, MA: The MIT Press.
- McClellan, A. (2013). A Case of Identity: Role Playing, Social Media and BBC Sherlock. *The Journal of Fandom Studies* 1 (2), 139-157.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. New York: The Free Press.
- Ndalianis, A. (2012). *The Horror Sensorium: Media and the Senses*. Jefferson: McFarland & Company.
- Palmer, C. & Petroski, A. (2016). *Alternate Reality Games. Gamification for Performance*. Boca Raton: CRC Press.
- Ruppel, M. (2006). Many Houses, Many Leaves: Cross-Sited Media Productions and the Problems of Convergent Narrative Networks." Paper presented at Digital Humanities 2006 Conference, July 4-9 2006, Paris.
- Ryan, M.-L. (2004). "Introduction". En Ryan, M.-L. (ed.), *Narrative across Media: the Languages of Storytelling* (pp. 1-40). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Ryan, M.-L. (2001). *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication* 3, 586-606.
- Therrien, C. (2013). Immersion. En Wolf, M. J. P. & Perron, B. (eds), *The Routledge Com-*

- panion to Video Game Studies* (pp. 451-458), New York: Routledge.
- Turkle, S. (1995). *Life on Screen*. Cambridge: The MIT Press.
- Walker, J. (2004). Distributed Narrative: Telling Stories Across Networks. En Consalvo, M. & O'Riordan, K. (eds), *Internet Research Annual 2004* (pp. 91-103). Brighton, UK: Peter Lang.
- Wood, M. M. & Baughman, L. (2012). Glee Fandom and Twitter: Something New, or More of the Same Old Thing? *Communication Studies* 63 (3), 328-344.

Sobre el autor

Philippe Gauthier enseña cine y medios de comunicación en Queen's University, Canadá. Gauthier está trabajando actualmente en un libro sobre la poética de la narración transmedia en la edad de las redes sociales. Sus ensayos sobre cine, animación, televisión y cómic han sido publicados en varios libros y revistas como *Film History*, *International Journal of Comic Art*, y *Cinema & Cie*.

¿Como citar?

Gauthier, P. (2018). Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva. *Comunicación y Medios*, 27(37), 11-23. doi:10.5354/0719-1529.2018.46952

El *Bildungsroman* femenino en *El verano de los peces voladores* (Marcela Said, Chile, 2013)

The Female Bildungsroman in The Summer of Flying Fish (Marcela Said, Chile, 2013)

Rosana Díaz-Zambrana

Rollins College, Orlando, Estados Unidos
rdiaz@rollins.edu

Resumen

La perspectiva infanto-juvenil en la cinematografía latinoamericana asume funciones significativas no sólo al revelar los intersticios del joven en desarrollo, sino como alegoría de la problemática en la construcción de imaginarios nacionales. A partir de las pautas y temáticas que provee la historia de formación—*Bildungsroman*—, la producción de Marcela Said, *El verano de los peces voladores* (2013), explora la experiencia de aprendizaje y rebelión del sujeto juvenil en el contexto de choques culturales, sociales y raciales entre la clase media chilena y la población marginal mapuche. Sin embargo, esta trayectoria educativa da cuenta de un potencial fracaso en la esfera personal. Mediante un estilo sugestivo y evocador, Said consigue reproducir los niveles de incertidumbre, postración e inhabilidad de la mujer adolescente para luchar contra el sistema sociocultural, patriarcal y burgués al que pertenece.

Palabras clave

Cine chileno; cine contemporáneo latinoamericano; *Bildungsroman* femenino.

Abstract

The perspective of the child and the adolescent in the Latin America cinema not only provides an insight to the individual process of development but also serves as an intriguing national allegory. By examining the parameters and themes provided by the genre which deals with the growth of the protagonist from youth to adulthood—Bildungsroman—, Marcela Said's movie The Summer of Flying Fish (2013), explores the learning path and the rebellion experienced by the adolescent subject in the context of socio-economic and cultural tensions between the Chilean middle class and the mapuche communities. In our reading, the adolescent's social and emotional trajectory could be considered a symbolic failure, not only on the personal level but on the socio-cultural one. Through suggestive stylistic techniques, Said suggests the different manifestations of uncertainty, helplessness, and inability of the young female adult to defy the sociocultural, patriarchal, and bourgeois system to which she belongs.

Keywords

Chilean cinema, contemporary Latin American cinema, female *Bildungsroman*.

1. Introducción

La presencia infanto-juvenil en el cine latinoamericano ha cumplido una función de reflexión y denuncia frente a las condiciones de exclusión, marginalidad e injusticia social. Incluso, las etapas de evolución y crisis que constituyen la esencia de las historias de formación de niños y adolescentes en el cine y/o la literatura sirven también para metaforizar determinadas fases de transformación nacionales¹. En su estudio sobre el niño en el cine argentino de la post-dictadura, Sophie Dufays arguye que el destino del protagonista infantil sería alegórico de la situación histórica de la comunidad nacional en la que se inscribe (2014:98). El niño no sólo se considera el futuro de la nación, un potencial adulto que cargará los comportamientos y pensamientos de generaciones previas, también es la latente encarnación de cambio (Browning, 2001:2)². En el contexto de Chile, la producción cinematográfica de Marcela Said (Santiago, 1972), *El verano de los peces voladores*³ (2013), permite examinar el estado de la nación desde la evolución de carácter típica del género del *Bildungsroman*, en el cual se escruta el proceso multifacético de madurez, aprendizaje e integración a la sociedad del joven protagonista. El desarrollo individual del sujeto juvenil femenino en el filme implicará un despertar de conciencia a la diferencia racial, étnica y socioeconómica que se establece con la otredad mapuche⁴.

A lo largo de la historia chilena el pueblo mapuche ha operado dentro de estructuras de orden colonial en las que ha sido invisibilizado y clasificado como racialmente inferior al mismo tiempo que el estado ha legitimado a través de estrategias legislativas, la desposesión territorial y la violación de derechos civiles (Gómez-Barris, 2016: 92). Estas comunidades minoritarias, marcadas por el desplazamiento geográfico instituido en el siglo XIX, mediante la Pacificación de la Araucanía y la política reduccional, han sido sistemáticamente víctimas de explotación y de la normalización de estereotipos y valoraciones sociales negativas. La progresiva exclusión del mapuche que comenzara durante la colonia, pasando por la represión y desposesión implementadas durante la dictadura, hasta los conflic-

tos más recientes de la era neoliberal, continúa al exponer formas institucionalizadas de racismo y falta de consenso para un proyecto nacional multicultural chileno (Richards, 2010: 66-89).

A pesar que en el imaginario nacional el sujeto mapuche ha oscilado entre el exotismo, la victimización, el terrorismo y lo bárbaro, más recientemente ha habido una tendencia deliberada a buscar remediar dichos estereotipos en favor de restituir la desigualdad en las relaciones interculturales e intercambios cotidianos en la sociedad chilena. Estas tentativas de reconocer la legitimidad de una identidad colectiva mapuche en oposición a la amnesia histórica de las élites conversadoras se reflejan por ejemplo en el informe *Pueblos Originarios y sociedad nacional en Chile* (2013), o en la presencia indígena en otras disposiciones artísticas contemporáneas como las producciones *El verano*⁵ y, la más reciente, *Mala junta* (Claudia Huaiquimilla, Chile, 2016) cuyas ficciones arrojan luz sobre los vigentes conflictos ancestrales de índole étnico-racial y política.

El primer largometraje de Said expande los confines de la representación del mapuche permitiendo una lectura sociopolítica de la nación desde el esquema del *Bildungsroman*. Dichas historias de formación funcionan para plasmar y entender las estructuras de poder que son exhibidas, a menor escala, en las diferentes generaciones, en las dinámicas de familia y en las relaciones socioculturales convencionales. En el estudio sobre las implicaciones literarias del *Bildungsroman*, Marianne Hirsch observó el doble carácter—biográfico y social—de estos relatos en los que la sociedad se convierte en el antagonista (1979: 296-8). En aras de conformar un sentido de identidad y como parte de las metas de socialización, el sujeto juvenil precisa conciliar su propia libertad individual con las pautas preestablecidas por la colectividad. No en balde, la centralidad del conflicto mapuche en *El verano* expondrá la compleja relación con las alteridades, los intereses sociales dispares y las disonancias culturales que el sujeto juvenil deberá enfrentar a lo largo de su educación. Esta confrontación, en ocasiones traumática y hostil con el entorno, nos lleva a considerar las siguientes interrogantes propuestas para entender la re-

presentación de los jóvenes en la cinematografía hispanoamericana: “¿Son cuestionados los valores familiares y de estado a través de la mirada y la voz de jóvenes protagonistas? ¿Cómo la representación contribuye a los debates éticos y morales en sociedades que han sufrido violencia, intolerancia e injusticia?” (Seminet & Rocha, 2012: 2, traducción mía).

La focalización de los jóvenes en la pantalla grande en *El verano* es fundamental para el proceso de exteriorizar antagonismos abiertos en el Chile contemporáneo y así ofrecer, desde una perspectiva alterna y marginal, un posible punto de inflexión para repensar los procesos y prácticas sociales prevalentes. Sin embargo, esa paulatina toma de conciencia social que caracteriza al género del *Bildungsroman* no estará exenta de contenciones y fracasos, sobre todo cuando se refiere al desenvolvimiento polifacético del sujeto femenino. En este artículo rastreamos el proceso de adecuación social y emocional de la joven protagonista en *El verano* siguiendo algunos rasgos asignados al *Bildungsroman* femenino dentro del contexto de desigualdades sistemáticas en el Chile multicultural y de las limitaciones intrínsecas de la mujer para rebelarse contra las circunscripciones normativas de género, socioétnicas, políticas y culturales.

2. Entre lo íntimo y lo colectivo: nuevos modos de contar la realidad

El cine chileno reciente exhibe una reconcentración en la subjetividad y en la identidad individual que da cuenta de los giros socioculturales, estéticos e ideológicos que ha experimentado la sociedad en las últimas décadas. Cavallo y Maza acuñan el rubro de *Novísimo Cine Chileno* para referirse a esta distintiva generación de cineastas del nuevo milenio (2011:14).⁶ Tal cine emergente aún a directores que comparten el haber sido formalmente educados en el arte del cine, la reiterada preocupación por el espacio íntimo como territorio de conflicto y el tratamiento de temas como la fragmentación familiar, el trauma de las familias sustitutas, la

alienación de los huérfanos y la construcción de lealtades con extraños (Cavallo & Maza, 2011: 15). Por su parte, Urrutia percibe una evolución similar en el cine chileno al que denomina cine centrífugo, el cual “parece no creer en nada y que se entrega al despliegue de unas imágenes (movimiento, paisaje, cuerpo, luz) vaciadas de contenido (en cuanto discurso y alegoría), expresivamente ambiguas” (2013: 16). Este tendencioso desplazamiento fuera del centro hacia “acontecimientos débiles y relaciones azarosas”, en gran modo, alejados de un conflicto explícito y sin grandes referentes locales, por ende, va a generar producciones introspectivas donde cobran protagonismo el sujeto y el espacio (Urrutia, 2014:19-20). El consenso de la crítica acerca de esta “exhibición de la intimidad” o “retórica del individuo” daría paso a una liberación de la ideología o referencialidad adjudicada por ejemplo al *Nuevo Cine Chileno* de los sesenta (Saavedra, 2013: 21).

Sin perder de vista estos contundentes vientos de cambio, discutimos *El verano* como una producción que se posiciona en el ámbito de lo político, al mismo tiempo que explota ciertos rasgos estéticos y estilísticos asociados con el concepto del “cine de lo centrífugo”, “la dimensión intimista” o el “espíritu novísimo”. Por un lado, Said se vale de una ruptura con los paradigmas del cine clásico en términos del uso temporal, espacial y narrativo, pero a diferencia de otras producciones emblemáticas recientes, *El verano* no desatiende el contexto sociopolítico y de tensiones étnico-raciales que yacen visibles e invisibles en el imaginario nacional y en las prácticas discursivas. Más bien, gracias a ese trasfondo politizado, se problematiza la formación de carácter de la joven protagonista. En otras palabras, la esfera geopolítica es el catalizador a partir del cual se debatirán las fronteras entre lo personal y lo colectivo, lo íntimo y lo político, lo mapuche y lo no mapuche. O, como sostiene Saavedra, al discurrir sobre el cine chileno contemporáneo, las figuras de la intimidad —su expresión, definición y lenguaje— podrían interpretarse también como un discurso ideológico resultado de fenómenos sociales y discursos culturales, por ejemplo, de las dinámicas del neoliberalismo y la globalización (2013:16).⁷ En *El verano* tiene lugar una relación

en tándem de lo íntimo y lo colectivo donde el carácter reflexivo del drama requiere una reformulación de los factores sociopolíticos y étnicos filtrados por las ambigüedades de la subjetividad y el paisaje. Asimismo, en el aspecto formal responde a pautas privilegiadas por el cine autoral donde se abole la linealidad clásica entre causa y efecto, hay preferencia por el uso estratégico del sonido y la voz, y se insiste en el detalle sugestivo, los ángulos poco convencionales, la rareza del encuadre, la insinuación imperfecta y los cortes arbitrarios.

El drama en *El verano* se presenta desde la perspectiva de la adolescente Manena (Mane) (Francisca Walker) quien, con sus padres, Francisco (Gregorio Cohen) y Teresa (María Izquierdo), va de vacaciones a la casona de campo situada en una zona boscosa del sur de Chile, habitada en sus alrededores por comunidades mapuche. Francisco, dueño de los títulos de propiedad de sus trabajadores indígenas —a quien llamarán don Francisco— está obsesionado con exterminar las carpas que “infectan” la laguna artificial que ha creado en su fundo. Para moldearla a su antojo usa los servicios del joven mapuche Pedro (Carlos Cayuqueo) quien asume clandestinamente un rol activo en la resistencia colectiva contra la opresión del terrateniente. Don Francisco, por otro lado, refuerza sus municiones: utiliza perros adiestrados en atacar, dinamita la laguna para matar a las carpas e instala cercos eléctricos para evitar que los lugareños mapuche cacen en “su propiedad”. Si por un lado, la relación que establece el *wingka* (hombre blanco) con la tierra es de tipo utilitaria e insolidaria con el ambiente, en la cosmovisión mapuche (gente de la tierra), la naturaleza es integral al sentido de la vida comunitaria. En consecuencia, el enfrentamiento inminente de estas dos visiones de la tierra y el medio ambiente en *El verano* dará paso a una guerra no declarada que no tardará en cobrar sus víctimas.

Durante ese verano de azarosas revelaciones, Mane explora sus deseos eróticos hacia Lorca (Guillermo Lorca) —un amigo de la familia que también vacaciona con ellos— a la vez que descubre al “otro” que encarna Pedro. A través de él, se entabla un conocimiento de la cultura ma-

puche que enfatiza la lucha por la tierra y el acceso libre a sus recursos. Los terratenientes de la ciudad y las comunidades mapuches representan dos mundos divergentes que conviven, pero cuyos pactos están a punto de quebrarse. Ese conflicto escala cuando comienzan los esporádicos apagones nocturnos, la misteriosa muerte de animales y los incendios en el bosque como parte de las “señales” que envían los mapuche para defender su dignidad y el derecho a la tierra. El punto crítico de los altercados entre los habitantes de la región y don Francisco ocurre cuando el vigilante de su fundo dispara su arma y suelta los perros hiriendo de gravedad a un lugareño. Este incidente no logra amedrentar a don Francisco. Sin embargo, el descontento mapuche no mermará y, desde un servilismo ficticio, tal oposición culminará con otra quema en el bosque seguida de la inusitada muerte de Pedro, cuyo cadáver cubierto con una sábana Mane consigue reconocer por sus distintivos tenis pintados a mano.

Este clímax de violencia se contrasta con la serenidad de la imagen con la que cierra el filme: Mane, con los ojos cerrados, flotando apaciblemente en la laguna. Un final enigmático e intimista, pero al mismo tiempo inundado de reverberaciones simbólicas. Así, *El verano* utiliza un estilo sugestivo provocando que, muchas de las conclusiones a las que llega el espectador, estén basadas en la intuición, la deducción o la ambigüedad. Una excepción a esta vaguedad será la construcción de las relaciones de género y de poder, ya que estarán claramente delineadas y operarán acorde con las estructuras patriarcales y colonialistas que se pueden remitir a las luchas históricas del pueblo mapuche.

3. El paisaje austral o el contrapunteo de señales, sonidos y diferencias

En la narrativa de *El verano* el paisaje cumple una función tanto poética como alegórica que acompaña la trayectoria educativa de la adolescente, quien va adquiriendo consciencia de sí misma, de su cuerpo y de su entorno. De hecho, al referirse al cine chileno del siglo XXI, Villarroel descubre un vínculo temático con el imaginario

de lo local, las problemáticas propias, los lugares simbólicos y la memoria colectiva (2005: 155). Esta presencia del paisaje se confirma en *El verano* porque es “un lugar simbólico”, desde donde se potencian una gama de diferencias y conflictos que se extienden de lo subjetivo a lo social, de lo económico a lo étnico-racial.

Expandiendo esa preponderancia del paisaje, en el cine actual se suscita un movimiento a la periferia que muestra una nueva relación entre sujeto y espacio en que el personaje se torna pasivo o simplemente contempla y la naturaleza adquiere una vida propia e independiente, más allá de servir o contener a los personajes (Urrutia, 2014: 16 y 109). Ahora bien, a pesar de que en *El verano* el paisaje es autónomo e imponente, también es un locus político que enmarca el conflicto, influye, moldea y polariza el devenir de los personajes. El paisaje del Chile austral se presenta como un dispositivo para la contemplación intimista en la evolución emocional de Mane y además evoca la peligrosa volatilidad de las relaciones interculturales que han marcado la nación desde la época colonial hasta la actualidad. Más específicamente, el espacio destaca las valoraciones en relación a la tierra, los recursos y la solidaridad comunitaria que separan a los grupos humanos y sus motivaciones.

Igualmente, las preocupaciones sociales en *El verano* son expresadas mediante un lenguaje y espacio simbólicos que contraponen lo íntimo y lo colectivo, lo esperado y lo mostrado, lo visible y lo invisible, lo percibido y lo ocurrido, lo mapuche y lo no mapuche. El estilo evocador del filme vincula de forma indirecta paisaje, sonidos, individuo y política. Un ejemplo es cuando al comienzo del filme una neblina va invadiendo la pantalla y al disiparse deja ver una silueta (Pedro) que con su red extrae peces del lago para luego salir remando en una barca. Otro corte nos lleva a una Mane risueña paseando a su perro por el brumoso bosque para, de inmediato, perderlo de vista. La angustia la embarga, se escuchan ladridos. Segundos después, ya de regreso en su casa, el padre la amonesta y le pide a Ester, la empleada mapuche, que le advierta de los peligros del bosque. Este montaje no es

fortuito pues coloca tanto a Pedro como a Mane en el vórtice de las diferencias y conflictos que aún son desconocidos para el espectador a partir de un paisaje connotativo que acompaña los decibeles emocionales de la narrativa filmica.

Como plantean esas primeras secuencias, se elabora una retórica del temor al bosque, de temor a lo oculto “afuera”, que se conecta con lo mapuche. El misterio y angustia, que transmite el paisaje exterior, se resumen en la saturación de primeros planos que captan la mirada desconcertada e inquisitiva de Mane. Así, la niebla fantasmagórica y el desapacible uso del sonido y la quietud insondable del exterior articulan un andamiaje sensorial *in crescendo* en espera de ser detonado —como la dinamita— por las maniobras deshumanizantes y depredadoras de la globalización y los demás poderes en juego. Detrás de una naturaleza prístina se van destapando las piezas sueltas en el frágil equilibrio que se tiende, por ejemplo, entre el latifundista y sus empleados, entre la mentalidad infantil y los deseos sexuales, entre confianza y sospecha a la autoridad, entre la confrontación o la huida frente a la crisis y entre la valoración del medio ambiente por parte de los pobladores originarios y de los propietarios “legales” de la tierra. De hecho, el territorio geográfico en la tradición del pueblo mapuche implica la pertenencia a una comunidad (Guerra, 2013: 125). En contraste con esta mentalidad, para los terratenientes del filme, la naturaleza está bajo su total dominio, en una especie de tiranía que se extiende a los pobladores y empleados mapuche.

La desintegración de los engranajes del sistema colonialista se presagia también mediante señales de la naturaleza. Por ello, la perturbadora presencia de animales: un perro atrapado en el agua, un pájaro chocando contra el cristal del auto, una cabeza de oveja muerta, sonidos de animales que no se ven o que cuelgan sin vida de los árboles, se convertirán en implacables avisos de algo por venir. Es más, durante las caminatas de Mane por el bosque, ejercicio que se repite, tienen lugar pequeñas revelaciones que inundan al personaje de interrogantes: allí descubre a Lorca con una chica (que bien puede ser su hermana o prima) y ve la caza clandestina de animales

por parte de los vecinos mapuche. Cabe notar un *travelling* de seguimiento de más de un minuto de Mane atravesando solitaria la espesa niebla del bosque. Una secuencia representativa de su angustioso *pathos* que precede al desengaño de sus coordenadas conocidas. Esas caminatas son imperativas en el avance psicoemocional del sujeto adolescente: en duda y desequilibrio, incapaz de “verlo” todo, pero intuyendo que no lo “ve” todo. En el análisis sobre la función del niño narrador en la literatura, Andrea Jęftanovic percibe en esa “cognición incompleta” y “comprensión parcial de los hechos” la estrategia idónea que ofrece al niño una distinción y una gama de posibilidades ante las estructuras de poder (2011: 30). Por su parte, Ann Kaplan en *Looking for the Other* adjudica a la mirada un poder cognitivo en el que “mirar constituye la forma en que el niño aprende la cultura a la que pertenece. Así aprende qué mirar, qué evitar mirar, lo que es visible, lo que es invisible, quién controla la mirada, quién es el objeto de la mirada. Los sujetos en una cultura también se constituyen como capaces de “ver” o no” (1997, xvi).

Por ello, en el aprendizaje juvenil es imprescindible retar esos perímetros de lo accesible y lo vedado de la mirada y, sobre todo, en el desafío para rebasarlos se conjuga el principio de la resistencia y el potencial cambio. Hasta el momento, la realidad de Mane se regía por un campo de visión parcializado que paulatinamente se expande al ir descubriendo aquello que se urde a espaldas de la autoridad. Como la noche en que ve pasar los camiones atestados de troncos, una sigilosa pero contundente extracción masiva de árboles que sugiere la desigualdad en cuanto a la distribución de recursos. Del mismo modo, las obstrucciones visuales y auditivas en el filme sugieren la incapacidad de tener acceso a una realidad diferente a la propia. La susodicha falta de visión de Mane —ya sea por la oscuridad, por la niebla o en un sentido más figurado, la ignorancia— también se evidencia en las escenas de desplazamientos en automóvil o a pie por el bosque donde no se percibe en su integridad lo que capta el lente. Este tipo de tomas proponen un discurso de lo incompleto en el que la cámara es elocuente.

Otro modo de visibilizar la realidad de afuera o la otredad mapuche en *El verano* es mediante los efectos sonoros. Lo auditivo es complementario con lo visual y además es esencial para destapar y sacudir sensorialmente el mundo de la joven protagonista. Chion (1993) ha acuñado el término *audioespectador* para referirse a la importancia de *audiover*. Hay un valor agregado que resulta de la unión de sonido e imagen, produciendo una “ilusión audiovisual”. Para facilitar la interpretación de los ritos de pasaje y la diégesis de los personajes en *El verano*, es necesario repasar la presencia de lo que Chion denomina la *palabra-emanación* o las voces de fondo. Aunque estas voces no son necesariamente oídas o comprendidas, se vinculan a las emociones y son fundamentales en cuanto expresan un ambiente psicológico como lo hacen la rarefacción (largos silencios), la poliglotía (empleo de lengua extranjera), la palabra inmersa (claroscuro de las conversaciones) y la pérdida de inteligibilidad (el murmullo).

Los sonidos en *El verano*, en ocasiones de origen enigmático, contribuyen a crear una atmósfera afectiva que tensiona los lazos entre las alteridades en conflicto como lo hace el uso de la poliglotía. Es evidente que el diálogo de los habitantes de la región en lengua mapuche —el cual ocurre sin subtítulos ni doblaje— acentúa la alienación cultural y lingüística de Mane, quien escucha sin entender (al igual que los espectadores) la conversación de Pedro con los miembros de su comunidad.⁸ Asimismo, en otras instancias del filme la palabra inmersa y la pérdida de inteligibilidad, tal y como las define Chion, hacen que la voz vaya perdiendo definición y claridad y, por ende, complejiza la audiovisión y el efecto emocional en el espectador. Cuando don Francisco y Mane llegan al lugar del “incidente” al final del filme donde los Carabineros le están informando al padre de lo acontecido con Pedro, el diálogo impenetrable de esta escena perturba y desconcierta. Este diálogo debería ser crucial para el espectador, pero sólo se capta alguna palabra aislada. Aquí se explota el uso del sonido de las “imágenes negativas”, es decir, ruidos que sólo sugieren una imagen que de por sí no se presenta (Chion, 1993:179). Paradójicamente, el deseo de comprender el diálogo en murmullo de los

Carabineros genera una sensación de urgencia en el espectador, que segundos más adelante, cobrará sentido en el cuerpo inerte de Pedro y que Mane parece anticipar con la expresión desencajada de su rostro.

En términos generales, el lenguaje expresivo de los elementos visuales y sonoros en *El verano* transmite, de forma oblicua y al mismo tiempo acumulativa, los nudos sociopolíticos y étnicos de la trama como serán: la lucha por los recursos naturales, el acceso a la tierra, la complejidad de las relaciones colonialistas y, por último, el precio de pagar con la vida misma, como en el caso de Pedro, el buscar reparar las injusticias que perpetúan las élites terratenientes en la periferia rural. El medio ambiente, con sus parajes y sonidos, se posiciona en el núcleo de las disputas históricas libradas por el pueblo mapuche y, simultáneamente, revela los estados afectivos y psíquicos de la joven Mane, dando paso a un desarrollo no sólo emocional sino social e ideológico característico del *Bildungsroman*.

4. *Bildungsroman* femenino: Rutas de rebeldía y desengaño

El verano emplea la estructura del *Bildungsroman* para mostrar, a través de la educación formativa de la joven Mane, los espacios de tensión étnica y económica entre el pueblo mapuche y el latifundismo burgués. En la caracterización de Buckley (1974), el *Bildungsroman* se compone de una serie de hitos que incluyen el enfoque en la infancia, el conflicto generacional, la salida del hogar, la educación en la ciudad, la vivencia de aventuras amorosas y el deseo de búsqueda de identidad personal y vocación artística (18). En *El verano* se constatan algunos de estos rasgos como la salida de la ciudad para facilitar una educación sobre la otredad mapuche, que cambiará irreparablemente el rumbo de las inquietudes y dilemas ético-ideológicos de Mane, y retará los estatutos del patriarcado colonialista desde un posicionamiento marginal.

En su estudio sobre las historias de formación, Julia Kushigian (2013) advierte la importancia

del *Bildungsroman* en la novela latinoamericana como un modelo de desarrollo colectivo para los sujetos marginales y muchas veces femeninos en favor de una visión moral y contestataria sobre los movimientos sociales, individuales y colectivos (16). En este sentido, el aprendizaje del sujeto adolescente en *El verano* servirá para exponer algunas asignaturas pendientes del discurso nacional usando el enclave de la relación padre-hija, donde se confrontan por primera vez los límites y términos de la autoridad patriarcal y su ideología hegemónica. Por lo que el carácter transgresor del *Bildungsroman* femenino es fundamental para dejar al descubierto los mecanismos represivos impuestos por el sistema genérico prevaleciente en la sociedad (Lagos, 1996:35).

A pesar de sus constricciones, el sujeto infanto-juvenil desarrolla mecanismos inusitados con los que pone en marcha sus estrategias de resistencia frente a las estructuras de poder. Al referirse a los narradores infantiles en la literatura, Jeftanovic sostiene que a éstos se les ofrece el lugar que la historia todavía no les reconoce y se les permite una mirada dominante que ejerce violencia para desbaratar el orden que heredaron (2011:31). Es más, el poder del niño narrador se define sobre la base de sus limitaciones con respecto a la conciencia adulta, ya que "siempre va a ser una posibilidad de discurso alternativo" utilizado para "inscribir una resistencia, un discurso "al reverso" del lenguaje y las ideologías tiránicas" (Jeftanovic, 2011:29). En *El verano* será Mane la que presentará una amenaza a los paradigmas tradicionales al cuestionar la naturalidad del orden étnico-político y de género que le era familiar. Se podría decir que la resistencia encabezada por Pedro frente la tiranía ejercida por don Francisco es paralela al desafío de la autoridad paterna por Mane dentro del hogar. En su universo las riendas las llevan los hombres. Además, están a la cabeza de las discusiones políticas, son prepotentes, empoderados, caprichosos y llenos de prejuicios hacia las minorías mapuche. Las mujeres burguesas se resumen en la pasividad enfermiza de Teresa, su madre, cuyos gustos son ridiculizados, vive enajenada con sus frivolidades y depende excesivamente de sus empleadas. Frente a la mujer entrenada

en las pautas sociales de antaño representada en Teresa, Mane debería representar a otra generación que rechaza esos patrones y esquemas. Ahora, el poder realizarse como antítesis de la conducta patriarcal es un particular desafío para Mane si consideramos las desventajas que enfrentan las protagonistas femeninas en las novelas de aprendizaje: “Mientras el héroe aprende a ser un adulto independiente la mujer debe aprender a ser sumisa y a depender de la protección de otro para su supervivencia. Como las aspiraciones de la joven se ven obstruidas por la sociedad, la protagonista está destinada a la desilusión” (Lagos, 1996:34-5).

El motivo temático del “desengaño como destino” opera en Mane a varios niveles: la desilusión amorosa con el joven de su clase, la fractura de la figura del *pater familias* y la develación de las prácticas de injusticia étnica y socioambiental. En muchos sentidos, se reproduce el modelo de la interacción individuo-sociedad de las novelas de aprendizaje en el que “el personaje principal no controla su destino, sino que más bien reacciona frente a sus circunstancias” (Albin, 2003:23). Las circunstancias de injusticia endémica descubiertas por Mane la confrontan con un código de valores antes visto como estático y normalizado. Cinematográficamente, la repetición de planos dúo entre padre e hija en claro antagonismo visual, reproducen la disconformidad que pone a prueba dicho *status quo*. Esta actitud contestataria se comprueba cuando Mane cuestiona —desde el interior del automóvil— el agresivo arresto de pobladores mapuche por la policía local, a lo que padre responde emitiendo un juicio ideológico: “tienen que haber dejado alguna cagá, si no, no estarían los carabineros ahí sacándolos de las casas. No puede ser, están muy sublevados”. Este patrón de eventos medulares para la historia se repite en tres ocasiones: el arresto de los vecinos mapuches, el extraño encuentro con un vecino tirado en la carretera una noche de lluvia y el encuentro con el cadáver de Pedro. El automóvil deviene la frontera que divide las facciones, produciendo para los terratenientes una falsa sensación de seguridad que sólo les agrava la miopía socioétnica de la opresión que ejercen sobre la otredad mapuche.

La amistad entre Pedro y Mane se revela crucial ya que, como Kushigian (2003) advierte, el aprendizaje se lleva a cabo a través de la madurez cultural, o el reconocimiento de lo que es diferente de uno en ese proceso de interacción con el Otro, es posible un mejor entendimiento de sí y de ese Otro, sugiriendo una combinación de disonancia y armonía en cada etapa del proceso (23). En esa interacción con el otro existen limitaciones preestablecidas por el posicionamiento sociocultural y económico que se expresan en una canción que Pedro comparte con Mane:

Ojalá que puedas entender que las cosas nunca son del color que se las ve, que la gente casi en general no le importa si no tienes dónde almorzar, por más que miro el horizonte nunca logro ver lo que suelen ver, ojalá que puedas comprender.

Como se desglosa de la canción, los temas de visión y entendimiento se expresan en el lenguaje simbólico de la naturaleza y los motivos fílmicos de la niebla y la falta de visibilidad. El destape de la realidad —poniendo fin a la ambigüedad y a la neblina— alcanza su punto crucial en la muerte de Pedro, víctima de la opresión capitalista burguesa representada en don Francisco.

Hacia el final de la película, Mane se queda embelesada mirando a la niña rubia con la que está jugando. ¿Es la modelo para el cuadro de Lorca? ¿Tal vez su prima o hermana? Lo cierto es que el lente sigue enfocándose en la pequeña como si a través de esa taciturna contemplación se hallara cifrada una siniestra advertencia. No es casualidad entonces que esta escena preceda al impacto visual del cadáver de Pedro momentos después. Incluso, la violencia neurálgica contenida en ese encuentro con el cadáver de Pedro se prefigura en una de las pinturas de Lorca que captura a una niña vestida de blanco frente a una casa de dulce rodeada de frambuesas que simulan sangre y el cuerpo de una vaca mutilada colgando de sus patas. Otra de sus pinturas es el esbozo de una niña de cabellos rubios recostada sobre unas sábanas blancas con una mirada serena pero ausente. La última imagen de Mane flotando en el agua se asemeja a esa segunda niña en la cama, boca arriba y abandonada al placer de la quietud y la inercia y,

por qué no, de la muerte y el contingente cruce de fronteras (Imágenes 1 y 2). ¿Qué representan esas niñas angelicales e impertérritas? ¿Serán un aviso de la violencia que se aboca sobre los afectos de Mane o es la frontera de la inocencia perdida y la entrada a un ámbito adulto de inequidades insuperables y ancestrales?

Imagen 1. Una de las pinturas con niñas del joven Lorca.



Fuente: Jirafa films.

Imagen 2. Escena final de Mane flotando en la laguna.



Fuente: Jirafa films.

En cualquier caso, la imagen final de Mane en el agua puede ser interpretada como una fase culminante en el proceso de aprendizaje femenino. Desde el punto de vista del lenguaje simbólico, la inmersión en agua significa “el retorno a lo preformal, con su doble sentido de muerte y disolución, pero también de renacimiento y nueva circulación, pues la inmersión multiplica el potencial de la vida” (Cirlot, 2003: 69). El cuerpo de Mane en agua —en posición de erotismo contenido y sugerente laxitud—

podría implicar el cruce de umbrales que marca la muerte de la inocencia y la iniciación a la adultez. Al mismo tiempo, esa indescifrable inacción que sugiere la postura de la protagonista podría verse como una sumersión pasiva al desencanto y, en el peor de los casos, al conformismo social o el colonialismo ideológico que proponen sus padres. De ser así, esta actitud de confinación al orden conocido confirmaría una de las diferencias con el modelo masculino del *Bildungsroman*, que puntualiza las restricciones de las protagonistas femeninas: “Mientras el héroe crece, madura y se desarrolla, la heroína presenta un desarrollo regresivo. Si la edad adulta significa independencia y autonomía para el hombre, para la mujer—por el contrario—es sinónimo de opresión y sometimiento” (Lagos, 1996:35).

Para contrarrestar la incongruencia entre los retos y las expectativas entre ambos géneros, las narraciones de formación femenina procuran romper con el modelo conservador de conducta impuesto a las niñas a través de estrategias variadas, como el uso de la ironía o los diferentes grados de alienación en las protagonistas, como la locura, la enfermedad, el suicidio o la muerte (Lagos, 1996:35-6). La alienación presentaría la educación del sujeto femenino en términos de un “crecimiento disminuido” o un “desarrollo regresivo” en contraste con el desarrollo progresivo de los chicos (36). En otras palabras, la incapacidad de rebelarse contra lo esperado socialmente por parte de los sujetos femeninos se traduce entonces en un “sentimiento de sofocación, de falta de aire y un sentido de empequeñecimiento como el que caracteriza a los pacientes de instituciones mentales” (en Lagos, 1996:35-6). En un sentido general, el buceo parcial en agua de la imagen final en *El verano* podría ser visto como una extensión de ese “sentimiento de sofocación” del sujeto femenino que lucha por afirmar su voz pese a toda adversidad y que podría alinearse con las estrategias irónicas de las historias de formación que denuncian los obstáculos impuestos a la mujer en una sociedad patriarcal.

5. Conclusión

Como hemos establecido, las historias de formación juvenil sirven para diagnosticar dinámicas socioeconómicas, políticas y culturales de la nación. Entonces, si la progresión educativa de la joven en *El verano* alegoriza aspectos irresueltos de la sociedad chilena contemporánea, como son las relaciones interculturales y la represión política y material de la resistencia mapuche, ¿qué podemos deducir de la resolución pesimista de los conflictos en cuestión que culminan en la muerte violenta del activista mapuche y el desengaño visceral de la adolescente? Este final nos remite al aparente fracaso que los críticos del *Bildungsroman* destacan tanto en la joven como en los personajes marginales cuyas expectativas quedan incumplidas. No obstante, las nuevas estrategias del *Bildungsroman* rescriben y redefinen el éxito del héroe incluso en medio de la tragedia, la destrucción y la muerte (Kushigian, 2003:30-31). Así, aun cuando *El verano* pone en entredicho las posibilidades de superar las discrepancias entre lo que la protagonista desea y los modelos sociales a escoger, es preciso contextualizar el supuesto fracaso considerando la intensidad de las fuerzas antagónicas, socioculturales y coloniales a las que se enfrenta. Si el fracaso es parte del itinerario de aprendizaje femenino, la joven deberá aprender a navegar las contradicciones de su entorno y las desventajas históricas de su posicionamiento.

La parálisis que evoca la postración de Mane con sus ojos cerrados—inmediatamente luego de la muerte de Pedro en lo que debiera ser un despertar de la conciencia social—apunta al descubrir la entrada a una realidad adulta de discriminación, injusticia, despotismo, explotación y prejuicios negativos hacia lo mapuche. Al mismo tiempo, esa imagen poética e intimista nos devuelve al protagonismo del yo como el punto de partida de los demás conflictos que caracteriza a las producciones cinematográficas a partir del año 2000 en Chile. Esta subjetividad problemática podría formar parte de la categoría de intimidades desencantadas en la que, según Saavedra, dada la desilusión política, el individuo se instala como el único capaz de articular un discurso (2013:26). Por ello resalta la

centralización de Mane al final, sugiriendo que lo social se negocia desde lo individual, aun cuando el éxito de la rebelión quede suspendido como su cuerpo en el agua.

Gracias al lenguaje sugestivo y ambiguo que caracteriza al nuevo cine chileno, *El verano* interroga la posición de las subjetividades juveniles marginales en condiciones desfavorables a la vez que cuestiona los desafíos de las minorías mapuche como parte de las contiendas históricas de la nación chilena en torno a la integración efectiva de sus pueblos originarios. Por último, *El verano* intenta desensamblar el discurso oficial hegemónico patriarcal, aun cuando las posibilidades reales de rebelión estén constreñidas por el notable peso de factores socio-étnicos, políticos y económicos.

Notas

1. La novela de formación es un género literario que ha marcado tanto la narrativa chilena de la postdictadura como la del nuevo milenio. Obras como *Palomita blanca* (1971) de Enrique Lafourcade, *La Beatriz Ovalle* (1977) de Jorge Marchant Lazcano u otras más recientes como *Vidas ejemplares* (1994) de Sergio Gómez, *Mala onda* (1991) de Alberto Fuguet o *El jugador de rugby* (2008) de Óscar Bustamente forman parte de esta tradición literaria del *Bildungsroman*. A propósito de la noción de historia de formación vale subrayar el estudio de Rodrigo Cánovas sobre la novela chilena contemporánea la cual agrupa en tres corrientes diferentes de narradores—divergentes en sus estilos así como en sus modos de aproximación a la realidad—pero según el crítico unidos por el denominador común de la orfandad que a su vez se origina de la fractura histórica generada por el Golpe del 73.

2. Todas las traducciones del inglés al castellano son mías.

3. En adelante, nos referimos al filme como *El verano*.

4. Del mismo modo que las obras anteriores de Said como los documentales *I Love Pinochet*

(2001), *Opus Dei, una cruzada silenciosa* (2006) y *El mocito* (2010) indagan en aspectos controvertibles e irresueltos de la sociedad chilena contemporánea como serían las secuelas socio-históricas y psicológicas de la postdictadura.

5. El verano aborda la llamada "cuestión mapuche" en un momento en el que se vigoriza tanto el cine de los pueblos indígenas como las preocupaciones socioambientales globales.

6. Según los editores, las señales de esta generación se iniciaron en marzo de 2003 con el estreno de *Sábado* de Matías Bize y en junio de 2004 con la exhibición de *Y las vacas vuelan* de Fernando Lavanderos (Cavallo & Maza, 2011:15).

7. En palabras de Saavedra: "Los largometrajes que apuntan a la intimidad no están separados del contexto social al hacer referencia a vidas privadas, al contrario, la vida privada se convierte en el relato protagónico de una sociedad que utiliza a la intimidad como defensa de sus intereses" (2013: 42).

8. Ésta es una técnica similar a la que Paz Encina logra en *La hamaca paraguaya* (2006), *Claudia Llosa en Madeinusa* (2006) y *La teta asustada* (2009) y Jayro Bustamente en *Ixcanul* (2015) en donde los diálogos en las lenguas nativas funcionan para armar una atmósfera de misterio y diferencia cultural que se hará ineludible y cumplirá una eficaz estrategia simbólica.

Referencias Bibliográficas

- Albin, M.C. (2008). El Bildungsroman femenino en Hasta no verte Jesús mío de Elena Poniatowska. *América sin nombre*, N. 11-12, 21-28.
- Buckley, J. H. (1974). *Season of Youth: The Bildungsroman from Dickens to Golding*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Browning, R.L. (2001). *Childhood and the Nation in Latin American Literature*. New York: Peter Lang Publishing.
- Cánovas, R. (1997). *Novela chilena, nuevas generaciones, el abordaje de los huérfanos*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Cavallo, A. & Maza, G. (Eds.) (2011). *El Novísimo Cine Chileno*. Santiago: Uqbar Editores.
- Cavallo, A., P. Douzet & C. Rodríguez (Eds.) (1999). *Huérfanos y perdidos. El cine chileno de la transición 1990-1999*. Santiago: Editorial Grijalbo.
- Chion, M. (1993). *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Madrid: Paidós.
- Cirlot, J.E. (2003). *Diccionario de símbolos*. Madrid: Ediciones Siruela.
- CNN (2014). La propuesta de la película "El verano de los peces voladores". Recuperado el 15 de mayo de 2017 de <http://www.cnnchile.com/noticia/2014/08/23/la-propuesta-de-la-pelicula-el-verano-de-los-peces-voladores>
- Dufays, S. (2014). *El niño en el cine argentino de la postdictadura (1983-2008): alegoría y nostalgia*. Woodbridge: Tamesis.
- Durston, J. (Ed.) (2013). *Pueblos Originarios y sociedad nacional en Chile: La interculturalidad en las prácticas sociales*. Santiago: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- El verano de los peces voladores* (DVD) (Cinémadefacto y Jirafa, 2013).
- Gómez-Barris, M. (2015). Mapuche Mnemonics: Reversing the Colonial Gaze through New Visualities of Extractive Capitalism. *Radical History Review*, N. 124, 90-101.

- Grebe, M.E. (1994). Meli-Witran-Mapu: construcción simbólica de la tierra en la cultura mapuche. *Pentukun*, N.1, 55-67.
- Guerra, L. (2013). *La ciudad ajena: Subjetividades de origen mapuche en el espacio urbano*. La Habana: Casa de las Américas.
- Hirsch, M. (1979). The Novel of Formation as Genre: Between Great Expectations and Lost Illusions, *Genre XII*, 293-311.
- Jeftanovic, A. (2011). *Hablan los hijos. Discursos y estéticas de la perspectiva infantil en la literatura contemporánea*. Santiago: Cuarto Propio.
- Kaplan, E.A. (1997). *Looking for the Other: Feminism, Film, and the Imperial Gaze*. New York: Routledge.
- Kushigian, J. (2003). *Reconstructing Childhood: Strategies of Reading for Culture and Gender in the Spanish American Bildungsroman*. Lewisburg: Bucknell University Press.
- Lagos, M.I. (1996). *En tono mayor. Relatos de formación de protagonista femenina en Hispanoamérica*. Santiago: Cuarto Propio.
- Martínez, A. (2014). El verano de los peces voladores: Una nueva elusión. *El Mercurio*. Recuperado el 8 de febrero de 2015 de <http://www.elmercurio.com/blogs/2014/08/29/24753/El-verano-de-los-peces-voladores-La-nueva-elusion.aspx>
- Richards, P. (2010). Of Indians and Terrorists: How the State and Local Elites Construct the Mapuche in Neoliberal Multicultural Chile. *Journal of Latin American Studies* 42(01):59-90.
- Saavedra, C. (2013). *Intimidades desencantadas. La poética cinematográfica del dos mil*. Santiago: Cuarto Propio.
- Seminet, G. & Rocha C. (2012). *Representing History, Class, and Gender in Spain and Latin America*. New York: Palgrave.
- Urrutia, C. (2013). *Un cine centrífugo: Ficciones chilenas 2005-2010*. Santiago: Cuarto Propio.
- Villaruel, M. (2005). *La voz de los cineastas*. Santiago: Cuarto Propio.

Sobre la autora

Rosana Díaz-Zambrana tiene un doctorado en Literatura Comparada de la Universidad de Urbana-Champaign en Illinois. Actualmente, es profesora de literatura y cine latinoamericanos en Rollins College, Florida. Es co-editora del volumen sobre cine caribeño, *Cinema paraíso: Representaciones e imágenes audiovisuales en el Caribe hispano* (Isla Negra, 2010) y *Horrofílmico: Aproximaciones al cine de terror en Latinoamérica y el Caribe* (Isla Negra, 2012). En el 2015 publicó la antología *Terra zombi: El fenómeno transnacional de los muertos vivos* (Isla Negra, 2015).

¿Como citar?

Díaz-Zambrana, R. (2018). El Bildungsroman femenino en *El verano de los peces voladores* (Marcela Said, Chile, 2013). *Comunicación y Medios*, 27(37), 24-35. doi:10.5354/0719-1529.2018.45118

El debate sobre la educación chilena en la sección de opinión de *El Mercurio* (2011-2014)*

The debate on education in the opinion section of El Mercurio (2011-2014)

Carlos Ruiz

Universidad de Chile, Santiago, Chile
cruizsch@gmail.com

Resumen

Este artículo analiza críticamente, desde la perspectiva de la teoría de la hegemonía, algunos de los conceptos y argumentos con que el diario *El Mercurio* de Santiago busca incidir, directa o indirectamente, en los debates educacionales producidos en Chile, entre los años 2011 y 2014, y que tienen como trasfondo las acciones del movimiento estudiantil universitario. Con este fin, se estudia el género argumentativo de la publicación: columnas, editoriales y cartas al director del diario, que aluden a las reformas propuestas por los estudiantes (y algunos académicos) en función a las temáticas que se especifican en el artículo: gratuidad, lucro, democracia y lo público y lo privado en educación. La indagación propuesta explora, hacia el final, el eco de estos argumentos en la revitalización de temores y resistencias al cambio del modelo educativo neo-liberal de la dictadura militar, que continúa en gran medida vigente durante la transición democrática.

Palabras clave

Hegemonía; argumentación; educación; educación superior; movimiento estudiantil.

Abstract

This article analyses critically, from perspectives linked to hegemony theory, some of the concepts and argumentation used by the journal El Mercurio in Santiago in order to influence directly or indirectly the educational debates in Chile between 2011 and 2014, having as background the struggles of the student movement. With this purpose the text studies editorial comments, columns and letters to Director centered on the reforms proposed by the students (and some university professors) and related to themes like greed, free tuition of studies, democratic governance of higher education, and the relation between the public and the private in education. At the end, the research asks for the echoes of these kind of journalistic message in the revival of fears and resistances to the change of the neo-liberal educative model of the military dictatorship, which is still operative during the democratic transition.

Keywords

Hegemony; argumentation; education; higher education; student movement

Recibido: 17-03-2017/ Aceptado: 02-05-2018 / Publicado: 30-06-2018
DOI: 10.5354/0719-1529.2018.45180

* Este artículo se enmarca en el proyecto de investigación financiado por Fondecyt Regular N° 1140744, años 2014-2018

1. Introducción

La representación en los medios de comunicación de masas de los debates políticos e ideológicos de una sociedad es el resultado final, o parcial, de la transformación de las ideas en mensajes comunicativos. Ocurre a través de diversos tipos de procedimientos que caracterizan a los medios de prensa y que contribuyen a explicar sus efectos específicos. Los mensajes de los medios se relacionan, en general, con la cultura de esa sociedad pero también con estrategias de poder de los distintos grupos y clases sociales. Es esta perspectiva de análisis la que se recoge en los estudios sobre ideología y medios de comunicación y esta es la perspectiva que guiará el presente análisis sobre la forma en que los medios en Chile recogen y orientan el debate de ideas sobre la educación, en el período más convulso del desarrollo del movimiento estudiantil, entre los años 2011 y 2014.

Entre los ensayos recientes sobre ideología, se releva el análisis de Barrett (2003), que destaca especialmente los estudios de Hall sobre el "populismo autoritario" de Thatcher en Inglaterra. Sostiene Hall (1988), en uno de sus artículos, que el populismo autoritario thatcherista

no es una treta o pura retórica, porque opera en base a contradicciones genuinas y tiene un núcleo racional y material. Su éxito y efectividad no se apoya en su capacidad de engañar a gente que no entiende nada, sino en la manera en que plantea problemas reales, experiencias vividas y reales, contradicciones reales y es capaz de interpretarlas al interior de una lógica o discurso que los alinea sistemáticamente con las políticas y las estrategias de clase de la derecha (56).

En el caso inglés, estas experiencias y contradicciones reales tienen que ver con la crisis del capitalismo en los 80, con la declinación de la economía inglesa y, en el campo educacional, con las quejas de los empresarios y el "pánico" de la élite sobre la baja de la calidad de los estándares de formación de los trabajadores, la que tiene obvias consecuencias en la eficiencia

y la productividad de la nación en un período de aguda competencia internacional y recesión.

Una visión similar tiene Apple (1997) sobre la situación en los Estados Unidos en la época de Reagan. Liga el ascenso de las posiciones de la derecha en educación -inspirándose también en los textos de Hall- con la preocupación de los padres por el futuro económico de sus hijos

en una economía que está cada vez más condicionada por salarios en descenso, el desempleo, la fuga de capitales y la inseguridad (condiciones en que) el discurso de la derecha -con sus énfasis en la caída de los standards, la violencia en las escuelas, la necesidad de autoridad- entra en contacto con las experiencias de mucha gente de la clase trabajadora y de la clase media baja (89).

Un análisis similar puede hacerse en Chile, sobre procesos impuestos por una dictadura, entre 1973 y 1990 y luego, a partir de perspectivas diferentes, entre el año 2011 y el año 2014, foco de este estudio. Una mirada a estos procesos servirá para contextualizar y dar un marco más amplio a los debates que estarán en el centro de este trabajo.

2. Marco teórico

Existe un cierto consenso en la literatura (Foxley, 1982; Sunkel & Zuleta, 1990; French-Davis, 1999, 2005; Eyzaguirre & Marcel, 2005) en que la dictadura militar introduce un quiebre radical con el estilo de desarrollo capitalista chileno hasta comienzos de los años 1970, un estilo centrado en la industrialización y la democratización de la política y las instituciones sociales, el que adquiere un ritmo más acelerado con el desarrollismo de Frei y con el proyecto socialista de Allende.

Dos lecturas de un indicador social, el índice de Gini de desigualdad, sintetizan este quiebre. En el año 1973, el índice de Gini de desigualdad en Chile es de 0.47, el más bajo de la historia del país. A fines del gobierno de Pinochet, en 1988,

este mismo índice es de 0.65, uno de los índices de desigualdad más elevados del mundo en ese momento (Baño, 2013).

Según el texto de Baño, que contiene estos datos, los factores centrales que explican esta alta desigualdad son: la brutal represión de la participación política, el fuerte descenso en el nivel de los salarios –sólo en 1998 se recupera el nivel de 1971– y la privatización de los servicios públicos, como salud, educación, previsión, transporte, etcétera. A todo esto habría que agregar que todos estos cambios se producen de una manera drástica y en el más breve plazo. Este es el marco global que podría explicar que estas políticas hayan podido tener un impacto en la conformación del sentido común de unas capas medias e incluso de unas clases trabajadoras arrojadas a una situación de autodefensa económica, muy lejos de lo que estaba siendo su experiencia de vida hasta 1973.

Hay también una conciencia, en los intelectuales y dirigentes políticos que defienden la dictadura, de la necesidad de construir un nuevo sentido común. En un artículo de Guzmán, “El camino político”, publicado el año 1979 en la revista *Realidad*, podemos leer

no se trata sólo de que se restituyan a las personas aquellas libertades económicas y sociales que a estas corresponden, y que les han sido gradualmente usurpadas... además es menester que el ejercicio de dichas libertades personales por un período suficientemente dilatado se haga carne entre los chilenos, a fin de que la vivencia de sus frutos encuentre en cada ciudadano su más ardiente defensor. No olvidemos que la libertad sólo se aprecia por quienes la han conocido, y las generaciones más recientes de nuestra patria no han experimentado la libertad económica y social, ni por ende tampoco su gravitación para ampliar y robustecer la libertad política... Sólo un período suficiente para ejercer la libertad económico-social y palpar sus beneficios será un dique eficaz contra futuros rebrotes socialistas (374-375).

En el campo educativo, este marco general no cambia sustancialmente con los gobiernos de la transición a la democracia. Primero, por el efec-

to de una ley orgánica constitucional, la LOCE, con la que la dictadura amarra sus transformaciones educacionales con políticas contramayoritarias; pero esto es así también porque las políticas de consenso de la Concertación por la Democracia sobrerrepresentan a las mismas minorías. A pesar de que hay un cierto retorno al Estado en educación, otras políticas privatizadoras se profundizan, como las que permiten que los *vouchers* friedmanianos se completen con financiamiento aportado por los padres, lo que acrecienta la segregación escolar.

A partir del año 2006, los “actores secundarios”¹ y luego, en el 2011, los estudiantes universitarios, se toman las calles, los colegios, las universidades y la palabra, poniendo radicalmente en cuestión el sentido común de la dictadura. Lo habían intentado antes, pero desde el año 2006 y luego el 2011, el endeudamiento, las grandes desigualdades entre los colegios públicos y los privados, la precariedad de lo público y las barreras de acceso a la educación superior de calidad, junto a una sensación generalizada de crisis del capitalismo, cientos de miles de estudiantes salen finalmente a la calle por todo el país. Hay que destacar, por una parte, que en estas enormes movilizaciones masivas la base social está conformada por los estudiantes de los colegios municipalizados y de las universidades estatales. Pero, por otra parte, estos movimientos masivos atraen también a grandes contingentes de estudiantes de la educación subvencionada, y de universidades, como las universidades católicas y otras instituciones privadas.

Frente a estas movilizaciones, los medios de comunicación de la derecha montan una estrategia cerrada y masiva de defensa del modelo vigente, que incluye columnas de opinión, cartas al director y editoriales de figuras ligadas a la Concertación y el centro político. En lo que sigue, se propone analizar las ideas difundidas sobre el tema de la educación y, especialmente, sobre la educación superior, fundamentalmente por el diario *El Mercurio* de Santiago. Este periódico tiene, como se sabe, un alto nivel de impacto en la opinión pública y en quienes deciden sobre las políticas públicas. A ello se agregarán, ocasionalmente, comentarios o ensayos publicados

en otros lugares por los autores de las columnas o artículos periodísticos analizados.

Como se acaba de expresar más arriba, el marco teórico global del análisis son las concepciones de hegemonía e ideología desarrolladas por Laclau y Mouffe (1987), Barrett (2003) y Hall (1988), junto a los trabajos de Apple (1997) para las ideologías en educación. Complementariamente, utilizaré también perspectivas provenientes de la historia intelectual y de la historia de las representaciones.

3. Desarrollo

Si tomamos como punto de partida las reivindicaciones de estudiantes y de académicos partidarios del cambio radical del modelo educativo, esto es: 1) la idea de que la educación es un derecho social de ciudadanía, que tiene que ser desmercantilizado y garantizado universalmente por el Estado; 2) la idea de gratuidad de la educación superior; 3) el fin del lucro en las instituciones educacionales; y 4) la democratización interna, sobre todo de la educación superior; podremos ver que estas implican una transformación total del modelo neoliberal de la dictadura, pero también del modelo reformista de la Concertación que le ha dado más centralidad a la educación, pero sin cambiar el modelo de mercado.

Frente a estas amenazas de cambio radical, la estrategia comunicacional del diario *El Mercurio*, se centra en una crítica profunda de todas estas temáticas en base a la difusión permanente de opiniones de expertos, tanto de derecha como vinculados a la Concertación. En especial, esta apertura a los intelectuales de los gobiernos de la Concertación, refuerza la imagen de *El Mercurio* como un diario liberal, objetivo y pluralista, pero tiene también como condición que los expertos y políticos consultados defiendan un modelo educativo que mantiene un núcleo central de ideas del modelo neoliberal, contra las nuevas demandas de los estudiantes. Este punto es de importancia central: el propósito político de *El Mercurio* apunta así a conformar un núcleo de ideas que aisle a los estudiantes

y quienes los apoyan, y congregate en torno a estas ideas a intelectuales y líderes de opinión que han formado parte de las numerosas comisiones que han construido los consensos de la transición sobre educación. La idea es organizar, en torno a la educación y la educación superior, una especie de frente político e intelectual que vaya más allá de la derecha y que incluya a dirigentes e intelectuales que militan más bien en el centro político liberal y demócrata cristiano.

Es necesario recalcar que la forma a través de la cual el diario desarrolla esta tarea es el de la defensa de *puntos de vista* y *argumentaciones* que aparecen en editoriales, columnas de opinión, cartas a la dirección, etcétera; es decir, fundamentalmente a través de estrategias argumentativas y de discusión conceptual. En este sentido, *El Mercurio* se muestra como un educador –y constructor– de la clase dirigente, como se había señalado en varios estudios críticos sobre el medio de los años 1980 y 1990 (Sunkel, 1983; Durán, 1995).

El nivel de la argumentación de estos textos es relativamente alto, como corresponde a un periódico de élite que busca probablemente centrar cada vez más su impacto en la élite intelectual. Por esta razón, el análisis se centrará sobre todo en las ideas que nos parecen más relevantes y frecuentes, más que en las estrategias y mecanismos estrictamente periodísticos para difundirlas. Esto último requeriría de un trabajo estadístico que probablemente podría introducir nuevas perspectivas.

3.1. La gratuidad de la Educación Superior

El primero de los temas que *El Mercurio* somete a una crítica radical es el tema de la gratuidad de la educación superior, una de las demandas intempestivas del movimiento estudiantil que pone radicalmente en cuestión los supuestos del modelo vigente. Este considera a la educación como un bien de consumo, o como una inversión. A la larga siempre como un bien económico individual, en donde lo que está en juego es la utilidad, la rentabilidad, o la relación entre costos y beneficios.

Una columna significativa a este respecto es la de Carlos Peña, intelectual ligado a la Con-

certación, Rector de una universidad privada -Universidad Diego Portales- y columnista del periódico. Su columna del 9 de octubre del año 2011 se titula significativamente "¡La gratuidad es injusta!" y en ella Peña entrega dos razones para fundamentar su postura:

es mejor dar más a los que no tienen que dar lo mismo a los que tienen y a los que no tienen (...) Las consecuencias para la educación son obvias: es mejor subsidiar a los más pobres y dejar a los más ricos igual o peor (pero no mejor). ¿Cambia lo anterior si se financiara la educación gravando con mayores impuestos a los más ricos? Tampoco. Con prescindencia de la fuente de los recursos, se reduce más la desigualdad si se subsidia más a los que no tienen que si se da por igual a los que tienen y los que no.

La segunda razón tiene que ver con el argumento de los estudiantes, según el cual, la gratuidad del sistema público

integraría a ricos y pobres en las mismas instituciones y ataría la suerte de los unos a la de los otros (...) La sociedad, piensan, sería así más integrada y el sentido de comunidad más fuerte (...) ¿Tienen razón los estudiantes? Desgraciadamente no. Como los cupos más valiosos se asignan en base al rendimiento, y este último se correlaciona con el ingreso, incluso si la educación fuese gratis e íntegramente pública, los más ricos tenderían a concentrarse en las instituciones más prestigiosas y los más pobres en las menos selectivas. Ocurriría lo mismo que hoy (sólo que gratis).

Estos argumentos de Peña son apoyados de múltiples maneras por el diario. Por ejemplo, una carta al director de Carlos Williamson, ex vicerrector de la Pontificia Universidad Católica, del 4 de octubre de 2011, titulada "Educación, gratuidad y justicia" sostiene que la gratuidad de la educación superior en Chile violaría el segundo principio de justicia de Rawls, afirmando que Rawls exige para la justificación de este principio la condición de igualdad de oportunidades y agregando que, a través de los impuestos, también los pobres contribuyen al financiamiento de

la educación, con lo cual se vulnera la exigencia rawlsiana de "trato preferencial a los más desposeídos". De lo que concluye que para un país que tiene todavía índices importantes de extrema pobreza, hay una "necesidad imperiosa de focalizar los recursos públicos en el gasto social" y que "sólo la irresponsabilidad o quizás la ignorancia pueda explicar que sobreviva un tema que hace tiempo debió quedar en el anecdotario de las movilizaciones estudiantiles".²

Con un argumento similar nos podemos encontrar en un documento del *Centro de Estudios Públicos*, el *Think tank* más importante de la derecha chilena, de ideología neo-liberal, titulado "Gratuidad de la educación superior: una política regresiva" escrito por Harald Beyer, que posteriormente será Ministro de Educación de Sebastián Piñera, y Loreto Cox, el 7 de octubre de 2011. En este documento, donde también se alega una justificación de tipo rawlsiano, se señalan datos empíricos importantes de la Encuesta Casen del año 2009, que hasta cierto punto contradicen las afirmaciones de Peña y Williamson. En efecto, Beyer y Cox concluyen de los datos de la encuesta que no importa que la educación superior sea gratis, ya que sólo el 17% del decil más pobre de la sociedad chilena dice que no estudia por razones económicas. Pero si uno mira las otras razones de los jóvenes encuestados, aparece que un 18% no lo hace porque trabaja, un 5% porque ayudan en su casa, un 14% porque son padres o madres y un 11% porque creen que a esa edad ya no sirve estudiar. Parece muy probable que una política que ampliara sustantivamente la matrícula de educación superior pública gratuita podría contribuir a mejorar estos índices de una manera significativa.

Muchas otras editoriales, columnas, entrevistas y cartas al director abundan en la defensa de las posiciones que hemos descrito, especialmente durante el año 2011. Como ejemplo, citemos la columna semanal de la sección "Temas Económicos", del año 2011, que lleva como subtítulo "¿Por qué la gratuidad es injusta para los pobres?" y un editorial del 4 de octubre del 2011 en donde se dice que: "Si se insistiese en una política de gratuidad, alrededor de un cuarto de

los recursos públicos para satisfacer tal política terminarían beneficiando al 10% de los hogares de mayores ingresos”.

Por último, parece interesante mencionar otra columna de “Temas económicos”, del 9 de junio de 2012, titulada “El sector privado en el sistema educacional”, en el que se defiende el modelo de una educación mixta, pública y privada, donde los establecimientos deben competir de igual a igual por los estudiantes, lo que en el caso de la educación superior, como lo recomienda Friedman (1966), tiene como consecuencia que la educación pública tiene que ser pagada, porque de lo contrario no habría competencia equitativa con la educación superior privada. Claramente, este argumento supone como a priori deseable la existencia de la educación superior privada, lo que hay más bien que demostrar y no simplemente suponer.

Frente a esta andanada de argumentos en defensa del carácter regresivo de la gratuidad de la educación superior, un ejemplo de una posición diferente es una carta al Director del profesor Fernando Atria. En su carta de respuesta a muchos otros comentarios, Atria –uno de los primeros académicos en defender la gratuidad de la educación pública y el derecho a la educación³ - sostiene, en particular, contra el argumento sobre gratuidad e injusticia de Peña que

si los programas sociales son focalizados, los servicios respectivos tenderán a segregarse: habrá salud y educación para pobres y para ricos (...) Dicho de otro modo, en teoría es verdad que con independencia de la fuente de los recursos, si ellos se gastan sólo en los más pobres, la desigualdad se reducirá. Pero en los hechos, cuando uno toma en cuenta que parte de lo que está mal distribuido es la influencia y el poder político, entonces es claro que los recursos disponibles (...) no son independientes del modo en que se gastan.⁴

Respecto del segundo argumento de Peña, Atria sostiene que este es convincente sólo si de lo que se trata es de la integración total del sistema, lo que es también una defensa de avanzar hacia el fin de la segregación. Pero además, Atria esboza aquí algo que desarrollará más adelante y es que

[l]o que está hoy en discusión es el “modelo” el paso de uno focalizado a uno universalista. Un modelo universalista (...) se toma en serio la igualdad de todos los ciudadanos, mientras uno focalizado es una forma de “nobleza obliga”: asistencia para el pobre que al mismo tiempo refuerza las estructuras de clase (lo que Peña llama una “sociedad de herederos”).

A un argumento similar de Atria, Williamson había respondido también, de una manera muy agresiva con una carta al director en la que encontramos términos como los siguientes: “Por otra parte al lector Atria parece necesario darle un ejemplo para que entienda por qué es regresivo un impuesto general como base para financiar educación superior gratis para todos” (9 de julio 2011).⁵

3.2. Reduccionismo económico en Educación Superior

Otro de los argumentos defendidos por los columnistas de *El Mercurio* implica un fuerte reduccionismo economicista. En el cuerpo B, “Economía y negocios” del 12 de julio de 2011 encontramos una nota de Francisco Rosende, Decano de la Facultad de Economía de la PUC, en la que podemos leer, que

...no se puede soslayar el hecho de que la tasa de retorno privada de la educación universitaria habitualmente es elevada, por lo que, en general, el financiamiento privado debe constituir una fracción importante de éste lo que hace necesario perfeccionar los mecanismos de crédito existentes.

Como se ve, un argumento como este sólo se sostiene si, por principio, es verdadero que la inversión en educación tiene que ser económicamente rentable y no se considera la alternativa de concebir a la educación como un derecho social de ciudadanía. De nuevo, hablamos desde paradigmas inconmensurables. Rosende concibe a la educación a partir de los trabajos del economista neo-liberal Becker (1993) sobre “capital humano” y desde su propuesta de extender a todas las instituciones sociales los análisis económicos.

3.3. El lucro en educación

Sobre el tercer tema, el del lucro, también nos ilustra la columna de Rosende en la que

(en la llamada "sociedad del conocimiento" se necesita una oferta educacional amplia y variada) (...) y aquí parece especialmente importante el aporte de recursos privados para sostener el crecimiento de una oferta de estudios universitarios variada y de calidad (...) (pero) la inversión privada en educación superior requiere remunerar éstos de un modo no muy diferente al que obtendrían en otras actividades, lo que no debiera ser un motivo de controversias o conflictos.

Una defensa mucho más decidida del lucro en educación podemos encontrar en una columna de Alvaro Fischer, empresario que en ese momento era Presidente de la Fundación Chile, titulada "Afán de lucro: ¿y cuál es el problema?", publicada el 27 de agosto de 2011: "una buena porción de la humanidad se pasó gran parte del siglo pasado probando un sistema económico que no involucraba el lucro...y fracasó". Desarrollando más su idea, Fischer concluye, sin sentir la necesidad de probar su premisa, que se ha naturalizado en la sociedad chilena, que en

el caso de las universidades, lo importante no es que tengan o no fines de lucro sino que entreguen los servicios que prometen (de excelencia o masivos) en un ambiente competitivo, en que las personas escojan libremente donde estudiar de acuerdo con sus méritos.

Poco después, el 7 de enero de 2012, la revista *Sábado* del diario entrevista a Fischer, promocionándolo como un ateo evolucionista:

No soy de las personas que cree que la desigualdad es el mayor problema de Chile (...) las personas siempre están calibrándose entre sí, por buenas razones evolucionarias. Y prefieren ganar 100 si sus pares ganan 50, que ganar 200 y que sus pares ganen 300 (...) si se pone el foco sólo en la desigualdad, se abandonan otros temas, como el incentivo al trabajo y al esfuerzo personal (...) Me voy a

meter en un lío por decirlo, pero creo que hay un exceso de Padre Hurtado en el alma nacional. Que la labor del Padre Hurtado simbolice a Chile es (...) un lastre que se opone a una mirada centrada en el esfuerzo, la superación, el crecimiento y la competencia.

El darwinismo social de Fischer no es una excepción entre las ideas que *El Mercurio* difunde, sino más bien un intento de justificación más profundo y explícito de las opciones del diario. Es interesante para el presente análisis que esta justificación se haga a partir de los valores del esfuerzo personal, la competencia y los incentivos al trabajo, que son los valores que pueden parecer centrales en una sociedad y una economía precarizada, como decíamos al comenzar.

3.4. Educación Superior y democracia

Un cuarto tema de las demandas estudiantiles que *El Mercurio* busca refutar en sus columnas es el de la democratización interna de las instituciones universitarias. El contexto es que, en Chile, hasta hoy, prácticamente sólo en las universidades estatales,⁶ los académicos eligen sus autoridades. La oposición del diario, en un típico recurso retórico, se refleja en una columna de Agustín Squella, académico y ex Rector de la Universidad de Valparaíso e intelectual ligado a la Concertación por la Democracia. En su columna, titulada "No es aceptable", publicada el 5 de agosto de 2011, después de enumerar una serie de temas de política universitaria que le parecen deplorables sostiene:

No es aceptable que se pida democracia en las universidades, porque se trata de una forma de gobierno de la sociedad, no de las instituciones, y porque su regla de oro - la de mayoría - no podría operar con eficiencia en una iglesia, en un ejército, en una empresa y tampoco en una universidad. Lo que debe existir al interior de las universidades, es participación estamental.

El texto de Squella se refiere a una participación estudiantil en términos de la regla de la mayoría, posición que prácticamente nadie defiende en ese momento. Pero *El Mercurio* difunde también, a través de columnas, como la que se titu-

la "Elecciones de rectores y gobernanza de las universidades", del 24 de mayo del año 2014, una oposición global a la elección de autoridades universitarias, incluso por el claustro académico. Dice su autor, Oscar Garrido, lo siguiente:

En el presente año, 16 universidades -entre ellas 11 estatales - habrán elegido rector a través de un sistema que tiene al cuerpo académico como gran elector. Este mal sistema es la raíz del problema de nuestra educación universitaria (...) La elección de rectores por los académicos han alentado a la formación de grupos de interés, la burocracia y la ineficiencia en la administración de los recursos financieros, dando lugar a un clima de crisis permanente (...) Gobierno y parlamento deberían acordar una auténtica reforma dirigida a efectuar cambios radicales en el gobierno de las universidades públicas, que elimine los procedimientos electorales para nombrar a quienes deben dirigir los planteles universitarios y otorgue a las juntas directivas el poder para escoger a los mejores líderes académicos dondequiera se encuentren.

Esta línea de argumentación de *El Mercurio* la encontramos también en otros autores, como por ejemplo, el ex Ministro de la Concertación, José Joaquín Brunner, y el rector de la Universidad Diego Portales, Carlos Peña (ambos columnistas del periódico), que sostienen en su libro *El Conflicto de la Universidades: entre lo público y lo privado* (Brunner & Peña, 2011) que una condición para que el estado privilegie en parte a las universidades estatales es que "esas instituciones estén gobernadas por el Estado y no capturadas por sus corporaciones académicas, como desgraciadamente ocurre en muchas de ellas" (57).⁷

3.5. Lo público y lo privado en educación superior

El último tema de importancia entre los que se difunden por el diario *El Mercurio* es el de lo público, tal como se desarrolla precisamente en el libro (Brunner & Peña, 2011) y que se refiere fundamentalmente a la universidad. Expresada brevemente la tesis de ambos analistas, es que no hay razones -salvo el respeto del pluralismo,

cosa que también pueden hacer algunas universidades privadas- para privilegiar con financiamiento público a las universidades estatales. La base para esta posición la encuentran en conceptos que extraen de la economía neo-clásica, y es que ambos tipos de instituciones proveen bienes públicos, sin que importe mayormente la propiedad de la institución, las reglas que la conforman o su tradición institucional, su "espíritu objetivo", su "eticidad" según diría Hegel. Según la definición de estos autores, el concepto de bien público,

alude, desde el punto de vista económico a un bien que produce beneficios indiscriminados, beneficios que se distribuirían entre un amplio conjunto de personas, sea que estas personas hayan o no pagado los costos de producirlos (...) la información científica, el alza en el nivel general de conocimiento, es decir, el tipo de cosas que las universidades producen, son bienes de este tipo (...) no parece existir ninguna vinculación necesaria entre esta dimensión de lo público y las universidades estatales. La razón es bastante obvia (...) Todas las universidades pueden (...) producir en alguna medida bienes públicos y...pueden aspirar al financiamiento estatal en la proporción en que lo hagan (Brunner & Peña, 2011: 52-53).

Sobre este tema, una de las escasas columnas de opinión que expresan opiniones diferentes en el diario, es una que escribe el profesor Aldo Valle, Rector de la Universidad de Valparaíso, y que se titula "Lo público limita con lo privado", publicada el 29 de marzo del año 2014. Sostiene allí Valle que la sociedad chilena reconoce el valor de un sistema educacional y universitario mixto, con concurso público y privado. Pero que en las últimas décadas se ha mantenido a las instituciones estatales en una condición de profundo menoscabo, por la orientación esencialmente privatizadora de los decretos de la dictadura. Por esto, nos dice Valle, nadie tiene que sorprenderse del propósito del actual gobierno de fortalecer a las universidades del Estado. Para él, si lo que se pretende es que esta situación de menoscabo se mantenga,

entonces lo que esconde la sobre-reacción ante el propósito de fortalecerlas es el temor

o el rechazo a que las instituciones estatales mejoren su participación en el sistema de educación superior, eleven su productividad científica y extiendan sus capacidades en la generación de ideas y en la deliberación pública (...) Tal rechazo sólo puede justificarse si se considera que no es bueno que los países tengan un sólido pilar público en educación. Esto mismo, sin embargo, a la vez refuerza la idea contraria a diluir los límites entre lo público y lo privado. Si desde la perspectiva privada se quiere contener lo público, entonces la distinción no es inocua, salvo que se quiera relativizar siempre a favor de lo privado.⁸

4. Conclusiones

Para terminar, vamos a referir a algunos aspectos del debate comunicacional sobre la educación en los meses posteriores a la asunción del mando por la Presidenta Michelle Bachelet, a fines del año 2013. Los primeros tres proyectos de ley que propone al Gobierno –aparte lo que acabamos de mencionar sobre el interventor- son un proyecto que pone fin al lucro en la educación, que termina con la selección de estudiantes y que pone fin al financiamiento compartido (estatal y de las familias), en el caso de escuelas financiadas con fondos estatales.⁹

La reacción del diario *El Mercurio* a estos proyectos de transformación ha sido confrontacional y se expresa en editoriales, columnas y entrevistas en que se despliega de una manera más cohesionada aún. La misma estrategia utilizada contra las propuestas del movimiento social de los estudiantes: una gran mayoría de comentarios críticos, en los que las principales banderas de defensa del modelo educativo son levantadas, no tanto por políticos e intelectuales de derecha, sino por intelectuales ligados a la Concertación y la Nueva Mayoría. Los temas son muy similares: la defensa del lucro como un factor que, en el peor de los casos, es indiferente en lo que toca a los resultados educativos, la defensa de la educación subvencionada y la defensa de la selección de estudiantes.

Lo nuevo de esta etapa es que la propaganda comunicacional, más la movilización de dueños y apoderados de los colegios subvencionados y de los partidos políticos de la derecha, ha conseguido, por primera vez, organizar manifestaciones de masas –es cierto que mucho menores que las del movimiento estudiantil- en contra de la reforma del Gobierno. Una parte importante de los estudiantes tiene mucha desconfianza frente al Gobierno de la Nueva Mayoría, las reformas de este –bastante moderadas, por otra parte- carecen de defensores movilizados.

Lo que se revela, es que no se trata de que, como en los 80 y los 90, “la derecha esté ganando” en educación, como lo decía Apple (1997) para los Estados Unidos y Gran Bretaña. Se revela la rapidez con que se organizan masas que defienden el *statu quo* educacional. Muchas de las transformaciones sociales impulsadas por la dictadura y la continuidad de las políticas neo-liberales en los gobiernos de la Concertación “se están haciendo carne” en la vida y la experiencia de, por lo menos, los sectores medios que experimentan frente a las reformas en curso un nivel importante de inseguridad y temor. A esta disputa en la sociedad, creemos, no son ajenos los argumentos que hemos considerado más arriba en el diario *El Mercurio*. En este sentido, se podría hablar de una cierta fuerza hegemónica del post-neoliberalismo que ha conseguido aunar a la derecha y a los gobiernos en la defensa del modelo actual frente a las demandas estudiantiles.

Algo de este nuevo giro en el clima ideológico, más favorable a las campañas de la derecha, puede advertirse en una entrevista del diario a uno de los políticos que ha defendido posiciones muy cercanas a las del movimiento estudiantil en el campo educacional, el senador Carlos Montes, de la Nueva Mayoría. El 28 de junio de 2014, un día antes de la entrevista a Montes, cuyo significativo título es “Los apoderados y los dueños de los colegios están con miedo”, *El Mercurio* había publicado un amplio reportaje, con fotos de multitudinarias reuniones de apoderados, profesores y alumnos de colegios subvencionados, junto a imágenes espectaculares de destrozos en tomas de colegios públicos. Las primeras fotos y comentarios in-

forman sobre aumentos en las movilizaciones y membresía de las organizaciones que agrupan a los colegios subvencionados y a las asociaciones de padres de colegios subvencionados y particulares, marchas, foros masivos, etcétera. Las otras, sobre el vandalismo, criminalizan a los estudiantes radicalizados: una precisa expresión visual del efecto político que *El Mercurio* quiere producir y que ha sido una constante en la estrategia comunicacional del diario para dar cuenta de las movilizaciones de los estudiantes.

Este es el contexto de la entrevista a Montes del 29 de junio. El senador comienza por advertir que el momento que se vive en educación es tremendamente complejo y difícil "porque es un momento de transformaciones estructurales después de un modelo que lleva 34 años y que está no sólo en la institucionalidad sino que está en la cabeza de mucha gente que cree que es así como deben funcionar las cosas". Esta afirmación de Montes parece de gran importancia, porque lo que comienza a suceder con el debate político en educación es que el rechazo al cambio del modelo es más transversal que lo que se supone y que la propuesta del movimiento estudiantil está perdiendo algunos de los apoyos que ganó con su estrategia en estos años.

Sectores importantes que apoyan a Bachelet el 2013 hacen hoy, en educación, causa común con la derecha política en la defensa del crédito y la educación privada generando consensos más profundos. Montes percibe perfectamente bien este giro en la hegemonía

hay mucha gente con miedo en materia educacional: los apoderados y los dueños de los colegios están con miedo, los alumnos, algunos, no saben para donde viene la cosa, porque se plantearon las cosas de una manera que no iba acompañada de otras medidas (...) Yo he visto -dice respondiendo a otra pregunta- en colegios públicos, que hay muchos apoderados que dicen como va a ser gratis ¿a qué colegio particular subvencionado voy a cambiar a mi hijo?" Y en los colegios particulares subvencionados dicen "como esto va a ser gratis ¿por qué voy a pagar la cuota del financiamiento compartido?" Entonces está incubándose un problema.

La idea global que hemos tratado de defender en este texto, es que los debates en la prensa, y especialmente en el diario *El Mercurio*, defendiendo el carácter regresivo de la gratuidad o la justificación del lucro y el carácter problemático de la igualdad y la democracia en educación, han jugado un papel importante en este giro, en este desplazamiento de las voces hegemónicas. Esto ha terminado por amenazar seriamente la unidad de la Nueva Mayoría. Un Gobierno, en parte dividido, se enfrenta así a un movimiento estudiantil radicalizado pero que ha perdido parte de su fuerza hegemónica en la sociedad civil y, por otra parte, a una derecha que se hace más fuerte con las alianzas que obtiene de parte de la propia derecha de la Nueva Mayoría. Este resultado tiende a mostrar que, pese al gran impacto de los estudiantes en la calle, cuando este se debilita, vuelven a aparecer los antiguos miedos y los antiguos sentidos comunes que "se hicieron carne" durante los angustiosos años de la dictadura y se mantuvieron durante la Concertación. Ahora estos miedos "vuelven a estar en la cabeza de mucha gente", como dice el senador Montes.

Para concluir habría que subrayar que los resultados de este trabajo muestran que el diario *El Mercurio* ha congregado en sus columnas, en el período analizado, a varios intelectuales políticamente favorables a los gobiernos de centro-izquierda y sus políticas educativas, en los inicios de la transición, pero que han tenido posteriormente posiciones muy críticas hacia las reformas educativas posteriores al año 2011. Estos intelectuales han jugado un papel de primera importancia en la articulación de elementos del sentido común sobre la educación que han influido sobre todo en movilizaciones de padres y apoderados de colegios particulares subvencionados. Esto ha producido un cambio importante en las representaciones sobre temas como la igualdad y la gratuidad en educación, que parecían, después del año 2011, haber ganado un significado positivo en el campo educativo. A juzgar por los documentos analizados, estos cambios inciden, sobre todo, en un debilitamiento del paradigma emergente de la educación considerada como un derecho social de ciudadanía, en beneficio de visiones más cercanas al neo-liberalismo, centradas en los retornos

económicos, los subsidios a la demanda y la focalización.

Notas

1. Este es el título de un documental que se refiere a la resistencia contra la dictadura de los estudiantes secundarios chilenos en los años 1980.

2. Es extraño que se invoque la autoridad de Rawls para defender una forma de gasto focalizado en la educación de los sectores más pobres. La teoría de la justicia de Rawls es una teoría centrada en la igualdad, que no acepta como justificación para las desigualdades ni al principio liberal de las "carreras abiertas a los talentos", o la meritocracia de la igualdad de oportunidades, ni siquiera a la "lotería natural" de los talentos que provienen de la genética. Difícilmente podría ser compatible con una visión meramente compensatoria de la pobreza.

3. Atria sostiene estas ideas, por ejemplo, en su ensayo "¿Qué educación es "pública"?" en C. Bellei, J.P. Valenzuela et al, *Ecos de la Revolución Pingüina*, Universidad de Chile – UNICEF, 2010

4. Estos temas han sido profundizados por Atria en un Documento de Trabajo de la Universidad Adolfo Ibáñez de diciembre de 2011.

5. La ofuscación de Williamson parece darle razón a Atria en otro de sus argumentos que no aparece en estos debates en la prensa: la idea de que en la educación enfrentamos una especie de crisis paradigmática en el sentido de Kuhn. Si esto es así, la defensa de Williamson es irrelevante porque argumenta con razones que sólo valen al interior de un paradigma cuestionado por su antagonista, y no fuera de él.

6. Una excepción es la Universidad Academia de Humanismo Cristiano.

7. La relación entre educación superior y democracia es un tema debatido. Hay que recordar, en este sentido, que muchas de las tomas de posición sobre este tema dependen de la concepción de democracia que uno defiende. Si la concepción de democracia que uno sostiene es una concepción elitista, al estilo de Schumpeter, Sartori o Bobbio, entonces no cabe hablar de democracia universitaria. Pero si se defiende una concepción participativa, en el estilo de C.B. Macpherson, Carole Pateman o Benjamin Barber, cabe perfectamente pensar en formas de autogobierno universitario.

El tema de la "captura" de las instituciones por sus comunidades, probablemente deriva de la obra de James Buchanan y la Escuela del Public Choice americana, que supone que el interés común en una institución no existe y que siempre prima el interés egoísta de sus miembros. De nuevo una premisa hobbesiana extremadamente controversial, que habría que demostrar antes de transformarla en la base de un argumento.

8. Como comentario a esta discusión, hay que decir que, apenas Bachelet asume el mando, se produce la intervención de una universidad privada en quiebra. Una columna del diario (7 – V-2014) se opone a la intervención estatal en base al carácter privado de la universidad. La propiedad aquí es un freno frente a la intervención pública.

9. Hay que recordar en este punto que el sistema escolar chileno heredado de la dictadura incluye un sector privado, un sector subvencionado, con fondos estatales, pero administrado privadamente y que no es incompatible con el lucro, y un sistema municipal estatal, podría decirse, aunque depende en su administración de las municipalidades.

Referencias Bibliográficas

- Apple, M. (1997). *Teoría crítica y educación*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Atria, F. (2013). "¿Qué educación es "pública"?" . En Bellei, C. & Valenzuela, J. (eds.). *Ecos de la revolución pingüina*. Santiago: Universidad de Chile y UNICEF.
- Baño, R. (2013). El golpe a la igualdad: cuarenta años después. *Anales de la Universidad de Chile*, pp. 43-57. doi:10.5354/0717-8883.2014.30167
- Barrett, M. (2003). "Ideología, política, hegemonía: de Gramsci a Laclau y Mouffe". En Zizek, S. (ed.). *Ideología. Un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Becker, G. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago: University of Chicago Press.

- Brunner, J. & Peña, C. (eds.) (2011). *El conflicto de las universidades: entre lo público y lo privado*. Santiago: Universidad Diego Portales.
- Carrasco, A. (2013). "Mecanismos performativos de la institucionalidad educativa en Chile: pasos hacia un nuevo sujeto cultural". *Observatorio Cultural* 15, 4-10. Recuperado desde http://www.observatoriocultural.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/observatorio_cultural_n15.pdf
- Durán, C. (1995). *El Mercurio. Ideología y propaganda 1954-1994*. Santiago: CESOC.
- Eyzaguirre, N. & Marcel, M. et al. (2005) "Hacia la economía del conocimiento: el camino para crecer con equidad de largo plazo". *Estudios Públicos*, 97, 5-57. Recuperado desde https://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160304/asocfile/20160304093516/r97_eyzaguirre_economia.pdf
- Ffrench-Davis, R. (1999). *Chile entre el neo-liberalismo y el crecimiento con equidad. Reformas y políticas económicas desde 1973*. Santiago: J. C. Sáez.
- Ffrench-Davis, R. (2005). *Reformas para América Latina: después del fundamentalismo neo-liberal*. Buenos Aires: CEPAL-Siglo XXI.
- Foxley, A. (1982). "Experimentos neo-liberales en América Latina", *Estudios CIEPLAN*, 7, 1-164. Recuperado desde <http://www.cieplan.org/biblioteca/detalle.tpl?id=125>
- Friedman, M. (1966) "El rol del gobierno en educación". En *Capitalismo y Libertad*. Madrid: RIALP.
- Hall, S. (1988). *The hard road to renewal: Thatcherism and the crisis of the left*. New York: Verso.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI.
- Mouffe, C. (1979). "Hegemony and ideology in Gramsci". In *Gramsci and Marxist theory*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Stiglitz, J. (2003). *La economía del sector público*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Sunkel, G. (1983). *El Mercurio: 10 años de educación político-ideológica*. Santiago: ILET.
- Sunkel, O. & Zuleta, G. (1990). "Neoliberalismo versus el neo-estructuralismo en los años 90". *Revista de la CEPAL* 42, 25-43. Recuperado desde https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11792/042035053_es.pdf?sequence=1.

Sobre el autor

Carlos Ruiz es Licenciado en Filosofía y Profesor Titular de la Universidad de Chile. Habilitación para la Dirección de Investigaciones (HDR), Universidad de Paris 8 (1996). Profesor de las Facultades de Filosofía y Humanidades, y Derecho. Tiene publicaciones en filosofía política, filosofía y educación e historia de las ideas. Premio Municipal de Ensayo (1993) por *El pensamiento conservador en Chile*, en co-autoría con Renato Cristi.

¿Como citar?

Ruiz, C. (2018). El debate sobre la educación chilena en la sección de opinión de *El Mercurio* (2011-2014). *Comunicación y Medios*, 27(37), 36-47. doi:10.5354/0719-1529.2018.45180

Prensa argentina y noticia policial (1976-1983). Los casos de *Diario Popular* y *La Prensa*

Argentine newspapers and police news (1976-1983). The cases of *Diario Popular* and *La Prensa*

María Paula Gago

Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina
mariapaulagago@gmail.com

Resumen

El presente artículo propone analizar el tratamiento informativo que realizaron los diarios argentinos *La Prensa* y *Diario Popular* en torno a los hechos delictivos ocurridos durante la última dictadura militar argentina (1976-1983). Del análisis realizado se desprende que, si bien durante los años 1976-1978 se utilizó una retórica propia del género policial para informar sobre la represión ilegal, hacia 1982 el encuadre cambió y los acontecimientos policiales eran interpretados por la prensa en clave política.

Palabras clave

Dictadura; Argentina; subversión; delito; diarios

Abstract

*This article proposes to analyze the information treatment made by the Argentine newspapers *La Prensa* and *Diario Popular* about the criminal acts that occurred during the last Argentine military dictatorship (1976-1983). From the analysis carried out, it can be deduced that, although the rhetoric of the police genre was used to report illegal repression during the years 1976-1978, by 1982 the framing changed and police events were interpreted by the newspapers in a political key.*

Keywords

Dictatorship; Argentina; subversion; crime; newspapers

1. Introducción

Este trabajo se inserta en uno de mayor envergadura (Gago, 2015) y su objetivo general es analizar comparativamente las explicaciones y el marco interpretativo desde el cual dos medios gráficos argentinos de circulación nacional –*La Prensa* y *Diario Popular*– informaron sobre la problemática delictual en una coyuntura particular¹ de la historia argentina reciente: la última dictadura cívico-militar (1976-1983).

En este sentido, se establecen dos objetivos particulares: (a) Identificar, analizar y comprender núcleos argumentativos desarrollados en cada uno de los diarios, tanto en sus espacios editoriales como en aquellos destinados a la información policial, en relación a la vigilancia y los métodos represivos y de control; y (b) Rastrear comparativamente las modificaciones que sufren los encuadres de las informaciones sobre el delito en cada uno de los medios estudiados desde el comienzo hasta el final del periodo dictatorial (1976-1983), a partir de determinados casos periodísticos que se consideraron representativos.

La hipótesis de partida sostiene que durante el periodo 1976-1978 los medios estudiados apelaron a la retórica policial para referirse no solo a los “delitos comunes”, sino también a la “subversión política”. En 1982 se produjo un viraje en el marco interpretativo y hasta los delitos comunes que no tenían vínculo con la dictadura eran relacionados con lo que luego se conoció como terrorismo de Estado. Dicho de otro modo, desde 1982 se leen expresiones en las noticias que permiten vislumbrar la emergencia de sospechas por parte de la prensa sobre el accionar del gobierno dictatorial.

La noticia policial se vuelve un instrumento crítico ideal, puesto que es una frontera móvil y cambiante que sirve como un instrumento crítico e histórico que articula el Estado, la política, los sujetos y la literatura (Ludmer, 1999). Desde este punto de vista, concebimos a la noticia policial como una noticia política (Martini, 2005; Saïtta, 1998), y a los medios de comunicación

como actores políticos (Borrat, 1989) y difusores de los imaginarios sociales (Baczko, 1999).

Se utilizó una metodología cualitativa y se tomaron herramientas del análisis del discurso, la *Framing Theory* y la teoría de la noticia. Se analizaron dos diarios nacionales, desde el punto de vista de sus condiciones de producción (Verón, 1993). *La Prensa* no contaba con sección policial, pero el *Diario Popular* sí. Por eso, se estudiaron las crónicas policiales aparecidas en su sección homónima como también aquellas informaciones que se ocuparan explícitamente de la problemática delictiva, la violencia, los métodos represivos y de control social aplicados entre 1976 y 1983.

2. Antecedentes del trabajo

La última dictadura militar en Argentina (1976-1983) ha sido abordada tanto en el terreno económico, político y social, como también en el ámbito cultural. Sin embargo, aún existen áreas que requieren estudios sistemáticos. La información policial en la prensa gráfica es uno de ellos.

En lo que respecta a los discursos sobre el delito, los estudios disponibles abarcan desde el análisis del relato policial en la prensa popular de principios de siglo (Saïtta, 1998), como en la literatura (Ludmer, 1999; Link, 2003), investigaciones sobre la historia de los cambiantes discursos sobre el castigo y de los instrumentos estatales de control social (Caimari, 2007) hasta una multiplicidad de investigaciones que analizan el tratamiento del delito y la violencia en la vida cotidiana, tal como se configuró en el discurso de la prensa en los últimos veinte años (entre otros Martini 2005; Martini & Peireyra, 2009; Martini & Contursi, 2015; Santagada, 2017) y estudios sobre el temor al delito (Gil Calvo, 2003; Reguillo, 2006; Kessler, 2009).

Un antecedente específico sobre el tratamiento de la “delincuencia subversiva” en los medios gráficos se encuentra en Dosa et al. (2003),

quienes analizan dos publicaciones de la editorial Altántida: *Somos y Gente* en los años 1976 y 1977. Por su parte, Schindel (2012) analiza diarios de circulación nacional durante el terrorismo de Estado y expone la masacre invisible de la desaparición forzada.

3. La dictadura militar argentina (1976-1983)

La Junta Militar que tomó el poder el 24 de marzo de 1976 –integrada por el general Jorge Rafael Videla, el almirante Emilio Eduardo Massera y el brigadier Orlando Ramón Agosti–, se abocó a la edificación de un “orden nuevo” en el que se impusiera la “vigencia de los valores de la moral cristiana”, supuestamente quebrantados. Su objetivo era doble: “encauzar” la economía y disciplinar a la sociedad (Acuña & Smulovitz, 1995; Canitrot, 1980).

Uno de los instrumentos principales del proyecto refundacional, fue el plan sistemático de secuestros masivos de opositores políticos en centros clandestinos de detención, posterior tortura, asesinato y desaparición, en una vasta represión ilegal que produjo miles de desaparecidos. La práctica represiva clandestina no sólo tuvo como objetivo silenciar definitivamente a los opositores, también lograr un certero disciplinamiento social, profundizar la despolitización de la sociedad civil y desgarrar los lazos de solidaridad social que habían crecido en los años anteriores (Borrelli, 2016).

En lo que respecta a los medios de comunicación, la censura no se constituyó en 1976. Se organizó lentamente durante más de un cuarto de siglo hasta acelerarse en 1974 (Avellaneda, 1986). La Junta Militar que asumió en 1976 estableció su propio marco legal. El mismo 24 de marzo publicó el Comunicado N° 19, en el que establecían:

...será reprimido con reclusión de hasta 10 años el que por cualquier medio difundiere, divulgara o propagara noticias, comunicados o imágenes, con el propósito de perturbar,

perjudicar o desprestigiar la actividad de las fuerzas armadas, de seguridad o policiales.

Postolski & Marino (2006: 6) indican que se creó un “Servicio Gratuito de Lectura Previa”² que funcionaba en el interior de la Casa Rosada, “donde debían enviarse un juego por triplicado de cada edición: una de esas copias era devuelta con las ‘correcciones’, y las otras dos, eran remitidas para ‘el análisis de censura posterior’”. En cuanto a los medios gráficos (Borrelli, 2016; Díaz, Giménez & Passaro, 2004) señalan que Videla convocó a los directivos de los más destacados diarios capitalinos a una reunión el 2 de abril de 1976; encuentros que en adelante se llevarían a cabo con grupos reducidos de dos o tres periodistas.

La dictadura fue clara en su accionar frente a la prensa: los medios críticos fueron intervenidos o clausurados; aquellos que quisieron mantener algún rasgo de autonomía “eran reprimidos, y aquellos que funcionaron como adictos, fueron tratados con esmero (...) y se contempló situaciones de privilegio para el sector” (Postolski & Marino, 2006: 8).

A diferencia de otros regímenes autoritarios, en la Argentina no existió una oficina de censura centralizada (Avellaneda, 1986). Por eso, los medios no funcionaron en “bloqueo” (Varela, 2001). En este sentido, para el régimen militar la actividad periodística no debía acallarse totalmente. “Por el contrario, se toleraba una prensa ‘tibia’, que execrara de los ‘subversivos’, pero que a la vez juzgara con una crítica moderada al propio gobierno” (Borrelli, 2016: 87).

4. Aspectos teóricos y metodológicos

El material periodístico sobre el que se trabajó se basó en la propuesta de Barthes (1993: 81) sobre la necesidad de que el corpus tiene que saturar un sistema completo de semejanzas y diferencias. En este sentido, seleccionamos a *La Prensa* y *Diario Popular* por su circulación y

ámbitos de influencia, y porque nos permiten realizar un análisis que compara el discurso de la prensa seria y prensa amarilla. Si en los años 80 las fronteras discursivas entre ambos tipos de prensa tendieron a borrarse, ya que fue más difícil “diferenciar los rasgos textuales de las publicaciones tradicionalmente definidas como amarillas o sensacionalistas de los de aquellas clasificadas como ‘serias’” (Steimberg, 2000: 235), en el período que nos compete esa delimitación aún estaba vigente.

Sucintamente, la prensa amarilla se define por sus contenidos informativos vinculados a lo que Ford, Martini & Mazziotti (1996: 78) llaman zonas blandas (espectáculos, información general, deportes y policiales), y se apoya en un discurso narrativo, casuístico, concreto y personalizado. En cambio, la prensa seria privilegia la información de zonas duras (economía y política nacional e internacional) y apela a la utilización de un tipo de discurso informativo y argumentativo. Considerando esta tipología: ubicamos al diario *La Prensa* como prensa seria, mientras que *Diario Popular* se corresponde con prensa amarilla.

Tomamos unidades informativas sobre la lucha antisubversiva, perteneciente a la agenda política, pero narradas en clave policial; el caso de los hermanos Schoklender, circunscripto en la serie de “parricidio/crímenes espectaculares”; y, finalmente, el caso de la pareja asesinada con signos de tortura, ambos de la agenda policial. Escogimos estos casos porque: (a) nos permiten mostrar los tres modelos delincuenciales que convivieron en los relatos periodísticos durante el período (1976-1983): subversivos, asesinos y “delincuentes comunes”; y (b) porque a través del estudio de estos casos se puede analizar comparativamente las continuidades y variaciones en los marcos interpretativos presentes en la prensa seria y la prensa amarilla en torno a la delincuencia y la violencia.

La metodología de análisis empleada apuntó a describir y comprender. De acuerdo con Kornblit (2002), al realizar análisis social nos posicionamos dentro de un paradigma de la comprensión y no de la explicación, lo que supone que el conocimiento de lo estudiado surge de

la posibilidad de recrear lo que los grupos sociales piensan, creen y sienten. Sobre esta base y el conocimiento del contexto se puede “interpretar”. A su vez, describir supone desentrañar estructuras conceptuales complejas que no son explícitas y en las cuales se basan las ideas y prácticas de ciertos grupos que pueden ser representados por el discurso. En suma, con el análisis lo que se intenta es comprender las significaciones otorgadas por los actores sociales (en este caso los diarios) a partir de la identificación de las categorías que organizan su relato.

Por otra parte, los aportes teóricos del género periodístico policial (Caimari, 2007, 2012; Saitta 1998) permitieron identificar marcas en distintos momentos históricos, como también categorías vinculadas a las teorías del delito (Kessler, 2004) y del control social (Garland, 2005), que permitieron analizar relatos del orden en un contexto dictatorial.

El corpus de análisis está conformado por 17 artículos. Sobre la lucha antisubversiva utilizamos 6 unidades informativas (3 pertenecientes a cada diario): “Fueron muertos 3 terroristas en un tiroteo al allanarse una finca” (1976, junio 22), *La Prensa*, p. 7; “Abatióse en Boulogne a 17 guerrilleros” (1976, julio 3), *La Prensa*, p. 5; “Abatióse a una joven terrorista ayer en La Plata” (1977, abril 22), *La Prensa*, p. 3; “10 extremistas abatidos” (1976, noviembre 12), *Diario Popular*, p. 2; “Sangriento enfrentamiento”. (1976, noviembre 25), *Diario Popular*, contratapa; “Santa Fe: 3 extremistas abatidos en dos tiroteos” (1977, febrero 13), *Diario Popular*, contratapa.

Sobre el parricidio se tuvieron en cuenta 8 crónicas publicadas entre mayo y junio de 1981 (5 pertenecientes a *Diario Popular* y 3 artículos de *La Prensa*): “Hallan en Barrio Norte los cadáveres de una pareja en el baúl de un automóvil” (1981, mayo 14), *La Prensa*, p. 12; “Detuvieron a los hermanos Schoklender, los presuntos asesinos de sus padres” (1981, junio 6), *La Prensa*, p. 5; “Dispúsose el examen médico de los hermanos Schoklender” (1981, junio 8), *La Prensa*, p. 4; “Sórdidos entretelones en el crimen del matrimonio” (1981, junio 3), *Diario Popular*, pp. 8-9; “El delito de parricidio” (1981, junio 4), *Di-*

rio Popular, p. 9; "Cayeron los parricidas" (1981, junio 5), *Diario Popular*, pp. 8-9; "Después del horror, una enorme tristeza" (1981, junio 7), *Diario Popular*, pp. 4-5; "Un caso para el psiquiatra" (1981, junio 7), *Diario Popular*, p. 5.

Sobre el delito común, se tomaron 3 unidades informativas, distribuidos de la siguiente manera: Iglesias Rouco, J. (12 de octubre de 1982). "Camino del terror", *La Prensa*, p. 3; "Descartánse móviles políticos en el asesinato de una joven pareja" (1982, octubre 13), *La Prensa*, p. 4; "La mano de la mafia se alza en el espantoso doble asesinato" (1982, octubre 12), *Diario Popular*, p. 10.

5. Corpus

Para elucidar el contrato de lectura (Verón, 1985) de cada medio, tomamos en consideración la oferta informativa jerarquizada, el formato, el espacio que ocupaba la letra impresa y la imagen. En consecuencia, *La Prensa* se dirige a un tipo de público interesado en cuestiones políticas, de índole nacional e internacional, como también cuestiones económicas. Era un diario en formato sábana, donde predominaba el texto escrito por sobre la imagen. Su diseño no diferenciaba entre noticias policiales, políticas o económicas. Se dirigía a un lector que privilegiaba la lectura de noticias internacionales y priorizaba el análisis realizado por el diario sobre la coyuntura política y económica nacional. Era un medio explícitamente antiperonista y anticomunista.

Por su parte, *Diario Popular* jerarquizaba en su oferta informativa la crónica policial, el espectáculo y los deportes. Utilizaba un lenguaje coloquial y en tapa equilibraba imagen y texto escrito. Se dirigía a un público de corte popular, que enfatizaba el costado escabroso de los acontecimientos. Debemos aclarar que *Diario Popular*, a diferencia de *La Prensa*, presentaba una diagramación prolija y didáctica: el cuerpo del diario se dividía en secciones. Además, fue uno de los primeros en incorporar el color en tapa. En lo que respecta a su línea ideológica fue favora-

ble frente a la lucha antsubversiva. Esta postura se debe a que su fundador fue asesinado por la agrupación política armada Montoneros en el año 1974.

Por las diferencias en torno al tipo de lector al que apunta cada diario, la prensa seria y la prensa amarilla presentan estilos y criterios distintos para construir su oferta informativa.

5.1. La Prensa (1869)

La Prensa fue fundado en 1869 por José Clemente Paz. El diario nació con el fin de superar la politización que caracterizaba a los periódicos de esa época. Sin embargo, hacia 1874, Paz había participado de una "cruzada" contra el entonces presidente Avellaneda (Ulanovsky, 2005). Desde la aparición en la escena política de Juan Domingo Perón, éste se convirtió en blanco de fuertes críticas por parte del diario, las cuales se agudizaron durante la campaña electoral de 1946. El periódico fue expropiado bajo el gobierno de aquel hacia 1951 (Panella, 2006). Este evento marcará el discurso antiperonista, además de anticomunista, del diario. Díaz, Giménez & Sujatovich (2010) señalan que, desde la última etapa del tercer gobierno peronista hasta el final de la dictadura militar, el diario –en manos de Gainza Paz– contribuyó a la construcción discursiva del golpe de Estado de 1976, ya que entendía que el pronunciamiento militar no representaba una ruptura del orden constitucional, sino la única salida institucional posible. Sin embargo, el compromiso inicial con el que *La Prensa* asumía el enfrentamiento con el enemigo subversivo, no dejó de lado su carácter de actor político para esgrimir sus discrepancias y señalarle admonitoriamente a la Junta Militar aquello que debía ser corregido, adoptando por ello el comportamiento de un "periodismo pendular" (Díaz & Passaro, 2009). A pesar del ofrecimiento, el diario no quiso participar de Papel Prensa S.A. (Borrelli, 2011; Díaz & Passaro, 2009).

La Prensa se posicionó como un diario de referencia, de tendencia ideológica conservadora y se dirigía a un lectorado de clase media y alta.

Imagen 1.



Fuente: *La Prensa*, 20 de junio de 1976, Tapa.

Imagen 2.



Fuente: *La Prensa*, 14 de agosto de 1981, p. 4.

5.2. *Diario Popular* (1974)

Durante la ausencia del diario *Crónica*, de Héctor Ricardo García, clausurado por el gobierno de Isabel Perón, los editores del diario *El Día* de La Plata decidieron relanzar su vespertino *El Diario* que, a pesar de tener una buena diagramación e impresión, no lograba grandes tiradas. Por esta razón, lo transformaron en un tabloide de corte popular, "con titulares llamativos, poca opinión y lenguaje sencillo" (Ulanovsky, 2005: 56) pensado para circular por la zona Sur del Gran Buenos Aires.

Ante el vacío que había dejado *Crónica* en el segmento de mercado al que apuntaban, no tardaron en incrementar las ventas del *Diario Popular*, que había sido fundado el 1 de julio de 1974 por David Kraiselburd, también director del diario *El Día* de La Plata. La cobertura de casos policiales fue el eje del diario. Con informaciones breves y una diagramación prolija, logró un lugar en el mercado (Borelli, 2012). El 17 de julio de 1974, Kraiselburd fue asesinado por un grupo comando de Montoneros. A partir de entonces, se hizo cargo de la dirección su hijo Raúl Kraiselburd, quien mantuvo una estrecha relación con el gobierno militar.

Imagen 3.



Fuente: *Diario Popular*, 12 de noviembre de 1976, Tapa.

Imagen 4.



Fuente: *Diario Popular*, 7 de febrero de 1979, tapa.

6. Resultados

Antes del estudio de los casos, debemos aclarar algunos aspectos. Primero, el uso de las fuentes oficiales (policiales para la crónica roja y los comunicados de las fuerzas armadas) están sobrerrepresentadas en los relatos policiales y en las unidades informativas sobre la subversión. De este modo, se debe subrayar que los datos que provienen de usinas oficiales son los que legitiman la información que se publica, a la vez que refuerzan el encuadre con el que los medios informaron sobre la violencia, el delito y los métodos de represión y control social.

Segundo, el periodo que abarca desde 1976 y 1983 es cambiante respecto del encuadre y los argumentos que esgrimió la prensa en torno al delito y los métodos para acabarlo. En este sentido, se remarca que el grado de vinculación con el clima político del momento variará sensiblemente en cada caso analizado. Mientras que en el parricidio se tejieron hipótesis que tangencialmente remitían a negocios armamentísticos que Schoklender (padre) había realizado duran-

te el periodo, rápidamente la prensa encuadró al hecho como un caso policial sin relación directa con el terrorismo de Estado. Esto se modificará en la cobertura del asesinato de Marcelo Dupont (caso que explicaremos más adelante), a partir del cual la prensa comenzará a interpretar en clave política acontecimientos vinculados a la dictadura e, inclusive, aplicará este marco a casos de la agenda policial, sin vínculo aparente con aquella.

6.1. La delincuencia subversiva (1976-1978)

Durante el momento más cruento (1976–1978), *Diario Popular* publicaba noticias sobre la subversión en Información Nacional, diferenciándolas de los delitos comunes. Apeló a una retórica policial y utilizó términos clave como “enfrentamientos”, para relatar lo que fue una política de exterminio planificada desde el Estado. Por ejemplo: “Un comunicado oficial hizo saber que en dos enfrentamientos registrados en Santa Fe fueron abatidos 3 guerrilleros”³.

El diario daba indicios de que los hechos no eran casos de delincuencia común, sino que tenían connotaciones políticas. Sin embargo, la visibilidad de los casos, junto con la utilización de una retórica de tipo policial, permitían naturalizar el plan represivo perpetrado desde el Estado.

En *La Prensa* esa jerarquización no era posible, puesto que las notas sobre la subversión compartían la misma página que las noticias policiales, como hurtos reiterados en bodegas o la muerte de operarios cuando estalló una caldera o el nombramiento de los rectores que se harían cargo de las universidades nacionales. De todos modos, en ambos diarios la lucha contra la subversión era retratada como un enfrentamiento igualando el poder coercitivo de las fuerzas de seguridad y las agrupaciones guerrilleras armadas. Por ejemplo: “tres extremistas abatidos (...) el episodio ocurrió a partir de las 13.30 cuando fuerzas policiales rodearon la finca ubicada en la calle 30”⁴.

En las series informativas sobre la lucha anti-subversiva, incluidas en la agenda del delito

subversivo, los diarios estudiados recurrían al impersonal y a la voz pasiva borrando de este modo al sujeto de la acción (persona, número, modo o tiempo) y enfatizando la acción. Por ejemplo: 10 extremistas abatidos⁵ o Fueron muertos 3 terroristas en un tiroteo al allanarse una finca⁶. Tal como sostiene Van Dijk (1997: 63) los actores con poder como las autoridades, en este caso, las fuerzas de seguridad, tienden a aparecer como primer sujeto cuando realizan una acción neutral o positiva, mientras que se los sitúa en una construcción pasiva o implícita como agentes de acciones negativas. También era recurrente la utilización de la "cuantificación" -esto es, la explicitación del número de los que "son muertos"- en los modos de titular, lo cual resaltaba la importancia de la exactitud de los dichos. La combinación de aserciones y de cuantificaciones en un discurso, donde ni el enunciador ni el destinatario están explícitamente marcados, designa un contrato donde un enunciador objetivo e impersonal habla la verdad (Verón, 1985). A su vez, la figura del subversivo y del extremista, tal como lo había planteado el discurso militar en términos de enemigos internos, logró imponer un relato respecto de estos colectivos políticos como los adversarios de lo nacional. Aún con líneas editoriales diferentes, los dos medios coincidieron sobre lo que se consideraba noticiable, como también en la caracterización de los temas, personajes y tipos de acontecimientos. Siguiendo a Entman (en Koziner & Aruguete, 2016) el encuadre otorgado a los textos sobre la lucha antsubversiva se identifica en palabras clave como "sediciosos", "delincuentes" versus "fuerzas de seguridad", "tiroteos" y "enfrentamientos".

En lo que atañe a las fuentes de información, se trataba de comunicados oficiales divulgados por las fuerzas de seguridad. Se citaban en estilo directo, con un grado preciso de identificación de la fuente: "por intermedio de la oficina de prensa del comando general del Ejército (...) se distribuyó la siguiente información"⁷.

La ponderación que se realiza desde el discurso de la prensa es positiva con las fuerzas policiales como con las militares, a quienes se presentan como un sector homogéneo⁸, aunque les

asignaban distintos ámbitos de actuación. Los sectores castrenses aparecían interpelados en el rol de agentes al servicio de la restauración del orden social interno en la lucha contra la subversión; las fuerzas policiales debían complementar a las primeras y además actuar enérgicamente en la prevención y combate del delito común.

6.2. El parricidio (1981)

El 1 de junio de 1981 aparecieron los cadáveres del matrimonio Schoklender (Mauricio Schoklender y Cristina Silva). Fueron hallados en Barrio Norte, en la ciudad de Buenos Aires, en el baúl de su propio automóvil. No pasó demasiado tiempo en conocerse que quienes habían ejecutado a la pareja fueron sus propios hijos: Mauricio y Pablo Schoklender. Los móviles del crimen giraban en torno a una macabra historia familiar: la madre era borracha y mantenía una relación incestuosa con Pablo Guillermo, el hijo menor.

Respecto de los actores de la noticia, el matrimonio era pasivo y el rol activo lo asumieron los hijos y la policía que se dedicó a perseguirlos y encarcelarlos. El caso fue clasificado por la prensa como un crimen de tipo filicida que generaba estupor porque se trataba de asesinos inhumanos, bestiales. El tropo de la animalización fue de uso recurrente en *Diario Popular*. Por ejemplo, mientras la policía los buscaba, el diario sostenía que desplegaban el "operativo policíaco militar para cazar a los hermanos"⁹.

La narración de sucesos criminales muestra un rasgo estilístico fundamental del género: sensacionalismo, espectáculo sangriento y macabro. *Diario Popular*, debido a los contenidos que jerarquizaba en su agenda, explotó el costado morboso del caso: "el ingeniero Mauricio Schoklender conocía el hecho de que su mujer mantenía relaciones sexuales con uno de sus hijos, Pablo Guillermo, de veinte años"¹⁰. *La Prensa* recurría a un discurso informativo, con el objetivo de generar un efecto de seriedad y objetividad: "detuvieron a los hermanos Schoklender, presuntos asesinos de sus padres"¹¹.

Notamos la utilización de una retórica de corte autoritaria/represiva propia de las series infor-

mativas de la época inscriptas en la agenda del delito subversivo. Esto se debe a que, si bien los parricidas no eran subversivos, sí habían sido capaces de asesinar sin piedad a quienes le dieron la vida. *Diario Popular* retomaba una declaración –publicada en el vespertino *La Razón*– del doctor Osvaldo Loudet, psiquiatra con 20 años al frente del Instituto de Criminología de la Penitenciaría Nacional que, remarcaba *Diario Popular*, “cuenta con las mejores y únicas técnicas para medir la magnitud de la peligrosidad de los delincuentes”¹². La principal pregunta jurídica radicaba, para el diario, en si realmente eran conscientes de sus acciones, pues si estaban locos nadie los podía condenar, cuando la pena que correspondía al parricidio era la reclusión perpetua (Art. 80 del Código Penal)¹³.

La Prensa también acudió a las explicaciones de tipo psiquiátrico, que nutrió a las crónicas policiales. Sin embargo, en relación con los asesinatos y el delito común, incluía acontecimientos policiales por las presiones de las lógicas del mercado y otros medios de comunicación (Martini & Luchessi, 2004). Es decir, cuando una serie policial se instalaba en la oferta informativa del resto de los competidores, *La Prensa* lo incluía en su sumario. Aunque, el énfasis que le daba a las noticias inscriptas en la agenda del delito común era escaso, y esto se verifica en el centimetrage de la superficie redaccional (una o dos crónicas policiales en páginas pares que incluyen de 8 a 10 unidades noticiosas).

6.3. El retorno del terror (1982)

El publicista Marcelo Dupont desapareció el 30 de septiembre de 1982 y fue arrojado al vacío desde un edificio en construcción en la calle Ocampo de la Capital Federal, el 7 de octubre. La autopsia determinó que cayó a la calle moribundo, luego de haber sido torturado y sometido a vejámenes por sus captores. El cadáver apareció cubierto por un impermeable que envolvía la mayor parte de su rostro y yacía frente a una obra en construcción de cuatro plantas en Palermo Chico. No se trataba de un mero caso policial y así lo entendieron los medios de la época.

Dupont era hermano del ex-diplomático Gregorio Dupont quien, en septiembre de 1982, había prestado colaboración a los hermanos de Elena Holmberg, como testigo de la causa de la muerte de la diplomática ocurrida en diciembre de 1978. La responsabilidad del asesinato de Holmberg se le adjudicó al almirante Emilio Massera, que manejaba los Grupos de Tarea que cometieron la mayoría de los crímenes durante ese periodo.

El asesinato de Dupont, fue inscripto por la prensa en una serie que reactualizaba la cuestión subversiva, la cual se encontraba casi ausente de los sumarios periodísticos desde fines de 1978. Lo novedoso era que los diarios cubrieron estos hechos desde un marco interpretativo que, en un movimiento pendular, abandonaba la retórica delictiva que habían usado para informar sobre la lucha antsubversiva e interpretaban a este tipo de asesinatos en clave política. A su vez, el enfoque otorgado a estos casos, lo utilizarían también como marco interpretativo para informar sobre asesinatos que no tenían relación aparente con el terrorismo de Estado. Un ejemplo de ello es el “crimen de la calle Viamonte”¹⁴.

Respecto del asesinato de Dupont, en una nota titulada “El camino del terror”, el periodista de *La Prensa*, Jesús Iglesias Rouco, sostenía que era probable que el asesinato de la joven pareja formara parte de una campaña de desestabilización¹⁵. De acuerdo con sus argumentos, todo indicaba que el asesinato de Dupont y las presiones que se estaban ejerciendo sobre su familia constituían el primer paso hacia la creación de una nueva atmósfera de terror, que hiciera imposible un entendimiento entre los distintos sectores nacionales para realizar cambios profundos en el país.

¿Cómo es posible –se preguntaba Iglesias Rouco– que en medio del escándalo del “affaire Dupont”, mientras todo el país fijaba su mirada en esa infortunada familia, un grupo de desconocidos pudiera perseguir y hostigar a uno de sus miembros, desde un coche, en pleno centro y con la mayor impunidad? En palabras del periodista:

Lo cierto es que desde hace ya más de diez años al amparo de la lucha antsubversiva en la Argentina se puso en funcionamiento un sistema demoníaco mal llamado de represión del terrorismo, por el cual se marginó a la ley de la defensa del derecho y se creó un mecanismo de complicidades y de silencio en el que todo es posible. Hoy, simplemente, los argentinos vivimos –y a veces morimos– bajos los dictados de este sistema¹⁶.

De acuerdo con el periodista, hasta era probable que el asesinato de la joven pareja de la calle Viamonte, ocurrido unos días atrás, formara parte de una campaña de desestabilización para impedir u obstaculizar el camino a la democracia. “Eso es lo que ocurre (...) con el nuevo aluvión de amenazas anónimas (...) que desde hace algunas semanas llegan al periodismo”. Cabe anotar que, desde el comienzo del caso, *Diario Popular*, especialista en temas policiales, remarcaba que se trataría de “un ajuste de cuentas por tráfico de drogas”.

A diferencia de lo ocurrido durante 1976-1978, momento en el que la lucha antsubversiva era narrada en clave policial, los casos como el de Dupont y los crímenes comunes, como el de la pareja de la calle Viamonte, adquirirían connotaciones políticas.

7. Conclusiones

El discurso de la prensa durante 1976-1983 es cambiante respecto de la violencia y el orden. Esto se debe a que, más allá de la línea editorial de cada medio, hay una distinción clara entre una primera etapa de persecución y censura (que coincide con la lucha antsubversiva) y un segundo momento de quiebre del discurso monolítico dictatorial que se acentúa después de la derrota de Malvinas, anunciando la apertura democrática (Varela, 2001).

En este sentido, la utilización de una retórica policial para informar sobre la lucha subversiva, reduciéndola a una cuestión de seguridad, se explica a partir de los criterios de noticiabilidad

que se elaboraron en consonancia con los cánones discursivos de un gobierno dictatorial que, a su vez, desplegó mecanismos de censura que funcionaron de manera restrictiva para la producción de mensajes.

Ahora bien, en paralelo a ese encuadre se configuró una narrativa mediática de corte autoritario/represivo que sirvió, además, para justificar el pedido de penas máximas para asesinos que, si bien no eran equiparables a los subversivos, implicaban un grado superlativo de amenaza para la sociedad.

Luego de 1982, momento en el cual el discurso monolítico dictatorial se debilitó, los medios “descubrieron” las atrocidades cometidas por el gobierno de facto y comenzaron a informar sobre el accionar de grupos paramilitares descontrolados que seguían operando, aún cuando la subversión había sido. En relación a esto último, lo que sí resulta llamativo es que, aun cuando se modificó el encuadre otorgado a los asesinatos relacionados con el terrorismo de Estado, los modos argumentativos favorables a los métodos represivos se mantuvieron vigentes (incluso en democracia) no solo para justificar la lucha contra la subversión sino también para erradicar otro tipo de delitos. De hecho, perviven, aunque con variaciones, en las crónicas policiales actuales sobre la inseguridad.

En consecuencia, y teniendo en cuenta que cada momento histórico tiene sus propios delitos (Ludmer, 1999), queda pendiente para estudios posteriores el análisis de los núcleos argumentativos desarrollados por la prensa en torno al crimen a partir de 1983. El fin será vislumbrar las continuidades y mutaciones, respecto de la etapa dictatorial, que se despliegan en las crónicas rojas a partir del retorno a la democracia, periodo que concluirá con la desaparición de la cobertura amarilla del crimen y dará lugar a la aparición de la retórica de la inseguridad, vinculada a la cuestión social.

Finalmente, los estudios académicos que analizan las lógicas (fragmentarias y tendientes a descontextualizar) desde las cuales los medios de comunicación construyen lo real, deben

contribuir con propuestas para un ejercicio responsable y de calidad del periodismo. Y esto, en función de los hallazgos de la investigación, implica: (a) desnaturalizar y problematizar los marcos interpretativos de corte autoritario y represivo, como los aquí descritos, desde los cuales los medios de comunicación representan y traducen a la alteridad como un otro peligroso y maléfico al que hay que exterminar; (b) responder a las expectativas y necesidades de información de la sociedad como también a las lógicas del mercado con arreglo a la ética, a partir del compromiso, la investigación, la fiabilidad de las fuentes, la construcción de historias veraces pero atractivas "como lectura y necesaria[s] como periodismo" (Jiménez & Angulo, 2017: 300).

Notas

1. La "particularidad" del periodo reside, siguiendo la definición esbozada por Bobbio et al. (2005) sobre el concepto de dictadura, en: la suspensión de las garantías constitucionales y la instauración de facto que establece la ley marcial y el estado de sitio como fundamentos del orden social.

2. Los autores señalan que la aplicación de estas políticas tuvo diferentes grados de implementación. "De la dureza del primer momento se pasó a distintas instancias de negociación" (Postolski & Marino, 2006: 6). De este modo, el "Servicio Gratuito de Lectura Previa" dejó de funcionar al mes.

3. 10 extremistas abatidos (1976, noviembre 12). *Diario Popular*, p. 2.

4. Fueron muertos 3 terroristas en un tiroteo al allanarse una finca (1976, junio 22). *La Prensa*, p. 7.

5. Abatióse en Boulogne a 17 guerrilleros. (1976, julio 3). *La Prensa*, p. 5.

6. Las "disputas y/o enfrentamientos" entre las Fuerzas Armadas y la policía, que exceden por completo el objeto de esta investigación, son omitidas en los diarios (sobre el tema véase entre otros Oliveira y Tiscornia, 1997).

7. Sórdidos entretelones en el crimen del matrimonio (1981, junio 3). *Diario Popular*, pp. 8-9.

8. Sórdidos entretelones en el crimen del matrimonio (1981, junio 3). *Diario Popular*, pp. 8-9

9. Detuvieron a los hermanos Schoklender, los presuntos asesinos de sus padres. (1981, junio 6). *La Prensa*, p. 5.

10. Un caso para el psiquiatra (1981, junio 7). *Diario Popular*, p. 5.

11. Un caso para el psiquiatra (1981, junio 7). *Diario Popular*, p. 5.

12. El ejemplo se refiere al asesinato de Luis Zamboni y su pareja, Graciela Pagniez. Ambos aparecieron atados de pies y manos, amordazados y con orificios de bala en el cráneo.

13. Iglesias Rouco, J. (12 de octubre de 1982). Camino del terror. *La Prensa*, p. 3.

14. Iglesias Rouco, J. (12 de octubre de 1982). Camino del terror. *La Prensa*, p. 3.

15. Iglesias Rouco, J. (12 de octubre de 1982). Camino del terror. *La Prensa*, p. 3.

16. La mano de la mafia se alza en el espantoso doble asesinato. (1982, octubre 12). *Diario Popular*, p. 10.

Referencias Bibliográficas

Acuña, C. & Smulovitz, C. (1995). "Militares en la transición argentina: del gobierno a la subordinación constitucional". En *Juicios, castigos y memoria* (s/d). Buenos Aires: Nueva Visión.

Aruguete, N. & Koziner, N. (2014). La cobertura mediática del "7D" en la prensa argentina. Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a los principales diarios nacionales. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social. Disertaciones*, 7,

Artículo 5. Disponible en la siguiente dirección electrónica: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

- Avellaneda, A. (1986). *Censura, autoritarismo y cultura: Argentina 1960-1983/1*. Buenos Aires: CEAL.
- Baczko, B. (1999). *Los imaginarios sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Blaustein, E. & Zubieta, M. (1999). *Decíamos Ayer. La prensa Argentina bajo el Proceso*. Buenos Aires: Colihue.
- Borelli, J. (2012). *Diario Popular. El matutino que rompió el mito de la crisis de la prensa escrita en Argentina* (Tesina de grado en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires). Recuperada de https://www.academia.edu/12257013/Diario_Popular._El_matutino_que_rompi%C3%B3_el_mito_de_la_crisis_de_la_prensa_escrita_en_Argentina
- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Borrelli, M. (2016). *Por una dictadura desarrollista. Clarín frente a los años de Videla y Martínez de Hoz (1976-1981)*. Buenos Aires: Biblos
- Borrelli, M. (2011). "Una 'batalla ganada': Clarín y la compra de Papel Prensa (1976-1978)". En *Voces y silencios: la prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)* (19-53). Buenos Aires: Eudeba.
- Caimari, L. (2012). *Mientras la ciudad duerme. Pistoleros, policías y periodistas en Buenos Aires, 1920-1945*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Caimari, L. (comp.) (2007). *La ley de los profanos. Delito, justicia y cultura en Buenos Aires (1870-1940)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Canitrot, A. (1980). *La disciplina como objetivo de la política económica*. Un ensayo sobre el programa económico del gobierno argentino desde 1976. Buenos Aires: Cedes.
- Díaz, C. (2002). *La cuenta regresiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Díaz, C.; Giménez, M. & Sujatovich, L. (2010). La Prensa en la guerra y la guerra a La Prensa. Los editoriales durante el conflicto bélico por las Malvinas. *Question. Revista especializada en Periodismo y Comunicación*, Vol. 27, julio-septiembre, s/d. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1016>
- Díaz, C. & Passaro, M. (2009). Papel prensa y la dictadura. Una historia de silencios, alianzas y oposiciones. En *Medios de comunicación en la Argentina: diagnóstico y prospectiva* (s/d). La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Díaz, C.; Giménez, M. & Passaro, M. (2004). Cuando ni los "objetivos" ni los "plazos" respetaron la libertad de expresión. La legislación entre 1976-1981. *Anuario de investigaciones 2003*, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, 116-126. Recuperado de http://www.anuariodeinvestigaciones.com/2011/09/html1-displaynoneimage1_403.html
- Dosa, M. et al. (2003). "1976-1977: el discurso mediático en la construcción de la hegemonía política. Las revistas Gente y Somos". En *Medios y Dictadura* (pp. 36-43). Buenos Aires: Ediciones La Tribu.
- Ford, A.; Martini, S. & Mazziotti, N. (1996). "Construcciones de la información en la prensa argentina sobre el tratado del Mercosur". En *Culturas en globalización* (pp. 177-214). Caracas: Nueva Sociedad-CNCA-CLACSO.

- Gago, M. P. (2017). Modelos delincuenciales y narrativas mediáticas sobre el delito. Los diarios argentinos Clarín y Crónica durante el periodo 1976-1979. *Austral Comunicación*, 6 (2), 305-342. Recuperado de <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/203/236>
- Gago, M. P. (2015). Una historia de subversivos, asesinos y ladrones de gallina (Tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina).
- García, H. (1997). *Cien veces me quisieron matar*. Buenos Aires: Planeta.
- Garland, D. (2005). *La cultura del control. Crimen y orden social en la sociedad contemporánea*, Barcelona: Gedisa.
- Gayol, S. & Kessler, G. (comp) (2002). Buenos Aires: Manantial.
- Gil Calvo, E. (2003). *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza.
- Girard, R. (1995). *La violencia y lo sagrado*. Barcelona: Anagrama.
- Jiménez Sánchez, F. & Angulo Egea, M. (2017). "Investigar y narrar el crimen en la Argentina. El periodismo narrativo y la crónica policial de Javier Sinay y Rodolfo Palacios. *Austral Comunicación*, 6 (2), 277-303. Recuperado de <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/194>
- Kessler, G. (2009). *El sentimiento de inseguridad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Kessler, G. (2004). "Anexo. Las teorías sobre el delito". En *Sociología del delito amateur* (s/d). Buenos Aires: Paidós.
- Kornblit, A. (coord.) (2004). *Metodologías cualitativas en ciencias sociales*. Buenos Aires: Biblos.
- Koziner, N. & Aruguete, N. (2016). El "7D" en los diarios económicos argentinos. Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a la cobertura de la controversia judicial entre el Gobierno y el Grupo Clarín, en *Comunicación y Medios* N° 33, pp. 7-34. DOI 10.5354/0719-1529.2016.38389
- Link, D. (Comp.) (1992). *El juego de los cautos. Literatura policial: de Edgar A. Poe a P.D. James*. Buenos Aires: La marca editora.
- Ludmer, J. (1999). *El cuerpo del delito. Un manual*. Buenos Aires: Perfil.
- Martini, S. (2005). Estudio de la construcción del crimen en los medios gráficos. La noticia policial, una noticia política (Tesis de Doctorado. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires).
- Martini, S. & Contursi, M. (Comp.) (2015). *Crónicas de las violencias en la Argentina. Estudios en comunicación y medios*. Buenos Aires: Imago Mundi.
- Martini, S. & Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.
- Martini, S. & Pereyra, M. (eds.) (2009). *La irrupción del delito en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Biblos.
- Novaro, M. & Palermo, V. (2003). *La Dictadura Militar 1976/1983*. Buenos Aires: Paidós.
- Oliveira, A. & Tiscornia, S. (1997). *Estructura y práctica de las policías en la Argentina. Las redes de ilegalidad*. Documentos de Trabajo, Buenos Aires: CELS. Recuperado de http://www.cels.org.ar/common/documentos/control_democratico2.pdf
- Panella, C. (ed) (2006). *La prensa y el peronismo. De la Revolución Libertadora a Carlos Menem*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

- Postolski, G. & Marino, S. (2006). Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios. En *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol. VIII, n. 1, ene. – abr. 2006.
- Reguillo, R. (2006). Los miedos contemporáneos: sus laberintos, sus monstruos y sus conjuros. En *Entre miedos y goces. Comunicación, vida pública y ciudadanía* (s/d). Bogotá: UNESCO/ PUJaveriana.
- Saitta, S. (1998). *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Santagada, M. A. (2017). *Inocencia y culpabilidad. Leyendas mediáticas de la sociedad insegura*. Buenos Aires: Biblos.
- Schindel, E. (2012). *La desaparición a diario. Sociedad, prensa y dictadura (1975-1978)*. Villa María: EDUVIM.
- Sivak, M. (2013). *Clarín, el gran diario argentino. Una historia*. Buenos Aires: Planeta.
- Ulanovsky, C. (2005). *Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (tomos I y II)*. Buenos Aires: Emecé.
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Buenos Aires: Paidós.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.
- Varela, M. (2001). Los Medios de Comunicación durante la Dictadura: Silencio, Mordaza y 'Optimismo. En *Revista Todo es Historia*, Buenos Aires, N° 404, marzo, pp. 50-63
- Verón, E. (1993). *La Semiosis Social*. Barcelona: Gedisa.
- 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.

Sobre la autora

María Paula Gago es Posdoctorada en Ciencias Sociales (2017), CEA, Universidad Nacional de Córdoba. Doctora en Ciencias Sociales (2016), Magíster en Comunicación y Cultura (2013), Profesora de Enseñanza Media y Superior (2013) y Licenciada (2007) en Ciencias de la Comunicación Social, FSOC, Universidad de Buenos Aires. Es becaria posdoctoral en CONICET (2016-2018) y Profesora Adjunta Interina de Semiología (CBC-UBA) desde el año 2014.

¿Como citar?

Gago, M. (2018). Prensa argentina y noticia policial (1976-1983). Los casos de *Diario Popular* y *La Prensa*. *Comunicación y Medios*, 27(37), 48-61. doi:10.5354/0719-1529.2018.47837

Análisis de la diversidad musical en las emisoras de FM más escuchadas en Buenos Aires (2011-2017)

Quantitative analysis of the most listened to FM stations in Buenos Aires (2011-2017)

Agustín Espada

Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina
aeespada@gmail.com

Agustín Yannicelli

Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina
agustiney@gmail.com

Resumen

La diversidad cultural resulta imprescindible a la hora de poder representar la multiplicidad de formas mediante las cuales se expresan los diferentes grupos de una sociedad. El presente trabajo aborda un análisis cuantitativo de la música programada en las seis radioemisoras más escuchadas del Área Metropolitana de Buenos Aires, Argentina, entre los años 2011 y 2017. Los parámetros escogidos para mensurar el nivel de diversidad musical existente en la programación de dichas radios son la cantidad de canciones emitidas, la cantidad de títulos de canciones, número de artistas y el origen de los mismos. Por medio de esta última variable, se demuestra si se cumple o no con la regulación de servicios de comunicación audiovisual en la Argentina, la cual fija una cuota de música nacional y música nacional independiente. Por último, se exhibe el grado de concentración de productores fonográficos de las canciones y artistas emitidos.

Palabras clave

Radio; cultura; diversidad; música nacional; música independiente

Abstract

Cultural diversity is essential when it comes to represent the multiplicity of ways in which different groups of a society are expressed. The present work deals with a quantitative analysis of the music programmed in the six radio stations most listened in the Metropolitan Area of Buenos Aires, Argentina, between 2011 and 2017. The parameters chosen to measure the level of musical diversity existing in the programming of those radios are the quantity of songs emitted, the amount of titles of songs, number of artists and the origin of the same ones. By means of this last variable, it is tried to demonstrate the level of compliance with the last regulatory process of audiovisual communication services in Argentina, which fixes a national music and indie national music share. Finally, the degree of concentration of phonographic producers of the songs and artists cast is shown.

Keywords

Radio; cultural diversity; musical diversity; national music; indie music

1. Introducción

La industria argentina de los medios de comunicación y el entretenimiento está dominada por actores comerciales. En muchos sectores se registran altos niveles de concentración tanto de audiencias como de propiedad y de ingresos publicitarios (Becerra & Mastrini, 2017: 192). Una de las consecuencias ineludibles de estas características estructurales de las industrias culturales argentinas es la falta de diversidad en los contenidos.

En la radio de Buenos Aires, la concentración de audiencia entre las cuatro emisoras más escuchadas en 2015 fue del 62%. Esto ubica a este mercado por debajo de la concentración de Colombia (65%) y Chile (77%) pero por encima de México (45%) y Brasil (23%) (Becerra & Mastrini, 2017: 202).

Este artículo se pregunta por el nivel de diversidad musical en la programación de las radios FM más escuchadas en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Es decir, trabaja sobre un sector preciso de las industrias culturales (la radio) para analizar la diversidad de un tipo de contenido (la música).

El primer problema que presenta el estudio de la diversidad en las industrias culturales es la definición de lo que se entiende por diversidad y de las variables a través de las cuáles se analiza cuándo un sistema es diverso y cuándo no. Este tipo de análisis reviste de especial importancia en un contexto de concentración de la propiedad y mercantilización de la comunicación y la cultura. Este problema requiere de una atención especial en América Latina, donde la protección de la producción local y la promoción de la diversidad cultural necesitan de políticas públicas activas.

En este trabajo se toma la definición de diversidad cultural acuñada por la UNESCO. La Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO (2005) indica que el término "se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades (...) la diversidad cultural se manifiesta (...) a

través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución, y disfrute de las expresiones culturales". A su vez, la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO (2001) expone en su artículo 2° que "la posibilidad, para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión, son los garantes de la diversidad cultural".

Otra definición, que habilita una matriz de estudio, de diversidad cultural ligada a la producción audiovisual establece tres factores necesarios: (1) la presencia de diferentes tipos de productores/propietarios y su cantidad; (2) la variedad, el balance y la disparidad entre los contenidos; (3) y el equilibrio en el consumo así como la posibilidad de creación y modificación de los contenidos (Gallego, 2016: 144).

La posibilidad de expresión y de exhibición de todas las expresiones culturales en los medios de comunicación se ve condicionada por la lógica de gestión de las empresas de medios. La persecución de rentabilidad tiene sus efectos en la diversidad de la programación musical de las mismas. La concentración de la propiedad y la competencia hacen que los sectores más rentables de las demandas sean los que cuenten con mayor oferta. La desprotección de las minorías y la preocupación por la homogeneización de los consumos en pos de las economías de escala necesarias para la generación de ganancias producen programaciones musicales estandarizadas y concentradas en selectos grupos de productores y estilos. Este trabajo tiene como objetivo analizar la variedad musical de los contenidos (programaciones) más consumidos por las audiencias.

2. Marco Teórico

2.1. La economía de la radio musical

Una de las características principales de los productos de las industrias culturales es la aleatoriedad de la demanda por ser considerados bienes de experiencia. Por tal motivo, las empresas

encargadas de llevar al mercado sus productos desconocen cuál será la respuesta de las audiencias. Además, estas industrias tienden a alcanzar su máxima rentabilidad económica cuando consiguen grandes porciones de la demanda. Por último, la demanda carece de la talla adecuada para volver económicamente rentable a todas las empresas productoras (Arrese, 2004; Zallo, 1992; Albornoz, 2005).

Con el surgimiento de la frecuencia modulada, las radios musicales emergieron como el principal modo de especialización de las emisoras. A partir de los años 80, el dial de FM se pobló con estaciones que activaron la segmentación de públicos a través de la especialización en distintos géneros musicales para diferenciarse de sus competidoras.

Moreno (1999:93) define a la radio musical como aquella que aprovecha la dimensión emocional de la música para establecer una comunicación emotiva con su audiencia, con una condición de escucha que prescinde de la atención para el seguimiento del contenido.

Las radios comerciales buscan el equilibrio entre la diferenciación y la búsqueda de audiencias masivas. Pedrero (2000) distingue dos tipos de emisoras musicales: aquellas que funcionan como un vehículo expositor del producto y aquellas que toman a la música como un producto cultural. En el primer tipo de radio confluyen los intereses del emisor con el de los productores, ya que ambos buscan al público masivo. En el segundo tipo "los criterios utilizados para confeccionar la selección musical de la emisora se basan en razones de calidad artística, según la opinión de una serie de especialistas que actúan de modo independiente y autónomo" (127).

El espacio de la programación es finito y por esta razón los procesos de selección y rotación musical son claves al momento del armado artístico de la emisora. Para lograr rentabilidad optan entre dos estrategias: segmentar musicalmente en un nicho comercialmente viable o apuntar al máximo público posible con música *mainstream*. Utilizan tres criterios de selección básicos: la popularidad del artista o canción medida en ventas;

los pedidos de las audiencias; y el criterio artístico de la emisora (Pedrero, 2000: 162).

La radio surge así como el principal aliado de la industria musical para promocionar sus productos. Sánchez Olmos (2009: 32) explica que la música cuenta con una faceta de "musicidad" que la transforma en su propia promoción. Cuando suena en una radio, en un programa de tele o en una película, además de ser un producto cultural es su propia pieza publicitaria.

La segmentación musical de los públicos que realizan las emisoras FM se convierte en la ventana más efectiva del *marketing* musical ya que ofrece, en muchos casos, una audiencia compatible con el público objetivo del productor musical. Audiencias localizadas geográficamente, relacionadas por un gusto musical, en estado de consumo abierto a la recomendación (Kischinhevsky, 2011: 251). La estandarización, homogeneización, repetición de fórmulas exitosas y centralización de la programación musical son estrategias que derivan de esta búsqueda de especialización (Ahlkvist & Fisher, 2000: 306).

Esta segmentación de la oferta y las audiencias deriva en distintos formatos musicales. Moreno (2005: 80) enumera, en base a su análisis de mercados radiofónicos de distintos lugares del mundo, trece formatos de especialización musical: *Contemporary Hit Radio, Adult Contemporary, Urban Contemporary, Rock, Alternative, New AC, Oldies, Easy Listening, Nostalgia, Clásical, Romántica, Tradicional* y *Lengua Propia*.

La evolución tecnológica, en especial en el mercado de distribución musical, produjo cambios en las emisoras musicales que, como cuentan Martínez y Muller (2017: 88), han sumado contenidos hablados a su parrilla de programación. Esta estrategia surge de la necesidad de diferenciarse de las plataformas de *streaming* musical que programan emisoras *online* o *playlists* de acuerdo al segmento o gusto del usuario. Pedrero, Sánchez y Pérez (2015), con el mismo diagnóstico, proponen mejoras en los estudios de audiencia de estas emisoras para obtener perfiles más detallados, desarrollo de herramientas interactivas para la generación y distribución de los conte-

nidos, generación de alternativas digitales a la oferta programada y, entre otras, revisión de los modelos organizativos de producción así como también de los perfiles profesionales necesarios para los desarrollos necesarios.

2.2. El mercado radiofónico argentino y su regulación

En Argentina, la radio cuenta con una amplia capilaridad territorial en la producción de contenidos y un acceso a los soportes necesarios para su consumo que en 2015 alcanzaba al 75% de los hogares según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la República Argentina (INDEC). En la encuesta de consumos culturales realizada por el INDEC en el año 2013, se encontró que la escucha diaria promedio es de 3,5 horas, mientras que el 55% de la audiencia escoge emisoras de la frecuencia modulada, el 11% de AM y el 17% escucha ambas. Además, el 75% de los oyentes contestó que los programas musicales forman parte de sus contenidos favoritos al momento de escuchar radio.

Según Kantar Ibope (2017), encargada de medir audiencia radiofónica en el país, los oyentes de radio eligen el medio porque quieren informarse (47%), porque les hace compañía (45%) y porque los entretiene (45%). Además, entre los contenidos más valorados se encuentra la música. Dentro de esta preferencia, los tipos de programación favoritos de las audiencias son: música de moda en español (52%), música de moda en inglés (41%), rock en español (32%), música tropical (28%), melódicos (27%), rock en inglés (24%), folklore (10%) y tango (5%).

El mercado radiofónico de Buenos Aires se encuentra dividido en tres principales grupos mediáticos: Grupo Clarín, Grupo Prisa-Albavisión y Grupo Indalo. El primero cuenta con la emisora de AM más escuchada (Mitre) y la segunda FM (La 100). La asociación comercial entre el grupo español y el mexicano, Prisa-Albavisión, concentra seis licencias: una en AM (Continental) y cinco en FM (Aspen, Los 40, RQP, Mucha Radio y Arpeggio). El Grupo Indalo, por último, concentra a otras seis emisoras: una en AM (Radio Diez) y otras cinco en FM (Pop, Mega, Vale, One

y Vorterix). Además, se encuentran otras empresas como Radiodifusora Metro (dueña de las FM Metro y Blue) y Disney, que gestiona artísticamente la FM homónima y FM ESPN.

3. Metodología

El presente artículo trabaja sobre el tema de la diversidad cultural entendida como la necesidad de oferta y consumo de expresiones plurales, de diferentes orígenes, productores, géneros y estilos. El problema que se propone estudiar es el de la diversidad musical en radios comerciales. Para esto se plantea el siguiente interrogante: ¿Cómo es la música que programan las emisoras comerciales más escuchadas dentro del Área Metropolitana de Buenos Aires, Argentina, según su diversidad interna y externa en relación a los artistas, las canciones, los orígenes y las empresas productoras más rotadas?

El disparador que llevó al diseño y la realización de este trabajo es que estas radios generan programaciones musicales homogéneas en su interior (es decir, analizadas cada una individualmente) y generan un mercado de circulación musical *mainstream* (ya que son las más escuchadas) que también muestra poca diversidad y semejanza por reiteración de temas, artistas y sellos productores entre sí. La diversidad de estas radios se analiza en cuatro aspectos y variables.

En primer lugar se detalla la cantidad de canciones que cada emisora programa y el nivel de repetición de las mismas. En segundo plano se estudia la cantidad de artistas distintos programados y la cantidad de veces que es emitido cada uno durante el período analizado. Luego se analizan tanto la pertenencia a sellos discográficos como el origen geográfico de la música (anglo, latina o nacional).

Esto se sostiene en cuatro factores o variables que cuentan con sendas hipótesis secundarias a comprobar: la repetición de fonogramas o temas, la repetición de artistas, la poca relevancia de la música nacional en las programaciones y,

por último, en la fuerte concentración de estas listas en la producción de los principales sellos discográficos multinacionales.

Para el trabajo de recolección de la información se trabajó con la plataforma de auditoría de medios VERICAST –perteneciente a la empresa Barcelona Music & Audio Technologies (BMAT). La plataforma VERICAST organiza sus metadatos a partir de distintas categorías: canal (medio de comunicación), artista, *ranking*, lista de canciones, canales por catálogo (mercado de donde proviene la música dividido en: Nacional, Latino, Anglo), y compañía (sello discográfico). Es pertinente aclarar que existe un margen de error que oscila entre más o menos el 3% y 5% para todos los casos. Todos los datos fueron recogidos entre el 11 y el 22 de diciembre de 2017, a través de los filtros que tiene disponible la plataforma y que se explicitaron anteriormente (canal, artista, *ranking*, periodo temporal, catálogo, etcétera). Allí se obtuvieron los listados de todos los meses de octubre de todos los años seleccionados para cada una de las emisoras.

En este trabajo se propone analizar a las seis radios FM privadas con mayor *rating* del Área Metropolitana de Buenos Aires (36% de la población argentina). Este trabajo focaliza el estudio de la musicalización de las emisoras temáticas más escuchadas en Buenos Aires. De esta forma, el corpus a analizar está compuesto por la programación de las seis emisoras más escuchadas: Pop, La 100, Disney, Mega, Metro y Los 40 Principales. Se excluye del análisis a Aspen, ya que no se consiguieron los datos de programación musical. Por lo cual, las radios estudiadas son seis.

Cada una de estas emisoras de FM tiene una especialización musical. De acuerdo a las clasificación de Moreno (2005) el objeto de estudio se compone de tres emisoras *Contemporary Hit Radio* (La 100, Disney y Los 40), dos *Adult Contemporary* (Pop, con mayor influencia de música hispana, y Metro, con mayor influencia de música pop y tecno) y una *Album Oriented Rock* (Mega).

Como parte del análisis de las características del mercado radiofónico argentino, es necesario mencionar la sanción de cuotas de progra-

mación musical para emisoras establecida por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley de SCA) sancionada en el año 2009. Esta ley establece en su artículo 65 que el 30% de la música emitida deberá ser de origen nacional – sean autores o intérpretes-. Además, determina que la mitad de esa cuota deberá corresponder a música producida de forma independiente.

Más allá de la sanción de la ley en el año 2009, no fue sino hasta el año 2014 que la autoridad de aplicación, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (en adelante AFS-CA) estableció los mecanismos de auditoría, control y sanción de las mencionadas cuotas.

El periodo elegido para el estudio se sitúa entre los años 2011 y 2017 por ser el plazo dentro del cual se cuenta con información fiable y concreta. Se tomó como muestra la tanda musical de todos los meses de octubre de cada año para todas las emisoras analizadas. Para analizar la diversidad de la programación musical de las emisoras seleccionadas se toman como variables la concentración de pasadas los diez títulos más programados, la concentración de pasadas de los diez artistas más programados, los porcentajes de música nacional, latina y anglo así como también la participación de los sellos discográficos. Como “canción emitida” se considera en esta investigación a toda pieza musical que haya sido reproducida durante 60 segundos o más: con este filtro se busca diferenciar la programación musical, propiamente dicha, de lo que pueden ser tandas publicitarias, *jingles*, cortinas musicales en segundo plano, etcétera.

La medición de la “concentración de pasadas” entre los diez artistas más programados tuvo como datos de cálculo la cantidad total de canciones programadas y la cantidad de artistas. Luego se extrajo la cantidad de canciones (como pasadas) programadas para cada uno y la representación de los diez más rotados en la muestra total. Para la música nacional, latina o anglo se toma en cuenta los primeros dos dígitos de su código ISRC, código internacional autorizado por la International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), que indica el origen de la canción.

Para el análisis de la participación de los sellos productores o discográficos en la tanda de musicalización se toma en cuenta que en el código ISRC, los caracteres 3-4-5, corresponden a la identificación del productor fonográfico registrado para cada pieza. Así, se realiza un análisis que tiene en cuenta la metodología para medir la concentración en la propiedad de medios denominada *Four firm concentration ratio*. Más conocido como CR4, este índice mide el porcentaje de concentración de los cuatro principales actores de un sistema o mercado (Becerra & Mastrini, 2017). Para este trabajo se tiene en cuenta la participación de los cuatro sellos discográficos más programados en las tandas musicales. Del mismo modo, para medir la concentración en la cantidad de artistas y canciones pasadas el índice se utilizará en base a los diez ítems más usados (CR10). Para el cálculo de este indicador se sumaron los porcentajes de participación de los cuatro o diez actores más relevantes y se establecieron parámetros para indicar el nivel o la relevancia de los mismos.

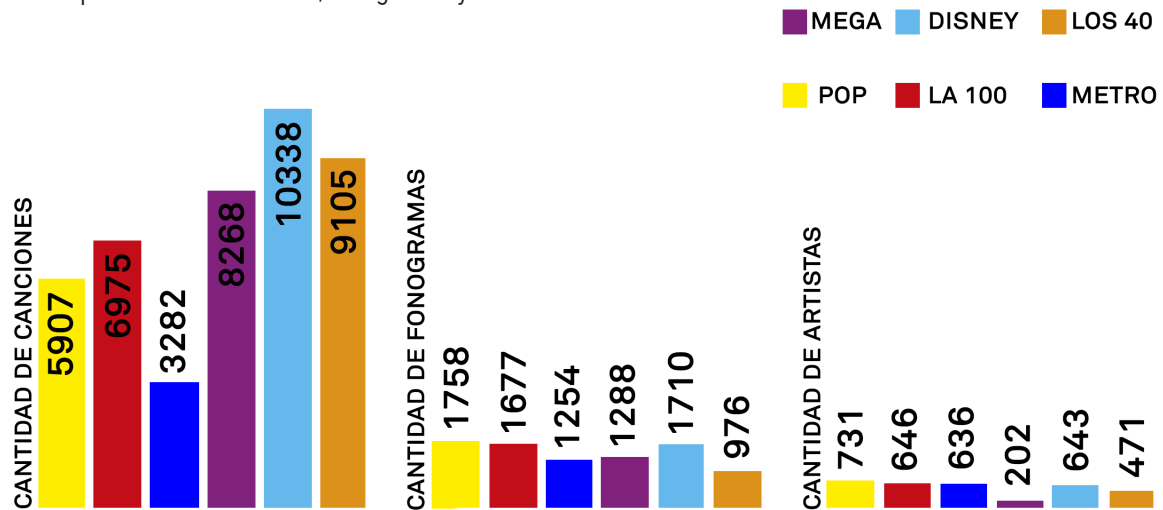
A partir de la recolección de los datos necesarios para este trabajo se procedió a la confección de las bases de datos y los gráficos que posibilitaron lecturas y conclusiones que se vuelcan a continuación. El tamaño final y total de la muestra, el universo analizado, es de 307.113 canciones emitidas en las seis estaciones de radio en los periodos establecidos.

4. Diversidad de programación musical

Lo primero que se hizo fue conocer cuántas canciones (pasadas) y cuantos títulos (fonogramas) fueron programados por cada emisora (ver Gráfico 1). Así, se llegó a la conclusión que, en promedio, Radio Disney fue la emisora que más canciones programó, seguida por Los 40, Mega, La 100, Pop y, por último, Metro. La diferencia en la cantidad de música emitida hace a los diferentes formatos de programación. Con estos datos se encuentra que Disney, la que más música programa, emite casi 14 temas musicales por hora. Los 40 lo hace con 12, mientras Mega con 11. En una línea intermedia se ubican La 100 (9) y Pop (8) mientras muy lejos de esos registros se encuentra Metro (4,5).

Además, se observó que las emisoras que más variedad de títulos programaron fueron Pop, Disney, La 100, Mega, Metro y, la que menos, Los 40. Sin embargo, al analizar la relación entre el total de canciones y de fonogramas programados se encuentran otras posibles caracterizaciones (y más justas). La emisora que mayor variedad demuestra es Metro ya que los fonogramas se repiten, en promedio, sólo 2,6 veces por mes. Le siguen Pop (3,4), La 100 (4,1), Disney (6), Mega (6,4) y Los 40 (9,3).

Gráfico 1: promedio de canciones, fonogramas y artistas emitidos.



Fuente: Bmat.

La cantidad de artistas diferentes programados también es una de las variables tenidas en cuenta para analizar la diversidad de las programaciones musicales. A partir de los datos obtenidos se encuentra que Pop es la emisora que mayor cantidad de artistas diferentes programó en promedio por amplio margen (731). A continuación, en materia de promedio cantidad de artistas programados por período, siguen Disney (643), La 100 (646), Metro (636) y Los 40 (471). El último puesto del ranking, y también por amplio margen, es para Mega (202).

Como sucede con los fonogramas, la relación entre artistas y cantidad de canciones programadas muestra mejor la variedad de artistas programados. Así, vuelve a aparecer Metro como la emisora en la que menos veces suena un artista en promedio (5,1 veces en el mes). A esta le siguen Pop (8 veces), La 100 (10,8), Disney (16), Los 40 (19,3) y, muy lejos, Mega (40,9).

Estos análisis preliminares muestran que las emisoras que más música programan (Disney, Los 40

y Mega), y que por lo tanto dan a este tipo de contenido un rol más relevante en el modelo de negocio, son las que mayor cantidad de repeticiones muestran entre artistas y fonogramas.

4.1. Repetición de canciones

La primera herramienta para medir la diversidad musical de las radios analizadas es el grado de concentración de pasadas de los títulos de canciones (fonogramas). Para esta variable se analiza cuántas pasadas del total representan las diez canciones que más sonaron en cada período analizado (ver Gráfico 2).

Si se analiza, entonces, la rotación de los fonogramas más programados se encuentra que son las emisoras con formato Top 40 las que mayor concentración de pasadas muestran. Disney y Los 40 registran un promedio de concentración constante cercano al 13% durante los años analizados. Esto implica que, durante los períodos analizados, alguna de estas diez canciones sonó cada 36 minutos.

Gráfico 2: Concentración de los 10 títulos más rotados.

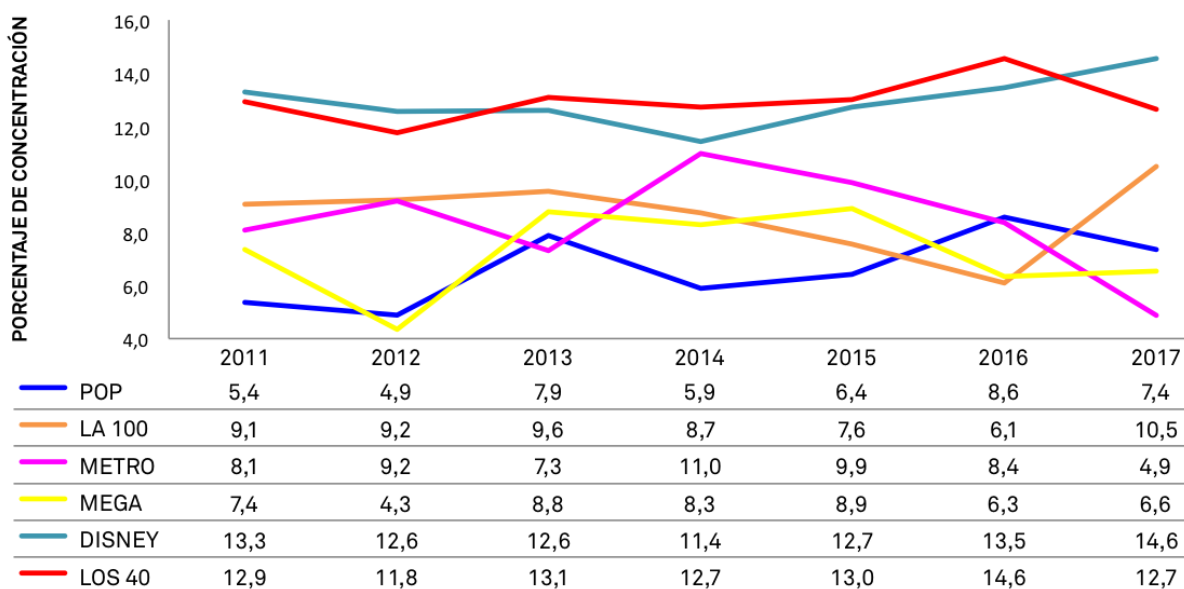
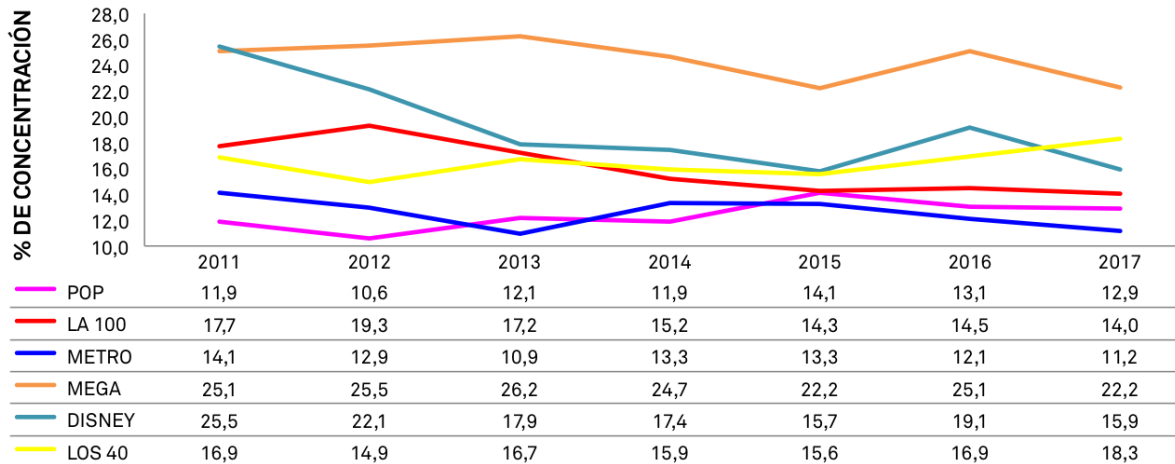


Gráfico 3: Concentración de los 10 artistas más emitidos.

Fuente: Bmat.

Luego, en orden descendente, se ubican La 100, Mega, Pop y Metro. Para la primera, uno de estos temas sonó cada 66 minutos, para la segunda esto sucedió cada 72 minutos, para la tercera cada 120 minutos mientras que para la cuarta cada 180 minutos. Esto marca que todas las emisoras cuentan con grados de rotación altos pero los registros más elevados se encuentran, como se dijo en el párrafo anterior, en los formatos Top 40.

4.2. Repetición de artistas

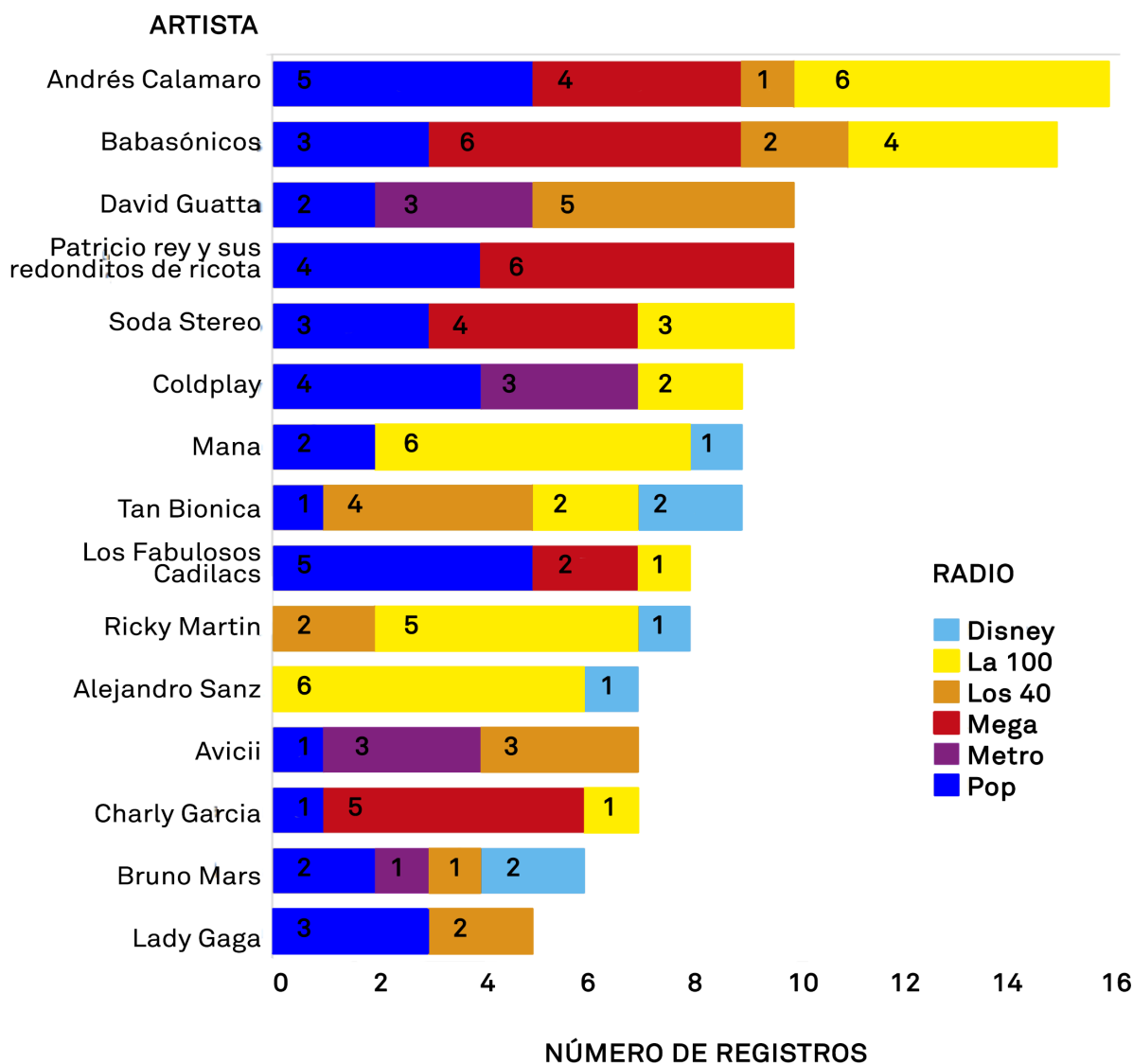
Otra de las variables tomadas para este trabajo fue, al igual que con los títulos o fonogramas, la medición de la concentración de pasadas en el segmento de los diez artistas más programados por cada emisora en el período indicado (ver Gráfico 3).

Al momento de analizar la cantidad de pasadas (canciones programadas) concentradas por los diez artistas que más suenan en las radios, se encuentra que, en concordancia con lo descripto en el párrafo anterior, Mega es la que –en promedio– más cantidad concentra: el 24,4%. Luego la siguen las dos emisoras con formato: Disney (19,1%) y Los 40 (16,5%), seguidas muy de cerca por La 100 (16%) y más lejos por Metro (12,6%) y Pop (12,4%).

Si se sigue la lógica de análisis que se sostuvo con los fonogramas más rotados, el análisis de la programación por hora de estos artistas complementa la lectura. Así, en Mega, alguno de estos diez artistas sonó, en promedio, cada 20 minutos, mientras que en Disney cada 24 minutos y en Los 40 cada 30. En las emisoras con menor repetición se encuentran La 100 (una vez cada 42 minutos), Pop (una vez por hora) y Metro (dos horas). De nuevo, los índices de repetición de estos artistas son más elevados en los formatos Top 40 con una distinción: la radio especializada en un género (rock) y con segmentación de origen (argentino) las supera.

Para completar el análisis se realizó un cruce de tablas: se tomaron todas las tablas de todos los períodos de todas las radios para captar repeticiones de artistas (ver Gráfico 4).

En esta búsqueda se pudo encontrar que existen coincidencias entre los artistas más programados. De hecho, hay un artista –Andrés Calamaro– que aparece 16 veces en los listados analizados y en cuatro radios diferentes. El cuadro precedente muestra a los 15 artistas que más veces se repiten en estos listados. Allí se encuentra que siete son argentinos, tres hacen música en español (entre latinoamericanos e ibéricos) y cinco hacen música en inglés.

Gráfico 4: Repetición de artistas en el Top 10 de todas las radios en todos los períodos.

Fuente: Bmat.

Por otro lado, contrario a lo que podría esperarse del análisis de concentración de pasadas en fonogramas y en artistas, las radios de formato Top 40 (Disney y Los 40) son las que menos repeticiones de artistas muestran. Pop, La 100 y Mega son emisoras donde se encontró un número mayor de repeticiones con artistas que aparecieron en seis de los siete períodos analizados.

La reiteración de artistas entre las listas de los más rotados por cada una de las emisoras muestra que

lo que podría ser una falta de diversidad interna (en la programación musical de una emisora) para lograr una segmentación diferencial y competitiva en el mercado de audiencias no redundando en una diversidad externa, es decir, del sistema. Si tres de las seis radios programaron entre los más rotados a los mismos artistas, resulta difícil establecer un nivel alto de diversidad en el mercado de la oferta de contenidos. La emisora que menos reiteraciones de artistas muestra con el resto de sus competidoras, o de las aquí estudiadas, es Metro. Luego,

existen distintas combinaciones y año a año se encontraron artistas programados en dos o más emisoras con altos grados de repetición.

Esta observación se refuerza con los datos de audiencia. Al analizarlos encontramos que buena parte de esta oferta da respuesta a la misma porción de la demanda. Pop (69%), La 100 (56%), Metro (76%) y Mega (59%) tienen mayoría de audiencia adulta (entre 25 y 49 años). Pop (67%), Metro (74%) y Mega (62%) tienen una audiencia mayoritariamente masculina. Mientras, en la audiencia de La 100 (58%), Disney (70%) y Los 40 (51%) las mujeres son más. Estas últimas dos tienen un público más juvenil por el que compiten, con el 44% y el 53%, respectivamente, de la audiencia entre los 12 y los 24 años. La composición socioeconómica varía poco. Una descripción general muestra entre el 43 y 48% de la audiencia con nivel socioeconómico bajo, entre un 30 y 35% de nivel medio, y entre 15 y 20% de nivel alto. Se encuentran dos casos destacados, el de Pop con el 51% de la audiencia de nivel bajo y el de Metro con el 33% de nivel alto.

4.3. Música nacional y extranjera

En este apartado, además de analizar los porcentajes de música nacional, latina y anglosajona que programan cada una de las emisoras, se

busca medir el grado de cumplimiento de las cuotas establecidas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual para la música argentina (ver Gráfico 5). Se puede concluir que a lo largo de los siete periodos seleccionados hay cuatro emisoras que no presentan cambios significativos en sus grillas musicales de catálogo nacional.

Mega presenta un porcentaje muy alto de música nacional en todos los periodos; Metro nunca llega a cumplir la cuota con porcentajes muy por debajo de lo establecido; La 100 muestra una cuota cercana al 30% en todas las muestras; y Los 40 Principales oscila entre el 14,1% (2016) y el 20,2% (2014), con un promedio apenas mayor a la mitad de la cuota de música nacional con la excepción del año 2017 cuando se acerca a su cumplimiento.

Las dos que más variaron dentro del plazo analizado son Pop y Disney. Ambas aumentaron la programación de música nacional hasta cumplirla en 2015 y en 2014 respectivamente. A partir de esas fechas, la primera siguió la tendencia ascendente mientras que la segunda muestra decrecimiento.

Si se analiza la evolución de los contenidos en relación al cumplimiento de la norma, desde

Gráfico 5: Porcentaje de música nacional emitida por radio y por período.

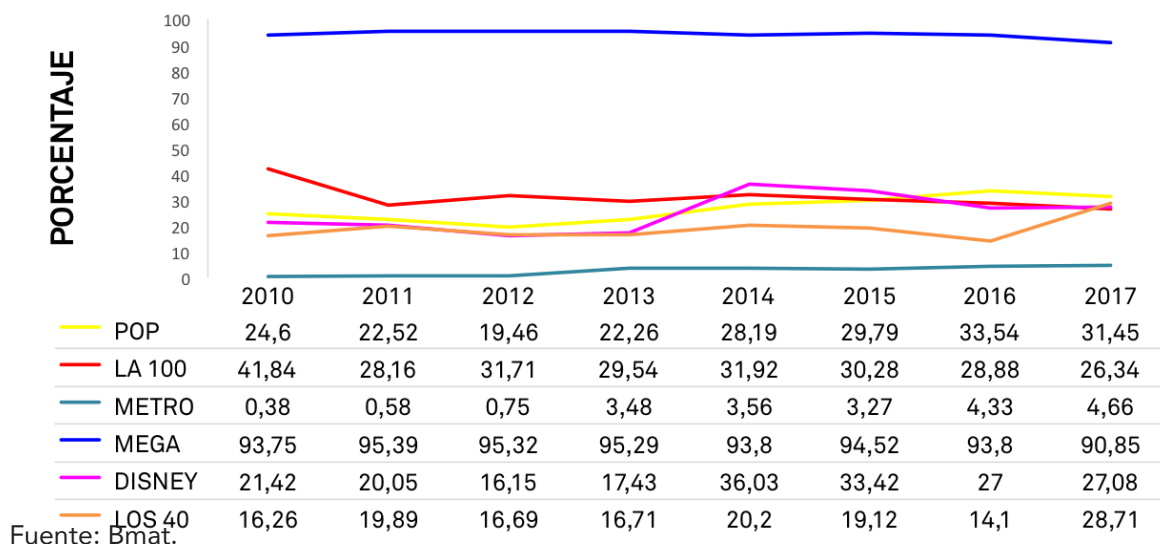
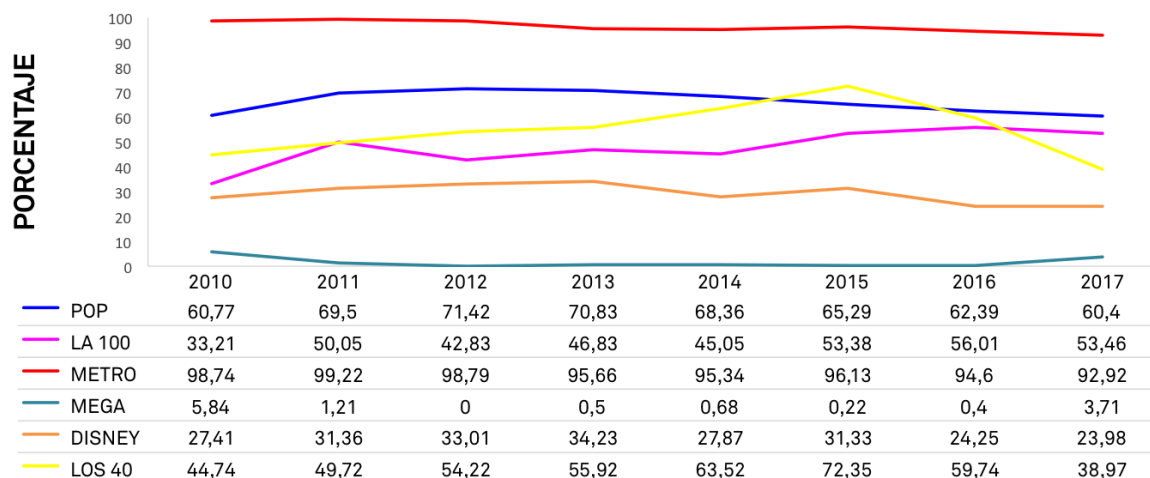


Gráfico 6: Porcentaje de música anglo por radio y por período.

Fuente: Bmat.

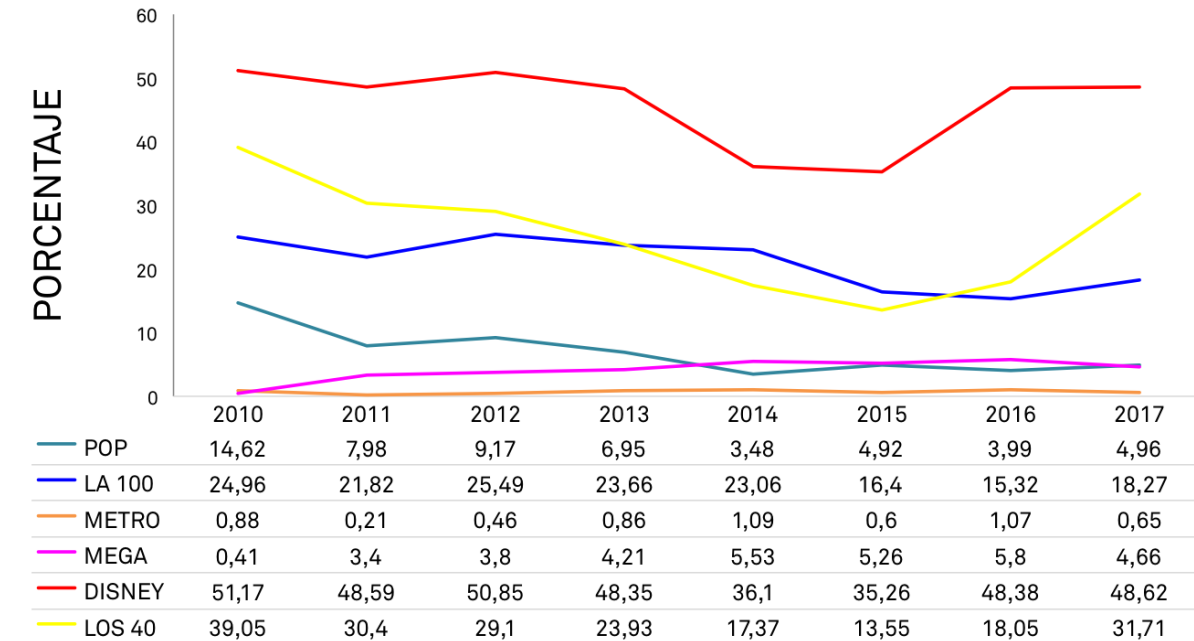
2011 hasta 2017, se puede determinar que hay dos periodos caracterizables. El primero, 2011-2013, donde se observa que hubo dos radios que alcanzaron la cuota de música nacional: Mega y La 100. El segundo, 2014-2017, muestra tres emisoras que se acercan al cumplimiento contemplando el margen de error (La 100, Disney y Los 40) con crecimiento sostenido de la cuota y otras dos que lo cumplen (Pop y Mega).

Si se tiene en cuenta que una de las características de la diversidad es el balance entre los tipos de música, el análisis de las cuotas de música anglo y latina muestra cómo la segmentación y estandarización de las programaciones atentan contra este balance. La observación de estos datos permite, entonces, caracterizar la diversidad musical según el origen de las canciones. Mega es de las emisoras menos diversas ya que, por su segmentación musical, concentra un muy alto porcentaje de música nacional. La presencia de música anglo es prácticamente nula (ver Gráfico 6). Hay tres emisoras donde predomina la música anglo: Metro, Pop y Los 40. En la primera ocupa más del 95% de la programación. En Pop, la música anglo promedia el 65% con mínima influencia de lo latino. Los 40 muestra que algo menos de dos tercios de su programa-

ción musical es de origen anglo mientras que el tercio restante se dividió entre nacional y latino con diferentes porciones según el período.

Por último, La 100 y Disney son las radios que presentan los niveles relativamente más balanceados entre los tres catálogos. En la primera, predomina de forma constante la música anglo, siempre por encima del 42%, seguida por la música nacional, en el umbral de lo establecido por la norma, mientras que lo latino acumula una cuota promedio del 20%. En el caso de Disney puede notarse que la música latina concentraba un promedio del 50% de la programación seguida por la de origen anglo, con algo más del 30% hasta 2014 (ver Gráfico 7). A partir de entonces el aumento de la cuota nacional le quitó predominancia a la cuota latina en 2015 y a la música anglo en 2016 y 2017, retomando en estos períodos los porcentajes iniciales de incidencia de música latina debido al *boom* de varios *hits* de reggaetón latinos durante los últimos dos años, sin afectar a la cuota de música nacional.

Estos datos permiten observar que si bien existen desbalances internos entre los tres tipos de origen de la música rotada, un análisis global de los casos muestra una variedad de combinaciones entre

Gráfico 7: Porcentaje de música latina por radio y por período.

Fuente: Bmat

estas variables que hacen a un sistema diverso. Al menos en el origen geográfico de la música.

4.4. Concentración en la producción de grandes sellos

En el gráfico siguiente puede apreciarse que la concentración de la música emitida en conjunto por las cuatro productoras discográficas más rotadas de cada emisora es muy alta en todos los períodos. Según cada estación, entre el 72% y el 93% de los fonogramas que suenan al aire pertenecen a producciones de las cuatro compañías discográficas que predominan en cada una de ellas. En todas las estaciones, excepto en Mega, las tres majors globales se encuentran firmes en el podio de fonogramas con mayor rotación, alternando posiciones según la radio y el período: Sony Music Entertainment (SME), Universal Music Group (UMG) y Warner Music Group (WMG).

FM Pop presenta a UMG como líder en todos los períodos (2011-2017). El segundo y el ter-

cer lugar se alternan entre WMG (2011, 2013) y SME (2012, 2014, 2015, 2016, 2017). El cuarto lugar siempre es ocupado por PopArt. Muy similar es el caso de Los 40 Principales, donde UMG se mantiene en el primer lugar y el único factor que se altera es el ascenso de SME al primer escaño en 2017. El tercero y cuarto lugar corresponden a WMG y PopArt, respectivamente. En el caso de Radio Disney, UMG lidera hasta el 2013 la tabla de concentración, y a partir de 2014 SME la desplaza, manteniéndose en el primer lugar hasta 2017. Tercero y cuarto puesto vuelven a repetirse. Con respecto a La 100, tenemos otra pugna por el primer lugar entre SME (2011, 2013, 2014, 2016 y 2017) y UMG (primeros en 2012 y 2015), a veces compitiendo entre ellos por diferencias menores al 2%. El tercero y cuarto puesto vuelven a ser para WME y PopArt. Metro presenta una particularidad: UMG mantiene el primer lugar en todos los períodos y la disputa está dada por el segundo y tercer lugar entre WMG (2011, 2012, 2013, 2015) y SME (2013, 2014, 2016, 2017).

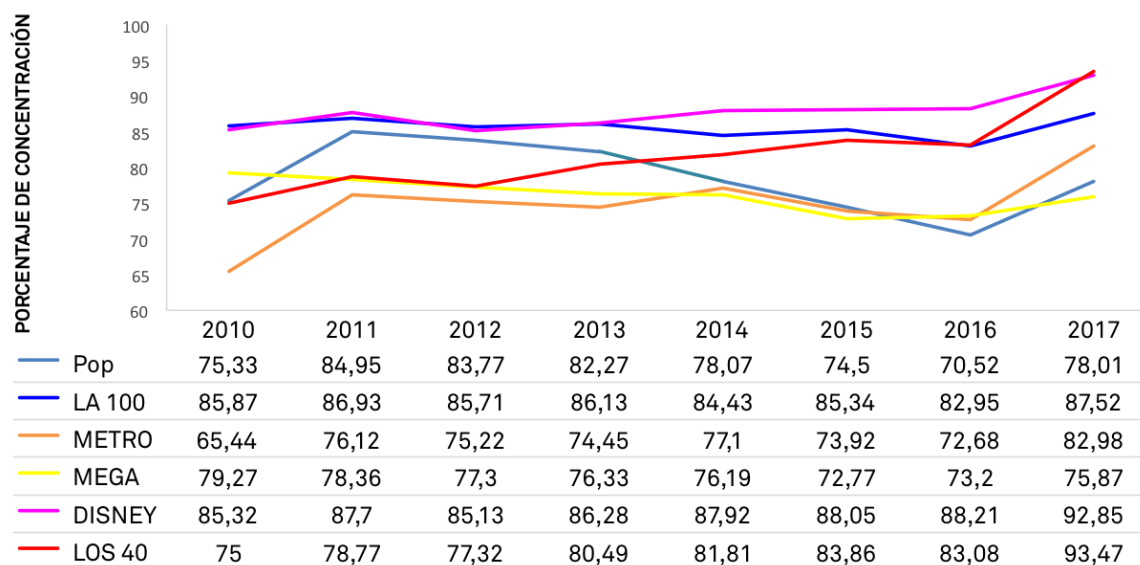
Teniendo en cuenta que la programación musical de Metro se centra principalmente en la escena de música electrónica, el cuarto lugar suele ocuparlo Beggars Group (2011, 2012, 2013, 2017): un conglomerado británico conformado por distintos sellos de mediana escala. En 2015 y 2016 aparece BMG Rights ocupando el cuarto lugar.

La única radio que quiebra un poco la lógica de concentración es Mega. El primer puesto de rotaciones en todos los períodos es ocupado por la local PopArt Discos, compañía que acapara el mayor porcentaje de contratos de distribución y *management* de artistas argentinos en su gran mayoría provenientes de las diferentes vertientes del rock nacional. El segundo y tercer lugar lo disputan UMG y SME. En el cuarto puesto aparece otra compañía argentina, Distribuidora Belgrano Norte (DBN), la cual, como su nombre lo indica, comenzó siendo una distribuidora en la década del '60 y a partir de 1983 comenzó a obtener también derechos de productor fonográfico de algunos artistas. WME se encuentra generalmente en el quinto puesto.

4.5. La cuota de música nacional independiente

Con respecto a la participación de música independiente en las programaciones analizadas ninguna radio cumplió con la cuota establecida por la ley en ninguno de los períodos, quedando siempre muy lejos de poder alcanzar el objetivo según lo observado en los datos presentados. La cuota de música nacional independiente exigida por la ley equivale al 15% del total de la música emitida. Esta es la problemática más compleja que presenta el artículo 65 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. La cuota de música independiente enfrenta grandes intereses económicos que las majors, tanto internacionales como locales, tienen sobre las radios argentinas. Estos intereses se concretan en intercambios de pautas publicitarias, sponsorship de artistas o shows en vivo a cambio de mejor rotación en la programación musical. Este mecanismo es mundialmente conocido como *payola* que, como su nombre anglosajón lo indica, implica "pagar para sonar". Con respecto a esta práctica habitual, Lamacchia sostiene que "en la industria de la música, las compañías discográficas acuerdan con las emisoras radiofó-

Gráfico 8: Concentración discográfica de las cuatro compañías más rotadas por radio y por período.



nicas el intercambio de pautas publicitarias por la rotación de temas musicales a gran escala” (2012: 3).

La Federación Argentina de Músicos Independientes (FA-MI) se encarga de auditar el cumplimiento de la cuota y ofrecer un banco de canciones y artistas para que las radios puedan respetarla más fácilmente. Bernabé Cantlón, actual Secretario de FA-MI, aclara que la cuota registrada en las planillas presentadas por las radios ronda el 10% de música independiente. Sin embargo, la auditoría por escucha muestra un nivel más bajo. Cantlón señala que este escenario es diferente en radios de otras provincias donde las cuotas son muy superiores.

Uno de los objetivos del presente trabajo es medir el nivel de música independiente, ya que, como se mencionó antes, existe diversidad de productores de cultura. Si cuenta con un índice C4 superior al setenta por ciento en todos los casos (radio y período), es muy difícil que la cuota de música nacional independiente se cumpla, al menos, como indica Cantlón, en las radios del AMBA, donde se encuentra la mayor densidad demográfica del país, aunque sí puede cumplirse ocasionalmente en alguna radio de otras provincias de la Argentina, donde la presencia del folklore y los géneros nativos es más fuerte.

5. Conclusiones

Al momento de retomar los principales resultados que arrojó el estudio realizado sobre la programación musical de las radios más escuchadas del AMBA, Argentina, se puede encontrar una rápida respuesta a la pregunta de origen. La música que programan es homogénea. Lo es al interior de cada una de las emisoras, con grandes tasas de repetición de canciones y artistas producto de la utilización de música para generar un formato cerrado de radio. Y también lo es como sistema, ya que se encuentran reiteraciones de artistas entre los más pasados por cada una de las radios. En el único punto de este trabajo donde se constató diversidad

dentro del sistema es en el balance entre música argentina, latinoamericana y anglosajona.

A esta conclusión se llega luego de analizar distintas variables. La reiteración de las 10 canciones más rotadas muestra claramente que las de formato Top 40 utilizan este mecanismo como modelo de negocio, mientras otras emisoras, con una rotación menor, también lo hacen de forma asidua. La reiteración de los 10 artistas más programados muestra una información similar con la salvedad que el caso de la radio tematizada en música nacional duplica la concentración de pasadas de las de formato Top 40. Además, en este punto se demostraron coincidencias y repeticiones entre los artistas más programados por cada una de las emisoras.

Por último, se registraron mejoras en el cumplimiento de la cuota de música nacional establecida por ley, aunque no sucede lo mismo con la de música nacional independiente. Además, el balance entre música anglosajona, latina y nacional muestra que existe variedad en la forma de combinar las cuotas de cada uno de estos tipos de origen. En este punto puede decirse que hay diversidad en la distribución de las cuotas dentro de los casos analizados.

En lo que respecta a la concentración de productores fonográficos, podemos afirmar que dentro de la programación de las radios de Buenos Aires está reproducida la lógica comercial de la industria de la música a nivel mundial, donde UMG es el actor con mayor incidencia, seguido por SME y WMG, respectivamente, y compañías medianas en el cuarto lugar (en este caso la local PopArt). De esta forma, este estudio cumple con el objetivo de proponer una metodología de análisis de la diversidad musical en la industria radiofónica. Obtiene como respuesta a su implementación que los criterios comerciales (tanto de la industria musical como de la radio) se imponen al momento de diagramar una oferta acorde al amplio y diverso mundo de la música y de las demandas culturales de la sociedad. Además, que la competencia de estas emisoras por conseguir volúmenes de audiencia rentables comercialmente hace que la oferta sea poca diversa y que artistas, canciones y estilos musicales se repitan entre

las programaciones. En este punto, los desafíos del escenario convergente para la radio musical parecen obtener como respuesta de estas empresas un menor nivel de especialización/diferenciación musical y mayor grado de similitud en las estrategias de programación.

El rol del Estado como promotor de la diversidad de las expresiones culturales circulantes lo sitúa como un actor relevante al momento de controlar el cumplimiento de las regulaciones existentes. Y en el diseño de otras políticas que fomenten al-

ternativas posibles y sustentables en la relación entre la industria radiofónica y la musical.

Notas al final

1. Reporte "Panorama sobre la radio en Argentina 2017" de Kantar Ibope.

2. Esto según los datos de audiencia de radio provistos por la empresa Kantar Ibope para el año 2016.

Referencias Bibliográficas

- Ahlkvit, J. & Fisher, G. (2000). And the hits just keep on coming: Music programming standardization in commercial radio. *Revista Poetics*, 27, pp. 301-325.
- Albornoz, L. (2005). Las Industrias Culturales como concepto. *Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, 2. Buenos Aires: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Arrese, Ángel (2004). Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios. *Comunicación y sociedad*, XVII, 2.
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes-Observacom. Recuperado de: <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5a200e0e93ac2.pdf>
- Gallego, I. (2000). Una mirada a la diversidad en las industrias radiofónica y musical en España. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 21, pp. 139-155.
- Kischinhevsky, M. (2011). For a political economy of music radio: Links between the industries of music and of radio broadcasting. *Matrizes*, (5),1. San Pablo: Universidade de Sao Paulo.
- Lamacchia, M. C. (2012). Difusión digital de la música independiente: alcances y limitaciones. *Avatares de la comunicación y cultura*, N°4, pp. 1-14. Recuperado de <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/article/view/2511>
- Martínez, M. y Muller, M. (2017). El futuro de la radio musical en el entorno digital en Argentina y España. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, [S.l.], (4), 7, p. 86-101, mar. 2017. ISSN 2341-2690. Disponible en: www.revistaaic.eu/index.php/raic/article/view/93
- Moreno, E. (1999). La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales. En *Revista Comunicación y Sociedad*, (XII), 1, pp. 89-111. Recuperado de www.unav.es/fcom/communication-society/download_doc.php?art_id=139
- Moreno, E. (2005). The "radios" and the models of programming. *Communication & Society* 18(1), 61-111. Disponible en: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=65
- Pedrero, L. (2000). *La radio musical en España: Historia y análisis*. Madrid: IORTV.
- Pedrero, L., Sánchez, C. & Pérez, A. (2015). "Desafíos de la industria radiofónica española

en el entorno digital: hacia la redefinición de su modelo de producción, comercialización y difusión (UPSA)". En *El nuevo diálogo social: organizaciones, públicos y ciudadanos*. Valencia: Campgráfico (pp. 421-436) ISBN 978-84-96657-40-3. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Luis_Pedrero_Esteban/publication/303485451_Desafios_de_la_industria_radiofonica_espanola_en_el_entorno_digital_hacia_la_redefinicion_de_su_modelo_de_produccion_comercializacion_y_difusion/links/5744cac908aea45ee85380c8.pdf

Sánchez, C. (2009). *La musicidad. Las relaciones comerciales y culturales entre la industria discográfica y la publicidad*. Barcelona: Colegi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya.

Sistema de Información Cultural de la Argentina (2013). Informe N°5 – Radio. En: Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital. Ministerio de Cultura de la Nación, Buenos Aires. Recuperado de: <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>

Zallo, R. (1992). *El mercado de la cultura: Estructura económica y política de la comunicación*. Navarra: Gakoa.

Sobre los autores

Agustín Yannicelli es licenciado en "Composición con medios electroacústicos" por la Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Arreglador musical. Trombonista tanto en diferentes organismos musicales estatales como así también de diversas agrupaciones de música popular. Profesor de trombón del Programa "Coros y Orquestas del Bicentenario". Investigador especializado en la industria de la música en general y las políticas públicas orientadas hacia dicho sector.

Agustín Espada ES becario doctoral del CONICET. Magíster en Industrias Culturales y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Quilmes. Investigador del Programa de Industrias Culturales y Espacio Público (UNQ). Sus investigaciones trabajan las encrucijadas que se le presentan a la radio en la convergencia digital con especial interés por las aristas políticas y económicas de ese proceso.

¿Como citar?

Espada, A., & Yannicelli, A. (2018). Análisis cuantitativo de las emisoras FM más escuchadas en Buenos Aires (2011-2017). *Comunicación y Medios*, 27(37), 62-77. doi:10.5354/0719-1529.2018.48611

MONOGRÁFICO

"FICCIONES TELEVISIVAS

CONTEMPORÁNEAS"

Diversidad entre rejas: Estereotipos e identidad de género en la ficción televisiva *Orange is the New Black*

Diversity behind bars: Gender stereotypes and identity in Orange is the New Black

Leyre Eguskiza-Sesumaga.

Universidad del País Vasco, Bilbao, España.

leyre.eguskiza@ehu.eus

Resumen

La multiplicidad de plataformas y canales en la Tercera Edad De Oro de la televisión ha generado una expansión de la oferta ficcional, dando cabida a nuevos formatos, historias y personajes. Con un elenco mayoritariamente femenino, *Orange is the New Black* acerca a la audiencia la vida de un grupo de mujeres en prisión. Este trabajo de investigación ahonda en la representación de la identidad de género de sus protagonistas, determinando qué factores influyen en dicho retrato. El análisis en profundidad de catorce personajes femeninos detecta estereotipos y valores asociados al modelo heteronormativo. Sin embargo, la representación de los cánones sociales imperantes, personificados a través de la protagonista, abre la puerta a múltiples modelos de feminidad y a la visibilización de colectivos minoritarios.

Palabras clave

Identidad de género; estereotipos; televisión; ficción; estudios de género

Abstract

The multiplicity of platforms and channels prevailing in the Third Golden Age of television has generated an expansion of fictional products, giving new formats, stories and characters their own place. *Orange is the New Black*, with a mostly female cast, brings the audience closer to daily life of women in prison. This research work delves into the representation of main characters' gender identity, determining which factors affect the way these women are reflected. An in-depth analysis of fourteen female characters detects several stereotypes and values associated with the traditional heteronormative model. Nevertheless, prevailing social canons, represented by the main character, open the door to multiple femininity models and give visibility to minority collectives.

Keywords

Gender identity; stereotypes; television; fiction; gender studies

1. Introducción

Con el propósito de narrar la experiencia que había marcado su vida, la estadounidense Piper Kerman comenzó a escribir sus memorias. En 2010 veía la luz *Orange is the New Black: Crónica de mi año en una prisión federal de mujeres*, una obra autobiográfica sobre su estancia en la Institución Correccional Federal de Danbury (Connecticut). La productora y directora Jenji Kohan apostaría entonces por convertirla en una serie de televisión: *Orange is the New Black* (en referencia al naranja de los uniformes de las reclusas a su llegada a prisión).

La primera temporada de esta comedia-drama llegó a Netflix en julio de 2013, siendo emitidos 65 episodios hasta la fecha¹. Desde su inclusión en el panorama televisivo mundial, la serie ha cosechado un notable éxito, no exento de críticas, por abordar temáticas de interés social como el racismo, los abusos de poder o la privatización del sistema penitenciario. Su popularidad se traduce, por ejemplo, en los 6,7 millones de personas que siguieron en EEUU el inicio de la cuarta temporada durante sus dos primeras jornadas en la plataforma digital (17/06/2016–19/06/2016). Estos datos aportados por el conglomerado de comunicación Nielsen la sitúan como una de las ficciones más seguidas de Netflix.

En los capítulos iniciales el público acompaña a Piper Chapman, alter ego de Kerman, durante su ingreso en prisión. Sin embargo, la protagonista deja espacio progresivamente al resto de personajes, gestando una serie coral en la que se entrelazan las vidas de reclusas y funcionarios de prisión. Con todo, esta investigación ahonda en la representación de sus personajes femeninos, atendiendo a factores transversales como la edad, raza/etnia, clase social, religión, maternidad o diversidad sexual. Una de las principales tareas es determinar cuáles influyen en la manera de retratar a estas mujeres, detectando la posible presencia de estereotipos de género que pudieran subyacer tras una arriesgada y transgresora estética.

2. Representación de la mujer en la ficción televisiva

Mujeres y medios de comunicación forman un binomio ampliamente investigado en las últimas décadas, siendo profuso el número de estudios que abordan las producciones audiovisuales desde la perspectiva de género. Este interés académico por la representación de las múltiples realidades de la feminidad en la ficción televisiva, coincidente con el éxito cosechado por las series, se traduce en un nutrido conjunto de trabajos centrados en analizar los roles, estereotipos y representaciones sociales en la pequeña pantalla (De Miguel, Ituarte, Olábarri & Siles, 2004; Galán, 2007; Belmonte & Guillamón, 2008; Menéndez & Zurian, 2014), además de abordar otras cuestiones como los modelos de familia (Lacalle & Hidalgo-Marí, 2016). De la misma manera, encontramos ejemplos de este tipo de investigaciones vinculadas a aclamadas ficciones como *The Walking Dead*, *Mad Men* o *Juego de Tronos* (López & García, 2013; Chicharro & Alcolea, 2014).

Algunas series norteamericanas como *Ally McBeal* (1997-2002), *Sexo en Nueva York* (1998-2004) y *Mujeres Desesperadas* (2004-2012), consideradas precursoras en el ámbito audiovisual, trajeron consigo un cambio en la representación de los personajes femeninos y un empoderamiento de éstos frente a la tradicional superioridad masculina. Así lo recogen investigaciones entre las que se encuentra *Mujeres en serie* (Fernández, Menéndez, Torras & Traperó, 2006), un conjunto de artículos acerca de las dos primeras, junto a otros que las analizan desde la perspectiva feminista y postfeminista (Dubrofsky, 2002; Moseley & Read, 2002; Gerhard, 2005; Kaufner, 2009; Hill, 2010; Lorié, 2011; Chicharro, 2013).

En este contexto, *Orange is the New Black* nace en el seno de la Tercera Edad De Oro de la televisión, un periodo iniciado a finales de los noventa que se extiende hasta nuestros días. Para Alberto Nahum, "explicar este boom implica tener en cuenta un conjunto de factores –industriales, tecnológicos, narrativos y de audiencia– que se han entrelazado y han influido entre sí

de una manera sincrónica" (2014: 1). Entre ellos destaca la llegada de la televisión por cable y por satélite a Estados Unidos, junto a la proliferación de plataformas digitales y la consecuente multiplicidad de la oferta temática. En busca de una audiencia cada vez más segmentada, las producciones han dado "un salto en la calidad hacia una mayor ambición temática y un relato cada vez más sofisticado" (Nahum, 2014: 1-2), integrando narrativas que parecían no tener demasiada cabida en las parrillas.

Es el caso de esta serie, "alejada de las representaciones vinculadas al tradicionalismo patriarcal" (Aguado & Martínez, 2015: 263) y que apuesta por visibilizar las enfermedades mentales, las mujeres transgénero, el aborto, las agresiones sexuales o la vejez. A pesar de su reciente andadura televisiva, ha motivado profusas investigaciones que parten de los estudios de género (Artt & Schwan, 2016; Fernández & Menéndez, 2016; Schwan, 2016; McKeown & Parry, 2017). De la misma manera, la discriminación racial en prisión también es un recurrente tema de estudio (Caputi, 2015; Enck & Morrissey, 2015; Aguado & Martínez, 2016; Belcher, 2016), junto a la construcción de la línea temporal de la serie (Silverman & Ryalls, 2016), las ocupaciones laborales de las protagonistas (Pratt, 2016) o la estrategia promocional de Netflix (DeCarvalho & Cox, 2016).

3. Marco metodológico

La metodología se articula en torno al estudio en profundidad de los personajes femeninos durante las cuatro primeras temporadas, con trece capítulos cada una. La amplitud de personajes femeninos que integran el elenco ha llevado a acotar la muestra, seleccionando únicamente a reclusas con un papel protagonista. Este factor viene determinado por el hecho de contar con uno o más episodios propios en los que se narra su vida previa al encarcelamiento. Asimismo, han sido elegidos aquellos personajes que figuran en la serie desde su inicio.

Las internas se organizan en tres grupos carcelarios: *The Suburbs* (piel blanca), *The Spanish Har-*

lem (América Latina) y *The Ghetto* (piel negra). De forma simultánea, las mujeres de más edad se adhieren también al grupo llamado Las chicas de oro. Teniendo en cuenta esta circunstancia, se ha buscado un equilibrio en la procedencia de las protagonistas –en torno a la veintena–, integrando un número similar de personajes de cada agrupación. Dado que el sector de las reclusas más mayores es el menos extenso, su representación en la muestra es igualmente menor. Los catorce personajes femeninos de la muestra se distribuyen de la siguiente manera:

The Suburbs: Piper Chapman, Lorna Morello, Carrie Black y Tiffany Doggett

The Spanish Harlem: Dayanara Díaz, Aleida Díaz, Gloria Mendoza y María Ruiz

The Ghetto: Sophia Buset, Tasha Jefferson, Suzanne Warren y Poussey Washington

Las chicas de oro: Galina Reznikov y Rosa Cisneros

El análisis se ha efectuado de acuerdo a una ficha basada en la metodología que Elena Galán Fajardo presenta en *La imagen social de la mujer en las series de ficción* (2007). En primera instancia, distingue tres ejes fundamentales en la construcción de los personajes: descripción física, psicológica y del entorno social (Galán, 2007: 46). Posteriormente, se apoya en las aportaciones de Philip M. Parker para ampliar los parámetros (Galán, 2007: 48). La presencia externa se refiere al género, edad, apariencia o sexualidad. La presencia interna a los parámetros intelectuales y emocionales que rigen su conducta. Por último, el contexto corresponde al ambiente, las relaciones con su entorno o su historia personal.

Tomando en cuenta dichos factores, la autora confecciona una extensa plantilla de análisis de personajes (Galán, 2007: 85-90) cuyo contenido ha sido adaptado a los objetivos del estudio, suprimiendo categorías y añadiendo otras adicionales. Los aspectos incluidos son nombre, edad, grupo carcelario, procedencia, clase social, delitos, preferencias sexuales, estado civil, maternidad, estereotipos asociados al persona-

je, religión, apariencia física y una descripción más extensa (incluye los principales roles/adjetivos/características).

Junto a la ficha, se ha procedido a la identificación de posibles estereotipos de género de acuerdo al listado de "estereotipos femeninos de ficción" formulados por Virginia Guarinos (2008: 116-118):

Chica buena: Acepta el sistema. Sufridora, ingenua y conformista. Joven, generalmente de clase social y nivel cultural medio/bajo. Aspira a casarse y así ser feliz.

El ángel: Lobo bajo una piel de cordero. Con un perfil similar al anterior, resulta más peligrosa porque no muestra sus intenciones. Ambiciosa y capaz de cualquier cosa en beneficio propio.

Mater amabilis: Ama de casa de mediana edad, amorosa y atenta con su familia.

Mater dolorosa: Madre sufridora que observa cómo sus hijos son maltratados por la vida e incluso la maltratan a ella. Estereotipo comúnmente asociado a la edad madura.

Madre desnaturalizada: Engendra un hijo/a no deseado/a o que no resulta ser como ella esperaba, por lo que termina enfrentándose a él/ella.

Bruja/villana: Se las presenta como seres monstruosos o de belleza embriagadora. Perversas, siempre dispuestas a hacer el mal para conseguir el dominio sobre algo/alguien.

Loca/psicópata: Mujer con un comportamiento desequilibrado y peligroso. En ocasiones se relaciona esta locura con el amor, llegando a hacer cualquier cosa para estar junto a su amado.

Femme fatale: Consideradas malas por naturaleza y definidas como una "pérdición", ya que son ambiciosas y peligrosas con los hombres con quienes se relacionan. Tienen cierta tendencia a la autodestrucción y son conscientes de su alto poder de seducción. Una enfermedad o la muerte ponen fin a su belleza y juventud, castigos por su modo de vida.

Igualmente, se toma como referencia la escala de masculinidad y feminidad incluida en *Análisis de los estereotipos de rol de género, validación transcultural del inventario del rol sexual* (1998), de Ana García-Mina. Las tablas que figuran bajo estas líneas muestran las marcadas y opuestas características/valores asociados a ambos géneros. El femenino se corresponde con actitudes como la preocupación por su apariencia, la sumisión o el deseo de formar una familia. Todas generalmente se vinculan, además, al entorno privado del hogar. Por el contrario, unidas al género masculino se encuentran el éxito, la fortaleza o la seguridad.

Tablas 1 y 2. Escala de características atribuidas a la masculinidad y feminidad

Escala de masculinidad

Varonil	Madera de líder	Competitivo	Fuerte personalidad
Audaz	Bueno/a en los negocios	Seguro/a de sí mismo/a	Ambicioso/a
Con Carácter	Emprendedor/a	Fuerte	Enérgico/a
Independiente	Intrépido/a	Exitoso	Dominio de sí mismo/a

Escala de feminidad

Femenino/a	Coqueto/a	Dócil	Sumiso/a
Tierno/a	Dulce	Sensual	Romántico/a
Sentimental	Acogedor/a	Emotivo/a	Leal
Crédulo/a	Inocente	Sacrificio por los demás	Bondasoso/a
Comprensivo/a	Amor por los niños	Llorar sin avergonzarse	Preocupación por aspectos físicos
Dependiente	Atractivo/a	Preocupado/a por la armonía grupal	Infantil

Fuente: Elaboración propia (García-Mina, 1998).

4. Resultados

4.1. Litchfield o la heterogeneidad en prisión: apuntes para un contexto

El estudio arroja algunos resultados de carácter general correspondientes a las principales categorías de análisis (edad, procedencia, delitos, clase social, sexualidad maternidad y religión). Estas pinceladas iniciales permiten elaborar un retrato complementado posteriormente con el estudio en profundidad de las protagonistas, dentro de sus grupos carcelarios, poniendo el foco tanto en su evolución como en los estereotipos y roles asociados a ellas.

La juventud es una característica principal de las reclusas, dado que tres cuartas partes (72%) son menores de 40 años. En términos generales, las mujeres de mediana edad (30-40 años) tienen una mayor presencia en las familias, siendo algo más de un tercio (36%). De igual manera, una de cada tres personajes femeninos supera los 40 años. Las más jóvenes (menos de 30), por el contrario, constituyen solo el 28% y se integran principalmente en *The Ghetto*.

En cuanto a su procedencia, la acción narrativa transcurre en la prisión de Litchfield (Estados Unidos), de modo que no es extraño que seis de

cada diez reclusas (56%) sean estadounidenses. América Latina se sitúa como segundo lugar de origen (25%), mientras que dos de cada diez protagonistas (19%) son europeas. Algunos personajes como Lorna Morello (italoamericana) o Poussey Washington (francoamericana) poseen doble nacionalidad. Esta heterogeneidad se hace extensiva también a las clases sociales, aunque el porcentaje de mujeres de clase media y baja es ligeramente superior (38% en ambos casos). Por el contrario, quienes gozan de un acomodado nivel de vida son algo menos frecuentes (24%).

La tipología de los delitos por los que las protagonistas están privadas de libertad constituye un interesante elemento de estudio, dado que prácticamente la totalidad (82%) no son delitos de sangre. Éstos se refieren al asesinato/homicidio (12%) y al crimen organizado (6%). Sin embargo, los delitos con mayor incidencia entre estas mujeres son de carácter económico (35%): robo, estafa o blanqueo de capitales. Al mismo tiempo, una de cada tres reclusas está en prisión por tráfico y/o posesión de drogas. El secuestro y el acoso/allanamiento de morada (6%) son otras infracciones identificadas.

En lo que respecta a las relaciones afectivas, seis de cada diez no tienen pareja (50% solteras y

14% separadas/divorciadas o viudas), frente a al 36% que mantienen algún tipo de relación amorosa (14% casadas y 22% en pareja). El análisis de las preferencias sexuales muestra la incorporación y normalización de diferentes sexualidades. La heterosexualidad es la opción mayoritaria entre las reclusas (62%); sin embargo, cuatro de cada diez mujeres mantienen relaciones con personas de su mismo sexo. En concreto, una de cada cuatro protagonistas se declara homosexual y una de cada diez bisexual.

La maternidad, considerada tradicionalmente una condición esencial atribuida al género femenino, adquiere una menor relevancia en esta ficción. Algo más de un tercio de las mujeres (36%) tienen uno o más hijos, mientras que el 64% restante no es madre. La imagen proyectada por cada familia es radicalmente diferente. En los grupos de razas blanca y negra son mayoría las que no son madres, al contrario de lo que ocurre en *The Spanish Harlem*.

Finalmente, la religión es un eje diferenciador en la representación de las protagonistas sobre el que la raza ejerce una notable influencia. Al no explicitarse la religión de todas ellas, han sido considerados los casos más representativos. En general, destaca la marcada influencia religiosa de *The Spanish Harlem*; sus componentes son católicas y muestran fuertes creencias espirituales. Además, en el caso de Gloria Mendoza se menciona la práctica de la santería.

En *The Suburbs* también se aprecia la presencia de la religión católica, reflejada a través de Lorna Morello y Tiffany Doggett. En el primer caso se identifican elementos religiosos en el atuendo (cadena con un crucifijo), además de defender la concepción tradicional de la familia y el papel de la mujer como ama de casa. Sin embargo, Tiffany Doggett (*Pennsatucky*) es quien mantiene una vinculación más estrecha con la religión, siendo un elemento definitorio.

Al comienzo es presentada como un personaje ligado al fanatismo y convertido en la cara visible del movimiento pro-vida, una circunstancia utilizada en beneficio propio. Aunque inicialmente su conversión al cristianismo es una vía para reducir su condena, termina mostrando unas firmes creencias

que la llevan a una suerte de redención (abstención del consumo de drogas, cambio de imagen y actitud de ayuda). Tanto en *The Suburbs* como en *The Ghetto*, algunas mujeres hacen público su rechazo a las creencias religiosas (ateísmo). Es el caso de Piper Chapman, quien proviene de una familia protestante, o de Poussey Washington.

4.2. Tres familias, tres realidades: Análisis de los personajes femeninos

4.2.1. *The Suburbs*

Este grupo está formado por mujeres de piel blanca, mayoritariamente estadounidenses (75%) y europeas (25%). Respecto a su perfil, prevalecen las mujeres de mediana edad (30-40 años) y clase social media (50% en ambos casos). Entre sus delitos más comunes se encuentran los económicos (49%), aunque también se mencionan el acoso, asesinato y tráfico de drogas. La diversidad sexual es un factor que caracteriza a sus integrantes, la mitad de las cuales mantienen relaciones sexuales tanto con hombres como con mujeres. Los porcentajes restantes se distribuyen entre las mujeres heterosexuales y homosexuales (25% en ambos casos). Son, en su gran mayoría, mujeres solteras (75%) y ninguna ha sido madre.

En este contexto se integra Piper Chapman, la protagonista y figura de referencia para la audiencia durante la primera temporada. Esta inocente joven proveniente de una familia acomodada ve truncados todos sus planes de vida al serle comunicada su entrada en prisión. Según Jenji Kohan, Piper es su "Caballo de Troya"² para iniciar la historia y presentar al resto del elenco. Durante la primera temporada, además, se subraya su posición de heroína que lucha contra el Mal, encarnado por su antagonista, Tiffany Doggett. Una pelea entre ambas marca un punto de inflexión tanto en la construcción de su propia imagen como en la de su enemiga, alejándolas de sus respectivos estereotipos.

El protagonismo de Piper se diluye con el paso de las temporadas, dejando espacio a las mujeres con las que comparte su día a día. Esta etapa coincide con la evolución de su personaje hacia una personalidad más dual, dejando ver aspectos más complejos y menos amables de su carácter.

La apariencia dulce e inofensiva da paso a una mujer dispuesta a todo para lograr sus objetivos. Estamos ante el ángel del que habla Virginia Guarinos (2008), quien asume el rol de líder autoritaria en la tercera temporada. Sin embargo, su figura de mujer triunfadora se disuelve y llega a sufrir el rechazo de su propio grupo, quien finalmente termina readmitiéndola.

El personaje de Lorna Morello, por su parte, reúne multitud de características asociadas a la femineidad: ingenuidad, sumisión, anteposición de las necesidades ajenas frente a las propias, coquetería, romanticismo y amor por los niños. Es la chica buena (Guarinos, 2008) que necesita un hombre al lado para ser feliz y muestra la visión más idealizada del amor romántico. De hecho, se muestra obsesionada con la planificación de una boda irreal que esconde una relación de acoso hacia un hombre.

Lorna es representada bajo el estereotipo de mujer enloquecida por amor (2008) y en este delirio llega a no distinguir entre sus deseos y la realidad. Posteriormente, decide encontrar al "hombre de su vida" por correspondencia, contrayendo matrimonio en la cárcel. Una vez más, se repite el modelo ideal de relación romántica y la joven expresa continuamente su felicidad por ser ama de casa y formar una familia (*mater amabilis*).

Otra de las protagonistas es Carrie Black (*Big Boo*), una mujer de imagen física dura y maneras rudas cuyo patrón de comportamiento está asociado a valores como la agresividad, la competitividad o la independencia (García-Mina, 1998). Representa el estereotipo de mujer masculina, llevando tatuado el término marimacho en su brazo. Bajo su agresiva imagen subyace una mujer inteligente e irónica que durante su niñez y juventud sufrió incompreensión y rechazo. Se muestra públicamente a favor de la comunidad homosexual y la lucha por la libertad sexual, además de incidir en la necesidad de desterrar la culpabilidad que envuelve a la masturbación femenina.

Por último, Tiffany Doggett (*Pennsatucky*) es uno de los personajes que experimenta una mayor evolución. Esta joven es criada en un ambien-

te rural y desestructurado donde la concepción de las relaciones amorosas y la sexualidad está marcada por el machismo. Dicha circunstancia la convierte en una mujer sometida al deseo y la voluntad de sus parejas, con quienes tiene cinco embarazos no deseados que interrumpe de forma voluntaria. Como se ha mencionado, durante la primera temporada se perfila como la peligrosa villana/antagonista enfrentada a Piper Chapman. Posteriormente, recuperada de su adicción a las drogas y dotada de una nueva apariencia física, experimenta una profunda transformación que la convierte en una persona afable y dispuesta a ayudar.

4.2.2. *The Spanish Harlem*

Las mujeres con raíces en América Latina se agrupan en esta familia cuya lengua de comunicación es el español. Formado principalmente por mujeres de entre 30 y 40 años (50%), la gran mayoría pertenecen al estrato social bajo (75%) y en ocasiones rozan la marginalidad. Una de sus componentes más jóvenes es Dayanara Díaz, cuya madre (Aleida Díaz) también está en prisión. Daya es presentada como la chica buena (Guarinos, 2008), una adolescente responsable que en un intercambio de roles debe asumir el papel de madre y cuidar de sus hermanos. A pesar del empeño de la joven de no parecerse a su progenitora, corre su misma suerte al ser encarcelada por un delito de tráfico de drogas – infracción de la que se acusa al 75% de miembros del grupo – devenido de una tóxica relación amorosa. Una vez en prisión, se produce un intenso conflicto madre-hija al no compartir las perspectivas sobre el amor, la maternidad o la familia.

Dayanara se aleja de la imagen de mujer latina exuberante, sensual y con una gran preocupación por la apariencia que encarna su madre. Además, su patrón de conducta refleja numerosos adjetivos vinculados a la escala de femineidad (García-Mina, 1998) como dulzura, sacrificio, responsabilidad y romanticismo. Su personalidad la lleva a enamorarse de un guardia de la prisión con el que mantiene una historia de amor que termina en embarazo no deseado y abandono. Las decepciones y la difícil vida en la cárcel provocan un giro radical en su carácter hacia la frial-

dad y la arrogancia, buscando la aceptación de su grupo. Al amenazar con disparar a un guardia se produce un punto de inflexión para su personaje, viendo corrompidas sus buenas intenciones y bondad intrínsecas.

Daya se encuentra privada de libertad junto a su madre, acusadas ambas del mismo delito. Aleida Díaz fue madre muy joven y tiene cinco hijos de cinco padres diferentes, niños por los que no muestra interés. Debido a su inmadurez (síndrome de Peter Pan), es incapaz de tomar las riendas de su vida y únicamente se preocupa por disfrutar de su ocio y cuidar su físico. Su perfil se corresponde en gran medida con el de otras mujeres que componen el grupo: mujeres heterosexuales, en pareja (50%) y madres jóvenes (75%), en muchos casos de familias numerosas. Asimismo, reprueba la concepción idealista de su hija sobre las relaciones amorosas y sostiene que éstas se reducen a lograr beneficios materiales. Aleida se define como una persona extremadamente posesiva para quien los celos significan amor.

Al igual otros grupos, *The Spanish Harlem* cuenta con una figura de liderazgo. En este caso es Gloria Mendoza quien asume el papel de madre protectora (*mater dolorosa*). Ese es quizás el motivo que se esconde tras la dureza de su aspecto físico y su personalidad –competitividad, agresividad, frialdad–, más vinculados a la escala de masculinidad que de feminidad. Este fuerte carácter esconde a una mujer maltratada física y psicológicamente por su pareja. Durante las visitas de éstos a prisión, Gloria demuestra ser una madre estricta pero empática. Su personaje reúne, además, dos de los rasgos identificativos de este grupo carcelario: las creencias religiosas y la defensa de la lengua española frente al inglés.

María Ruiz es una de las pocas mujeres de clase alta internas en Litchfield. Creció en una familia cuyo elevado poder adquisitivo provenía del tráfico de drogas. Su padre le inculcó el amor por sus raíces dominicanas, un elemento que marca su carácter. Al comienzo de la serie, da a luz a una niña que queda cargo de su pareja mientras dura la condena. Ambos visitan frecuentemente a María, quien desea ser una buena esposa y madre (*mater amabilis*). Inicialmente no se co-

nocen muchos detalles sobre su persona pero va ganando peso hasta perfilarse como la cruel y autoritaria antagonista/villana de la cuarta temporada, enfrentándose a Piper Chapman. María concibe la expresión de sus sentimientos como una muestra de debilidad (visión masculina), salvo cuando se trata de familia, con quienes saca su lado más cariñoso.

4.2.3. *The Ghetto*

The Ghetto es el grupo reclusas de piel negra, principalmente afroamericanas (80%) y europeas (20%). Caracterizado por su juventud, está conformado por mujeres menores de 40 años, en su mayoría sin pareja ni hijos (75% en ambos casos) y de clase social media (50%). La lista de delitos por los que están privadas de libertad es de lo más heterogénea: principalmente son delitos relacionados con las drogas (40%), pero también homicidio, secuestro o delitos económicos. Se caracteriza también por una destacada presencia de protagonistas atraídas por personas de su mismo sexo, casi una de cada siete.

Una de las integrantes es Sophia Buset. Amable, generosa y positiva, ofrece su ayuda a las demás reclusas en el salón de belleza que regenta. De hecho, ella misma posee un aspecto físico cuidado y femenino. Antes de someterse a un proceso de reasignación de género, Sophia respondía al nombre de Marcus y trabajaba como bombero. La que fuera su esposa le ofrece su apoyo incondicional, aunque a su hijo le es complicado aceptar la verdadera identidad de género de Sophia. A pesar de su buena disposición sufre transfobia por parte de sus compañeras y funcionarios de prisión, siendo agredida físicamente y verbalmente, lo que le genera profundos sentimientos de resignación y soledad.

La misma conmoción es compartida por Suzanne Warren (*Ojos Locos*), quien visibiliza los estigmas a los que se enfrentan las personas con enfermedades mentales. Introducida al público como la acosadora de Piper Chapman, es una reclusa conflictiva con un abultado historial de episodios violentos. Lo que subyacen son los ataques de histeria que le imposibilitan tomar el control de sus actos hasta llegar a autolesionarse, provo-

cando rechazo entre quienes la rodean. La joven posee una rica imaginación y talento para la escritura, pero su dificultad para empatizar con los sentimientos ajenos y medir sus emociones complica la relación con sus compañeras. Consciente de su realidad, Suzanne mantiene un continuo deseo de agradecer para sentirse aceptada.

Uno de los mayores apoyos de esta joven es Tasha Jefferson (*Taystee*). Jovial e inteligente, se caracteriza por su gran ambición profesional y su afán de superación. En prisión trabaja como bibliotecaria, labor que le confiere un amplio bagaje cultural. Durante la segunda temporada *Taystee* asume el liderazgo de *The Ghetto*, aunque se trata de una matriarca atípica: no presenta la dura apariencia física ni el patrón de comportamiento del resto de líderes, además de ser mucho más joven.

Esta circunstancia excepcional puede deberse a su llegada involuntaria al poder, animada por su compañeras como mérito a su empatía. La falta de un entorno social estructurado durante su infancia y adolescencia ejerce una poderosa influencia en su carácter. Así, cuando le confieren la libertad condicional confiesa no estar preparada para vivir fuera de prisión. Sin medios y totalmente dependiente del sistema, viola la libertad condicional deliberadamente para ser enviada de nuevo a prisión.

Entre rejas se reencuentra con su mejor amiga, Poussey Washington, una joven dulce y enamoradiza. Proviene de una familia con alto poder adquisitivo, por lo que posee un gran nivel cultural. En la tercera temporada, Poussey conoce a Soso, una reclusa asiática aceptada por *The Ghetto* a pesar de no tener su mismo color de piel. Ambas entablan una relación amorosa hasta que se produce una tragedia que marca tanto a su personaje como al resto de mujeres de la prisión, desencadenando un grave enfrentamiento entre reclusas y autoridades. De carácter pacifista, Poussey se suma a una manifestación en la que un guardia la asfixia accidentalmente y le provoca la muerte. Este fallecimiento posee una gran carga simbólica, mostrando tanto a la joven como a su verdugo como víctimas de su propio destino.

4.2.4. *Las chicas de oro*

Las mujeres de más edad, además de establecerse en alguna de las mencionadas familias, encuentran afinidad en su propio grupo: *Las chicas de oro*. Es decir, la edad es el elemento aglutinador de estas mujeres de diversa procedencia (europea, estadounidense y América Latina) que pertenecen principalmente a la clase media y baja (50% en ambos casos). El crimen organizado y los delitos económicos son algunas de las infracciones por las que cumplen condena, y quizás por su avanzada edad, responden a modelos más tradicionales de familia: han formado una familia y actualmente están casadas o han enviudado.

Galina Reznikov (Red) lidera este grupo aunque también es la figura de poder dentro de *The Suburbs*. Se erige como una de las mujeres más respetadas, ostentando el cargo de jefa de cocina. Inteligente y ambiciosa, encarna a la tradicional matriarca (en este caso de Europa del Este) que carga sobre sus hombros con el peso de los suyos. Red –en referencia a su color de pelo– sufre por su prole y quiere protegerla de los peligros (*mater dolorosa*). De hecho, emplea frecuentemente el término familia para dirigirse a su grupo. Su apariencia física y comportamiento son agresivos, destacando su inglés con un marcado acento ruso.

Tampoco fue sencillo el pasado de Rosa Cisneros (*Miss Rosa*), una atracadora de bancos en fase terminal a causa de un cáncer. Ambiciosa, inteligente y seductora, queda retratada como una *femme fatale* (Guarinos, 2008) casada con un hombre junto al que comete los atracos, enviudando al ser éste asesinado. Posteriormente, se casa con otro miembro de la banda, quien también muere. El único superviviente decide alejarse de ella al creer que posee una maldición. Arrestada durante un atraco, Miss Rosa está cumpliendo una larga condena cuando le es detectada la enfermedad. Consciente de que se encuentra al final de su vida, planifica una huida en furgoneta para disfrutar de sus últimos momentos de vida antes de provocar un accidente tráfico en el que fallece.

Con todo, la extensa tabla incluida a modo de cierre aúna los dos aspectos relativos a la representación de personajes femeninos abordados en la presente investigación. Por un lado, la relación de características de carácter general que

se han obtenido a partir del análisis cuantitativo, incidiendo en las diferencias existentes entre los grupos carcelarios. Por el otro, la panorámica de temas, estereotipos y/o valores asociados a cada protagonista, en un sentido más cualitativo.

Tabla 3. Correspondencia entre los aspectos generales de los grupos y el análisis de las protagonistas.

Grupos carcelario	Aspectos generales	Análisis personajes (temas/estereotipos)
The Suburbs	Mujeres de mediana edad	Piper Chapman Inicialmente heroína (El ángel). Evolución hacia una personalidad dual + asunción de liderazgo autoritario. Lorna Morello
	Procedencia estadounidense y europea	Idealización amor romántico + modelo familia tradicional (mater amabilis). Locura/delirio amoroso. Carrie Black
	Estrato social medio	Mujer masculina (imagen física + patrón comportamiento).
	Delitos económicos	Tiffany Doggett
	Diversidad sexual	Antagonista/villana. Redención (componente religioso).
	Religión: Catolicismo/ateísmo	Machismo + maltrato + violencia sexual. Maternidad (interrupción embarazo).
The Spanish Harlem	Mujeres de mediana edad	Dayanara Díaz Desafío a los estereotipos de su grupo (La chica buena). Intercambio de roles con su progenitora (maternidad). Corrupción/búsqueda aceptación social.
	Procedencia estadounidense y América Latina	Aleida Díaz
	Estrato social bajo	Inmadurez (madre desnaturalizada). Incapacidad asumir responsabilidades+ preocupación aspecto físico. Amor tóxico (celos/posesión).
	Delitos de tráfico/posesión de drogas	Gloria Mendoza
	Heterosexualidad	Figura de poder (masculinizada). Instinto protector (mater dolorosa). Maltrato + machismo.
	Toxicidad relaciones afectivas + maternidad joven	Creencias religiosas + lengua (identidad). María Ruiz
Juventud (jovialidad + despreocupación)	Marcadas creencias religiosas	Orgullo hacia sus raíces. Dualidad personalidad: Cercanía familiar vs. agresividad en prisión (respeto/poder).
		Sophia Burset Reasignación de género. Transfobia (rechazo/aislamiento). Suzanne Warren

The Ghetto	Procedencia estadounidense y europea	Estigmatización enfermedades mentales. Rechazo social/deseo aceptación del entorno. Tasha Jefferson
	Estrato social medio	Liderazgo alejado de estereotipos patriarcales. Ambición, cultura y afán de superación.
	Delitos de tráfico/posesión de drogas	Dependiente del sistema (no reinserción). Poussey Washington
Las chicas de oro	Diversidad sexual	Bagaje cultural + sensibilidad + pacifismo. Víctima involuntaria de su destino (tragedia). Galina Reznikov
	Edad: Factor aglutinador	
	Procedencia estadounidense, europea y América Latina	Figura de poder (matriarcado). Sufrimiento + sacrificio (mater dolorosa). Unión factor racial (familia). Rosa Cisneros
	Estrato social medio-bajo	
	Delitos económicos/crimen organizado	Seducción + ambición (Femme fatale). Enfermedad terminal. Libertad/muerte (huida).
	Influencia y poder (empoderamiento)	

Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

La raza o el color de la piel, además de revelarse como factor aglutinante de las familias carcelarias, es también uno de los ejes que condicionan la representación de los personajes femeninos en *Orange is the New Black*, siguiendo la línea expuesta en otros estudios predecesores (Enck & Morrissey, 2015; Aguado & Martínez, 2016). En este sentido, *The Suburbs* se presenta como el grupo más numeroso y heterogéneo, integrando a reclusas de distinta procedencia, clase social y edad. Representa, además, una amplia diversidad sexual y se sitúa en una posición privilegiada en la pirámide estructural de poder de la prisión, ya que el personaje de referencia entre las reclusas –Galina Reznikov– pertenece a esta agrupación.

A este respecto, se detecta una notable masculinización de las figuras de poder (matriarcas). En la práctica totalidad de casos, estas mujeres poseen una dura imagen física que acompaña a un comportamiento igualmente agresivo. Esta asociación entre el poder y lo masculino, vinculando a los hombres con los puestos de responsabilidad y el liderazgo, apunta a la perpetuación de los roles tradicionales de género

(García-Mina, 1998). De esta forma, se muestra la adquisición de dicho valores como la principal vía para ascender en la escala de poder y lograr el respeto de sus iguales.

Otro destacado ejemplo de la visibilidad de estereotipos raciales en esta serie es el de las mujeres de *The Spanish Harlem*. El grupo está vinculado a un bajo estrato social, núcleos familiares desestructurados, maternidad temprana o machismo en las relaciones amorosas. Las creencias religiosas, la lengua y el orgullo hacia su lugar de procedencia son algunos de los principales elementos definitorios sobre los que se construye la identidad de estos personajes femeninos.

Las mujeres de piel negra (*The Ghetto*), por su parte, dibujan un retrato joven asociado a un comportamiento jovial y despreocupado entre reclusas de distintas clases sociales. Sin embargo, varias de sus componentes sufren discriminación o rechazo por diferentes motivos como la reasignación de género o la salud mental. Además de ello, la ficción televisiva dota de voz propia a los personajes femeninos de más edad al contar con su agrupación, *Las chicas de oro*, ajena a distinciones raciales. Bien es cierto que en ellas se proyectan algunos estereotipos

como el instinto de protección a la familia o el sufrimiento por los suyos. Sin embargo, la serie empodera a estas mujeres al presentarlas como sujetos activos con influencia y poder en prisión. En líneas generales puede concluirse que, en cierta manera, la imagen proyectada por estos grupos carcelarios se construye sobre algunos estereotipos raciales, así como sobre otros tradicionalmente asociados a los personajes femeninos en la ficción audiovisual (Guarinos, 2008). No obstante, *Orange is the New Black* va más allá y evitar caer en una visión simplista a través de la continua evolución de estas mujeres.

Dicha transformación, que comienza con la propia protagonista, se ve plasmada a través del desarrollo de las tramas narrativas y en los *flash-backs* que profundizan en la vida de los personajes. Piper Chapman, en representación de los cánones sociales y estéticos imperantes, se erige como el enlace que establece una relación de proximidad con la audiencia y la introduce progresivamente a otras realidades con una menor visibilidad en el panorama de la ficción televisiva actual (Aguado & Martínez, 2015): la diversidad sexual, el proceso de reasignación de género, las enfermedades físicas y/o mentales, la vejez, el aborto o la violencia sexual.

En definitiva, la apuesta de plataformas digitales como Netflix por la producción de producciones

como *Orange is the New Black* posibilita trasladar a la audiencia la existencia de múltiples modelos y realidades de la feminidad, siguiendo la estela de otros ejemplos paradigmáticos como *Mujeres desesperadas*, *Sexo en Nueva York* o la reciente *Girls*. En este sentido, si bien parece quedar lejos aún la ruptura total de los estereotipos de género, comienzan a irrumpir nuevos discursos ficcionales que cuestionan los cimientos androcéntricos y heteronormativos de los discursos mediáticos más tradicionales (Menéndez & Zurian, 2014). Este proceso de evolución y "redefinición constante" responde a la naturaleza cambiante de la imagen de la feminidad en las sociedades contemporáneas, al tiempo que pone de manifiesto el creciente interés entre el público femenino de contar con "guías y referencias cognitivas, actitudinales y conductuales" al otro lado de la pantalla (Chicharro, 2013).

Notas

1. Información referente a *Orange is the New Black*, disponible en la base de datos IMDb. <https://imdb.to/1kKY7S6>
2. Datos de audiencia facilitados por Nielsen a *The Wall Street Journal*. <https://on.wsj.com/293NQjh>
3. Entrevista ofrecida por Jenji Kohan a *The Hollywood Reporter*. <https://bit.ly/1mmWx7h>

Referencias Bibliográficas

- Aguado, D. & Martínez, P. (2015). Otro arquetipo femenino es posible: Interseccionalidad en *Orange is the New Black*. *Miguel Hernández Communication Journal*, (6), 261-280. Recuperado de <https://bit.ly/2sEGQnN>
- Aguado, D., & Martínez, P. (2016). White is the New Black: entretejiendo ejes de discriminación en *Orange is the New Black*. *Index. Comunicación*, 6(2), 215-236. Recuperado de <https://bit.ly/2sEVCuv>
- Artt, S. & Schwan, A. (2016). Screening women's imprisonment: Agency and exploitation in *Orange Is the New Black*. *Television & New Media*, 17(6), 467-472. <https://doi.org/10.1177/1527476416647499>
- Belcher, C. (2016). There is No Such Thing as a Post-racial Prison: Neoliberal Multiculturalism and White Savior Complex on *Orange Is the New Black*. *Television & New Media*, 6(17), 491-503. <https://doi.org/10.1177/1527476416647498>
- Belmonte, J. & Guillamón, S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de gé-

- nero en TV. *Revista Científica De Educomunicación*, 16(31), 115-120. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-01-014>
- Caputi, J. (2015). The Color Orange? Social Justice Issues in the First Season of *Orange Is the New Black*. *J Pop Cult*, 48(6), 1130–1150. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12352>
- Chicharro, M. (2013). Representaciones de la mujer en la ficción postfeminista: *Ally McBeal*, *Sex and the City* y *Desperate Housewives*. *Papers: revista de sociología*, 98(1), 11-31. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v98n1.469>
- Chicharro, M. & Alcolea, G. (2014). *Mad Men*: explotación del formato, contenido y representaciones de género en su discurso. *Ámbitos*, 25, 1-12. Recuperado de <https://bit.ly/2JekC2X>
- De Miguel, C., Ituarte, L., Olábarri, E., & Siles, B. (2004). La identidad de género en la imagen televisiva. Madrid: Instituto de la Mujer.
- DeCarvalho, L. J. & Cox, N. B. (2016). Extended Visiting Hours. Deconstructing Identity in Netflix's Promotional Campaigns for *Orange Is the New Black*. *Television & New Media*, 17(6), 504-519. <https://doi.org/10.1177/1527476416647495>
- Dubrofsky, R. (2002). Ally McBeal as Post-feminist Icon: The Aestheticizing and Fetishizing of the Independent Working Woman. *Communication Review*, 5(4), 265-284. <https://doi.org/10.1080/10714420214690>
- Enck, S. M. & Morrissey, M. E. (2015). If *Orange Is the New Black*, I Must Be Color Blind: Comic Framings of Post-racism in the Prison-Industrial Complex. *Critical Studies in Media Communication*, 32(5), 303-317. <https://doi.org/10.1080/15295036.2015.1086489>
- Fernández, M. & Menéndez, M. I. (2016). 'When in Rome, Use What You've Got': A Discussion of Female Agency through *Orange Is the New Black*. *Television & New Media*, 6(17), 534-546. <https://doi.org/10.1177/1527476416647493>
- Fernández, M., Menéndez, I., Torras, M. & Trapero, P. (2006). Mujeres en serie. Discursos de género en la ficción televisiva del nuevo milenio. *Revista Género y Comunicación*, 8. Madrid: Ameco.
- Galán, E. (2007). La imagen social de la mujer en las series de ficción. Cáceres: Universidad de Extremadura.
- García-Mina, A. (1998). Análisis de los estereotipos de rol de género, validación del inventario del rol sexual (Tesis doctoral, Universidad Pontificia Comillas, Madrid, España).
- Gerhard, J. (2005). *Sex and the City*. Carrie Bradshaw's queer postfeminism. *Feminist Media Studies*, 5(1), 37-49. <https://doi.org/10.1080/14680770500058173>
- Guarinos, V. (2008). "Mujer y cine". En Loscertales, F., Nuñez, T. (Coord.), *Los medios de comunicación con mirada de género* (pp. 103-120). Granada: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Hill, Lisa (2010). Gender and Genre: Situating *Desperate Housewives*. *Journal of Popular film and television*, 38(4), 162-169. <https://doi.org/10.1080/01956051003749491>
- Kaufer, E. (2009). Ally McBeal to *Desperate Housewives*. A Brief History of the Postfeminist Heroine. *Perspectives in Political Science*, 38(2), 87-97. <https://doi.org/10.3200/PPSC.38.2.87-98>
- Kerman, P. (2011). *Orange Is the New Black: My Year in a Women's Prison*. Nueva York: Spiegel & Grau.
- Lacalle, C. & Hidalgo-Marí, T. (2016). La evolución de la familia en la ficción televisiva española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 470-483. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1105>
- López, F. J. & García, J. A. (2013). "Arquetipos femeninos en *Juego de Tronos*: tipología

- y roles de género". En Lozano, J.; Raya, I.; López, F. J. (Coord.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (pp. 201-228). Madrid: Fragua.
- Lorié, A. F. (2011). Forbidden Fruit or Conventional Apple Pie? A Look at Sex and the City's Reversal of the Female Gender. *Media, Culture and Society*, 33(1), 35-51. <https://doi.org/10.1177/0163443710385499>
- McKeown, J. K. & Parry, D. C. (2017). Women's Leisure as Political Practice: A Feminist Analysis of *Orange Is the New Black*. *Leisure Sciences*, 39(6), 492-505. <https://doi.org/10.1080/01490400.2016.1203848>
- Menéndez, M. I., & Zurian, F. A. (2014). Mujeres y hombres en la ficción televisiva norteamericana hoy. *Anagramas. Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13(25), 55-71. Recuperado de <https://bit.ly/2JubVVB>
- Moseley, R. & Read, J. (2002). Having it Ally: Popular Television (Post-) Feminism. *Feminist Media Studies*, 2(2), 231-249. <https://doi.org/10.1080/14680770220150881>
- Nahum, A. (2014). El fenómeno de la serialidad en la tercera edad de oro de la televisión. Roma: EDUSC. Recuperado de <https://bit.ly/2HiUWAu>
- Pramaggiore, M. (2016). From Screwdriver to Dildo: Retooling Women's Work in *Orange Is the New Black*. *Television & New Media*, 17(6), 547-560. <https://doi.org/10.1177/1527476416647494>
- Schwan, A. (2016). Postfeminism meets the women in prison genre: Privilege and Spectatorship in *Orange Is the New Black*. *Television & New Media*, 17(6), 473-490. <https://doi.org/10.1177/1527476416647497>
- Silverman, R. E. & Ryalls, E. (2016). Everything Is Different the Second Time Around: The Stigma of Temporality on *Orange Is the New Black*. *Television & New Media*, 17(6), 520-533. <https://doi.org/10.1177/1527476416647496>

Sobre la autora

Leyre Eguskiza Sesumaga es investigadora en formación predoctoral en el Departamento de Periodismo II de la Universidad del País Vasco. En la actualidad su labor investigadora gira fundamentalmente en torno a la comunicación corporativa e institucional. En el ámbito comunicativo, ha trabajado como periodista en medios como Agencia EFE o Deia.

¿Como citar?

Eguskiza-Sesumaga, L. (2018). Diversidad entre rejas: Estereotipos e identidad de género en la ficción televisiva *Orange is the New Black*. *Comunicación y Medios*, 27(37). doi:10.5354/0719-1529.2018.48622

Érase una vez en México. Ficción y memoria del pasado reciente en la serie *El Chapo*

Once upon a time in Mexico. Fiction and memory of the recent past in the series El Chapo

Janny Amaya Trujillo

Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México
jannyamaya@suv.udg.mx

Resumen

Este trabajo propone un análisis crítico de *El Chapo*, una serie televisiva co-producida por *Univisión* y *Netflix* (2017) basada en la biografía del narcotraficante mexicano Joaquín Guzmán Loera. Alrededor de esta figura, la serie sintetiza una trama con múltiples ramificaciones en torno a la historia reciente de México, plantea hipótesis acerca de sus causas y aborda con particular énfasis la denominada "guerra contra el narcotráfico", emprendida por el ex presidente Felipe Calderón en el año 2006. Desde un enfoque centrado en la categoría de memoria cultural, se examina esta serie como un caso interesante para indagar al potencial de la ficción televisiva para narrar la historia y producir sentidos sobre ella. Desde esta perspectiva, *El Chapo* puede ser pensada más que como "otro" producto exitoso de la narco-ficción televisiva, como un relato de memoria, en tanto propone unas ciertas formas de encuadrar e interpretar ese pasado-presente.

Palabras clave

Ficción televisiva; memoria cultural; historia; representaciones

Abstract

This paper proposes a critical analysis of El Chapo, a television series co-produced by Univisión and Netflix (2017) based on the biography of Mexican drug trafficker Joaquín Guzmán Loera. Around this figure, the series synthesizes a plot with multiple ramifications around the recent history of Mexico, proposes hypotheses about its causes and addresses with emphasis the so-called "war against drug trafficking", undertaken by former President Felipe Calderón in the year 2006. From an approach centered on the category of cultural memory, this series is approached as an interesting case to investigate the potential of television fiction to tell the story and produce meanings about it. From this perspective, El Chapo can be thought of more than as "another" successful product of television narco-fiction, as a memory story, as it proposes certain ways of framing and interpreting that past-present.

Keywords

Television fiction, cultural memory, history, representations

1. Introducción

“Misión cumplida: lo tenemos. Quiero informar a los mexicanos que Joaquín Guzmán Loera ha sido detenido”, informaba el presidente de México, Enrique Peña Nieto en un tweet publicado en su cuenta oficial el 8 de enero del año 2016. La recaptura del capo añadía un nuevo capítulo a una historia real de sucesivas aprensiones, fugas increíbles, persecuciones policíacas y especulaciones de todo tipo. El narcotraficante- líder del Cartel de Sinaloa y uno de los hombres más buscados del mundo- había permanecido prófugo durante seis meses, después de haber escapado por segunda vez de una cárcel mexicana en julio de 2015.

En mayo de 2016, pocos días después que un juez federal considerara procedente la extradición del narcotraficante hacia Estados Unidos, *Univisión Story House* -la recién creada unidad de desarrollo y producción original de *Univision Communications Inc.*- y *Netflix* anunciaban en un comunicado que producirían, en conjunto, una serie de ficción “que rompería fronteras, *El Chapo*”, basada en la vida del narcotraficante¹.

Guzmán Loera era ya, desde hacía muchos años, un foco de atención recurrente en la agenda informativa nacional e internacional. Pero el anuncio de una producción ficcional de esta envergadura sobre su vida difícilmente pudo efectuarse -desde el punto de vista comercial- en un momento más atinado que éste, en el que ojos y cámaras de todo el mundo observaban expectantes el desenlace de una trama que llevaba ya tres décadas en curso.

Además de la actualidad y prominencia del personaje en la agenda mediática internacional, la apuesta por llevar a la pantalla la vida de Guzmán tenía, también, otros precedentes que auguraban el triunfo comercial de la serie. La eficacia en términos de audiencia de producciones de ficción televisiva centradas en la temática del narcotráfico vaticinaba el éxito de la biografía ficcional de uno de los criminales más conocidos del mundo.

Pero, en este caso, no se trataba de una ficción cualquiera: se anunciaba como “un thriller político con aspiraciones cinematográficas” (Maristain, 19 de junio de 2017). Sería un relato basado en la “vida real”, pues pretendía contar la historia de un personaje actual y ubicado más que nunca en el foco de la atención mediática. Además, sería resultado del trabajo colaborativo entre el equipo de periodismo de investigación de *Univisión* y el equipo creativo de *Story House*².

El rejuogo entre la narración ficcional y los relatos históricos y periodísticos sobre sucesos o personajes de la historia reciente del narcotráfico en América Latina había sido un recurso ya explotado en exitosas producciones televisivas como la telenovela colombiana *Pablo Escobar: El Patrón del Mal* (2012) o *Narcos*, una serie original de *Netflix* (2015). Pero, a diferencia de estos dos casos, cuyas tramas se centraban en la historia del narcotraficante colombiano Pablo Escobar Gaviria -fallecido hace ya más de dos décadas- la nueva serie sobre Guzmán asumía el riesgo de emprender la biografía no autorizada de un notorio criminal todavía vivo, y con ello, la redescrición ficcional de una trama aún abierta y dolorosa en la historia reciente de México.

El resultado salió al aire casi un año después: una serie de tres temporadas que narra la vida de Guzmán a lo largo de 30 años. Dos de estas temporadas ya han salido al aire y el estreno de la tercera está previsto para 2018. En televisión, la emisión del capítulo final de la primera temporada de esta serie registró una audiencia total de 3.5 millones de espectadores³. La segunda temporada logró alcanzar los 3.6 millones de televidentes⁴. Por otra parte, *Netflix* dio a conocer que *El Chapo* fue una de las series consumidas con mayor fruición por los usuarios mexicanos de esa plataforma⁵: se posicionó entre las diez series más “maratoneadas” en México en el año 2017 (Reyna, 17 de octubre de 2017).

Estos datos dan cuenta del éxito comercial de la serie. Y, precisamente por ello, invitan también a problematizar cómo desde este producto de ficción televisiva, se están construyendo

y poniendo en circulación pública un conjunto de representaciones sobre la historia mexicana reciente. *El Chapo* sintetiza una trama con múltiples ramificaciones en torno a la historia política y social de esta nación, plantea hipótesis y explicaciones acerca de sus causas y aborda con particular énfasis la denominada “guerra contra el narcotráfico”, emprendida por el ex presidente Felipe Calderón en el año 2006, una historia todavía en curso que -se estima- ha dejado tras de sí una estela de alrededor de 125 mil muertos y más de 30 mil desaparecidos.

Atendiendo a todas estas peculiaridades, *El Chapo* puede ser pensada más que como “otro” producto exitoso de la narco-ficción televisiva, como un relato de memoria, en tanto propone unas ciertas formas de encuadrar e interpretar ese pasado-presente. En este trabajo me propongo reflexionar críticamente en torno a la serie televisiva *El Chapo* en cuanto relato de memoria que construye una redescipción ficcional de sucesos y personajes altamente controversiales en la historia reciente de México.

2. De las historias en pantalla a la memoria cultural

En un texto ya clásico Gary Edgerton (2001) exploraba el fenómeno de la significativa expansión de la programación de contenido histórico en las pantallas televisivas. En él, partía de una hipótesis central: “la televisión es el principal medio por el cual la mayoría de la gente aprende sobre la historia hoy en día” (1). El imperativo presentista del medio -su “fidelidad inquebrantable” a la actualidad y la inmediatez- se expresa en su capacidad para recuperar “pasados utilizables”, esto es, seleccionar y resaltar historias, fragmentos o personajes del pasado útiles para proponer interpretaciones y dar respuesta a inquietudes y asuntos relevantes para los públicos del presente (Edgerton, 2001: 4). Su compromiso no es el de ofrecer “una descripción objetivamente precisa” (4) de los hechos representados, sino construir conexiones emotivas con ellos y utilizar la historia como forma de producir sentido en torno a las condiciones sociales y culturales vigentes.

Por lo tanto, postulaba Edgerton, más que juzgar a las representaciones de la historia en televisión a partir de criterios como la precisión o la objetividad -propios de la disciplina historiográfica o la “historia profesional”- era necesario reconocer su especificidad y de aceptar su potencial para construir otro tipo de acercamientos al pasado, generalmente más próximos a lo que denominaba como “historia popular”. Las operaciones de la historia en televisión podrían situarse, entonces, en el ámbito de la memoria colectiva, ese “sitio de mediación” en el que confluyen y compiten la “historia profesional” y la “historia popular” (2001: 6).

Su propuesta apuntaba entonces a la necesidad de trascender las reticencias ante las historias televisadas para analizar críticamente sus singularidades y su lugar específico en la conformación de la memoria colectiva en las sociedades contemporáneas. A través de la programación histórica -en un sentido amplio de la palabra- la televisión

facilita la negociación continua de la sociedad con su pasado utilizable al retratar aquellas partes de la memoria colectiva que son más relevantes en un momento dado para los productores de estos programas, así como para los millones de personas que los sintonizan (2001: 8).

En este propósito de reconocer el papel de las narrativas televisivas en la “negociación popular” de sentidos sobre el pasado (Anderson, 2001: 20) la categoría de memoria cultural (Assmann, 1995) ha resultado un enclave particularmente útil. La memoria cultural es definida como “la construcción y circulación de conocimientos y de versiones sobre un pasado común en contextos socioculturales” específicos (Erl, 2011: 113).

Desde esta perspectiva, se acepta que “el pasado no nos es dado, sino continuamente reconstruido y re-presentado” (Erl, 2008: 7), se trata siempre de una construcción selectiva y contingente. La memoria sólo puede llegar a ser colectiva a través de un proceso dinámico y continuo en el que las representaciones del pasado son objetivadas y compartidas median-

te "artefactos simbólicos que median entre los individuos" (Erll & Rigney, 2009: 1).

La construcción de la memoria cultural se produce no sólo a través de diferentes medios, sino también de sistemas simbólicos distintos, que poseen características, potencialidades y constricciones específicas. Ellos deben ser pensados como "modos específicos de recuerdo", pues "cada uno de ellos tiene su forma específica de recordar y deja su rastro en el tipo de memoria que crea" (Erll, 2008: 389- 390).

Estos diversos modos de recuerdo no son mutuamente excluyentes y ninguno de ellos posee un estatus cultural superior a otros. Por el contrario, más allá de sus particularidades, se complementan y permean en una dinámica de "remediación" según la cual los mismos sucesos o personajes suelen ser representados una y otra vez en medios y sistemas simbólicos distintos (Erll, 2008: 395). Se acepta entonces no sólo la necesaria coexistencia, sino también, la complementariedad entre la historia popular e historia profesional para la conformación de una determinada "cultura del recuerdo" (Erll, 2011).

La memoria cultural proporciona un marco útil para encuadrar el análisis de las representaciones del pasado en televisión y, en particular, para considerar las singularidades de la ficción televisiva en cuanto modo específico del recuerdo. Como recurso analítico para examinar este tipo de relatos, Erll (2008) propone un análisis estructurado en tres niveles: *intramedial*, *intermedial* y *plurimedial*. A nivel *intramedial*, se procura atender a las características de los relatos, los recursos de representación y las "retóricas de la memoria colectiva" (Erll, 2008: 392) que ponen en juego.

En un segundo nivel, el análisis debe atender a las "dinámicas intermediales", es decir la interacción del relato analizado con "representaciones anteriores y posteriores" de los mismos eventos, que se producen en un doble movimiento de *premediación* y *remediación*" (Erll, 2008: 395). Por último, es necesario considerar las "redes plurimediatas" que se estructuran en torno a los relatos ficcionales del pasado y

que enmarcan las expectativas de recepción de un determinado relato (Erll, 2008: 395- 396).

Partiendo de esta perspectiva, en este trabajo me propongo reflexionar críticamente en torno a la serie televisiva *El Chapo* en cuanto relato de memoria atendiendo a:

- 1) Nivel intramedial: características generales del relato, estrategias y recursos de representación utilizados en la serie.
- 2) Nivel intermedial: dinámicas de premediación y remediación que se articulan en torno a los sucesos representados en ella.
- 3) Nivel plurimedial: ejes de promoción y discusión que rodean la serie en la esfera mediática.

3. *El Chapo* o de cómo se cuenta el pasado-presente

A primera vista, pudiera parecer cuestionable el intento de enfocar el análisis de una ficción como *El Chapo* como un relato de memoria. Si se atiende a que esta serie televisiva cuenta una historia aún abierta, o si se considera que -probablemente- la tercera temporada de la serie, aún en producción, pudiera ser incluso "reescrita" a la luz de acontecimientos emergentes, como las condiciones de encarcelamiento de Guzmán en Estados Unidos, las expectativas creadas por la prensa en torno a su próximo juicio, entre otros sucesos actuales, cabría razonablemente preguntarse: ¿Es posible considerar a *El Chapo* como un relato ficcional de memoria? Y si es así ¿qué características dotan a la serie de esta cualidad?

3.1. La promesa: una ficción "auténtica"

El análisis de los comunicados de prensa publicados por *Univisión* y de las declaraciones concedidas por el personal involucrado en su producción permite entrever que *El Chapo* fue proyectada a partir de un criterio fundamental de "oportunidad" y promocionada a partir del supuesto valor de "autenticidad" del relato. El primero de ellos queda bastante claro: desde

hacía muchos años el narcotraficante era ya un personaje de muy alto interés para la agenda periodística y pública, ubicado en la lista de las personas más poderosas e influyentes del mundo, según publicaciones como *Forbes* y *Time*, y catalogado por la DEA como “el narcotraficante más poderoso de la historia”⁶. Sin embargo, desde su segunda fuga de prisión, en 2015 y su recaptura en enero de 2016, la atención mediática en torno al personaje se había exacerbado.

A la prominencia de Guzmán en la agenda informativa había contribuido también, notablemente, una entrevista concedida a los actores Seann Penn y Kate del Castillo, y que fue publicada en la revista *Rolling Stone* en enero de 2016, pocos días después de su segunda reaprehensión. La entrevista mostraba por primera vez al capo dirigiéndose a la cámara y respondiendo con su propia voz. La publicación desató una oleada de polémicas y alrededor de ella se generó también un flujo de información centrado en la naturaleza de la relación de Guzmán con Kate del Castillo y sobre la intención del narcotraficante de filmar una película autobiográfica, cuyos derechos de producción había cedido a la actriz.

En este contexto, la nueva serie fue ensalzada por Ted Sarandos, director de contenidos de *Netflix*, como “una serie dramática oportuna y de interés internacional”⁷. Según declaraba Andrés Mendoza, vicepresidente de *Univisión-Unimás*, se trataba de una apuesta “relevante” que abordaba un “tema mundial que está en la boca de todos” (en Rodríguez, 28 de mayo de 2016). Otras empresas televisivas norteamericanas como *Telemundo* y *History Channel* también explotaron la actualidad del tema para poner en marcha sus propias producciones ficcionales sobre El Chapo⁸.

Uno de los valores ampliamente atribuidos a la nueva producción en el discurso promocional fue la innovación, puesto que era producto del trabajo de un equipo que combinaba “periodismo de primera calidad y la perspectiva del equipo de investigación de *Noticias Univisión*, junto con un excelente grupo compuesto por talentosos cronistas y productores”, afirmaba Camila Jiménez Villa, presidenta de *Fusion Media Group* (en Wiebe, 26 de enero de 2017).

Al carácter “innovador” de la serie se añadía también su declarada aspiración a la “autenticidad”, garantizada por el trabajo conjunto entre guionistas, creadores y periodistas y por el acceso a los acervos de investigaciones del canal. Como afirmaba Jiménez Villa, “Nada es más auténtico que trabajar directamente con la organización con un acceso sin paralelo a la historia de El Chapo, *Noticias de Univisión*”. Esa colaboración había hecho posible “combinar hechos y ficción de una manera que cuenta una historia convincente y que se siente apegada a la vida” (Jiménez Villa, 5 de septiembre de 2017). La autenticidad también se amparaba en el involucramiento en el proceso creativo de personas con un trabajo sistemático en la investigación del crimen organizado en México, como el periodista Alejandro Almazán y Ioan Grillo, periodistas y autores de libros sobre el tema.

La comunicación televisiva se funda en una doble promesa: una promesa ontológica que “está contenida en el nombre del género mismo”, que permite el reconocimiento de sus convenciones, y una promesa pragmática- vehiculizada a través de distintos soportes de comunicación- que permite atribuir, de antemano, ciertos atributos a determinados programas (Jost, 2012). En este sentido, la promesa ontológica de *El Chapo*, categorizada como “serie de ficción” instauraba claramente una distancia con respecto a la historia “real”. La promesa pragmática, por su parte, aseguraba la autenticidad de la historia narrada: se trataba de un relato ficcional apegado a hechos reales.

Ahora bien, en torno a la historia real sobre Guzmán se han producido grandes volúmenes de información -notas e investigaciones periodísticas, reportes de agencias antidrogas nacionales e internacionales, etcétera-; pero, al mismo tiempo, es una historia incompleta, plagada de grandes vacíos de información. Muchos de los pasajes de su vida son desconocidos, se basan en rumores o afirmaciones difícilmente verificables. El propósito de representar la historia de los últimos 30 años de este personaje en la serie, bajo la promesa de la “autenticidad” y con las licencias de la ficción se traducía entonces en la facultad para seleccionar y representar cier-

tos hechos y personajes “reales” y la autoridad para introducir cualquier otro tipo de elementos ficcionales que permitieran narrar una historia coherente, capaz de cautivar a la audiencia.

En este punto, los propios miembros del equipo de creación de la serie han descrito el reto que suponía conciliar la historia “real” con los vacíos de información dentro de la lógica y los procedimientos narrativos y estéticos de la ficción. “La historia era ‘monstruosa’ en tamaño y alcance (...) y, en lo que respecta a la vida cotidiana de El Chapo, partes de la historia faltaban por completo”- ha reconocido una de sus creadoras, Silvana Aguirre (en Spike y Hepworth, 21 de abril de 2017). En ocasiones “había tres teorías sobre un evento” y era necesario “elegir la más sensata, o la más digna de la historia” (en Murphy, 25 de abril de 2017). Los guionistas seleccionaron y sintetizaron eventos, llenaron vacíos de la historia con construcciones ficcionales, entre otros procedimientos. “Cuando vimos eso, fue un shock. Pero tenían que hacerlo”, admitió Gerardo Reyes, parte del equipo de periodistas que trabajó en la creación de la serie (en Spike & Hepworth, 21 de abril de 2017).

Obviamente, en eso radica en buena medida la fuerza de la ficción: en la potencialidad para “redescribir la realidad” (Ricoeur, 2008:108) y operar como un “laboratorio de formas en el que ensayamos configuraciones posibles de la acción para comprobar su coherencia y verosimilitud” (Ricoeur, 2000: 194). O, dicho en otras palabras, en llenar vacíos, lanzar hipótesis e imaginar qué pudo haber pasado ahí donde se carece de la evidencia necesaria para aceptarlo como cierto.

El relato periodístico se torna así fuente y registro documental para la construcción de los sucesos descritos; pero, en el proceso de estructurar la trama ficcional, de construir una narrativa coherente y verosímil, la codificación de dichos sucesos debe extraer, suprimir, simplificar y, en suma, trascender el ámbito de lo verdadero para “proceder hipotéticamente, testeando los límites entre lo real y lo posible” (White, 2010: 170).

El Chapo se presentaba no como “la realidad”, pero sí como “lo más apegado a los hechos ocurridos en México con este tema del narcotráfico” (Rodríguez, 2017). La promesa de contar la historia “auténtica” de un personaje tan conocido como misterioso enmarcaba un horizonte de expectativas, establecía de antemano un pacto de lectura que difuminaba las fronteras entre realidad y ficción y delineaba un contexto de recepción favorable para la aceptación de la serie como un relato apegado a la historia descrita.

3.2. El relato: ¿cómo llegamos hasta aquí?

El Chapo describe la vida de Guzmán desde sus inicios en el mundo de la droga hasta los sucesos más recientes desde su aprehensión en 2016. Está dividida en tres temporadas: la primera, de nueve capítulos, se enfoca en el ascenso del narcotraficante hasta su captura en Guatemala, en 1993. La segunda temporada, de doce capítulos, relata el periodo que transcurre desde su primera fuga del penal de Puente Grande en 2001 hasta poco antes de su segunda reaprehensión en 2014. La tercera temporada, aún en producción, abordará, presumiblemente, los eventos más inmediatos, hasta su recaptura y posterior extradición.

El texto de apertura de la serie precisa que el programa “está inspirado y se trata de eventos noticiosos acerca de uno de los criminales más notorios de nuestro tiempo, el capo mexicano de las drogas Joaquín ‘El Chapo’ Guzmán, un personaje de mayor importancia e interés público (...)”. Aclara también que “ciertos personajes secundarios y eventos son ficticios” y que han sido “creados por efectos dramáticos, lo cual es necesario para contar esta importante historia” (Univisión, 2017). Estas aclaraciones refuerzan la promesa de autenticidad de la serie y ofrece instrucciones de lectura para el receptor: se trata, en primera instancia, de un relato que aspira a ser “objetivo”; la ficción es un recurso para poder narrar lo inenarrable y sus reglas quedan supeditadas a esta intención de “verdad”.

La historia de *El Chapo* se ancla explícitamente en el presente del receptor: las secuencias ini-

ciales están conformadas por un *collage* de segmentos informativos de diversas televisoras de todo el mundo, que anuncian en diversos idiomas la recaptura de Guzmán, en enero de 2016. Las secuencias de informativos se enlazan con el reporte "en directo" de la presentación del narcotraficante a los medios por parte de oficiales de la marina mexicana y dan paso a otras imágenes de archivo que muestran la toma de huellas dactilares y muestras de sangre antes de su ingreso al penal del Altiplano.

Estos fragmentos documentales que refuerzan el efecto realista de la historia que introduce, son remediados con cuidadosa fidelidad en la escena inicial del relato de ficción, en la que el personaje ingresa al penal. Desde ahí, la narración se traslada hacia el año 1985, cuando el personaje está organizando su primera exportación de cocaína hacia Estados Unidos. A modo de *racconto*, la serie construye la narración ulterior de la historia del capo. Este posicionamiento narrativo permite instituir una distancia temporal con respecto a los hechos descritos en la serie y, al mismo tiempo, anclar la historia en el presente, desde el cual se enuncia.

Tomando como eje la figura de Guzmán, la serie describe la historia del narcotráfico en México, desde los años 80 hasta la actualidad. Se apela en ella a la intimidad como recurso en la representación de la historia, es decir, a la personalización de asuntos sociales y políticos (Edgerton 2001: 3), que permite condensar en individuos procesos históricos complejos, simplificarlos, potenciar su emocionalidad y hacerlos accesibles y disfrutables para amplias audiencias.

Aunque la trama central transcurre a partir del año 1985, el uso de la *analepsis* permite introducir saltos temporales hacia la niñez y la adolescencia del protagonista. Estos *flashbacks* permiten componer humanamente el personaje, recrear la historia personal del capo desde una pretendida introspección y construir explicaciones en torno a las circunstancias y motivos que condujeron sus acciones: su infancia precaria en el campo sinaolense, sus conflictos con un padre abusivo, su iniciación en el cultivo de amapola, su aspiración de remontar estas condiciones

y de ascender en un negocio que se presenta como la única alternativa posible.

La vida personal del capo se entrelaza con la descripción de los modos de organización, los pactos, las disputas y los reacomodos territoriales de los carteles de la droga en el país. La trama ficcional incluye una amplia gama de personajes "reales" de la historia del narcotráfico en México: figuras como Miguel Ángel Félix Gallardo, los hermanos Arellano Félix, Amado Carrillo, Ismael Zambada o Arturo Beltrán Leyva. Estos son caracterizados en la serie a partir de la remediación de sus representaciones previas en el discurso periodístico, procurando la similitud en su apariencia física, estilos y accesorios. Además, se recrean eventos documentados por investigaciones periodísticas- asesinatos de narcotraficantes como Ramón Arellano o Rodolfo Carrillo, o del hijo de El Chapo, Edgar Guzmán; enfrentamientos, detenciones-. Abrevia así una larga y complicada cadena de sucesiones en la estructura criminal del narcotráfico en el país y proporciona una explicación sintética y ficcionalizada de su evolución a través del tiempo.

Sin embargo, el encuadre de la historia reciente de México en este relato se expande también hacia las instituciones políticas y otras esferas de la vida pública del país. El co-protagonista de *El Chapo* es el licenciado Conrado Sol, un político en ascenso cuya mayor aspiración es convertirse en presidente de la república. Don Sol es el intermediario en las negociaciones entre el gobierno y los carteles. Ambos personajes describen trayectorias similares, comparten la misma ambición de poder, aunque en ámbitos distintos y poseen la misma falta de escrúpulos o límites.

El personaje ficcional de Conrado Sol permite articular un claro paralelismo entre ámbitos aparentemente antagónicos: Estado y narcotráfico. Es también el recurso que permite conectar la biografía de Guzmán con la historia política de México. A través de él, la narración de la historia del narcotráfico discurre en paralelo con la descripción- con fuertes tintes realistas- de las tramas políticas que lo hacen posible. Figuras como los ex presidentes Carlos Salinas, Ernesto Zedillo, Vicente Fox, o Felipe Calderón, entre

otros, son introducidos en el relato como agentes directamente involucrados en la configuración de la historia, como cómplices, corruptos y beneficiarios de las intrigas de Don Sol y del negocio del narcotráfico. Aunque sus nombres son ligeramente modificados o eludidos, tanto su caracterización, cuidadosamente apegadas a las características físicas de los sujetos que representan, como la introducción de marcadores temporales explícitos o la recreación de episodios históricos reales en los que estuvieron involucrados facilita su identificación.

De este modo, el relato ficcional, trasciende los límites de la biografía del narcotraficante para constituirse como una propuesta de sentido para explicar el presente, para comprender las causas de la situación actual del fenómeno del narcotráfico en México y de la violencia asociada a éste. En esta apuesta, el relato toma como válida la hipótesis- circulante en el discurso mediático y periodístico, y en la opinión pública mexicana en general- de la complicidad entre estructuras políticas y crimen organizado en México. Eximido de la prueba, gracias a las licencias que le confiere la ficción y con la autonomía que otorga el hecho de haber sido producido y financiado por dos empresas mediáticas no nacionales, el relato explota esta hipótesis, la objetiva e ilustra.

La segunda temporada de la serie se enfoca en la redescipción de la "guerra contra el narcotráfico", emprendida por Felipe Calderón a partir de 2006, que detonó una violencia sin precedentes en la historia nacional. La guerra, según el relato ficcional, se explica como resultado de la negociación entre el Cartel de Sinaloa y el gobierno de Calderón. El propósito no es eliminar el narcotráfico, sino mantenerlo bajo cierto control. La guerra de Calderón es, en realidad, la guerra de El Chapo: la alineación de las fuerzas de la Marina y el Ejército con el Cartel de Sinaloa para aniquilar a sus rivales. En este sentido, el relato ficcional acepta la hipótesis- también circulante en el discurso periodístico y en la opinión pública mexicana- de que la estrategia del gobierno mexicano era favorecer a la organización criminal liderada por Guzmán, eliminar a sus rivales para que

éste asumiera el control del negocio de las drogas en el país (Castillo, 2011).

Así, el relato recupera un conjunto diverso de presunciones y afirmaciones- parcial o fragmentariamente delineadas y comprobadas por investigaciones periodísticas y académicas- sobre la "guerra contra el narcotráfico", las condensa en una narrativa coherente y las objetiva en personajes y situaciones ficcionales. Es decir: articula en el lenguaje televisivo conjeturas dispersas, pero centrales en la "historia popular", en la versión no oficial de la historia reciente de México. La analogía entre Conrado Sol y El Chapo Guzmán construye la metáfora de una relación simbiótica: la estructura política es el crimen organizado, es imposible establecer límites claros entre una y otro, ambos existen sólo gracias al otro. Es una historia de villanos, en la que los buenos son sólo víctimas o receptores, situados del otro lado de la pantalla.

El relato apela a recursos que refuerzan el efecto de autenticidad de su representación ficcional. Por una parte, incorpora y recrea sucesos violentos, inscritos en el horizonte de la experiencia y de la memoria comunicativa (Assmann, 1995) de los receptores mexicanos, como el asesinato del Cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo en 1993; reinterpreta escándalos políticos, como el que involucró a una figura cercana al candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador, René Bejarano, quien fue captado en un video recibiendo dinero de parte del empresario Carlos Ahumada, en 2004; y describe hechos violentos como las masacres ocurridas en Durango, Coahuila, Tamaulipas y Nuevo León entre 2010 y 2012, entre otros.

Otro de los recursos empleados en el relato ficcional es la reutilización de imágenes de archivo, en dos modalidades fundamentales: 1) como recursos diegéticos, que permiten ambientar y ubicar marcadores temporales en la historia narrada y 2) como "pruebas" legitimadoras de la veracidad de los sucesos descritos. En el primer caso, se recuperan secuencias e imágenes de eventos públicos como tomas de protesta de presidentes, discursos y alocuciones televisivas y fragmentos de programas informativos, y

son introducidos como elementos que permiten contar la historia desde dentro: los personajes ven la televisión, se informan y contextualizan a partir de ellos.

En el segundo caso, se introducen tomas o secuencias reales, a las que se les da continuidad en el relato ficcional. Se produce una dinámica de remediación en la que se incorporan al relato ficcional imágenes que forman parte del repertorio mediático y del marco de referencia compartido por la audiencia. Esta dinámica confiere a la representación ficcional un “aura de autenticidad” y contribuye a la “estabilización” del sentido conferido a los sucesos descritos (Erll, 2008: 395).

Es posible entonces reconocer ciertos rasgos que encuadran a *El Chapo* como un relato de memoria y que lo dotan- al menos, potencialmente- de la capacidad para operar como narrativa mediadora en la construcción de sentidos sobre el pasado reciente de México. Seleccionando, incorporando, hilvanando en una narrativa coherente y verosímil un cúmulo disperso de fragmentos- hechos comprobados, conjeturas difícilmente verificables, creencias y afirmaciones- la serie capitaliza y materializa en un producto televisivo concreto la historia popular del narcotráfico, la violencia y la política mexicana durante las últimas décadas.

4. Conclusiones

El poder de las ficciones en la constitución de la memoria cultural no reside en su apego a la verdad histórica, a la evidencia comprobable de la autenticidad en su descripción del pasado, sino en su potencialidad para establecer una determinada “agenda” del recuerdo colectivo (Erll & Rigney, 2009: 4) y en construir ciertos marcos de sentido para la interpretación de las historias descritas. La actualización del potencial de este tipo de ficciones se debe, en gran medida, a la constitución de “una estrecha red de otras representaciones mediales” que dialogan con ella o sobre ella, que abren y canalizan la discusión

pública y les confieren así “un significado memorial” (Erll, 2008: 395- 396).

En este sentido, han surgido en torno a *El Chapo* un conjunto importante de otros materiales periodísticos y promocionales que refuerzan o sancionan su validez como relato de memoria. La serie ha estado rodeada de polémicas y amenazas y se ha convertido ella misma, en objeto del discurso informativo. Poco tiempo después de que fuese anunciada, la prensa se hizo eco de la inconformidad de Guzmán con el proyecto biográfico y de sus amenazas de demandar a las empresas productoras por “lucrar” con la imagen del narcotraficante y violar su derecho a la intimidad. “Se están pasando hechos que no corresponden a una realidad y donde no hay una sentencia condenatoria que confirme esos hechos. Eso constituye una grave violación a la presunción de inocencia”, declaró a la prensa José Refugio Rodríguez, su abogado⁹.

La crítica televisiva y las columnas de opinión han valorado la serie como “una maravilla” (Castellanos, 2018) y como “una de las series más polémicas del año”¹⁰. El crítico de televisión Álvaro Cueva la ha juzgado como “extraordinaria”, una historia “contada con un valor social y político sin precedentes” (16 de junio de 2017). Ha afirmado que *El Chapo* “es uno de los productos más importantes de toda la historia de la televisión de habla hispana”, que tiene la “peculiaridad de contar la historia del momento, la del personaje que es noticia, la que todos queríamos conocer” (Cueva 22 de mayo de 2017). Han proliferado también notas que tratan de esclarecer los límites entre realidad y ficción en la serie, identifican hechos reales descritos en la ficción y los contrastan con lo realmente acontecido, o discuten acerca de quiénes son los personajes históricos representados.

En enero de 2018, Adrián López, columnista del periódico sinaloense *Noroeste*, relataba asombrado cómo en la redacción del diario notaron que una nota de diez años atrás sobre el asesinato de Édgar Guzmán, hijo de El Chapo, se convirtió en una de las más visitadas del portal. La razón de este inusitado interés- decía- estaba en *Netflix*: el lanzamiento de la segunda tempo-

rada de la serie había reavivado la atención en la historia y la audiencia mexicana había querido “informarse y recordar los hechos relatados en esa serie de ficción” (López, 7 de enero de 2017).

Estos indicios diversos parecen confirmar el éxito de la serie, no sólo en términos de rentabilidad comercial, sino en cuanto a su poder para contribuir a modelar el imaginario y el interés popular en torno al personaje y a la historia que recrea. Quizás, la propuesta ficcional de *El Chapo* puede operar en la modelación del recuerdo colectivo precisamente porque, ante la ausencia de registros formales sobre ciertos hechos y la coexistencia de versiones múltiples sobre los mismos sucesos, suple un vacío de información y de sentido que no puede ser llenado, al menos, circunstancialmente, por el discurso historiográfico o académico. Después de todo, como afirma Rigney (2005: 22), la ficción histórica constituye un modelo cultural de recuerdo cuya eficacia e importancia “se puede vincular a las dificultades de la utilización del género historiográfico” en aquellos casos en los que existe un desajuste entre la necesidad social de recordar ciertos aspectos del pasado y la disponibilidad de evidencias o pruebas de archivo.

La “historia popular” que la serie recupera y estructura en una narrativa coherente toma como fuente el relato periodístico, no una historia validada o legitimada desde la academia. Su “tramado” (White, 2003: 112) está constituido a partir de una red de otros discursos- en su mayoría, crónicas y relatos periodísticos diversos, pero también otros, provenientes de la oralidad popular- que son remediados e incorporados en un esfuerzo por “rellenar el dominio de lo posible” (White, 2010: 169) para construir sentidos sobre el pasado-presente que narra.

El efecto explicativo de este producto televisivo sobre el pasado reciente puede ser potenciado no sólo a través de las redes plurimedias previamente descritas, sino también a partir de otras estrategias de *marketing* desplegadas por las propias instituciones productoras. *Univisión*, por ejemplo, ha creado un micrositio dedicado especialmente a *El Chapo*, que compendia un

grupo importante de discursos secundarios, derivados de la serie y complementarios de ésta¹¹.

En torno a este corpus relativamente amplio de productos mediáticos diversos -que hablan sobre *El Chapo*, la critican, contrastan, amplían o contextualizan- se vislumbran entonces otros ejes de investigación interesantes y se abren también interrogantes relativas a la complejización creciente del contexto receptivo en el que ellas se insertan. En este sentido, queda abierta la exploración de la denominada “audienciación múltiple” (Orozco, 2018) y sus implicaciones en la mediación de la memoria y la construcción de sentidos sobre el pasado.

Notas

1. UCI PR Team., 17 de mayo de 2016
2. UCI PR Team., 17 de mayo de 2016
3. *TodoTVnews*, 25 de mayo de 2017
4. *TodoTVnews*, 5 de diciembre de 2017
5. Netflix ha establecido varias categorías para describir las prácticas de consumo de sus series. La categoría de “Maratoneros” designa a aquellos usuarios que terminan una temporada en una semana (Netflix, 2017).
6. *Expansión*, 7 de marzo de 2012
7. UCI PR Team., 17 de mayo de 2016
8. Telemundo sacaría *El Chema* en diciembre de 2016 y History Channel anunció *#Cartel*, una serie aún en producción (Rodríguez, 28 de mayo de 2016). En octubre de 2017, Kate del Castillo estrenaría en Netflix su propia miniserie documental, *Cuando conocí al Chapo*.
9. *Forbes*, 22 de junio de 2017
10. *BuzzFeed News México*, 2017
11. Véase *El Chapo* la serie (Univisión): <https://www.univision.com/series/el-chapo>

Referencias Bibliográficas

- Aguirre, S. & Contreras, C. (2017). *El Chapo* [serie de televisión]. Estados Unidos: Univisión Corp. Inc. & Netflix.
- Anderson, S. (2001). "History TV and Popular Memory". En Edgerton, G. & Rollins, P. (Eds.). *Television Histories: Shaping Collective Memory in the Media Age* (p.p. 19- 36). Lexington: University Press of Kentucky.
- Assmann, J. (1995). Collective Memory and Cultural Identity. *New German Critique* 65 (125–133). Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/488538>.
- Castellanos, U. (6 de enero de 2018). El Chapo. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/columna/ulises-castellanos/cultura/el-chapo>
- Castillo, G. (22 de abril de 2011). Encubre Calderón a El Chapo para mermar otros cárteles, dicen en EU. *La Jornada*. Recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/2011/04/22/politica/002n1pol>
- Cueva, A. (16 de junio de 2017). El Chapo en Netflix. *Milenio*. Recuperado de: http://www.milenio.com/blogs/surtido_rico/chapo-serie-netflix-univision-eu-periodismo-produccion-milenio-surtido_rico_7_976172376.html
- Cueva, A. (22 de mayo de 2017). La serie El Chapo es un escándalo por lo que revela de México: una opinión de Álvaro cueva. *Univisión*. Recuperado de: <https://www.univision.com/series/el-chapo/la-serie-el-chapo-es-un-escandalo-por-lo-que-revela-de-mexico-una-opinion-de-alvaro-cueva>
- Edgerton, G. 2001. Television as Historian: A Different Kind of History Altogether. En Edgerton, G. & Rollins, P. (Eds.). *Television Histories: Shaping Collective Memory in the Media Age* (p.p. 1-31). Lexington: University Press of Kentucky.
- Erll, A. (2008). Literature, Film, and the Mediality of Cultural Memory. En Erll, A. y Nünning, A. (Eds.) *Cultural Memory Studies: An International and Interdisciplinary Handbook* (p.p. 389- 398). Berlin/New York: Gruyter.
- Erll, A. (2009). Remembering across Time, Space, and Cultures: Premediation, Remediation and the "Indian Mutiny". En Erll, A. y Rigney, A. (Eds.). *Mediation, remediation and the dynamics of cultural memory* (p.p. 109-138). Berlin/New York: Gruyter.
- Erll, A. (2011). *Memory in Culture*. Hampshire y Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Erll, A. & Rigney, A. (2009) Introduction. Cultural Memory and its Dynamics. En Erll, A. y Rigney, A. (Eds.). *Mediation, remediation and the dynamics of cultural memory* (p.p. 1-14). Berlin/New York: Gruyter.
- Jiménez Villa, C. (5 de septiembre de 2017). Authenticity and "El Chapo". *Univisión Communications INC*. [entrada de blog]. URL: <https://corporate.univision.com/blog/2017/09/05/authenticity-el-chapo/>
- Jost, F. (2012). Propositiones metodológicas para un análisis de programas de televisión. *La Mirada de Telemo* 3. Recuperado de: <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/20336>
- López, A. (7 de enero de 2018) Sinaloa, El Chapo en Netflix y la marihuana en California. *SinEmbargo*. Recuperado de: <http://www.sinembargo.mx/07-01-2018/3370937>
- Maristain, M. (18 de junio de 2018). El Chapo no es una narcoserie sino un thriller político: Ernesto Contreras. *SinEmbargo*. Recuperado de: <http://www.sinembargo.mx/18-06-2017/3239173>

- Mundo Netflix (8 de febrero de 2018). Las 10 series más maratoneadas en Netflix. Recuperado de: <http://www.mundonetflix.com/2018/02/08/las-10-series-mas-maratonedas-en-netflix/>
- Murphy, H. (2017). Inside El Chapo TV Series: How a cartel kingpin became a pop outlaw. *Rolling Stone*. Recuperado de: <https://www.rollingstone.com/tv/features/inside-el-chapo-how-a-cartel-kingpin-became-a-pop-outlaw-w478247>
- Orozco, G. (2018). La múltiple audienciación de las sociedades contemporáneas: desafíos para su investigación. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(1), 13-25. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6274>
- Penn, S. (11 de enero de 2016). El Chapo Habla. Una visita secreta al hombre más buscado del mundo. *Rolling Stone*. Recuperado de: <https://www.rollingstone.com/culture/features/el-chapo-habla-20160111>
- Reyna, E. (17 de octubre de 2017). México, el primer país de América Latina que devora una serie en menos de 24 horas. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2017/10/17/television/1508257674_718603.html
- Ricoeur, P. (2000). Narratividad, fenomenología y hermenéutica. *Análisi* 25 (189- 207).
- Ricoeur, P. (2008). La imaginación en el discurso y en la acción. En: *De la hermenéutica del texto a la hermenéutica de la acción*. Buenos Aires: Pontificia Universidad Católica de Argentina (101- 120).
- Rigney, A. (2005). Plenitude, scarcity and the circulation of cultural memory. *Journal of European Studies* 35:1 (11–28).
- Rigney, A. (2008). The Dynamics of Remembrance: Texts Between Monumentality and Morphing. En Erll, A. y Nünning, A. (Eds.) *Cultural Memory Studies: An International and Interdisciplinary Handbook* (p.p.345- 356). Berlin/New York: Gruyter.
- Rodríguez, A. (28 de mayo de 2016). El Chapo y el narco, una historia de amor con la televisión en EEUU. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2016/05/26/actualidad/1464272053_371907.html
- Rodríguez, A. (23 de abril de 2017). El sueño cinematográfico de El Chapo se materializa en la televisión. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2017/04/21/television/1492807986_894328.html
- Spike, C. & Hepworth, Sh. (21 de abril de 2017). Journalists and screenwriters team up for a new TV series inspired by El Chapo. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de: <https://www.cjr.org/b-roll/el-chapo-univision-netflix-journalism.php>
- White, H. (2003). *El texto histórico como artefacto literario y otros escritos*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- White, H. (2010). *Ficción histórica, historia ficcional y realidad histórica*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Wiebe, Sh. (26 de enero de 2017). Timming is everything for Univision's el Chapo- based drama. *Eclipse Magazine*. Recuperado de: <http://eclipsemagazine.com/timing-is-everything-for-univisions-el-chapo-based-drama/>

Sobre la autora:

Janny Amaya es Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara (2013). Profesora-Investigadora del Instituto de Gestión del Conocimiento y Aprendizaje en Ambientes Virtuales del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara. Ha publicado ensayos y artículos en las líneas de ficción televisiva, memoria cultural, así como en la línea de estudios históricos en comunicación.

¿Como citar?

Amaya Trujillo, J. (2018). Érase una vez en México. Ficción y memoria del pasado reciente en la serie El Chapo. *Comunicación y Medios*, 27(37), 93-105. doi:10.5354/0719-1529.2018.48588

Visualidad política de América Latina en *Narcos*: un análisis a través del estilo televisivo

Political visibility of Latin America in Narcos: an analysis through the television style

Simone Rocha

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil
rochasimonemaria@gmail.com

Resumen

Desde la fundamentación teórica ofrecida por los estudios visuales articulados al análisis del estilo televisivo, propongo analizar visualidades de América Latina y de eventos históricos que tratan la problemática contemporánea de las drogas exhibidas en la primera temporada de *Narcos* (Netflix, 2015). A partir de la identificación del sentido tutor, definido por los realizadores de la serie, es posible captar las complejas relaciones establecidas entre crimen, economía, política formal y corrupción.

Palabras clave

Visualidad; *Narcos*; América Latina; estilo televisivo.

Abstract

From the theoretical approach of the visual studies articulated with television style analysis, I intend to analyze visualities of Latin America and historical events on the contemporary drug problem exhibited in the first season of Narcos (Netflix, 2015). Based on the primary meaning established by the producers, it is possible to understand the complex relationships between crime, economy, formal politics and corruption.

Keywords

Visibility; Narcos; Latin America; Television Style.

1. Introducción

Hace poco más de una década emergieron productos audiovisuales que tematizan el problema global del narcotráfico, la manera como este envuelve la política de relaciones internacionales, genera corrupción, violencia, criminalidad y afecta las sociedades locales. Confirmando esta tendencia, en agosto de 2015 la plataforma digital *Netflix* exhibió la primera temporada de la serie *Narcos* que abordó el surgimiento, el auge y el desmantelamiento del Cartel de Medellín en Colombia.

La mayor parte de la serie fue realizada en este país en 2014. Luego de identificar el “sentido tutor”, se emprende un análisis audiovisual guiado por el concepto de visualidad, ejecutada conforme la propuesta de los estudios de estilo televisivo. Se trazan breves críticas sobre como esa primera temporada ofreció representaciones visuales sobre América Latina y figuró eventos que tratan la problemática contemporánea de las drogas, así como captan las complejas relaciones establecidas entre crimen, economía, política formal y corrupción.

2. *Narcos*

Narcos es una producción de *Netflix* realizada en alianza con la *Gaumont International Television*, brazo americano de la productora francesa *GaumontTelevision*. El equipo de creación es conformada por Chris Brancato, Carlo Bernard y Doug Miro. La producción ejecutiva está a cargo de Eric Newman, José Padilha y Chris Brancato. Aunque se trata de una producción original es importante resaltar que series como esta guardan semejanza con la estructura del modelo instituido de narrativas televisivas (Thompson, 2003). De acuerdo con el estudio hecho por François Jost (2011), la televisión se constituye como una importante referencia para los productos hechos en medios digitales. Al analizar algunos ejemplos de series, el autor destaca que tales productos toman por base el modelo de las narrativas seriadas televisivas, extrayendo de este lo mejor.

La primera temporada tuvo cuatro directores: los brasileños José Padilha (episodios 1 y 2) y Fernando Coimbra (7 y 8), el mexicano Guillermo Navarro (3 y 4) y el colombiano Andrés Baiz (5, 6, 9 y 10) y es narrada en primera persona por el agente norte-americano de la DEA (*Drug Enforcement Administration*) Steve Murphy, que se mudó para Colombia para combatir el tráfico de cocaína que estaba creciendo en los Estados Unidos. “Queríamos una serie que interesase a las dos audiencias, la norte-americana y la latina. Y la manera que encontramos fue contar la historia de la DEA”, explica Padilha¹. En ese sentido, el narrador fue una elección estratégica para alcanzar el mayor mercado (más de 50% en los E.E.U.U.) de usuarios de *Netflix*, pues, la narración en primera persona busca aproximar el espectador de los hechos relatados según la interpretación de quien estuvo dentro del conflicto.

La historia comienza a ser contada a partir de 1973 cuando la producción de la cocaína estaba en Chile y fue interrumpida por política de tolerancia cero a los narcotraficantes por parte de la dictadura de Augusto Pinochet. Escobar, que ya actuaba como contrabandista, al vislumbrar la amplia aceptación de la droga en el mercado estadounidense, comienza exportando pocas cantidades y, por fuerza de la demanda y de los altos lucros, pasa exportar toneladas cuyos lucros diarios llegan a 60 millones de dólares. Así nace el Cartel de Medellín y su *modus operandi* violento y aterrador. Escobar también se envuelve en la política formal invistiendo de congresista, con pretensiones de llegar a la presidencia de Colombia. Con todo, el día de la posesión del cargo, él es denunciado por el entonces ministro de justicia, Rodrigo Lara Bonilla y, a partir de ese momento, Escobar declara una guerra frontal contra el Estado dando inicio a un periodo de escalada de violencia y de ataques con bombas, asesinatos y secuestros que podríamos llamar de narcoterrorismo.

El capo estuvo preso, violó el acuerdo de rendición que había hecho con el presidente de la República, huyó y pasó a vivir escondido y aislado hasta su captura, llevada a cabo por el bloque de búsqueda que contó con la discutible

colaboración de traficantes del Cartel de Cali y de miembros de grupos paramilitares llamados *Los Pepes* (Perseguidos por Pablo Escobar), interesados en su muerte por varios factores. Fue ejecutado el dos de diciembre de 1993.

3. Análisis de la visualidad

La propuesta de los estudios visuales, sobre todo como ha sido desarrollada por William J. Thomas Mitchell (2009), propone un desplazamiento del concepto de historia y de arte por el de cultura y visualidad, respectivamente, dedicándose esta última al entendimiento de las manifestaciones históricas y culturales distintas de toda experiencia visual. Centralmente Mitchell propone que: 1) asumir lo que él denominó "giro pictórico", no como la superación del "giro lingüístico", sino como un gesto de dar imagen a la teoría, o sea, en vez de partir de discursos ya listos para descifrar una *picture*, comenzar por la propia representación visual y cómo ésta nos conduce a aspectos que son culturales e históricos; 2) adoptar el concepto de visualidad; 3) analizar las *pictures* (una *picture* se refiere a la situación completa en la cual aparece una imagen, o sea, imagen, soporte y medio); 4) estudiemos la interacción entre representaciones visuales y verbales a través del compuesto imagen/texto.

Para Pablo Sérgio (2014) la cultura permea nuestra experiencia visual en diferentes modos. Según este autor nuestro cerebro tiene una capacidad limitada de procesar las informaciones que le son enviadas por los ojos conduciéndonos a una percepción selectiva y que en este proceso la dimensión cultural es aquella que, en gran medida, nos orienta a enfocar nuestra atención en determinadas cosas, eventos o personas. De acuerdo con él, mientras la neurociencia se ocuparía de los aspectos fisiológicos relacionados a la visión y se constituiría en una de las bases empíricas de la experiencia visual, la visualidad abordaría esa experiencia por la matriz de la intersubjetividad y de la creación de modos específicos de ver, situados histórica y culturalmente. Según Schollhammer (2002), Mitchell fue el impulsor de este proceso a partir de su propuesta de *pictorial turn*, pues

expone esta idea viendo la imagen, hoy, emerger como paradigma dentro de las ciencias humanas, de la misma manera que ocurrió en los años sesenta con el lenguaje y con el llamado giro lingüístico, o sea, no solo como un tópico central de estudio sino característica cultural (31-32)

En cuanto al objeto Mitchell aclara un punto central bastante coherente con su propuesta. Los estudios visuales no se corresponden a un campo de estudio de las imágenes, sino de la experiencia visual que se expresa en las prácticas cotidianas del ver. En síntesis, la visualidad pasa a ser objeto de especial atención, pues corresponde a las prácticas de ver el mundo en que se procesan los modos como vemos lo que vemos, bajo la agencia de cuestiones socioculturales, impresas en esa experiencia.

De acuerdo con Brea (2005: 8-9) en el campo de los estudios visuales, la visualidad es un objeto de estudio comprendido en un juego que se procesa entre los operadores (textuales, mentales, imaginarios, sensoriales, mnemónicos, mediáticos, técnicos, burocráticos, institucionales) y los intereses de representación (de raza, género, clase, diferencia cultural, grupos de creencias y afinidades, etcétera). Por eso los actos de ver y de hacer son resultados de una construcción cultural, compleja e híbrida.

La riqueza de esta perspectiva se encuentra en la necesidad de asumir una posición crítica frente al mito de la hegemonía de lo visible y de la naturalización de los actos de ver para comprender una cultura visual y sus regímenes de visualidad, considerada por Mitchell como "las determinaciones culturales de la experiencia visual en sentido amplio" (Sérvio, 2014:199). Es lo que Brea (2005) denomina de epistemología política de la visualidad, pues los actos de ver y los modos de hacer implicados en ese acto están articulados a relaciones de poder, dominación, privilegio y control.

Para Mitchell todos los medios son mixtos, siendo el cine, el cómic y la televisión los más evidentes por el modo como concretizan la relación heterogénea del compuesto imagen/texto para poder reflexionar sobre los modos

en que elementos semióticos y perceptivos se mezclan. Atisbar ese lugar de sutura no significa únicamente una cuestión formal, pues ese lugar también pregunta por “cuál puede ser la función de formas específicas de heterogeneidad. Y con certeza, ambas cuestiones necesitan de respuestas históricas” (Mitchell, 2009: 85).

Analíticamente, Mitchell adopta un gesto que asegura que el mejor lugar para indagar una representación es partir de la representación en sí, de la materialidad que estructura el compuesto imagen/texto, y no de una teoría o discurso que la presupone y modela. Eso convoca un mirar atento a la articulación y a la sutura de los códigos visuales y textuales que figuran la experiencia visual y la problematizan.

La apertura traída por el abordaje de los estudios de la cultura visual se muestra significativa en virtud de la gama de objetos que ella abarca. Para Barnard (2001: 1-2), ellos van desde “el campo de las bellas artes o artes canónicas hasta el *design*, el cine, la fotografía, la publicidad, el vídeo, la televisión o la internet”. Mitchell asegura que el medio televisivo, bien como el cine y las *performances* teatrales y, yo agregaría, las narrativas producidas para plataformas *online*, presentan:

Conjunciones reales de palabras e imágenes (...). En estos medios nos encontramos con un conjunto concreto dado, una estructura de imagen/texto que puede responder a las convenciones dominantes (o a la resistencia a la convención) que gobiernan la relación de la experiencia visual y la verbal (Mitchell, 2009: 85).

Mitchell propone un entendimiento pos-lingüístico de la imagen y que es fundamental la relación que el investigador establecerá con ellas, pues antes de involucrarse con cuestiones de significado, él deberá comprender, aunque en un sentido figurado, que ellas precisan ser vistas como seres animados que quieren o que tienen la pretensión de decir algo. Alejarse de las cuestiones de significado y del poder, no significa un abandono de los procedimientos de la semiótica, de la hermenéutica y de la retórica.

4. Metodología

Para el análisis de productos televisuales, teniendo por base la noción de visualidad, propongo la articulación con un análisis formal del estilo televisivo (Butler, 2010) para abordar los productos audiovisuales y sus entrelazamientos contextuales. Por esta vía de análisis, es pertinente construir una hermenéutica de las narrativas televisuales entendiendo que el terreno denso de la cultura sustenta la verdadera complejidad de las representaciones visuales, sus implicaciones y desenvolvimientos.

De acuerdo con Jeremy Butler, estilo es cualquier patrón técnico de imagen/sonido que ejerce una función dentro del texto. En las palabras del autor “estilo es su estructura, su superficie, la red que mantiene juntos sus significantes y a través de la cual sus significados son comunicados” (Butler, 2010:15)². La inspiración viene de David Bordwell, estudioso de la historia del estilo en el cine, para quien el estilo es la “textura tangible de una película, la superficie perceptual que nosotros encontramos mientras vemos y oímos, y esta superficie es nuestro punto de partida en el movimiento de la trama, del tema y del sentimiento” (2008:32).

En su emprendimiento Butler presenta cuatro dimensiones de análisis: 1) la descriptiva que abre el texto para el análisis; 2) la analítica, basada en los estudios de Noel Carroll sobre la “teoría funcional del estilo cinematográfico”; 3) la valorativa y 4) la histórica. En ese análisis el foco está en la asociación de la descripción y de la función³ para buscar los propósitos instituidos por medio de elementos técnicos – vestuario, escenarios, fotografía, encuadramientos, banda sonora, posición de los actores en escena.

La descripción sería el paso básico pues, para discutir estilo, se debe primero ser capaz de describirlo. Ella exige que el analista opte por una comprensión bien definida de lo que es estilo y como este funciona en televisión. La semiótica ofrece el conjunto más abarcador de herramientas para realizarse esa descripción detallada. Es necesario, entonces, buscar la esencia del estilo en los detalles de la transmisión de sonido e

imagen de televisión. Es preciso una “ingeniería invertida” de los textos, para que podamos comprender plenamente su estilo. Así, la misma intención al detalle que guionistas, directores, directores de fotografía, editores, y demás profesionales dedican a la construcción de un texto televisivo debe ser empleada en su deconstrucción. Una descripción de un programa no debe replicarlo, pero, sí, promover su análisis.

El segundo paso, basado en los estudios de la teoría funcional del estilo en el cine de Noel Carroll, pretende detectar los propósitos del estilo y sus funciones en el texto. El trabajo del estudioso, se constituye en la deconstrucción de la función del estilo. Al hacerlo, el analista examina su funcionamiento dentro del sistema textual – buscando patrones de elementos estilísticos y, en un nivel más elevado, las relaciones entre los propios patrones.

De acuerdo con el abordaje funcional de la forma fílmica, la forma (o estilo) de una película individual es la reunión de las elecciones cuya intención es concretizar el propósito de la película. Este abordaje de la forma fílmica es diferente del abordaje descriptivo. El descriptivo dice que la forma fílmica es el monto total de todas las relaciones entre los elementos de la película. La funcional dice que la forma fílmica incluye apenas los elementos y relaciones intencionados para servir como el medio para el propósito de la película (2003:141).

Butler apunta varias funciones del estilo televisivo. Algunas heredadas del cine, otras que él desarrolló para aquel *médium*: denotar, expresar, simbolizar, decorar, persuadir, llamar o interpelar, diferenciar y significar “en vivo”. El estilo televisivo puede cumplir varias de esas funciones al mismo tiempo. Con todo, Butler sustenta que la de interpelar, la pretensión de despertar y mantener la atención del telespectador es primordial en cualquier situación.

5. Análisis

Uno de los grandes desafíos de trabajar con contenidos televisuales está en la significativa

cantidad de material que un producto puede rendir (Rocha & Pucci, 2016: 10). Para hacer posible la selección de qué analizar, se identifica el sentido tutor o aquello que, en la opinión del equipo de realizadores y del elenco, define lo que es la serie y cuál es su temática. Captar tal sentido significa poder mirar *Narcos*, no buscando una correspondencia entre lo pretendido y lo efectivamente producido, pero, sí, de comprender cómo ciertas elecciones sobre qué mostrar interfieren en la experiencia visual ofrecida.

Para Wagner Moura *Narcos* “(...) no es una serie sobre Pablo. Es una serie sobre el origen del narcotráfico moderno y usted no puede hablar de eso sin hablar de Colombia, sin hablar del cartel de Medellín”⁴. Ya José Padilha la define como “una serie sobre la historia del tráfico de drogas, de la cocaína específicamente. Comienza en Chile, pasa por Pablo Escobar y va a Cali (Colombia). Si hiciéramos más temporadas, iría hasta México”⁵. Varias otras afirmaciones en esa dirección permiten delinear que el sentido tutor es el de abordar la historia del narcotráfico de cocaína como un fenómeno global, que traspasa fronteras nacionales, que envuelve la gestión de política internacional entre los países, pero que no deja de tener relación con las instituciones y los poderes locales, los grupos mafiosos y con la realidad específica de cada región.

Captar tal sentido contribuyó para mapear los hechos históricos abordados en la serie y para escoger cuáles someter al análisis. Así pues, el *corpus* está compuesto por la representación visual de dos hechos históricos.

El primer hecho se relaciona con el comienzo del tráfico de cocaína en Colombia para los Estados Unidos y como eso pasó a configurarse como un problema nacional en este país. Para el análisis de este hecho histórico, se seleccionaron dos secuencias del primer capítulo, titulado *La llegada*:

1) La secuencia que aborda la primera detención de Pablo Escobar, en 1976, en la ciudad de Medellín y que resulta en el registro fotográfico del mafioso detenido por tráfico de drogas. La elección por esa secuencia se justifica teniendo en vista la importancia cru-

cial que esa foto tendrá en el transcurso de la narrativa.

2) La secuencia que aborda las primeras acciones por parte del gobierno norteamericano frente al avance del consumo de cocaína en este país, inaugurando una nueva fase en la llamada guerra contra las drogas. La elección por esa secuencia se justifica por la importancia que tendrá en los modos por los cuales el gobierno colombiano conducirá su política frente a las drogas, a partir de la relación establecida con el gobierno de Estados Unidos.

El segundo hecho histórico, cuyas secuencias fueron exhibidas en el capítulo llamado *Los hombres de siempre*, trata del asesinato del ministro de Justicia Colombiana, Lara Bonilla, responsable de la exposición pública de la foto de Escobar detenido en Medellín. La elección por este hecho se justifica por la relevancia de la figura del ministro en la narrativa, por haber sido aquel que trajo al público la condición de narcotraficante de Escobar, que expuso la actuación de los Estados Unidos y su agenda política en la guerra a las drogas, y que se convirtió en víctima del primer magnicidio cometido al mando de Escobar.

6. El inicio del negocio

Escobar surge en el primer capítulo, *La llegada*, como un hombre intimidador y prepotente. Al intentar entrar con carga de contrabando a Colombia, y ser detenido por un retén de policías, él afirma que controla todo en el departamento de Antioquia y que será el futuro presidente de la República de Colombia. A los agentes Escobar les ofrece dos opciones: aceptar su propuesta o asumir las consecuencias, *plata o plomo*. Los policías ceden a la presión y Pablo sigue con el cargamento, o sea, en su primera aparición, la policía colombiana surge como una institución frágil y corruptible.

La llegada describe también el inicio del negocio como una producción casera pero que promete cambiar Medellín para siempre. En la

serie se presenta con detalles la producción de la droga en los laboratorios, el transporte ilegal de la pasta base desde Perú a Colombia y las primeras estrategias de envío de cocaína. Con el aumento de la demanda, Pablo y su socio, Gustavo Gaviria, aumentan la producción, abren laboratorios en la selva colombiana y pasan a traficar por medio de la flota de un experto traficante de marihuana, Carlos Lehder, además de asociarse con otros traficantes colombianos. En esta coyuntura el agente Murphy afirma que: "la cocaína de Pablo invadió el país. No demoró mucho Miami en envenenarse". En estas secuencias la relación imagen/texto son primordialmente redundantes.

En ese capítulo, se encuentra la primera secuencia del primer hecho histórico analizado y que trata del inicio del tráfico de cocaína en Colombia. El espectador se entera del nivel de corrupción a que alcanzan las instituciones colombianas, pues luego de la incautación de 390 kilos de cocaína, Pablo va hasta la estación de policía y exige explicaciones de un coronel cómplice. El policía afirma que necesitan renegociar, pues, con el aumento de la carga, aumenta el valor de la reventa y, consecuentemente, aumenta su comisión. Pablo se niega y el coronel lo encarcela por primera vez, en Medellín, en 1976. A fin de conferir validez y relevancia a la propia narrativa (Jaguaribe, 2007), la primera exhibición de esta foto es la de una imagen de archivo real de Escobar (Fig.1).

La *picture* revela un *closeup* de Escobar que interpela la cámara sonriendo con cinismo y menoscabo, como si no estuviese preocupado con lo que le acabará ocurriendo. Por otro lado, en la dimensión verbal, el narrador adelanta que "esa foto irá traer mucho sufrimiento para él en el futuro", preparando al telespectador para los acontecimientos que vendrían en los capítulos siguientes.

Las articulaciones entre la imagen y el texto, entre visualidad y estilo televisivo se ven relevantes en la elección del modo en que esta escena fue construida. Al considerar la *picture* desde una situación completa en la cual aparece una imagen, o sea, imagen, soporte y medio, las opciones en la construcción del estilo televisivo parecen cumplir una función importante en este

Figura 1: Foto de Pablo Escobar real en su primera detención.



caso: la elección por el primer plano de la foto del capo a llenar toda la pantalla buscó expresar la personalidad de Pablo Escobar: un individuo prepotente, cínico e intimidante.

El *closeup* de Escobar invade la pantalla, su cinismo causa incomodidad y su arrogancia es tanta, que al capo no parece importarle el hecho de que la foto haya sido hecha para un registro policial. Sin embargo, entre la narración y la imagen hay fisuras y tensiones; ambas parecen indicarnos sentidos opuestos: la primera figura un sujeto que expresa tranquilidad y cierto desprecio (reír en una foto para registro policial no es una actitud común) mientras la narración nos advierte que “no sería así” pues, esa tranquilidad y esa indiferencia tendrán un precio: el sufrimiento en el futuro.

Es como si de esa fisura pudiéramos ver escapar los sentidos de la visualidad una vez que ella trata de modos de ver y mostrar realizados en el marco de una sensorialidad fenoménica “y que nunca se da, por tanto, en estado puro, sino justamente sobre el condicionamiento y la construcción de un moldura simbólica específica” (Brea, 2005:6).

Pensar la visualidad en el contexto de una serie televisiva significa tener en cuenta esa moldura, pues la televisión cuenta con modos propios de manejo de sus recursos en favor de la configuración de un mensaje específico. Por el lado

del estilo, el uso del *closeup* interfiere, dirige la atención del público a determinado punto: la personalidad de Escobar. Al final, el sufrimiento mencionado en el texto no fue causado sólo al mafioso, sino sobre todo a la sociedad colombiana frente a sus actos de horror y violencia.

Por el lado de la visualidad, al hablar sobre el procesamiento de la experiencia visual por el cerebro, Pablo Sérvio (2014: 198-199) destaca la percepción selectiva que, aunque tiene su explicación fisiológica, también puede ser comprendida por la “dimensión cultural de la mirada, dimensión histórica y contextual” que, en gran medida, predispone a enfocar nuestras atenciones hacia algunas cosas, eventos o personas.

Retomando la afirmación de Brea, para quienes los actos de ver y de hacer son resultados de una construcción cultural, compleja e híbrida, entiendo las opciones estilísticas como una capa más en esta hibridación. En ese sentido, argumento que la articulación entre visualidad, percepción selectiva y estilo televisivo actuó en la figuración de un momento verdaderamente relevante para lo que será la secuencia de la narrativa, pues será con esa foto en manos que el Ministro de Justicia va a desenmascarar a Pablo Escobar, al denunciarlo como traficante, expulsarlo del Congreso (y de la vida pública), y provocar la ira y la guerra que el mafioso declara al Estado Colombiano, dando inicio al llamado narcoterrorismo.

La segunda secuencia analizada, y que también forma parte del hecho histórico del inicio del tráfico de cocaína en Colombia, registra la actuación de la guerra contra las drogas por parte del gobierno norteamericano, en virtud de la presión de un grupo de empresarios influyentes que, como explica Murphy, “estaban asustados porque la economía del tráfico podría acabar con la economía de Miami o estaban furiosos por que no ganarían nada de eso”, ya que anualmente millones de dólares estaban saliendo de los EE.UU. para Colombia. La demanda doméstica de consumo de cocaína estimuló la producción en el exterior. La relevancia de esta actuación también lleva a los productores a optar por incluir imágenes de archivo, tanto de los empresarios reunidos con el presidente Ronald Reagan, bien como de un discurso del mandatario en las redes de televisión, confiriéndole veracidad (figs. 2 y 3).

Figura 2: Empresarios de Miami reunidos con Reagan.



Figura 3: Ronald y Nancy Reagan alertan a la población sobre la amenaza de las drogas.



Al lado de la esposa, sentados en un sofá y unidos por las manos Reagan profiere un discurso directo, conservador y alarmista al declarar que las drogas “están matando nuestros niños” y la cocaína como la “amenaza número uno de

América”, un problema de seguridad nacional. Él demuestra un esfuerzo en pro de la restauración de valores tradicionales, pues, su discurso republicano relaciona el uso difundido de drogas al declive de la moralidad y de los valores de la familia y a la consecuente corrupción de los jóvenes. Según el presidente, “las drogas están amenazando nuestros valores y debilitando nuestras instituciones”. Ya Nancy, encuadrada en primerísimo primer plano, con voz dulce y suave, interpela directamente a los jóvenes, apelando por la vida, “abran sus ojos para la vida, véanla con colores vivos, que Dios nos dio como un regalo precioso para sus hijos(...) para las drogas y para el alcohol, apenas diga no” (capítulo *La Llegada*).

Nuevamente pienso que es necesario invocar la articulación entre visualidad y estilo televisivo, antes mencionada, para comprender la naturaleza de las elecciones hechas por imágenes de archivo. En el caso de los hombres vestidos de traje y corbata, contextualizados por una narración que los presenta como empresarios de Miami, seguidos de las imágenes del pronunciamiento del Presidente de la República al lado de su esposa, evocan un sentido de seriedad y urgencia en el tratamiento de un acto. En el universo televisivo, es consenso que pronunciamientos presidenciales se hacen sobre temas de relevancia y urgencia y que son constructos cuidadosamente preparados en la configuración de significados pretendidos por el enunciador del discurso.

Sin embargo, en términos de interacción entre imágenes visuales y verbales, entiendo que, en este caso, la fisura no está entre esas dos dimensiones de una misma *picture*, pero, entre las *pictures* que se presentan en secuencia. En *Narcos*, en el acontecimiento que registra la actuación de la guerra contra las drogas por parte del gobierno norteamericano, la visualidad es mejor alcanzada en la fricción entre las *pictures*. Esto porque la serie evidencia intereses oscuros de la guerra declarada por Reagan porque presenta en secuencia: 1) lo que puede ser considerado el real motivo de la guerra, o sea, intereses económicos en juego y el poderío de los empresarios (plano conjunto de una mesa oval repleta de hombres *encorbatados*, ejerciendo presión para que el

presidente declare la guerra al narcotráfico); y 2) un motivo públicamente defendible en aquella sociedad cuando el presidente y su esposa interpellan al pueblo americano alegando que la droga sería una amenaza al bienestar de las familias, representaría un riesgo de desagregación y ruptura de los lazos entre padres e hijos.

Las imágenes de archivo del discurso en cadena nacional, encuadrados en plano medio, el Sr. y la Sra. Reagan claman a los americanos intentar dividir con ellos esas responsabilidades de impedir que la droga entre y destruya sus familias. Al interpellar directamente la cámara y afirmar que son “nuestros valores” y “nuestras instituciones” el presidente busca incluir y compartir esa misión con el pueblo americano. No hay mención a los demás factores geoeconómicos y políticos que llevaron al enfrentamiento de la cuestión. Es a través de la visualidad que captamos ciertos patrones y valores compartidos que sustentan la figuración del problema de las drogas y del modo como es presentado en esa secuencia, demostrando que “las tensiones entre las representaciones visuales y las verbales no pueden desligarse de las luchas que tienen lugar en la política cultural y la cultura política” (Mitchell, 2009:11).

7. El primer magnicidio

El factor histórico del magnicidio del ministro Lara Bonilla fue narrado en su mayor parte en el tercer capítulo titulado *Los hombres de siempre*. Escobar mantenía una política clientelista y paternalista y creía que, al ingresar en la política formal, podría hacer mucho más por toda la gente pobre de Colombia. Él se colocaba al lado de los pobres en la lucha contra los oligarcas o “los hombres de siempre”.

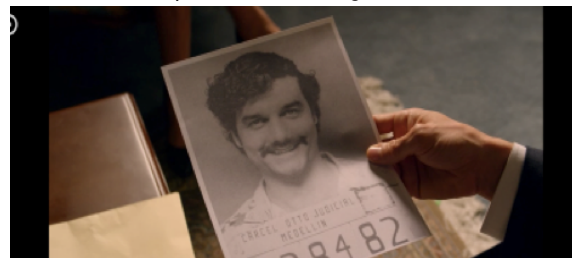
Después de aceptar la millonaria oferta hecha por Pablo, el abogado Fernando Duque actúa como su representante y busca al ministro para presentarle un Escobar bueno, solidario y bienhechor. Lara Bonilla se resiste por haber leído en la revista *Forbes* que él era traficante de drogas y es provo-

cado por Duque “¿va acreditar en la propaganda imperialista americana?”. Mientras el ministro mira los documentos que comprueban las propiedades que Pablo posee tanto en Colombia como en los Estados Unidos, el narrador concluye: “Y, así, un hombre honesto se hace de la vista gorda”.

En ese momento, nos enteramos de la preocupación con este hecho por parte de la embajada americana en Bogotá. La embajadora afirma frente a los agentes de la DEA: “nosotros no podemos dejar que Colombia se convierta en el país del tráfico. Necesitamos encontrar a alguien que consiga probar que Escobar es traficante”. Y así, los E.E.U.U definieron el problema de las drogas como siendo de origen externo, para ser combatido mediante la prohibición en los países productores. Los agentes salen buscando pruebas y consiguen una copia de aquella foto de Escobar detenido en Medellín.

En una reunión con la embajadora norteamericana y los agentes de la DEA, Lara Bonilla aparece con la foto en las manos (fig. 4)

Figura 4: el ministro Lara Bonilla se entera de la detención de Escobar por tráfico de drogas.



La reunión ocurre en una sala de la embajada norteamericana encuadrada en plano general de modo a situar el espectador. Próximos de la puerta están los agentes Murphy y Javier Peña. Sentados de frente uno al otro está la embajadora y el ministro. Ella parece estar en una posición segura y comfortable, de quien detiene una información, mientras él está sentado con el cuerpo inclinado para adelante como el de alguien ansioso por saber algo importante (fig. 5).

Figura 5: reunión del Ministro de Justicia en la embajada americana en Bogotá.



Americanos de un lado, colombiano del otro. La solución del problema de un lado; su causa, del otro. La bandera de los Estados Unidos aparece al fondo, atrás de Lara Bonilla que pregunta hace cuánto tiempo los norteamericanos tienen aquella foto en su posesión. En seguida, el ministro se acomoda en la poltrona y el diálogo prosigue:

- Lara Bonilla: ¿Y que estoy haciendo aquí?
- Embajadora: Los Estados Unidos no deben involucrarse en las decisiones de otro país.
- Lara Bonilla: Más una vez, la mano de los Estados Unidos Permanece invisible.
- Embajadora: su partido recibió dinero de Escobar. Creí que usted iba querer cuidar de eso.
- Lara Bonilla: todos recibieron dinero. A propósito es dinero americano. ¿Por qué usted no habla con la prensa?
- Embajadora: eso debía partir de usted. Usted es el ministro de justicia (capítulo Los hombres de siempre).

En la relación imagen/texto de esta *picture* podemos notar el modo por el cual los Estados Unidos pretenden actuar en todas las decisiones que las autoridades colombianas tomarán frente al problema del narcotráfico. Los americanos surgen como los agentes racionales, eficientes, capaces de suministrar informaciones al Estado colombiano y ejercer la presión necesaria en favor de las medidas a ser tomadas.

La elección por esa construcción visual se muestra relevante puesto que evidencia la existencia de una red compleja que involucra a los instrumentales técnicos de producción y reproducción, las instituciones sociales, las formas de figuración del mundo y la presencia del observador/espectador. Así, la visualidad pasa a ser objeto

de especial atención, de acuerdo con Mitchell (2005; 2009), que corresponde a las prácticas de ver el mundo en que se procesan los modos cómo vemos lo que vemos, bajo el agenciamiento de cuestiones socioculturales, de cierta forma, también, impresas en esa experiencia. El estilo televisivo ciertamente dialoga con esos modos de ver y con esas cuestiones socioculturales. Al convocar a Lara Bonilla para una reunión en suelo americano es posible percibir que la *picture* quiere mostrar que los E.E.U.U desean que Colombia asuma como suya, una guerra y una agenda impuestas, unilaterales y ajenas a las condiciones y a la realidad interna de este país.

Luego del anuncio de su elección, en la casa de Pablo, Jairo Ortega renuncia a su curul en el Congreso de la República para que Escobar asuma. Las secuencias siguientes intercalan escenas de Pablo caminando por su hacienda con expresión exultante y victoriosa, y su llegada para la posesión en el Congreso localizado en la plaza central de Bogotá.

Escobar ingresa al salón del congreso y es saludado por los presentes, al sonido de *prologue*, una pista leve y animada. Tan pronto él toma asiento, la música ya cambia para acordes de suspenso. La sesión es abierta y la palabra es pasada al ministro, sentado en la silla central de la mesa directora del Congreso. Sin rodeos, él toca directamente en el tema del dinero proveniente del narcotráfico y se declara culpable al hacerse de "ciego" frente a las donaciones a su campaña con recursos de ahí provenientes. La música de suspenso que connota tensión es retomada y surgen *closes* de Escobar visiblemente incomodado con las declaraciones de Lara Bonilla que prosigue encuadrado en medio primero plano encarando a Escobar con la mirada firme y decidida (fig. 6).

En seguida, Lara Bonilla acusa a todos al decir: "somos un país de ciegos y en nuestra ceguera vendemos el país al quien más paga". Y mientras afirma que: "es hora de abrir los ojos y ver la luz", orienta con un gesto a un guardia de seguridad a su lado, para que retire una tela roja que está bajo un cuadro sostenido en un caballete. El cuadro es la foto de la primera detención de Pablo – cuya importancia ya fue resaltada a tra-

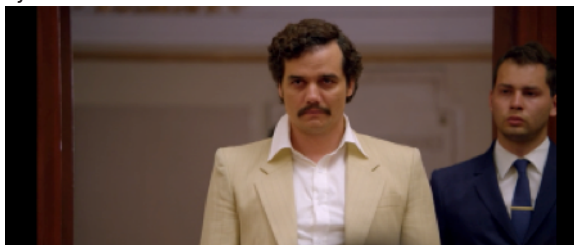
vés de las operaciones estilísticas realizadas en su primera aparición en la serie – en tamaño aumentado, la misma que le había sido entregada por la embajadora norteamericana (fig. 7).

Figuras 6 y 7: el ministro encara Escobar y expone su foto ampliada en el salón del congreso, frente de todos los congresistas.



El bullicio es general mientras Lara Bonilla se dirige a Escobar para decirle que él no es bienvenido en aquella casa puesto que ahí no pertenece. Escobar no dice una palabra, se levanta, camina hasta la puerta, se gira para el salón y, en un plano medio frontal, mira fijamente para el ministro. La banda sonora vuelve a connotar un momento de tensión que se prolonga por la permanencia del plano medio de Escobar sosteniendo su mirada llena de odio en dirección al ministro (fig.8).

Figura 8: Plano medio frontal de Escobar con los ojos fijos en la dirección del ministro.



Para su seguridad Lara Bonilla fue nombrado embajador de Colombia en Checoslovaquia. A dos semanas de su partida, el ministro es busca-

do por Murphy (fig.9), quien le entrega un chaleco antibalas y le aconseja usarlo a partir de ese momento.

-Murphy: Creo que puede ser una buena idea usar esto antes de irse.

-Lara Bonilla: ¿Usted se siente responsable?

-Murphy: Un poco, sí.

-Lara Bonilla: ¿Es así tan arrogante de creer que tuvo alguna influencia en mis acciones? ¿Qué coloqué mi vida y la de mi familia en riesgo por objetivos de la política americana? Yo le garantizo, agente Murphy, fuera de darme la foto, usted no hizo nada. La decisión de hablar fue solo mía.

Como quien ignoró lo que oyó, el agente Murphy apenas dice:

-Murphy: Yo le recomiendo enfáticamente que use este chaleco.

-Lara Bonilla: Voy aceptar el chaleco por respeto a su preocupación con mi bienestar. Pero, tengo un consejo para usted, mientras está en Colombia.

-Murphy: ¿Qué?

-Lara Bonilla: Nosotros aceptamos su ayuda, pero nunca su arrogancia. Cuando eso acabe, los colombianos serán los héroes y las víctimas. Jhon Wayne solo existe en Hollywood.

-Murphy: Apenas vista el chaleco.

Nuevamente el ministro reacciona frente a la intervención norteamericana y es importante resaltar la relación imagen/texto en la cual esta reacción ocurre.

Si en la secuencia anterior él está en suelo americano recibiendo informaciones sigilosas, en esta él está en el interior de una institución colombiana recibiendo consejos y protección. Lara Bonilla está en su gabinete decorado con importantes símbolos de la historia de Colombia: la bandera y un cuadro de Simón Bolívar. En este ambiente Lara Bonilla intenta mostrar pulso, coraje y autonomía en relación a las actitudes bien como a las consecuencias. Él intenta imponer límites a la actuación política norteamericana en la guerra a las drogas. Las elecciones de escenario y escenografía simbolizan esa tensión entre la actuación arrogante de la política y la policía

de Estados Unidos y la reacción incómoda, pero débil, por parte de las autoridades colombianas frente a esa intromisión.

Sin embargo, como en el caso de la corrupción del coronel, la actuación de Murphy vuelve a figurar cierta fragilidad del Estado Colombiano y, en ese caso, la necesidad de que las instituciones y los agentes norteamericanos entren en escena y ofrezcan su protección. De otro modo, ¿por qué el chaleco no podría haber sido recomendado por un agente de la Policía Nacional Colombiana?

8. Conclusiones

Aunque *Narcos* no es una producción destinada al consumo de la televisión convencional, las semejanzas que la serie guarda con los modelos narrativos instituidos por esta televisión permiten someter esa narrativa ficcional a los preceptos del análisis del estilo televisivo. Los medios de comunicación, en especial las ficciones televisivas, contribuyen de modo decisivo a la configuración de los regímenes de visualidad. Lo hacen de modo atento y conexo con las cuestiones contextuales y socio-políticas más amplias, dada la exigencia de su propio objeto: promover la interacción, poner algo en común, comunicarse.

En *Narcos*, el contexto de los años 1980 y las tensiones políticas y económicas vigentes en la

época emergieron de la representación y de la experiencia visual propuesta. De algún modo, la serie fue capaz de narrar la guerra contra las drogas, de dar a ver los conflictos políticos y disputas acerca de las representaciones de América Latina, sobre todo de Colombia, y su lugar en la coyuntura transnacional creada por el narcotráfico.

Notas

1. http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2015/08/20/internas_viver,593522/narcos-cinco-curiosidades-da-serie-de-jose-padilha-sobre-cartel-de-pablo-escobar.shtml

2. Del original: "style is their texture, their surface, the web that holds together their signifiers and through which their signifieds are communicated".

3. Una vez que un análisis histórico requiere retomar los programas de un mismo género para identificar patrones y el análisis valorativo todavía se presenta como problemática, como reconoce Butler, por la falta de patrones específicos de evaluación de la estética televisiva.

4. Disponible en <http://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-114168/>

5. Disponible en <http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/jose-padilha-diretor-de-tropa-de-elite-explica-trafico-de-cocaína-em-narcos-serie-sobre-pablo-escobar-17266382>

Referencias bibliográficas.

- Barnard, M. (2003) *Approaches to understanding visual culture*. New York: Palgrave, 2001.
- Bordwell, D. (2008) *Figuras traçadas na luz: a encenação no cinema*. Campinas: Papyrus.
- Brea, J. L. (2005) *Estudios Visuales: La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal EstudiosVisuales.
- Butler, J. (2010) *Television Style*. New York: Routledge.
- Carrol, N. (2003) "Film Form: An Argument for a Functional Theory of Style in the Individual Film." En *Engaging the Moving Image*. New Haven: Yale University Press, 2003.
- Jaguaribe, B. (2007) *O choque do real*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

- Jost, F. (2011) Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias. *Revista Matrizes*. São Paulo, 4 (2), jan. – jun, 93-109. Recuperado de: <<http://www.redetupi.com/paginas/posts/a-inauguracao-oficial69.php>>
- Knauss, P. (2006) O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual. *ArtCultura*, Uberlândia, 8(12), jan – jun, 97-115.
- Mitchell, W.J.T. (2009) *Teoría de la imagen*. [Traducido al español de Picture Theory] Madrid: Ediciones Akal S. A.
- Rocha, S. M. & Pucci JR. R. L. (2016). *Televisão: entre a metodologia analítica e o contexto cultural*. SP: aLápis.
- Rossini, M. DE S. & Renner, A. G. (Septiembre, 2015) Nova cultura visual? *Netflix* e a mudança no processo de produção, distribuição e consumo do audiovisual. Trabajo presentado em XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, Rio de Janeiro, Brasil. (38. : 2015 set. : Rio de Janeiro, RJ). Anais [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro : Intercom, 2015.
- Scolari, C. *Hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa, 2008.
- Sérvio, P. P. (2014) O que estudam os estudos de cultura visual? *Revista Digital do LAV (UFSM)*. 7(2), maio-agosto, 196-215.
- Schollhammer, K. E. (2002) *Regimes Representativos da Modernidade*. Léguas & meia: Revista de literatura e diversidade cultural. Feira de Santana: UEFS, n° 1, p. 20-34.
- Thompson, K. (2003) *Storytelling in Film and Television*. Cambridge/Londres: Harvard University Press.

Sobre la autora

Simone Rocha es profesora Asociada del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais donde realizó su etapa postdoctoral (2005). Doctora en Comunicación y Cultura por la Universidad Federal de Río de Janeiro (2003). Líder del Grupo de Investigación Comunicación y Cultura en Televisualidades (COMCULT) del Programa de Postgrado en Comunicación Social/UFMG.

¿Como citar?

Rocha, S. (2018). El Visualidad política latinoamericana en Narcos: un análisis a través del estilo televisivo. *Comunicación y Medios*, 27(37), 106-118. doi:10.5354/0719-1529.2018.48572

Narrativas islamofóbicas y series de animación para adultos: una tiranía de lo visual*

Islamophobic narratives and animation series for adults: a tyranny of the visual

Natividad Garrido

Universidad de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, España
natigarrido3@gmail.com

Yasmina Romero Morales

Universidad de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, España
yasminaromero@hotmail.com

Resumen

En el presente trabajo se examinarán tres series de animación para adultos: *Los Simpson*, *American dad!* y *Padre de Familia*. Su gratuidad, lenguaje accesible, cómico y atractivo formato han permitido a millones de televidentes acercarse a realidades no cotidianas como es el caso de la representación de personas de otros contextos culturales. Desde los estudios culturales, que privilegian una lectura ideológica de la cultura, se han seleccionado episodios de temática árabe-islámica con el propósito de examinar algunas de las narraciones islamofóbicas más generalizadas sobre la cultura árabe-islámica.

Palabras clave

Los Simpson; *American dad!*; *Padre de Familia*; Islamofobia; Estudios Culturales.

Abstract

In the present work three series of animation for adults will be examined in emission still in Spain: The Simpson, American dad! and Family Guy. Your gratuitousness, your accessible and "comical" language, and your attractive format allowed to million television viewers to approach not daily realities as can be the case of the persons' representation of other cultural contexts. From of the Cultural Studies that privilege an ideological reading of the culture, have been selected episodes of Arabic-Islamic subject, with the intention of examining some of the narratives islamophobics more generalized in the Arabic-Islamic culture.

Keywords

The Simpson, American dad!, Family Guy, Islamophobia, Cultural Studies.

Recibido: 12-02-2018/ Aceptado: 16-04-2018 / Publicado: 30-06-2018

DOI: 10.5354/0719-1529.2018.48467

* Trabajo realizado en el marco del Proyecto I+D "Justicia, ciudadanía y vulnerabilidad. Narrativas de la precariedad y enfoques interseccionales" (FFI2015-63895-C2 -1-R).

1. Introducción

Alexandre Astruc en su artículo *Nacimiento de una nueva vanguardia: la «Caméra-stylo»* (1948) advirtió sobre el carácter innovador que estaba adquiriendo a principio de los años cincuenta el cine, afirmando que se convertiría en “un medio de expresión” del pensamiento de la sociedad, “en un lenguaje” por sí mismo (1980: 208). Divisaba la llegada de una nueva era del cine, la de la “Caméra-stylo” y, con ello, apostaba por una industria cinematográfica que se apartara de la denominada “tiranía de lo visual” (1980: 208), esto es, la anécdota, lo inmediato, la imagen por la imagen. Astruc, preocupado por el terrorífico poder deformador de la narrativa cinematográfica, opinaba que hasta ese momento al menos, el cine no había sido más que un arte dotado de muchas posibilidades “pero prisionero de todos los prejuicios” (1980: 208). No podía ignorar como el cine y la televisión, desde sus orígenes, habían influido con sus narraciones a generaciones de personas a través de sus contenidos, sus imágenes y sus opiniones. Fue de esta manera como denunció, desde el movimiento francés de la *Nouvelle Vague* en el que se insertaba —y del que fue uno de sus precursores teóricos— que el cine y la televisión debían apartarse por completo de esta tiranía de lo visual.

Horton y Wohl, a su vez, introdujeron a finales de los años cincuenta la noción de relación parasocial para analizar la ilusión de interacción íntima o de *face to face* que se genera entre el público espectador y las figuras televisivas —ya sean reales o ficticias—. A este respecto señalaron: “Ellos ‘conocen’ a tal personaje del mismo modo que conocen a sus amigos escogidos: por observación directa e interpretación de su aspecto, sus gestos y voz, su conversación y conducta en una variedad de situaciones”¹ (1956: 216). Advertían, por tanto, que en ese papel de espectadores las personas, conscientemente o no, realizan toda una serie de juicios y evaluaciones sobre las figuras televisivas, saben cuáles son aquellas con las que simpatizan y se identifican o, todo lo contrario, aquellas que descartan y rechazan. Sin duda, son innegables los efectos positivos que acarrea esta ilusión de intimidad en la rela-

ción parasocial² pero, también, son muchos los efectos negativos condicionados por prejuicios culturales de cualquier índole.

Cine, televisión, radio, páginas *webs*, periódicos, revistas y publicidad se han convertido en medios de producción y perpetuación de iconografías tiránicas, de imágenes que muestran a través de un entretenimiento vacío, una realidad dominada por los prejuicios. Son parte de los llamados aparatos ideológicos del Estado (Althusser, 2005), que si bien en la actualidad -no en todos los casos- giran en torno a un Estado o a un imperio productor, si es verdad que, por lo demás, siguen teniendo un alcance representativo e interpretativo inigualable y coinciden en nuestra base argumentativa.

Lo que se manifiesta frecuentemente en la actualidad es como el cine y la televisión siguen, mediante sus acciones y discursos, imponiendo una consigna determinada. Es más, no sólo no han saboteado estos discursos deformadores que cooperaban en la manera de percibir el mundo, sino que, probablemente, hoy en día sean junto con el resto de medios de comunicación, los primeros actores en su conformación. Con todo y con eso, como advirtiera Walter Lippmann, estar frente a la pantalla es fácil y todo se hace por y para nosotros, “sin mayor dificultad que la necesaria para permanecer despiertos” (2003: 89).

Está claro que la mayoría de las imágenes no-occidentales que se tienen de lugares como Japón o Australia, o de otras religiones como la judía, la budista o la islámica, han sido producto de horas de exposición frente a la pantalla. Es así, como un enfoque plagado de estereotipos, tópicos y de símbolos culturales mal interpretados pueden romper las más elementales normas de convivencia entre los distintos pueblos, culturas y religiones. Y es que tanto el cine como la televisión son medios de comunicación fundamentales de la actualidad, la gente hace uso de ambos formatos interesada en el drama humano que muestran, en sus conflictos, fobias y filias, miedos y deseos y, en consecuencia, se impregnan de la mirada que estos proponen, esto es,

el punto de vista que adoptan y la situación desde la que se decide contar la historia.

Ocurre que nos ubicamos en contextos de incertidumbre donde nuestro acceso a la información es restringido, de ahí que “nos limitemos a detectar rasgos característicos de ciertos prototipos que nos resultan de sobra conocidos y a completar el resto de la imagen echando mano de los estereotipos que pueblan nuestra mente” (Lippmann, 2003: 87).

En las siguientes páginas se analizan las narrativas televisivas vertidas por series de animación para adultos como *Los Simpson*, *American dad!* y *Padre de Familia*. Escoger estos productos no ha sido casual, como han advertido algunas voces investigadoras, la perdurabilidad de sus mensajes difundidos es especialmente duradera en comparación con otros discursos culturales como pueda ser el cine o la literatura (Grandío, 2008: 12). Además, su gratuidad, su lenguaje accesible, cómico y su atractivo formato han permitido a millones de personas acercarse a realidades no cotidianas, como la representación de personas de otros contextos culturales. Así, y desde el amparo de los estudios culturales que privilegian una lectura ideológica de la cultura y desde los análisis del discurso que propone Edward W. Said en su obra *Orientalismo* (1978), se han seleccionado una serie de ejemplos visuales, concretamente quince episodios de temática árabe-islámica, con el propósito de examinar algunos de los discursos representacionales que generalizan sobre esta cultura. La elección de capítulos ha venido motivada, de tal manera, por la mayor presencia de este tópico en las 47 temporadas desde los inicios de cada una de las series hasta diciembre de 2014. Un corpus seleccionado de quince episodios de un total de 1.125 capítulos.

Como hipótesis, nos proponemos respaldar con ejemplos, las múltiples críticas y acusaciones de carácter islamófobo que se le han hecho a estos productos culturales, esto es, promover en sus emisiones discursos “prejuiciosos, ofensas, mensajes de aversión y también fanáticos que construyen escenarios donde pueden ser cometidos delitos o crímenes de odio” (Sánchez,

2015: 5). De este modo, se cuestionarán si sus representaciones satíricas y caricaturescas sobre el mundo árabe-islámico logran subvertir los estereotipos vigentes o, por el contrario, respaldan los prejuicios y viejos clichés orientalistas.

2. Series de animación para adultos: ¿sátira o islamofobia?

La apuesta evidente de estas series de animación ha sido su osadía en el abordaje de cualquier tema, por sensible o polémico que fuera. Sin embargo, esta aproximación desenfadada no siempre ha tenido buena acogida. En 2006, por ejemplo, *The Parents Television Council* acusó al grupo Fox, —las tres series analizadas pertenecen a esta industria—, de ser uno de los mayores contribuyentes en la difusión de imágenes negativas de las religiones en televisión³. Entendiendo “religiones”, como los credos de la “otredad” dado que ya en 2010, al menos en lo referente a *Los Simpson*, el Vaticano aseguró que eran “buenos católicos”⁴. No ha sido la única polémica y controversia sobre su tratamiento a otras culturas y/o minorías que han generado con sus emisiones y múltiples reposiciones estas series de ficción⁵. En enero de 2009 se publicó en prensa el siguiente titular “Acusan a ‘Los Simpson’ de islamofóbica en el Reino Unido”⁶, se hacía eco de la misma información *El Mundo*: “Homer Matamoro Simpson”⁷. Incluso en algunas páginas webs o blogs, dedicadas a la islamofobia en series de animación, estas tres series han adquirido un dudoso lugar privilegiado, no considerando que la caricaturización de sus personajes de origen árabe-islámico sea sólo una parodia inofensiva⁸.

En todos los anteriores soportes digitales se pone de relieve la falta de información en el tratamiento de la cultura “otra”, mediante unos guiones hirientes donde se suele vincular a la otredad de origen árabe islámico con el terrorismo y con la violencia. Para algunos, como Martín Correa es únicamente sátira a través de estereotipos, una manera de parodiar la sociedad que “con el tiempo ha ido evolucionando para ser, además de entretenida, el inteligente

reflejo irónico de la sociedad a la que se dirige" (2006: 188), esto es, una espectacularización y crítica de la cultura americana; para otros, consigue que el auditorio perciba ideas y conceptos claros que "respaldados en el éxito y la credibilidad de la serie, se vuelven referentes legítimos e, inclusive, formadores de opinión" (Rodríguez, 2015: 110). La razón de fondo es que, si la gente no tiene conocimientos certeros sobre otra cultura, abundar en estereotipos etnoraciales en clave de humor no siempre recibe una descodificación válida. De alguna manera funcionan igual que las múltiples alusiones y referencias culturales que se pueden encontrar en las tres series, cuando el espectador las reconoce, participa del juego en plenas condiciones, se siente satisfecho y entiende que se encuentra frente a una burla, a una parodia o a un homenaje pero si no es capaz de reconocerlas, ni siquiera se dará cuenta de que ha perdido algo. Así, el germen de la islamofobia encuentra una fecunda tierra de cultivo ante un público no conocedor de la verdadera realidad del mundo árabe-islámico por lo que las alusiones sobre el islam pasan desapercibidas y no sólo no logran ser desarticuladas por sí mismas sino que, en cambio, refuerzan los prejuicios internos.

Sea como fuere, involucrar a estas series de animación con el terrorismo o la guerra es algo totalmente habitual. En el 2013 un video colgado en *YouTube*: "Aberrante montaje de Padre de familia con los atentados de Boston"⁹ suscitó una gran polémica. Un espectador había montado varios capítulos de la serie vinculando a Peter, su protagonista, con la tragedia del maratón de Boston. Sin embargo, en las primeras emisiones del video-montaje, los internautas no sospecharon en ningún caso que no fuera real, estaban demasiado acostumbrados a la irreverencia de este tipo de series. De ello resultan dos consecuencias principales, en un primer lugar, lo ya señalado, la imposibilidad de la audiencia de identificar la sátira y ver confirmado su miedo, en el caso concreto que nos ocupa, hacia el islam. Y, en segundo lugar, al hilo de lo expuesto, que Oriente Medio, haya decidido adaptar *Los Simpson* al público árabe. Sucedió en 2005, se dobló por actores egipcios, Homer empezó a tomar gaseosa y no cerveza, sus do-

nuts se cambiaron por galletas árabes y el nombre del programa *Al-Shamshoon*. Querían una serie que no se burlara de sus creencias y de su forma de vida, al tiempo que fuera más aceptable para sus audiencias¹⁰.

En definitiva, y aun adelantando líneas de las que serán las conclusiones, esta triada televisiva ha contribuido a través de tópicos y prejuicios a fortalecer estereotipos islamofóbicos sobre personas de contextos árabe-islámicos. Y es a esas narrativas de la ofensa a la que nos acercamos en este trabajo, poniendo nuestro foco de atención en sus tres dimensiones principales: escenario, personajes y lengua árabe.

3. El escenario: un viaje a *Las Mil y una Noches*

De los quince capítulos analizados, sólo cuatro de ellos trasladan la trama a países de origen árabe y/o islámico. En concreto, Afganistán en "PTV", Iraq en "Salvar al soldado Rayan" y Arabia Saudí en "Stan de Arabia I y II". Estos traslados escénicos no se ven como algo positivo, sino como un atraso desde el punto de vista de la civilización. En el caso de Afganistán, se señala que es el lugar donde se encuentra Bin Laden, Iraq un campo de batalla y Arabia Saudí, donde los personajes de *American Dad!* se trasladan por cuestiones laborales, es principalmente un desierto, con sol ardiente y rodeado de personas con indumentaria integral es: "Un momento, esto no es un ascenso"¹¹. La barbarie del escenario ficticio se ve reflejada aún más incluso en el final de capítulo trece de *American Dad!* que tiene lugar en Arabia, donde los protagonistas están a punto de morir lapidados¹².

Efectivamente, tanto estos escenarios exteriores como interiores están basados en imágenes preconcebidas y tópicos. Se presentan como lugares donde hace mucho calor, con insistentes imágenes del sol resplandeciente en un cielo claro sin nubes, donde abundan los camellos y con construcciones propias de obras como *Las Mil y una Noches*. Nada que ver con las verdaderas ciudades a las que hacen referencia. Esto

se aprecia cuando contrastamos la imagen facilitada en el capítulo “Salvar al soldado Brian” (*Padre de Familia*) en Bagdad: una ciudad con carreteras de arena, rodeados por cúpulas, minaretes y transeúntes, en su mayoría masculinos, y la imagen real de dicha ciudad¹³. Y lo mismo se podría observar si tomamos la imagen facilitada por *American Dad!* de Riad y la de la verdadera capital de Arabia Saudí. Todas estas iconografías ficticias nos sitúan en el discurso de lo maravilloso, frente a las reales fotografías de las modernas ciudades del siglo XXI. No parece que pueda ser una confusión frecuente, pero lo cierto es que de vez en cuando aparecen noticias como la que sigue: “Un informativo danés utilizó una imagen del videojuego *Assasin’s Creed* para ilustrar un reportaje de Siria”¹⁴ parece que quien documentó dicha imagen, *googleó* Siria y al ver ese escenario de cúpulas y minaretes lo identifiqué con Siria, pues se correspondía a la proyección mental que de cualquier ciudad árabe se suele tener en Occidente¹⁵. Es más, en *American Dad!*, se llega incluso a rayar el absurdo, al aparecer camellos en la cinta transportadora del Aeropuerto de Riad junto a las maletas, en la realidad factual, uno de los aeropuertos más grandes del mundo¹⁶.

En lo relativo a los escenarios interiores, también estos están cargados de objetos tópicos como alfombras —algunas incluso voladoras—, lámparas maravillosas, genios, narguiles o *shishas* y teteras en abundancia¹⁷. Tanto es así, que se puede apreciar en el capítulo piloto de la primera temporada de *American Dad!*, cuando Stan el protagonista —y, recordemos, que agente de la CIA— firma un contrato con IKEA para amueblar Iraq, que lo que encarga son “dos millones de lámparas y quinientas mil mesas de café”¹⁸.

4. Personajes: de barbas, terrorismo, violencia y burqas

En cuanto a los personajes, han sido estudiados en algunos trabajos las cuestiones de género aunque, en prácticamente ningún caso, han sido aproximaciones interseccionadas con otras variables de opresión como raza, etnia, religión, clase social o tendencia afectivo-sexual

(Reig & Mancinas, 2010; Analuisa, 2015; Feltmate & Brackett, 2014; Chacón & Sánchez-Ruiz, 2009). En este sentido, y desde nuestro foco de atención que son los personajes de ámbito árabe-islámico, lo primero que llama la atención es la escasa presencia femenina. La totalidad de hombres de contextos árabe-islámicos representados es de 282 frente a 118 mujeres. De entre ellos, aparecen doce hombres con nombre propio y, entre ellas, tan solo una mujer, la iraní Linda.

En relación con su aspecto físico, tanto los personajes femeninos como los masculinos, por el hecho de ser originarios de supuestos ámbitos árabe-islámicos aparecen con la tez más oscura. A veces de manera ligera, pero otras especialmente acentuada. El color de piel es algo que cobra especial importancia en una escena de *Padre de familia*, en el capítulo “Turban Cowboy” de la quinta temporada, Peter Griffin cruza el peaje y es sometido por la policía a un cotejo de tonalidades de piel. Aquellas más oscuras recibían un “not okay” y, las más claras, un “okay”¹⁹.

Por lo que respecta a la indumentaria de los personajes masculinos, en todos los capítulos sometidos a análisis hemos podido comprobar que consiste en llevar tocado en la cabeza —puede ser un turbante, un *tarbush* o similar— y, por supuesto, una espesa barba. Estos dos elementos, tocado y barba en el caso de los hombres, han sido suficientes para caracterizar y estereotipar desde la Edad Moderna a ideados y tipificados villanos de supuesto origen oriental. Peter, protagonista de *Padre de familia*, se viste con chillaba, *tarbush* y “sandalias de piel con las uñas de los pies muy largas”²⁰ y, de esta manera, queda convertido en “muy musulmán”²¹. Es más, su mujer, Lois, le pregunta qué hace vestido de semejante manera y él le explica: “Pues mira ahora soy musulmán”²². Sin embargo, no parece tenerlo del todo claro, porque apenas unos minutos después vemos que su atuendo islámico lo termina de completar con unos crótalos como un Hare Krishna.

Relativa a la personalidad de los personajes masculinos, rara vez se suele hacer referencia a

rasgos positivos de su forma de ser, sino que se les asigna elementos negativos como subrayar su vinculación con la violencia, el conflicto y el terrorismo. Esto, por supuesto, no ayuda a un mejor conocimiento del "otro" sino que vigoriza los sentimientos de rechazo e incompreensión que acarrea la marginación de la ciudadanía musulmana. Si cada vez que sale un personaje de supuesto origen árabe-islámico se lo representa —y es así como sucede en casi la totalidad de los casos— como un terrorista, la mente acabará relacionando de modo inconsciente al islam con el terrorismo, una presunción de culpabilidad que es, además, aprovechada por asociaciones que alimentan los crímenes de odio. Y, unas veces en estas representaciones ficticias son realmente terroristas y otras los personajes occidentales de las tramas, creen que lo son, blandiendo supuestos discursos de patriotismo y autodefensa nacional que sólo responden a una islamofobia camuflada. De una u otra manera, siempre se vinculan a actos terroristas, a bombas y a atentados suicidas. Se hace de las personas musulmanas enemigos públicos de la democracia occidental. Veamos ejemplos: Stan, de *American Dad!*, en el capítulo "Inseguridad nacional" cree que sus vecinos, Bob y Linda Memari, por el simple hecho de ser musulmanes —éstos ni siquiera eran árabes, eran iraníes— son terroristas, literalmente "enemigos de la libertad"²³. Su paranoia llega hasta tal punto que los espía, los acosa y los encierra en el jardín previamente convertido en campo de prisioneros. Tal es su obsesión que, en la celebración de una fiesta vecinal, cuando Bob se agacha a buscar una cerveza, Stan se pone guante y crema para proceder a hacer una exploración rectal. También en esta misma serie, en el capítulo "Negocio duro", Roger y Stan, en una cena a la que acude el presidente Bush, informan que han estado en la búsqueda "del cerebro terrorista responsable de atormentar a nuestra gran nación", torturando e interrogando a Dani, al que asocian con el terrorismo y quien creen que conoce el paradero del mismísimo Bin Laden²⁴.

Es esta una narrativa islamófoba frecuente en estas series de animación insistir, una y otra vez, que ser musulmán es sinónimo de terrorista. En el capítulo "Mupods y dinamitas" de *Los Simp-*

son, Moe, el dueño del bar frecuentado por Homer, le advierte a éste que "el tal Basir —el nuevo amigo de Bart— es musulmán y, por lo tanto, trama algo"²⁵. Homer, tan crédulo como alarmado, pregunta qué puede hacer. Le responde su amigo Carl, que curiosamente es negro: "si quieres detener a Basir y su guerra contra nuestros principios americanos puedes discriminar a su familia en su centro de trabajo y en su barrio". Lenny, otro de sus amigos frecuentes apunta: "sí, eso es patriótico"²⁶. Del propio Homer en el capítulo "Homerland" se piensa que es terrorista al ver que no come cerdo, no toma cerveza, se estira sobre una alfombra y reza un cántico incompreensible que suponen que es lengua árabe. Está claro se ha convertido en musulmán y piensa volar la central nuclear²⁷. Aunque en realidad sólo había conocido a un grupo de activistas ecologistas que le habían forzado a cambiar sus hábitos de vida.

En otros casos, sí se muestran declarados individuos terroristas, como ocurre en el capítulo "Vuelta al piloto" de *Padre de Familia*. Stewei y su perro Brian viajan al pasado a través de una máquina de tiempo y evitan los atentados del 11 de septiembre. Brian, advertido por su "yo" del futuro, se introduce en el avión y detiene a los terroristas²⁸. En esta misma serie, en el capítulo "PTV", aparece Bin Laden enunciando una amenaza terrorista, su seriedad impostada se ve interrumpida por confundirse y decir "radaman" en lugar de "ramadán". Los momentos absurdos entonces se suceden, con chistes y objetos ridículos —un pollo de goma o unas gafas enormes—²⁹. El disparate lleva a los creadores a representar a Bin Laden, incluso, accediendo al cielo y encontrándose con Dios, es el capítulo "Palabra de mamá". También en *American Dad!*, en el capítulo "Bush viene a cenar", se cree haber encontrado a Bin Laden en un local estadounidense, quien, como vemos, es casi un personaje asiduo³⁰.

En lo referente a las mujeres de aparente ascendencia árabe-islámica que aparecen ubicadas en su lugar de origen —recordemos que estos espacios eran Iraq, Afganistán y Arabia Saudí— se muestran siempre cubiertas y con indumentaria integral (principalmente *niqab* y *abaya*),

a pesar de que en las ficciones normalmente se diga que estas prendas se denominan *burqas*³¹. En realidad, ninguno de los 118 personajes femeninos analizados viste en ningún momento un *burqa*, aunque sí es cierto que son portadoras de indumentaria integral³². A esta mujer de contextos árabe-islámicos se la hace depositaria, desde el discurso representacional estereotipado occidental, de los atributos visibles, externos, de la identidad araboislámica. Respecto a esto se hacen numerosas burlas, se recogen ejemplos en el capítulo “Stan de Arabia parte II” de *American Dad!*, sobre el código de la policía saudita, “el dos-veintidós”, que era verle los tobillos a una mujer³³. O en el capítulo “PTV” de *Padre de familia*, donde un esposo le dice a su mujer —a la que sólo se le ven los ojos y las manos— “Por el amor de Alá, ponte algo de ropa”³⁴. En estas ficciones representacionales no ir cubiertas es sinónimo de democracia, por ello, cuando en el capítulo “Salvar al soldado Brian”, en *Padre de Familia*, se dice que ha llegado la democracia a Iraq, vemos como por arte de magia tres mujeres locales con *niqab* que tendían la ropa, se convierten en tres porno-chicas lavacoches³⁵.

La mujer de ámbito árabe-islámico sin la cabeza cubierta es inexistente, de las 118 mujeres recreadas, sólo una aparece sin cubrirse la cabeza, nos referimos a la iraní Linda —vecina de Stan— que, por supuesto, vive en EE.UU. La postura que proponen estas series sobre el uso de indumentaria islámica, por tanto, es que es una obligación cultural y que la mujer, de poder, no haría uso de ella. En general, es complicado tener claro qué es lo correcto y qué no lo es, en un escenario donde la agencia individual, de existir, puede haberse visto coaccionada por la represión estructural inculcada desde la infancia. Sin embargo, se niega al público diversas representaciones de mujeres musulmanas con la cabeza descubierta, para conseguir evitar hacer añicos los estereotipos y tópicos seculares. Estas representaciones, como narraciones islamofobas, recrean el saber y, también, la realidad misma que refieren. Esto es peligroso porque casi no existe en el imaginario occidental otro modelo femenino más allá de esta reconstrucción. Defender una concepción de la mujer musulmana

como algo fijo e inalterable se convierte en un elemento de subordinación más, ya que, bajo una epistemología que se muestra como global, se devasta cualquier discrepancia y resulta contraproducente para los posibles modelos de subjetividad femenina que coexistan en el ámbito factual árabe-islámico.

Por último, relativa a la personalidad de los personajes femeninos, se insiste en que son sumisas y están sometidas. Es esta otra narrativa islamófoba tan frecuente en estas series de animación, como la de los personajes masculinos terroristas. La imagen de la mujer sometida, cubierta y obedeciendo al marido, aparece hasta el verdadero hartazgo, pero sobre todo en los escenarios de contextos árabe-islámicos donde podemos verlas siendo literalmente pisoteadas por los hombres³⁶.

5. La lengua o el genocidio lingüístico del idioma de la otredad

El aspecto lingüístico, es especialmente significativo, a pesar de haber elegido específicamente quince capítulos de temática árabe-islámica, en ninguno de ellos se hable árabe. Si se considera que el idioma es un modo de mirar, de entender el mundo; las series a examen que optan por esta ausencia representacional prefieren entender y mirar el mundo desde sus propios parámetros. Los nombres de los comercios aparecen en inglés³⁷, ni siquiera en ambas lenguas, como podría ser perfectamente el caso de los *Burger Kings* reales de Oriente Medio que, si bien no siempre aparecen únicamente en árabe en los carteles, sí suelen combinar las dos gráficas. Lo mismo hemos comprobado que sucede con la compañía área de Arabia Saudí, cuyos verdaderos aviones contemplan ambas gráficas³⁸. Y, así, a través de esta ausencia, se hace ver a la audiencia que “lo árabe” rechaza todo aquello que le es propio —su idiosincrasia—, y que pretende (des)racializarse para lo cual decide escoger los modos culturales del grupo dominante. Tal y como afirmó Fanon, el “negro antillano será más blanco, es decir, se aproximará más al verdadero hombre, cuanto más suya

haga su lengua francesa" (2009: 44).

Con todo, hay excepciones que, a pesar de ello, no abundan en lo factual. En un par de ocasiones se puede escuchar: "Salam malecum"³⁹, pero el saludo árabe suena muy diferente en la realidad —[as-salam alaykum]— una caricaturización del árabe que, casi convertida en tópico de tan reiterada, ha sido denominada por algunas voces investigadoras como "codificación racial de los acentos" (Giroux, 2001: 113).

El resto de escenificaciones idiomáticas también responden al absurdo. Algo parecido a árabe en *American Dad!* grita un tendero de un zoco saudí cuando le tiran su mercancía⁴⁰, pero no es árabe, ni ningún otro idioma. O en *Los Simpson*, cuando Lisa cree que su padre, Homer, se ha convertido al islam, al encontrárselo tumbado en una alfombra y escucharlo enunciando palabras inentendibles en lo que ella cree que es árabe⁴¹. También nombran algún plato típico, como el que aparece en *American Dad!*⁴², aunque realmente tampoco es árabe sino una jerigonza sin sentido, o en Padre de Familia, que hablan de otro plato típico, *fooshnooks*, en una lengua árabe que tampoco es tal y que describe Mahmud como "un pollo al que se ha gritado durante dos horas y luego es atropellado por un Mercedes". Tras probarlo, Peter asegura que "puedes realmente saborear el miedo en la carne"⁴³.

Terminamos este apartado dedicado a la lengua con una escena del capítulo "Recetas de media noche" de *Los Simpson*. Homer se dedica al contrabando de medicamentos desde Canadá y nunca lo habían detenido en la frontera, su aspecto americano, les había granjeado la confianza de la policía fronteriza. Sin embargo, en uno de los viajes que realiza con uno de sus amigos, de tez morena, éste se quema bebiendo café y se pone a emitir sonidos extraños — más bien de queja y lamento— por su lengua malherida. Flanders, el vecino de Homer, decide cubrirle la cabeza con una toalla húmeda para refrescarlo. De esa guisa, emitiendo sonidos incomprensibles, una toalla en la cabeza a modo de turbante y tez morena, el policía fronterizo lo

tuvo claro: "Deténgalo, está expresando libremente su fe"⁴⁴. En ese momento, seis integrantes de la policía montada, totalmente armados, rodea el coche.

Todo lo anterior muestra, pese a la gracia que nos pueda hacer lo picaresco, cómo se llevan a cabo invenciones de una lengua para el uso y disfrute de productos culturales pseudo-temáticos, esto es, para capítulos sobre el mundo árabe-islámico. En honor a la verdad, se podría argüir que el mundo de la cultura ha inventado lenguas en muchas otras ocasiones, imposible no pensar en Tolkien y su sindarín o élfico gris, en el dothraki de George R. R. Martin o hasta en el parsel de Rowling, pero lo incendiario de los ejemplos expuestos con anterioridad es que no inventan un idioma nuevo, sino uno que ya existe.

6. Conclusiones

El análisis de las tres series elegidas, sus quince capítulos temáticos y sus más de trescientos minutos de duración, ponen sobre la mesa mediante un peligroso patrón de estereotipos que la nociva tendencia iniciada por Hollywood en la década de los 60 de representar al mundo árabe-islámico, y a la mayoría de las minorías etnoraciales, con imágenes peyorativas de sus hábitos y costumbres, sigue vigente (Shaheen, 2001). La muestra seleccionada evidencia, asimismo, el innegable etnocentrismo occidental sobre la percepción de las verdaderas personas árabes y/o musulmanas de los que hace uso el medio televisivo, representa una violación de los derechos constitucionales de la libertad de elegir y practicar la religión que se quiera y rebaja, qué duda cabe, los principios de justicia social que propician reacciones negativas de la sociedad en general. A través de este material audiovisual se ha evidenciado claramente la narrativa islamófoba de la que es víctima tanto el "otro" como la "otra" de contexto árabe-islámico. Desde luego, lejos se encuentran sus creadores de un acercamiento bajo el amparo de una ciencia etnológica crítica, pues no hay un deseo expreso de conocer la realidad de la otra

cultura. Sino más bien, se concentran en recrear una y otra vez los prejuicios y tópicos bajo un gran repertorio que parece no albergar fin.

Las imágenes que transmiten estas series de animación son enormemente simplistas y falseadas y, sin lugar a dudas, vinculadas estrechamente a la política y, más aún, en el contexto estadounidense. El conflicto palestino-israelí, en el que EE.UU. ha apoyado inequívocamente a Israel, el embargo árabe del petróleo en la década de los 70, la revolución iraní, el atentado contra las Torres Gemelas o la guerra de Iraq, condicionan la proyección que de la sociedad árabe-islámica dan los medios. De esta forma se conecta la política y el espectáculo con el objetivo de vilipendiar a una sociedad a través de estereotipos degradantes que roban la humanidad a un pueblo entero. Pues, tal y como advierten Quin y McMahon, sólo son víctima de la estereotipia aquellos que para la comunidad representan un problema, una molestia o algún tipo de amenaza (1997: 146).

La islamofobia, en la actualidad, es un desafío social, político y también cultural. Así, desenmascarar las narrativas islamofobas de estos productos destinados al gran público, poner al descubierto el modo en que se producen y denunciarlo, es una de las posibles vías que posibilitan su subversión y, curiosamente, es a través de todas estas escenas difamatorias que podemos saber no cómo son las personas árabes y/o musulmanas reales, sino ejemplificar el uso de una tiranía visual que se transmite a través de los medios de comunicación y que tan notable influencia tienen en la creación de la opinión pública.

Notas

1. En el original en inglés: “*They 'know' such a persona in somewhat the same way they know their chosen friends: through direct observation and interpretation of his appearance, his gestures and voice, his conversation and conduct in a variety of situations*”.

2. En este punto incide el artículo de Edward Schiappa, Peter B. Gregg y Dean E. Hewes, “The

Parasocial Contact Hypothesis” en *Communication Monographs*, Vol. 72, No. 1, 2005, pp. 92–115.

3. Learmont, M. (2006, Diciembre 14). “PTC unhappy with TV’s religious stereotypes”. *Variety*. Recuperado el 16 de mayo de 2017 desde <http://variety.com/2006/scene/markets-festivals/ptc-unhappy-with-tv-s-religious-stereotypes-1117955772/>

4. Véase “«Los Simpson» son buenos católicos... según el Vaticano”. (2010, Octubre 18). *Religión Digital. Información religiosa de España y el mundo*. Recuperado el 16 de mayo de 2017 desde <http://www.periodistadigital.com/religion/vaticano/2010/10/18/religion-iglesia-simpson-vaticano-catolicos-islam-evangelicos.shtml>

5. Las múltiples reposiciones a las que hacemos referencia son las que consiguen que este trabajo goce de plena actualidad, incluso, décadas después de su primera emisión. Y es que no sólo siguen las tres animaciones emitiéndose sino que, como recogen los datos de Atresmedia en España con fecha de enero de 2016, los 552 capítulos de las 25 primeras temporadas se han emitido unas 19.600 veces en Antena 3 y Neox. Esto es, cada capítulo se ha emitido de media unas 35 veces. Véase Rubio, J. (2016, Enero 29). “Hemos podido ver un episodio de ‘Los Simpson’ una media de 36 veces”. *El País*. Recuperado el 16 de mayo de 2017 desde https://verne.elpais.com/verne/2016/01/29/articulo/1454071133_965314.html

6. Véase “Acusan a ‘Los Simpson’ de islamofóbica en el Reino Unido”. (2009, Enero 14). *FormulaTV*. Recuperado el 16 de mayo de 2017 desde <http://www.formulatv.com/noticias/10009/acusan-a-los-simpson-deislamofobica-en-el-reino-unido/>

7. Rey, N. (2009, Enero 16). “Homer «Matamoros Simpson»”. *El Mundo*. Recuperado el 16 de mayo de 2017 desde <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/01/15/telettridente/1232044989.html>

8. Véanse las webs Animated TV Show and Islamophobia o el blog Studies in Popular Culture, asociado a un curso impartido por la Koç University.

9. Véase "Aberrante montaje de 'Padre de Familia' con los atentados de Boston". (2013, Abril 18). *EuropaPress*. Recuperado el 16 de mayo de 2017 desde <http://www.europapress.es/chance/tv/noticia-aberrante-montaje-padre-familia-atentados-boston-20130418132740.html>
10. El-Rashidi, Y. (2005, Octubre 14). "D'oh! Arabized Simpsons Aren't Getting Many Laughs". *The wall street journal*. Recuperado el 16 de mayo de 2017 desde https://www.wsj.com/article_email/SB112925107943268353IMyQjAxMDE1MjE5NDIxNTQxWj.html
11. Ver capítulo "Stan de Arabia Parte I" (cap. 12, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox (7'45").
12. Ver capítulo "Stan de Arabia Parte I" (cap. 12, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.
13. Ver capítulo "Negocio duro" (cap.16, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.
14. Moreno, A. (2013, 11 de marzo). "Un informativo danés utilizó una imagen del videojuego «Assasin's Creed» para ilustrar un reportaje sobre Siria". *FormulaTV*. Recuperado el 16 de mayo de 2017 desde http://www.formulatv.com/noticias/29876_informativo-danes-utilizo-imagen-videojuego-assasins-creed-reportaje/
15. Nos referimos a «Occidente» de la misma manera que podríamos hablar de «Oriente», no porque tratemos de ceñir estos términos a una perspectiva esencialista, sino porque ambos son conceptos especialmente vagos y, por ello, en sí mismos entes ficticiales transformados en estereotipos.
16. Ver el capítulo "Inseguridad Nacional" (cap. 6, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.
17. Ver capítulos: "Inseguridad Nacional" (cap. 6, T.1) y "Stan de Arabia Parte II" (cap.13, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox. También el capítulo "Recetas de media noche" (cap.6, T.16), *Los Simpson*, 20th Century Fox.
18. Ver capítulo "Piloto" (cap.1, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox (4'01").
19. Ver capítulo "Turban Cowboy" (cap. 15, T.11), *Padre de Familia*, 20th Century Fox (14'56").
20. Ver capítulo "Turban Cowboy" (cap. 15, T.11), *Padre de Familia*, 20th Century Fox (14'01").
21. Ver capítulo "Turban Cowboy" (cap. 15, T.11), *Padre de Familia*, 20th Century Fox (14'06").
22. Ver capítulo "Turban Cowboy" (cap. 15, T.11), *Padre de Familia*, 20th Century Fox (2'06").
23. Ver capítulo "Inseguridad Nacional" (cap. 6, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox (4'22").
24. Ver capítulo "Salvar al soldado Brian" (cap. 15, T.5), *Padre de Familia*, 20th Century Fox (10'48").
25. Ver capítulo "Mypods y dinamita" (cap.7, T.20), *Los Simpson*, 20th Century Fox (10'48").
26. Ver capítulo "Mypods y dinamita" (cap.7, T.20), *Los Simpson*, 20th Century Fox (11'09").
27. Ver capítulo "Homerland" (cap.1, T.25), *Los Simpson*, 20th Century Fox.
28. Ver capítulo "Vuelta al piloto" (cap. 5, T.10), *Padre de Familia*, 20th Century Fox.
29. Ver capítulo "PTV" (cap. 14, T.4), *Padre de Familia*, 20th Century Fox (0'26").
30. Ver capítulo "Bush viene a cenar" (cap.10, T.2), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.

31. Ver capítulo "Stan de Arabia Parte I" (cap. 12, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.
32. Para un análisis pormenorizado de este mecanismo generalizador y dinamizador de pluralidades identitarias a través del uso de la ropa en las ficciones occidentales, véase Romero Morales, Yasmina, 2015.
33. Ver capítulo "Stan de Arabia Parte II" (cap.13, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox (2'04").
34. Ver capítulo "Piloto" (cap.1, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox (4'15").
35. Ver capítulo "Salvar al soldado Brian" (cap. 15, T.5), *Padre de Familia*, 20th Century Fox.
36. Ver capítulo "Stan de Arabia Parte II" (cap.13, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.
37. Ver capítulos: "Stan de Arabia Parte I" (cap. 12, T.1) y "Stan de Arabia Parte II" (cap.13, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.
38. Ver capítulos: "Stan de Arabia Parte I" (cap. 12, T.1) y "Stan de Arabia Parte II" (cap.13, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.
39. Ver capítulos: "Stan de Arabia Parte I" (cap. 12, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox (19'39") y "Mypods y dinamita" (cap.7, T.20), *Los Simpson*, 20th Century Fox (9'58").
40. er capítulo "Stan de Arabia Parte II" (cap.13, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox
41. Ver capítulo "Homerland" (cap.1, T.25), *Los Simpson*, 20th Century Fox.
42. Ver capítulo "Stan de Arabia Parte I" (cap. 12, T.1), *American dad!: Padre made in USA*, 20th Century Fox.
43. Ver capítulo "Turban Cowboy" (cap. 15, T.11), *Padre de Familia*, 20th Century Fox (10'56").
44. Ver capítulo "Recetas de media noche" (cap.6, T.16), *Los Simpson*, 20th Century Fox (14'10").

Referencias Bibliográficas

- Althusser, L. (2005). *Ideología y aparatos ideológicos de estado: Freud y Lacan*. Buenos Aires: Nueva Visión Argentina.
- Analuisa, A. X. (2015). *La construcción de estereotipos sobre la familia tradicional en el programa de dibujos animados "Los Simpsons"*. Quito: Universidad Central de Ecuador.
- Astruc, A. (1980). "Nacimiento de una nueva vanguardia: la Cámara-Stylo". En Romaguera i Ramio, J. & Alsina Thevenet, H., *Fuentes y documentos del cine*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Chacón, P. & Sánchez-Ruiz, J. (2009). "La estructura familiar de Los Simpsons a través del dibujo infantil". *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 14(43), 1129-1154.
- Fanon, F. (2009). *Piel negra, máscaras blancas*. Madrid: Akal.
- Feltmate, D. & Brackett, K. (2014). "A Mother's Value Lies in Her Sexuality: The Simpsons, Family Guy, and South Park and the Preservation of Traditional Sex Roles". *Symbolic Interaction*, 37(4), 541-557.
- Giroux, H. A. (2001). *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación

Germán Sánchez Ruipérez

- Grandío, M. (2008). "Series para ¿menores? La realidad que transmite la ficción. Análisis de 'Los Simpsons'". *Sphera Pública, Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 8, 157-172
- Horton, D. & Wohl, R. (1956). "Mass communication and para-social interaction". *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes*, 19, 215-229.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- Martín Correa, J. P. (2006). *Detrás de los Simpson*. Madrid: Ediciones del Laberinto.
- Quin, R. & McMahon, B. (1997). *Historias y estereotipos*. Madrid: Ediciones la Torre.
- Reig, R. & Mancinas, R. (2010). "Dibujos animados: estereotipos de género". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 111, 79-83.
- Rodríguez, J. D. (2015) "Los Simpson y la representación política". *Revista Reflexiones*, 94, 1, 109-121.
- Romero, Y. (2015). Vestidas de *mora*: representación e identidad de la heterodesignación «mujer-musulmana» en la ficción española. En *Éticas de la Alteridad, Entorno al pensamiento de Gabriel Bello Reguera*, Madrid: Editorial Plaza y Valdés, 295-312.
- Sánchez, A. (2016). "Prólogo". *Combatir la islamofobia. Una guía antirracista*. Barcelona: Icaria, 5-9.
- Said, E. W. (1978). *Orientalism*. Nueva York: Pantheon.
- Shaheen, J. G. (2001). *Real Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*. New York: Olive Branch Press.

Sobre las autoras

Yasmína Romero Morales es Doctora en Estudios Filológicos (Universidad de La Laguna, 2016), Diploma de Estudios Avanzados en Estudios Árabes e Islámicos (Universidad de La Laguna, 2008) y, además, posee dos másteres: uno en Estudios Feministas, Violencia de género y Políticas de Igualdad (Universidad de La Laguna, 2009) y otro en Literatura Comparada y Crítica Cultural (Universidad de Valencia, 2018).

Natividad Garrido Rodríguez es Graduada en Filosofía (Universidad de La Laguna, 2015), posee el Máster de Investigación en Filosofía (Universidad de La Laguna, 2016) y actualmente se encuentra realizando el Doctorado Interuniversitario en Filosofía de la Universidad de La Laguna.

¿Citar como?

Romero, Y., & Garrido, N. (2018). Narrativas islamofóbicas y series de animación para adultos: una tiranía de lo visual. *Comunicación y Medios*, 27(37), 119-130. doi:10.5354/0719-1529.2018.48467

La construcción de los perfiles adolescentes en las series de Netflix *Por trece razones* y *Atípico*

The construction of the teenager profile on Netflix Tv Shows 13 Reasons Why and Atypical

Irene Raya

Universidad de Sevilla, Sevilla, España
iraya@us.es

Inmaculada Sánchez-Labela

Universidad de Sevilla, Sevilla, España
isanchez4@us.es

Valeriano Durán

Universidad de Cádiz, Cádiz, España
valeriano.duran@uca.es

Resumen

Los personajes adolescentes tienen una notable presencia en las series de televisión actuales y, especialmente, ocupando roles principales. En su construcción intervienen una serie de estereotipos reconocibles, aunque presentan también ciertos rasgos de los problemas y situaciones del público adolescente al que se dirigen. De esta manera, facilitan el proceso de identificación con los espectadores. Con el objetivo de reflexionar sobre la estereotipada imagen de los adolescentes en la ficción seriada, poner en valor la *Teen TV* estadounidense actual y abordar el universo serial de Netflix, en este trabajo se analizará a dos protagonistas de famosas series de la plataforma de VOD: Hanna Baker, de *Por Trece razones*, víctima de *bullying* en su instituto, y Sam Gardner, de *Atípico*, un adolescente con trastorno del espectro autista. Para ello, se les aplicará una plantilla de análisis de personajes de carácter cualitativo como persona y como rol basada en las teorías de los autores Francesco Casetti y Federico Di Chio, con la finalidad de conocer las dimensiones iconográficas, psicológicas, sociológicas y sexuales, así como las motivaciones y acciones de los personajes.

Palabras clave

Netflix; adolescentes; series de televisión; *Teen TV*; *Por Trece razones*; *Atípico*.

Abstract

Teen characters have a relevant presence in current TV shows, and, especially, playing the leading roles. Their construction involves a number of recognizable stereotypes, but they also include some characteristics of the problems and situations which are familiar to the teenager audience. In that way, they facilitate the process of identification with the viewers. With the aim of reflecting on the stereotyped image of teenagers in serial fiction, highlighting the current American 'Teen TV' and addressing the 'Netflix serial universe', two main characters of two famous series from the VOD platform will be analyzed in this paper: Hannah Baker from *13 Reasons Why*, a victim of bullying in her highschool, and Sam Gardner, from *Atypical*, a teenager with autism spectrum disorder. For that reason, a qualitative analysis template, based on Francesco Casetti and Federico Di Chio's theories, will be applied as a person and as a role, with the aim of learning the iconographic, psychological, sociological and

Keywords

Netflix; teenagers; television show; *Teen TV*; *13 Reasons Why*; *Atypical*.

1. Introducción

La consolidación de la llamada *Teen TV* en el siglo XXI se debe a una coyuntura específica de factores sociales, tecnológicos y económicos (Ross & Stein, 2008; Wee, 2008; García & Fedele, 2011a, 2011b). Entendida como categoría cultural genérica, el concepto comprende un amplio abanico de manifestaciones televisivas mundiales consideradas para adolescentes por su contenido, su *target*, su contexto de programación o sus datos demográficos de recepción (Ross & Stein, 2008: 4), y que además se convierte en uno de los "contenidos estrella del mercado mediático" (García & Fedele, 2011a: 134). En estas narrativas *teen*, que se producen en múltiples mercados internacionales, los adolescentes comparten un espacio de desarrollo común, comenzando su recorrido en el escuela, pasando por la universidad en algunos casos e integrándose incluso, en ocasiones, en el terreno laboral, por lo que la llamada "Generación Y"¹ experimenta de forma simultánea un proceso madurativo junto a sus personajes favoritos, siendo moldeados, física y socialmente, por estos productos de entretenimiento (Jinadasa, 2015).

Esta conexión generacional entre experiencia vital y ficcional motiva la realización del siguiente artículo, ya que la televisión *teen* es tradicionalmente un escenario ideal para la implantación y la consagración de estereotipos pero, a la vez, se erige como un espacio idóneo para reflejar el progreso y los cambios sociales, que pueden acabar afectando y moldeando a dichos estereotipos. Con la finalidad de descubrir cómo se retrata a los adolescentes, se realiza un análisis de caso de la primera temporada de las series *Atípico* y *Por trece razones*, distribuidas por Netflix, que se ha convertido en un crucial agente mediático en la televisión del siglo XXI.

2. Marco teórico

2.1. El perfil del adolescente en las series de ficción: representaciones estereotipadas.

El uso de los estereotipos en el proceso de caracterización de los personajes es recurrente y aunque aparecen con mayor frecuencia en las *sitcom* su presencia en las series de ficción también "son un recurso esencial para generalizar y reiterar atributos sobre grupos sociales contribuyendo a la creación, en el espectador, de prejuicios y opiniones predeterminadas" (Galán, 2006: 65). Para Martínez (1998), los estereotipos son bastante usuales y prácticos en los medios audiovisuales ya que actúan simplificando los atributos psicológicos de los personajes, sin llegar a definir rasgos complejos y destacando sus características más relevantes. 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 público precisa del estereotipo para comprender fácilmente al personaje y hacer predecible su conducta y comportamiento en un tiempo que no supera la hora y media (Martínez, 1998; Galán, 2006).

Son numerosas las investigaciones publicadas que prestan atención a la estereotipia desde diferentes perspectivas: la representación de género (Galán, 2007; Figueras-Maz, Tortajada & Arana, 2014), la homosexualidad (Masanet, Medina-Bravo & Ferrés, 2012), o el discurso amoroso (Medina & Rodrigo, 2009), y aunque se trata de un ámbito de estudio aplicado a todos los géneros de ficción, el fenómeno de las *teen series* es el que concentra el mayor volumen de trabajos. El interés por la adolescencia y la ficción ha merecido un notable interés por parte de la investigación a lo largo de varias décadas. Buckingham (1987), Fedele y García Muñoz (2010) y Bermejo (2012), entre otros, son algunos de los autores que han estudiado la relación entre la ficción y los adolescentes representados así como la contribución de estas series a la formación de la identidad adolescente.

En cualquier caso, e independientemente del género en el que se analice, tales representaciones muestran una función socializadora, ya que la audiencia encuentra en estos personajes modelos de identificación y comparación que

pueden repercutir en la construcción de sus valores, creencias o actitudes (Hoffner & Buchanan, 2005; Medrano & Martínez, 2012). Tal y como afirman Masanet, Medina-Bravo y Ferrés (2012), la ficción se basa en temas creados a partir de la realidad pero que son ficticios. Para Sánchez (1997), la capacidad socializadora de la televisión se acentúa en función de cómo ésta responde a expectativas o necesidades de los receptores y también a la falta de experiencia del televidente sobre un tema en concreto. El modo de ser y hacer de los personajes estereotipados, involucrados en cualquier temática desconocida para el público, supone un acercamiento a partir del cual éste experimenta y reflexiona. Por ello, es importante controlar cómo se construyen los personajes. Sus modos de actuación y las consecuencias de sus acciones suponen un referente para la audiencia y un modo de ver la realidad.

A través de la ficción se exponen temas ante los cuales la opinión pública puede mantenerse indiferente, ambivalente o contraria. El riesgo que se corre es el de concentrarse en esquemas estereotipados que van condensando un conjunto de contenidos unitarios y simplificadores (Medina & Rodrigo, 2009: 85).

2.1.1. El perfil del adolescente representado en las series de ficción norteamericanas

Tal y como se viene exponiendo, los estudios sobre la representación de los adolescentes en la ficción se han convertido en una de las líneas básicas de investigación, junto con la recepción y los efectos, por considerarse un público vulnerable y crítico a la vez, ante determinadas ideas e imaginarios representados. Signorielli (1987), tras los análisis realizados entre los años 1969-1985, demuestra que la población adolescente aparecía relacionada con la violencia y la delincuencia. Mientras que las mujeres jóvenes eran mostradas como víctimas, ellos eran representados como perpetradores de los actos violentos. Sin embargo, Lacalle (2013) defiende que estos aspectos parecen haber evolucionado. Muestra de ello son los resultados de la investigación realizada por Heintz-Knowles (2001) sobre la representación de la población adolescente ju-

venil en la programación de ficción seriada estadounidense emitida en horario de máxima audiencia. En este trabajo la investigadora resalta una mayor presencia de personajes femeninos frente a los masculinos y todos ellos ubicados en espacios educativos. Las temáticas representadas giraban en torno a problemas sentimentales, de amistad, además de familiares e intergeneracionales. En conjunto, la representación de los jóvenes mostraba aspectos claramente positivos, como el sentido a la lealtad y la compasión, aunque también aparecían otros negativos como la utilización del estereotipo de los jóvenes egoístas o la falta de tramas que fueran más allá de las sentimentales (Heintz-Knowles, 2001: 21). El estudio de Moseley (2001), se mueve entre las mismas aristas: las series juveniles de éxito se basan en los temas que afectan a los jóvenes en su vida real, como la amistad, el amor, el sexo y la transición hacia el mundo adulto. Además, la autora destaca el número significativo de series que utilizan personajes con poderes sobrenaturales para explorar el impacto de la otredad en las relaciones personales y comunitarias de los jóvenes. A pesar de estos datos, Davies y Dickinson (2004) comentan que la ficción representada por jóvenes se encuentra anclada en una representación emocional de sus personajes adolescentes basada en su lucha por establecer relaciones sexuales y sociales. En relación a esto, y desde un punto de vista psicosocial, Havighurst (1972) defiende que los adolescentes tienen como objetivos conseguir un rol social y sexual masculino o femenino y formar parte de relaciones nuevas y más maduras con compañeros de la misma edad y de ambos sexos. Además, Davies y Dickinson (2004) continúan exponiendo que las series dirigidas a este público muestran personajes demasiado sofisticados para su edad y que "la ficción juvenil sigue las convenciones del melodrama y la soap opera, tradicionalmente asociadas a un público femenino" (Davies & Dickinson, 2004: 136). Ante esta afirmación, Jenner (2011) recomienda no generalizar y puntualiza que para aceptar tal conclusión es necesario hacer una distinción entre las *teen soap* y las *supernatural teen series*.

Por su parte, Guarinos (2009) afirma que en su mayoría las series norteamericanas están basa-

das en el proceso hacia el éxito de los personajes, como el ejemplo paradigmático de Hannah Montana. El prototipo general que se ofrece es el de un chico o chica joven preocupado por la belleza exterior, blanco o negro, pero integrado en su grupo de iguales. La importancia de la belleza externa está asociada al amor, a la aceptación del grupo y al éxito pero también con el valor de la bondad, puesto que los que se representan como villanos o villanas suelen ser ridículos por sus comportamientos excesivos y caricaturescos en cuanto a su apariencia. Son desconocedores del sexo, la homosexualidad, y el alcohol y las drogas son temas tabúes. Son personajes que practican una competitividad que se acompaña con un alto sentido de culpa y arrepentimiento. Son triunfadores. Los personajes negativos quieren el éxito sin el esfuerzo salvo que se derive de las artimañas, pero nunca lo consiguen, pues triunfa la justicia y el mérito personal basado en el trabajo duro. Son personajes que se ven envueltos en un triángulo amoroso donde dos chicas luchan por un chico, representando un comportamiento patriarcal.

Galán (2007) y Belmonte y Guillamón (2008), denuncian que pese a una aparente modernidad, los productos culturales-televisivos siguen siendo portadores de discursos y reproducen modelos de desigualdad para la construcción de identidad de sus jóvenes espectadores.

2.2. La Teen TV estadounidense del siglo XXI: las series como reflejo de problemáticas sociales

Durante la década de los noventa se produce una significativa apertura del mercado televisivo estadounidense, provocada por la consagración del cable y por la aparición progresiva de nuevos canales en abierto, que descubren al espectador adolescente como un nicho de audiencia atractivo para los anunciantes (Cascajosa, 2005; Wee, 2008). En este contexto discursivo empiezan a producirse dramáticos de entretenimiento para adolescentes, especialmente en los canales The WB, Fox y UPN, centrados en principio en ofrecer representaciones poco conflictivas, como la que presenta la exitosa *Sensación de*

vivir (Beverly Hills. 90210, Fox: 1990-2000), en la que el protagonismo narrativo recae en las relaciones afectivas de un grupo de adolescentes atractivos, populares y ricos. Tal y como había hecho habitualmente el cine durante décadas, la televisión de los 90 muestra la estratificación social como un problema nimio, el *bullying* como una práctica consentida y los adolescentes como personas frívolas y desenfadadas (García, 2011).

No obstante, la revolución tecnológica del siglo XXI influye en la percepción que el espectador adolescente tiene de la realidad, pues además de que "su sabiduría generacional que le permite contactar con nuevas pantallas" (Guarinos, 2009: 205), también le permite conectar con nuevas verdades y adelantos sociales que empieza a demandar en televisión. Siguiendo la tendencia de integración vertical de las grandes corporaciones mediáticas, en el año 2006 los canales The WB y UPN dejan de competir, se fusionan y se convierten en The CW, concentrando esfuerzos para atraer a un público juvenil sin esa distinción de género primigenia, y especialmente centrados en crear producciones de entretenimiento inscritas en el subgénero "*supernatural teen television genre*" (Diviny, 2016), tales como *El círculo secreto (The Secret Circle, CW: 2011-2012)*, *Crónicas vampíricas (The Vampire Diaries, The CW, 2009-2017)* o *Los 100 (The 100, CW, 2014-)*. Aunque estas series plantean escenarios inverosímiles, comienzan a reflejarse en algunas de ellas importantes cambios sociales, como la normalización de la orientación sexual, que son reconocidos y aplaudidos por la audiencia, posibilitando un amplio debate en las redes sociales y generando comunidades *fandom* alrededor de determinados protagonistas LGTB, como sucede con Clarke y Lexa en *Los 100* (Guerrero, Establés & Ventura, 2017); otro caso relevante lo propone la serie de hombres lobo *Teen Wolf* (MTV: 2011-2017), pues a diferencia de otras ficciones sobrenaturales juveniles que utilizan escenarios inverosímiles para justificar la presencia de coerción sexual y violencia manifiesta, como por ejemplo la saga *Crepúsculo*, la serie desarrolla positivamente temas como la libertad sexual o la necesidad de consentimiento sexual explícito (Kendal & Ken-

dal, 2015), así como realiza una interesante relectura del concepto de virilidad.

En esta línea, algunas series *teen* del siglo XXI pretenden dar una visión más realista y menos estereotipada de los adolescentes y sus procesos de maduración, conscientes de la capacidad reflexiva que permiten este tipo de ficciones². Un ejemplo paradigmático que sirve de referencia lo propone *Es mi vida* (*My So Called Life*, ABC: 1994-1995), pues aborda la adolescencia desde una perspectiva transgresora, ya que además de estar protagonizada por adolescentes poco populares en su entorno social, retrata problemáticas coyunturales de los 90, tales como la definición de la orientación sexual, el consumo de drogas, el uso de armas entre menores, la sexualidad juvenil, la importancia del núcleo familiar en la formación de la identidad o la necesidad de aceptación social. Se propicia la representación de adolescentes menos bidimensionales y también el arraigo de nuevos estereotipos más marginales en la historia televisiva, como el *geek*, el *nerd*, el *freak* y el 'adolescente invisible', que se erigen como protagonistas de sus ficciones (García, 2011). En palabras del investigador García (2011: 180), la celebración de la individualidad y la diferencia es una de las razones fundamentales del éxito de *Dawson crece* (*Dawson's Creek*, WB: 1998-2003), puesto que su protagonista, Dawson, es un *geek*, obseso del cine, inadaptable por voluntad propia y condescendiente con sus compañeros más populares, mientras que la coprotagonista, Joey Potter, podría considerarse una *nerd* atípica. Para explorar asuntos más controvertidos, otras propuestas añaden algún componente temático adicional, como es el caso de *Verónica Mars* (*Veronica Mars*, UPN: 2004-2006; The CW: 2006-2007), que fusiona la vida de una adolescente, marginada por sus compañeros y víctima de un abuso sexual, con su labor como investigadora privada durante su tiempo libre; la dualidad como personaje favorece la introspección sobre otros asuntos más adultos en los que Verónica se ve envuelta como detective, tales como la violencia machista, los abusos sexuales, el maltrato infantil, el *bullying*, el clasismo y los límites de la privacidad. Entre estas producciones merece también una mención especial la serie musical *Glee* (Fox: 2009-2015), protagonizada

por un grupo heterogéneo de adolescentes, en la que además de potenciarse la visibilización de la pluralidad racial y presentar un personaje regular con diversidad funcional, es un ejemplo clave en normalización del colectivo LGBT (Sarkissian, 2014).

Consciente del poder de atracción que los adolescentes tienen en la audiencia juvenil y la pluridimensionalidad con la que pueden ser representados, la cadena de vídeo bajo demanda Netflix aprovecha este nicho de mercado lanzando producciones protagonizadas por adolescentes en las que también tiene gran peso la reflexión sobre problemáticas actuales como la anorexia, el impacto de las redes sociales en la vida real, el *bullying* o la diversidad funcional. Lo que será analizado de forma más concreta a continuación.

2.3. Netflix y su producción

Con apenas veinte años, Netflix se ha convertido en un referente en la industria del entretenimiento audiovisual. La clave de su éxito se debe a tres elementos: un modelo de negocio orientado a la demanda, una política de relaciones con los públicos y una estrategia de internacionalización. La compañía ofrece un amplio catálogo de series de televisión, y de películas, que los espectadores pueden consumir mediante *streaming* previo pago de una suscripción mensual (Ojer & Capapé, 2012), que suele ser bastante económica y flexible, especialmente para el público joven. Así, "su modelo de negocio audiovisual se basa en un contenido atractivo y en una fórmula de monetización interesante para el usuario" (Izquierdo, 2015: 820). Esto ha propiciado nuevas formas en el consumo tradicional de los productos audiovisuales, marcadas por la autonomía del espectador y el protagonismo de Internet. Por ello, Netflix es la empresa pionera en la distribución de contenidos audiovisuales *online*.

Aunque apareció en 1997 en Scotts Valley (California) como tienda *online* de alquiler y venta de DVDs, no tardó en considerar nuevas posibilidades, como el *streaming*, que en 2007 empezó a convertirse en su principal actividad. La

entrada en este mercado fue considerada como una estrategia para competir con la poderosa empresa Blockbuster, pero, años más tarde, y contra todo pronóstico, superó "al que había sido hasta entonces el mayor conglomerado de la historia norteamericana con derechos en contenidos audiovisuales" (Del Pino & Aguado, 2012: 1490-1491).

En 1998 Netflix suprimió el servicio de venta, y, al año siguiente, inició otro basado en la suscripción mensual mediante el alquiler de DVDs ilimitados; una iniciativa que revolucionó el mercado del videoclub al firmar acuerdos con algunos de los principales estudios de cine y distribuidoras (Ojer & Capapé, 2012). Así, en el año 2000 apareció una de sus principales novedades, el sistema de calificación y recomendación de sus usuarios, que sigue siendo un referente de consumo para otros (Heredia, 2017) y una de sus señas de identidad. "La ampliación del catálogo, la comodidad del servicio de suscripción, el aumento de centros distribuidores así como la personalización del servicio fueron elementos relevantes en esta etapa que conllevaron un aumento en el número de suscriptores año a año" (Ojer & Capapé, 2012: 195).

El *streaming* y el video bajo demanda han marcado el itinerario de su segundo periodo. Esto permitió una ampliación del negocio que partió de la idea en 2007 de ofrecer a los inscritos el acceso al visionado de una hora de video por cada dólar que pagaban en su cuota, multiplicando el número de abonados y el consumo de sus productos. Por ello, Netflix decidió a finales de 2011 aportar contenidos originales, especialmente televisivos. La primera serie propia que produjo y estrenó fue *House of Cards* (2013-) –la primera realizada para una plataforma web de alto presupuesto y calidad–, mientras que *Beast of no Nation* (Cary Joji Fukunaga, 2015), fue su filme inaugural y se estrenó simultáneamente en las salas y en su plataforma (Heredia, 2017). La corporación su-pone un potente tercer modelo televisivo –que se suma a los ya existentes generalista y temático–, en el que se da una convergencia plena entre la televisión e Internet.

Este modelo basado en suscripciones o pago por contenidos ha evidenciado una pujante forma de consumo televisivo: la elección de lo que uno quiere ver frente a lo que la televisión emite en cada franja horaria. Esta modalidad, que da al espectador autonomía con respecto al modelo generalista, no ha tardado en ser imitada por gigantes de la industria como Apple, Amazon, Google, Hulu –el portal donde se concentran las series de FOX, NBC y ABC–, o HBO Go, que es la plataforma a la carta y de pago de HBO. Así, "estos nuevos aires de cambios que se vislumbran en Estados Unidos se deben principalmente a apuestas innovadoras y efectivas como las que ha hecho *Netflix*" (Del Pino & Aguado, 2012: 1490). En cuanto a sus productos, la corporación necesita tener una flexibilidad en la contratación "que le permita modificar su catálogo en función del consumo de sus suscriptores" (Izquierdo, 2015: 823). Esto influye también en sus series enfocadas a un público joven y adolescente, un *target* que se rige por la inmediatez y se siente atraído por la multiplicidad de pantallas.

Algunas de las más representativas que han tratado problemas presentes en los adolescentes son *Degrassi: Next Class* (*Degrassi: Next Class*, 2017-), que se desarrolla en un instituto y se centra en un grupo de amigos marcados por conflictos generacionales, familias disfuncionales, enfermedades mentales, acoso, consumo de drogas u homosexualidad; o *Queridos blancos* (*Dear White People*, 2017-), protagonizada por varios estudiantes negros que cuestionan el racismo y la injusticia social en un instituto de secundaria dominado por blancos. También destacan las películas *Hasta los huesos* (*To be Bone*, Marti Noxon, 2017), drama donde la adolescente protagonista, Ellen, sufre anorexia y se somete a varias terapias de rehabilitación, o *The Duff* (Ari Sandel, 2015), comedia en la que la protagonista, Bianca, es víctima de su imagen y lucha por cambiarla para obtener el reconocimiento y la popularidad de su entorno.

En el éxito de Netflix ha resultado determinante el contexto actual de transformaciones en el consumo y la producción de las narrativas audiovisuales. A este respecto, la caída de las grandes

audiencias televisivas, la tendencia a la fragmentación de los públicos, la difusión de las redes sociales o la nueva actitud de los espectadores para generar sus propios ritmos en los relatos, han tenido vital relevancia. Asimismo, los procesos de concentración empresarial que permiten la globalización de los productos audiovisuales también han desempeñado un importante rol.

3. Marco Metodológico

El objetivo principal de este estudio exploratorio es conocer la representación de los protagonistas adolescentes del panorama televisivo actual de ficción. Para ello, se ha tomado como muestra la primera temporada de dos series recientes de la plataforma Netflix protagonizadas por jóvenes y, a la vez, dirigidas a este público objetivo: *Por trece razones* (*13 Reasons Why*, 2017-) y *Atípico* (*Atypical*, 2017-). Ambas continúan aún en emisión y tienen un impacto global en este *target* debido a la rápida expansión que ha experimentado la compañía norteamericana en los últimos años y a su hegemonía como modelo televisivo, especialmente para los más jóvenes, y a la identificación y empatía que estos relatos producen en esta audiencia adolescente. Asimismo, se plantean los siguientes objetivos específicos: 1. Reflexionar sobre la construcción del personaje audiovisual y la estereotipada imagen de los adolescentes en las series de televisión actuales; 2. Analizar la *Teen TV* estadounidense en el siglo XXI para conocer cómo estas series reflejan los problemas sociales a través de sus personajes; 3. Examinar los personajes protagonistas de las series de televisión *Por trece razones* y *Atípico*, Hannah Baker y Sam Gardner, respectivamente, como casos representativos de este estudio.

Para ello, se ha empleado una metodología de carácter cualitativo-descriptivo. Así, en primer lugar, se ha procedido a una revisión bibliográfica que se ha centrado en los seres de ficción de las series de televisión, y, en concreto, en los estereotipos sobre los que se construyen. En este ámbito, resultan oportunas las aportacio-

nes de autores españoles y extranjeros –en particular del mundo anglosajón–, especializados en este tema, como Lacalle (2013), Guarinos (2009), Galán (2007 y 2006) o Martínez (1998), en el primer caso, o Davies y Dickinson (2004), Heintz-Knowles (2001) y Moseley (2001), en el segundo. Además, también se ha realizado una aproximación a las series de televisión actuales enfocadas a un público adolescente –sobre todo en Estados Unidos–, ámbito en el que han resultado interesantes las investigaciones de expertos como Diviny (2016), Sarkissian (2014), García (2011a) o Cascajosa (2005).

Debido a que las series que centran el presente estudio pertenecen a Netflix, en tercer lugar se ha indagado en la historia, la evolución y la configuración de esta corporación norteamericana. Para ello, los autores consultados han sido Izquierdo (2015), Ojer y Capapé (2012), Del Pino y Aguado (2012) y Heredia (2017), quienes han investigado diversos aspectos de las estrategias o las apuestas de la compañía. Así, en cuarto lugar, se ha procedido a un pormenorizado visionado de las dos series que se abordan, *Por trece razones* y *Atípico*, al contar con protagonistas adolescentes con problemas. Esto ha posibilitado el análisis de sus dos protagonistas, Hannah Baker y Sam Gardner, según la herramienta metodológica que se detalla a continuación.

Esta plantilla de análisis de personajes creada en 2009 por el Equipo de Investigación en Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales (AdMIRA) de la Universidad de Sevilla, está basada en las teorías de Casetti y Di Chio (2007). Se trata de un instrumento cualitativo que es heredero a su vez de las aportaciones de destacados narratólogos como Chatman (1990), Greimas o Propp, fundamentales en las investigaciones de narrativa audiovisual. La plantilla, que atiende a aspectos iconográficos, psicológicos, sociológicos y sexuales, y a otros relativos a las acciones, permite conocer la apariencia, el habla, el carácter, las relaciones, el pensamiento, los sentimientos, la evolución, el nivel sociocultural, o las motivaciones y las actuaciones de los seres de ficción, y, además, atiende a aspectos relativos a los estereotipos sobre los que estos

se construyen. Estos factores, empleados como indicadores en el análisis, verifican que "todo personaje viene definido por su ser (identidad, rasgos físicos, carácter, etc.) y por su hacer, por la conducta que desarrolla y por las relaciones que establece con otros personajes, lo que supone una serie de rasgos que lo individualizan" (Sánchez, 2000: 126). Con ello, se pretende apostar por una construcción del personaje como un ser procedente de la vida real, con las inquietudes, problemas y aspiraciones del público adolescente al que se dirige, para facilitar el proceso de identificación.

4. Resultados

Antes de pasar al análisis de los resultados tenemos que advertir que aunque cada personaje se construye en torno a una temática diferente, el *bullying* y el autismo, ambos representan problemáticas que afectan a la población juvenil en el periodo de edad de la adolescencia.

Para comenzar, es necesario señalar que tanto *Por trece razones* como *Atípico* son series americanas, dirigidas a un público joven, emitidas a través de la plataforma Netflix y pertenecientes al género drama y dramedia, respectivamente. Mediante sus episodios se narran historias que persuaden al público al que se dirige por la cercanía y actualidad que supone para éste los temas tratados: el *bullying* y el autismo.

A continuación se describe el perfil de los personajes protagonistas según los indicadores propuestos.

4.1. Iconografía y sexualidad

Hemos de destacar que aunque se trata de dos personajes diferentes éstos comparten características comunes: Hannah y Sam tienen la misma edad (17 y 18 años, respectivamente), y se hallan localizados en un mismo contexto: el instituto y su entorno más cercano son los escenarios en los que se desarrollan las tramas. A pesar de ello, y como ya mencionábamos,

cada uno representa un modo de ser y hacer diferente. En cuanto a la transformación física que sufren: se ha de destacar que Hannah, en la última parte de la temporada, transforma su imagen. El corte de pelo supone un punto de ruptura con su vida anterior. En el caso de Sam, consigue modificar levemente su peinado y decide comprarse su propia ropa; dos acciones poco radicales para cualquier joven, que, sin embargo, para sus parámetros encierra una gran complejidad. La sexualidad de ambos personajes es heterosexual.

4.2. Dimensión psicológica y sociológica de los personajes

En cuanto a la psicología: por un lado, Hannah se presenta como un personaje cuyo modo de actuación se contradice con su reflexión interna. Se muestra como una joven extrovertida, implicada y amable con sus compañeros/as pero continuamente piensa que no encaja en su grupo de iguales. Con Sam Gardner detectamos lo contrario. Se trata de un personaje el cual, dada su enfermedad, tiene poca relación con sus compañeros/as. Es introvertido con una gran dependencia de sus progenitores. Sus sentimientos son consecuencia de la realidad que vive, pues sufre conflictos internos ya que no halla conexión entre sus deseos y la realidad. En cuanto a los objetivos y metas, ambos personajes coinciden en la búsqueda del apoyo de una persona cercana. En el caso de Hannah, anhela una amistad verdadera; Sam, por su parte, pretende encontrar pareja. El deseo de compartir y ser entendido por otros se convierte en el nexo común de ambos personajes.

Desde un punto de vista sociológico: resulta necesario resaltar los conflictos externos vividos por cada personaje. Hannah es víctima de *bullying*. En la serie *Atípico* esta problemática también está presente aunque no de un modo destacado. Aun así, es preciso señalar que en el caso de *Atípico*, Sam es continuamente protegido por su hermana, que también defiende a otras víctimas de *bullying*.

4.3. Roles, estereotipos y relaciones con otros personajes

En cuanto al rol que desempeñan: tanto Hannah como Sam son estudiantes de instituto que buscan su sitio entre su grupo de iguales. Entre sus motivaciones hallamos similitudes: el deseo por tener una vida más plena. Hannah, con la intención de intentar crear un entorno tanto social como personal en el que encontrarse a gusto, da segundas oportunidades a quienes le hacen daño. Sam, del mismo modo, a pesar de pensar que el mundo es un lugar hostil sus deseos por obtener la vida deseada le hacen avanzar.

Estereotipos: Ambos personajes son estudiantes adolescentes. En el caso de Hannah, se trata de una chica disconforme con la situación que le rodea pero, a pesar de ello, no se representa como un personaje rebelde, sino todo lo contrario: es una chica prudente que no expresa externamente sus inquietudes o problemas. Sam, por su parte, se presenta como un personaje con diversidad funcional siendo compatible con los estereotipos de *nerd* y *freak*.

Hannah se relaciona con facilidad, tiene dificultad para mantener buena relación tanto con los chicos como con las chicas de su instituto; en cambio, Sam encuentra dificultad para relacionarse, pero mantiene buena conexión con aquellas personas con las que consigue relacionarse, tanto con hombres como con mujeres.

Se sabe que quien tiene más dificultades para entablar relaciones es Hannah. En cambio, Sam tiene conexión con personajes tanto masculinos como femeninos.

5. Conclusiones

Los resultados arrojados nos permiten prever una tendencia en cuanto a las temáticas representadas en las series de ficción. Así, se corrobora lo planteado por Moseley (2001), quien afirmaba que las series juveniles de éxito se basan en los temas que afectan a los jóvenes

en su vida real. Entendemos además, el compromiso de Netflix por visibilizar la problemática del *bullying* y el autismo como situaciones que provocan preocupación social en la actualidad. De este modo, tal y como afirmaban Sánchez (1997) y Masanet, Medina-Bravo y Ferrés (2012), determinadas representaciones ficcionales proyectan nuevas realidades las cuales influyen en los espectadores. Asimismo, estableciendo una comparación entre los personajes analizados y los antecedentes de las narrativas *teen* puede señalarse que el efecto de novedad de estos programas está relacionado con una actualización de la celebración de la individualidad y la diferencia en la adolescencia como uno de los temas característicos de algunos relatos *teen* desde la década de 1990.

Desde un punto de vista icónico, uno de los aspectos más reseñables es que ambos personajes emprenden acciones para cambiar su apariencia, pues consideran que la alteración de su aspecto físico puede motivar un cambio en la percepción de los demás y que puede transformar sus vidas. No obstante, estas modificaciones exteriores no están encaminadas a una apariencia más sexualizada, como sucede en otros productos *teen*³ sino a un planteamiento de mejora personal, de manera que la renovación tiene más que ver con un proceso de maduración que con una necesidad de reconocimiento externa. Debe señalarse asimismo que tanto Sam como Hannah son protagonistas heterosexuales, de raza blanca, y de clase media acomodada, por lo que cumplen los parámetros tradicionales que esconden la plasmación de la diversidad real (Galán, 2007; Belmonte & Guillamón, 2008).

En lo referente al planteamiento psicológico de los personajes, lo más significativo es la confrontación existente entre su propia reflexión interna y lo que se refleja exteriormente. En ese sentido, el desarrollo de personajes adolescentes con un complejo mundo interior debe valorarse positivamente, pues les confiere profundidad y los aleja de representaciones unidimensionales prototípicas. Esto entronca directamente con el reflejo de roles y estereotipos.

Tanto Hannah como Sam pueden adscribirse a modelos audiovisuales presentes en el imaginario colectivo, ella como estudiante de instituto y él como una fusión entre el arquetipo del *freak* y el *nerd*. Su tratamiento como personajes permite la exploración de problemáticas como la integración social, el despertar sexual, temas recurrentes en la ficción representada por jóvenes (Davies & Dickinson, 2004), o la responsabilidad de los adultos en la vida de los jóvenes. No obstante, en el caso de Sam, al mostrarse como una persona con un grado leve de autismo, puede simplificarse la diversidad real existente dentro del amplio espectro de diversidad funcional, ejemplificando un caso muy leve y prácticamente funcional.

Por otro lado, es muy significativo cómo en ambas series se evidencia la necesidad de apoyo exterior para la propia supervivencia, pues la individualidad y el aislamiento se convierten en los peores enemigos de Hannah y Sam, cuyo mayor deseo es establecer conexión con sus semejantes, por lo que el rol de sus familiares y amigos se vuelve esencial y determina sus distintos finales. Asimismo, se incide en la responsabilidad ineludible que las instituciones educativas tienen sobre sus alumnos, pues la falta de empatía acaba con la confianza de Hannah mientras que, justo en el sentido contrario, una iniciativa de integración innovadora permite que Sam asista al baile y disfrute de la experiencia.

En definitiva, concluimos que ambas series, emitidas por Netflix, ofrecen interesantes aproximaciones a la figura del adolescente ya que superan la plasmación bidimensional y permiten la exploración de temáticas sociales relevantes dentro de la coyuntura actual, aunque siguen adscribiéndose a un contexto cultural muy concreto, la experiencia educativa estadounidense, que puede percibirse como propia en nuestro contexto cultural globalizado.

Notas

1. Aunque el rango de años varía según el estudio, la "Generación Y", sucesora de la "Generación X", identifica a aquellos individuos nacidos entre los años 80 y los primeros años del nuevo milenio, nativos digitales acostumbrados a la continuos cambios derivados de la revolución tecnológica (Bolton et al., 2013).

2- Aunque este estudio se centra en el ámbito televisivo, se debe mencionar la influencia que tiene el cine de adolescentes de John Hughes *El club de los cinco* (*The Breakfast Club*, 1985), *Todo en un día* (*Ferris Bueller's Day Off*, 1986), por la celebración de la identidad como diferencia.

3. Este recurso narrativo se introduce habitualmente como actualización de la fábula de la Cenicienta. Es visible en *Grease* (1978) o *Alguien como tú* (*She's All That*, 1999).

Referencias Bibliográficas

- Belmonte, J. & Guillamón, S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Comunicar*, 31, 115-120. doi:10.3916/c31-2008-01-014
- Bermejo, J. (2012). Los personajes y las series de ficción en la vida de los y las jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 96, pp. 31-49. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista96_2.pdf
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Komarova, L. & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267. doi: 10.1108/09564231311326987.

- Buckingham, D. (1987). *Public secrets. Eastenders and its Audience*. Londres: BFI.
- Cascajosa, C. (2005). *Prime Time: las mejores series de TV americanas. De CSI a Los Soprano*. Madrid: Calamar Ediciones.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (2007). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Chatman, S.(1990). *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Madrid: Taurus Humanidades.
- Davies, G. & Dickinson, K. (2004). *Teen TV: Genre, Consumption & Identity*. London: BFI.
- Del Pino, C. & Aguado, E. (2012). Comunicación y tendencias de futuro en el escenario digital: el universo 'sisomo' y el caso de la plataforma Netflix. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 10(1),1483-1494. Recuperado de: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa9/113.Comunicacion_y_tendencias_de_futuro_en_el_escenario_digital-el_universo_sisomo_y_el_caso_de_la_plataforma_Netflix.pdf
- Diviny, C. (2016). "Supernatural Teen Television: Spiritual Lessons for Teen Viewers". En Kärjä, A.V, & Kärki, K. (eds.) *IIPC Publication Series 7*. Turku: International Institute for Popular Culture. Recuperado de: <http://iipc.utu.fi/holycrap/>
- Fedele, M. & García-Muñoz, N. (2010). El consumo adolescente de la ficción seriada. *Revista Vivat Academia*, 111, 48-65. doi: 10.15178/va.2010.111.47-64
- Figueras-Maz, M., Tortajada, I. & Arana, N. (2014). La erótica del 'malote'. Lecturas adolescentes de las series televisivas: atracción, deseo y relaciones sexuales afectivas. *Revista de Estudios de Juventud*, 106, pp. 49-62. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista106_3-la-erotica-del-malote.pdf
- Galán, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *Revista ECO-PÓS*, 9(1), 58-81. Recuperado de <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/9475>
- Galán, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar*, 28, 229-236. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=28&articulo=28-2007-28>
- García, P. (2011). Lo geek vende. Transformaciones de los topoi sobre el adolescente inadaptado en las series de televisión norteamericanas. *FRAME*, 7, 159-190. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3616638>
- García-Muñoz, N. & Fedele, M. (2011a). Las series televisivas juveniles: tramas y conflictos en una «teen serie», *Comunicar*, 37(21), 133-140. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar37.pdf>
- García-Muñoz, N. & Fedele, M. (2011b). The Teen Series and the Young Target. Gender Stereotypes In Television Fiction Targeted to Teenagers. *Observatorio Journal*, 5(1), 215-226. Recuperado de <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/389>
- Guarinos, V. (2009). Fenómenos televisivos 'teenagers': prototipias adolescentes en series vistas en España. *Comunicar*, 17(33), 203-211. doi: 10.3916/c33-2009-03-012
- Guerrero, M., Establés, M.J. & Ventura, R. (2017). El Síndrome de la Lesbiana Muerta: mecanismos de autorregulación del fandom LGBTI en las polémicas fan productor de la serie *The 100*. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 57, 29-46. doi: 10.5565/rev/analisi.3110.
- Havighurst, R. J. (1972). *Developmental tasks and education*. New York: McRay.
- Heintz-Knowless, K.E. (2001). Balancing Acts: Work-Family Issues on Prime-Time TV. En Bryant, J. & Alisonn Bryant, J. *Television and the American Family*. London:

- La-wrence ErlbaumAssociates, Publishers.
- Heredia Ruiz, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 135, 275-296. Recuperado de: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2776/2947>
- Hoffner, C. & Buchanan, M. (2005). Young Adults Wishful Identification with Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes. *Media Psychology*, 7, pp. 325-351.
- Izquierdo, J. (2015). El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: estudio del modelo y proyección en el mercado español. *El profesional de la información*, 6(24), 819-826. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/nov/14.pdf>
- Jenner, M. (2011). I can't even Imagine what it's gonna be like here without him: Friendship and Queer Theory in American Teen Soap. *Spire Journal of Law, Politics and Societies*, 6(1), 30-48. Recuperado de <https://inspirejournal.files.wordpress.com/2011/11/jenner61.pdf>
- Jinadasa, M.P.K. (2015). Teen Culture: a Production of Modern Popular Television and New Media Texts. Peradeniya University International Research Sessions-2015. iPURSE Proceedings, Volume 19, University of Peradeniya, Peradeniya, Sri Lanka.
- Kendal, E. & Kendal, Z. (2015). Consent is Sexy: Gender, Sexual Identity and Sex Positivism in MTV's Young Adult Television Series *Teen Wolf* (2011-). *COLLOQUY Text Theory Critique* 30, 26-41.
- Lacalle, C. (2013). Jóvenes y ficción televisiva: *Construcción de identidad y transmedialidad*. Barcelona: Editorial UOC.
- Martínez, G. (1998). *El guión del guionista. El desarrollo del guión desde la idea hasta el guión literario*. Barcelona: Editorial Cims 97.
- Masanet, M.J., Medina-Bravo, P. & Ferrés, J. (2012). Representación mediática de la sexualidad en la ficción seriada dirigida a los jóvenes. Estudio de caso de Los Protegidos y Física o Química. *Revista Comunicación*, 10, 537-1548. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/36504>
- Medina, P. & Rodrigo, M. (2009). Análisis de la estructura narrativa del discurso amoroso en la ficción audiovisual. Estudio de caso: Los Serrano y Porca Misèria. *Revista Zer*, 14(27), 83-101. Recuperado de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/2400>
- Medrano, C. & Martínez de Morentín, J.I. (2012). Socialización y televisión: perfiles de adolescentes en un estudio transcultural. *Revista Internacional Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 657-682. doi: 10.5944/educxx1.14606
- Moseley, R. (2001). *The television genre book*. London: BFI.
- Ojer, T. & Capapé, E. (2012). Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 10(1), pp. 187-200. Recuperado de http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/015.Nuevos_modelos_de_negocio_en_la_distribucion_de_contenidos_audiovisuales-el_caso_de_Netflix.pdf
- Ross, S. M. & Stein, L. E. (eds.) (2008). *Teen Television: essays on programming and fandom*. Jefferson: McFarland & Company Publishers.
- Sánchez, J. L. (1997). *Críticas de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos.
- Sánchez, J. L. (2000). *De la literatura al cine. Teoría y análisis de la adaptación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Sarkissian, R. (2014). "Queering TV Conventions: LGBT Teen Narratives on Glee". En *Queer*

Youth and Media Cultures (pp. 145-157), Pullen, C. (ed.), London & New York: Palgrave Macmillan.

Signorielli, N. (1987). Drinking, sex and violence on television: The cultural indicators perspective. *Journal of drug education*, 17(3), 245-260. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2190/A96J-M8HD-Q1FH-K26C>

Wee, V. (2008). "Teen Television and the WB Television Network". En Ross, S.M. & Stein, L. E. (eds.), *Teen Television: essays on programming and fandom*. Jefferson: McFarland & Company Publishers, 43-61.

Sobre las y los autores

Irene Raya es Doctora en Comunicación y profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla. Ha coordinado los libros *Reyes, espadas, cuervos y dragones* (2013) y *De la estaca al martillo* (2015). Miembro del Equipo de Investigación en Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales en su Historia para el Cambio Social –ADMIRA– (SEJ496).

Inmaculada Sánchez-Labela es profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla. Doctora en Comunicación por la misma Universidad. Miembro del equipo de investigación Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales. Publica capítulos de libros, libros y artículos en revistas indexadas. Líneas de investigación: calidad audiovisual, estudios de género, alfabetización audiovisual y usabilidad web.

Valeriano Durán es profesor en el Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz y Doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla. Pertenece al Grupo de Investigación en Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales (ADMIRA). Sus líneas de investigación se centran en las adaptaciones cinematográficas, la construcción del personaje audiovisual y la historia del cine.

¿Como citar?

Raya-Bravo, I., Sánchez-Labela, I., & Durán, V. (2018). La construcción de los personajes protagonistas en las series de Netflix: el perfil del adolescente en *13 Reasons Why* y en *Atypical*. *Comunicación y Medios*, 27(37), 131-143. doi:10.5354/0719-1529.2018.48631

Análisis narratológico comparativo de la serie *Lost* con producciones audiovisuales de ficción

Comparative narrative analysis of the series Lost with audiovisual productions of fiction

Víctor Álvarez

Universidad de Cádiz, Jerez de la Frontera, España.
victor.alvrod@gmail.com

Resumen

A través de una metodología basada en el análisis narratológico, esta investigación expone cómo la construcción narrativa multicultural, temática y estructural de la serie de televisión *Lost* (ABC 2004-2010) ha trascendido a otras creaciones audiovisuales coetáneas y posteriores. Se convierte en una pieza clave que fundamenta diversos discursos comunicacionales instaurando un nuevo modelo de creación para diferentes productos audiovisuales basados en la intertextualidad. Mediante la observación de distintos casos basados en similitudes y herencias de esta serie, la hipótesis de este estudio plantea a través del análisis del discurso de diferentes ficciones televisivas y cinematográficas, cómo ésta influye en sus procesos. Entre ellas encontramos a *Star Wars*, que en sus nuevas propuestas cinematográficas implanta considerables elementos de contenido coincidentes con *Lost*. Igualmente, este artículo también muestra desde una perspectiva analítica la evolución y tendencias de diferentes productos audiovisuales en los últimos años.

Palabras clave

Narrativa; comunicación audiovisual; ficción; series; televisión; cine.

Abstract

Through a methodology based on narrative analysis, this research exposes how the multicultural, thematic and structural narrative construction of the television series *Lost* (ABC 2004-2010) has transcended to other contemporary and subsequent audiovisual creations. It becomes in a key piece that bases diverse communication discourses. *Lost* establishes a new creation model for different audiovisual products based on intertextuality. By observing different cases based on similarities and inheritances with this series, the hypothesis of this study suggests through the discourse analysis of different television and film fictions, how this influences their processes. Among them, we find *Star Wars*, which in its new cinematic proposals implanted considerable elements of content coinciding with *Lost*. Likewise, this article also shows from an analytical perspective the evolution and trends of different audiovisual products in recent years.

Keywords

Narrative; audiovisual communication; fiction; series; television; cinema.

1. Introducción

En un detallado análisis de la narrativa de *Lost*, apreciamos la naturaleza unitaria de su relato. Esta serie narra los acontecimientos tras estrellarse un avión comercial en una isla desierta. Entre los supervivientes de este siniestro se encuentran personajes muy diferentes entre los que se enumeran: Jack, médico protagonista con problemas para liderar; Kate, una joven fugitiva; Sawyer, un timador profesional; Locke, un parálítico que vuelve a caminar en la isla; Jin y Sun, un matrimonio coreano; Hurley, un ganador de la lotería; Claire, una joven embarazada de 8 meses o Sayid, un exsoldado iraquí. A estos se le irán sumando otros como Desmond y Penny, pareja separada por la isla. Aunque parezcan diferentes, sus vidas anteriores al accidente están estrechamente ligadas y conducidas a una misión en la isla. *Lost* se trata de una serie de ciencia ficción en la que la interrelación entre culturas y misterio le aportan un estilo y personalidad propia. Se compone de una estructura horizontal con construcciones verticales episódicas que abordaban el pasado o futuro de los protagonistas. La construcción de "*Lost* es un ejemplo de historia-marco. Es una forma de narrativa que presenta una serie de relatos cortos, contados a menudo por narradores diferentes, que se enmarcan en una historia más amplia y extensa" (Vaughn, 2007: 55). Una serie de personajes que buscan la redención en una isla desierta. Fue creada por J.J. Abrams para la cadena ABC y rápidamente se convirtió en un referente para una nueva generación de series. Para Gordillo (2009), el volumen de "producción de ficciones televisivas y su ingente expansión, unida a la facilidad de los procesos de recepción, hace que un fenómeno que durante años ha sido ocasional o temporal se haya convertido [...] en un hecho regular" (99). Cascajosa (2007), realza el hito paradigmático de *Lost*: "la temporada 2004-2005 supuso un auténtico renacimiento creativo para las *networks* gracias al éxito de *House*, *Lost*, *Mujeres desesperadas* y *Anatomía de Grey*" (20). En este contexto, destaca la importancia de *Lost*. La influencia de algunas producciones marcan un antes y un después que se asocia con la aprobación de la audiencia y el éxito de estas en el diseño de su

discurso narrativo (Pinto, 1995). Esta serie ofrece nuevas ideas, conceptos, formatos y formas al espectador, haciendo evolucionar la manera de contar historias.

2. Antecedentes

Una de las producciones audiovisuales de ficción que marcó un hito es la exitosa película *Star Wars* (1977). En su momento, fue un film estrenado en unas pocas salas, pero su éxito ha dado lugar a secuelas, series de televisión e instauró el concepto de artículos de promoción para una película (Company, 2010). Este producto se convirtió en un icono, consiguiendo llamar la atención de The Walt Disney Company que compró la empresa Lucasfilm, propietaria de sus derechos, por 4.000 millones de dólares en 2012¹. La llegada de *Star Wars* significó desde finales de los años setenta que el mundo de la cultura recibiera influencias claras de esta creación. Sin esta película, cintas como la primera incursión cinematográfica de *Star Trek* (1979), *Alien* (1979), *E.T.* (1982), *Blade Runner* (1982), *Parque Jurásico* (1993), *Independence Day* (1996), *Matrix* (1999), la primera trilogía de *Piratas del Caribe* (2003-2007), el *remake* de *Star Trek* (2009) o la televisiva *Battlestar Galactica* (1978) y *SeaQuest* (1993-1996) no serían tal y como las conocemos hoy, o simplemente no existirían. Aunque muchos de estos productos son adaptaciones, la concepción y capacidad de la audiencia de asimilar estos relatos a través de la figura del héroe de Joseph Campbell (1949), consiguen que sus creadores desarrollen conceptos de un discurso audiovisual cercano al viaje, los personajes, la épica y lo fantástico. Varios protagonistas, la importancia de un vehículo dentro de la trama, la lucha entre el bien el mal, la mística, la incursión en la ciencia ficción y el constante desarrollo de los efectos especiales, son elementos comunes en el cine de éxito comercial estadounidense desde su estreno.

La obra de George Lucas ha influido también en la manera de gestar *Lost*. Todos estos mismos conceptos narrativos y referencias directas

a personajes y tramas de la saga galáctica lo demuestran. De la Torre (2015) considera que “*Star Wars* fue una referencia permanente en la gestión y desarrollo de *Lost*. Una referencia que se plasmó de maneras diversas” (182). Entre ellas, el uso del arquetipo de héroe, la lucha entre el bien y el mal, energías místicas que envuelven la trama y una serie de personajes con roles similares. Pero, del mismo modo, la serie emitida por ABC es ahora la que está sirviendo como referente a nuevas producciones. Al igual que *Star Wars* es uno de los pilares de *Lost*, la narrativa y discurso formal de esta serie, ha dado un paso más irguiéndose como referente de su época.

3. Metodología

El objetivo de esta investigación es comprender cómo la serie de televisión *Lost* se conforma en un modelo audiovisual referente dentro de productos audiovisuales del género fantástico. Para ello, se reconoce a esta serie como un revulsivo para el panorama televisivo de su época por su propuesta narrativa y forma. Para este estudio, se analizan diversas producciones audiovisuales coetáneas y posteriores a *Lost*, tanto cinematográficas como televisivas, así como otras obras culturales.

En un trabajo metodológico fundamentado con narratología comparada, podemos reconocer a *Lost* como una significativa obra de ficción en este periodo en la que muchos creadores buscan inspiración gracias a su compleja estructura y temática. Una labor que, siguiendo como instrumento el análisis del discurso, permite explorar la concepción de un nuevo paradigma para las series de televisión debido al cambio de consumo y al seguimiento de enrevesadas tramas y personajes. En consecuencia, este estudio plantea los objetivos específicos de analizar los elementos clave en la narrativa de la serie y, también, detectar aspectos concretos en los que puede existir una influencia en otros productos audiovisuales y culturales. Para De la Torre (2016), “*Lost* fue para muchos la primera serie de la nueva era de la ficción televisiva” (9).

En este particular, estos objetivos serán ejecutados de manera paralela a lo largo de la investigación.

Cada avance que se realiza en narrativa de cualquier formato, provoca un conjunto de influencias en los elementos que la rodean. Esto permite afrontar un estudio de técnicas y herramientas comunicativas sobre la intertextualidad del caso. Los procesos narrativos, las adaptaciones, “las interinfluencias entre distintas artes, tanto en el plano directo de la intertextualidad como en el de las adaptaciones y las técnicas y procedimientos constructivos, ha sido una constante” (Valles, 2008: 17). Para el desarrollo de este estudio y alcance del objetivo, se tendrá en cuenta el análisis comparativo de producciones coetáneas y posteriores que ha establecido el modelo narrativo y comunicativo de esta serie de televisión. Considerando el grado de influjo en diferentes creaciones, las decisiones creativas, aceptación de tramas, discurso, difusión y repercusión, determinarán el paralelismo intertextual de estas obras que han continuado el modelo establecido por *Lost*.

4. Análisis y resultados

4.1. El discurso narrativo de *Lost* como marco de referencia

Uno de los mayores logros narrativos de *Lost* ha sido la incursión de diferentes culturas e idiomas dentro de una misma narrativa audiovisual. Es cierto que la tripulación original de la serie *Star Trek* (1966-1969), ya presentaba conflictos de diversidad étnica e idiomática, pero eran razas de ficción. Además, en numerosas de estas series el inglés era un idioma común, a veces incluso con acento o traductor (Camacho, 2014). Un ejemplo es el personaje de Jocelyn Packard en *Twin Peaks* (1990), otra serie referencial para *Lost*. Una situación que los guionistas de *Lost* cambian viendo una oportunidad de expansión internacional con la incursión de los personajes de Jin y Sun. Se toma la decisión creativa en la que ambos hablarían su idioma original y serían subtítulos. La pareja representa la incipiente

influencia del mundo oriental dentro del comercialismo occidental. Podría parecer un reto que la serie llevara implícitas estas características, pero la lógica de la existencia de estos personajes dentro de la trama y el cuidadoso trato que da la serie a todas las culturas, permite afirmar que “en *Lost* no se observan rasgos de colonialismo y racismo” (Tous, 2010: 109). Esto, define la diversidad multicultural en la obra. Scolari, Maguregui y Piscitelli (2011) consideran que “no se trata de ofrecer nuevamente la misma trama con lenguajes diferentes, sino de usar lenguajes diferentes para componer piezas autónomas de una única trama” (81).

Parte de las razones de este éxito está en la evolución de la audiencia, capacitada y formada en idiomas. Los espectadores pueden seguir producciones más complejas y globalizadas a través de internet, permitiendo el desarrollo de creaciones más complejas. El potencial “de distribución internacional de *Lost* era incrementado mediante un reparto coral, unas tramas y unos escenarios que permitían el protagonismo de personajes de diversos países, idiomas y culturas del mundo” (Menéndez, 2011: 726). La serie busca una comunión con el público que “lleva a la identificación con otras personas que viven en una situación parecida tras reconocer la semejanza entre su experiencia y la de los demás negros y asiáticos en general” (Baker, 1999: 214). Desde el estreno de la serie, muchas creaciones audiovisuales posteriores han tenido en cuenta la ventaja de integrar la diversidad dentro de la trama. Algunas de estas son: *Héroes* (2006-2010), *Física o Química* (2008-2011) o *Iron Man 3* (2013) con metraje exclusivo para China. Todas han introducido personajes orientales que en muchos casos alternan el inglés con su lengua natal.

Esta serie ha conseguido influir como producto televisivo de calidad, generacional y como una nueva manera de abordar la narrativa en televisión. *Lost* instaló pautas y un nuevo modelo de creación de series de ficción. En este escenario han surgido las series americanas como referentes de calidad y modelos de consumo a nivel mundial. Así encontramos a *Lost* como pieza clave de la televisión a través de internet y pro-

ducto exitoso que afecta en la concepción cultural de su época. Según Jenkins (2008), “los fans siempre han sido adaptadores tempranos de nuevas tecnologías mediáticas; su fascinación por los universos de ficción inspira con frecuencia nuevas formas de producción cultural” (137). De hecho, la serie entró en el libro *Guinness de los records* en 2009 cuando fue declarada como la más descargada de la historia². Debido a este éxito y a su propuesta narrativa, muchas series y productos audiovisuales han seguido el camino marcado por *Lost*.

4.1.1. Influencias narrativas y estructurales en series de televisión en Estados Unidos

El primer caso con el que nos centramos es la producción de la cadena Fox, *Prison Break* (2005-2009). Esta ficción fue promocionada como una nueva versión de *La gran evasión* (1963). Proponía una serie de argumentos carcelarios que hicieron de la primera temporada un gran éxito. Presenta un reparto coral en el que priman los personajes masculinos, desarrollan el concepto de encierro y son producciones del género de acción o aventuras. El punto de partida no es cercano a *Lost*, pero el devenir de sus tramas desvela su influencia. El argumento principal juega con los secretos del pasado de los protagonistas, resueltos mediante *flashbacks*. En los primeros episodios también vemos como parte de la trama gira alrededor de un agujero en el suelo; en el caso de *Lost* se trata de una escotilla que se lleva la atención dramática. En ambas series, estas aberturas son mostradas con planos similares y representan la esperanza para los personajes. *Prison Break* fue aclamada por la crítica y el público en su primera temporada, pero sus tramas se extendieron demasiado. La principal causa del fin de la serie fue, lo que más la diferenciaba de *Lost*, la ausencia de una estructura argumental para el conjunto de historia.

Otra serie que gozó de un sonado éxito fue la apuesta de NBC *Héroes* (2006), cadena rival de ABC. Esta producción presenta unos componentes muy similares a todos los propuestos en el piloto de *Lost*. Nuevamente nos encontramos

ante un reparto coral e internacional en el que la mayoría son hombres. Todos ellos tienen aptitudes especiales que les hacen ser únicos con la misión de detener el apocalipsis. Conceptos planteados también en el argumento de *Lost* donde su presencia en la isla les convertía en elegidos con un místico destino. No acaban aquí las comparaciones, ya que entre los personajes de *Héroes* encontramos a un asiático, una joven rubia llamada Claire, a un policía (interpretado por el actor que se caracterizó como el piloto del Vuelo 815 en *Lost*) y a otro personaje de origen indio, como el actor que interpreta a Sayid en *Lost*, con rasgos similares.

Otra serie que copia el ADN narrativo de *Lost* es *FlashForward* (2009-2010). Una vez anunciado el final de su producto estrella, la cadena ABC encargó una nueva serie de ficción con elementos fantásticos que asumiera este hueco. El propio título ya indica una influencia de la serie, un concepto narrativo que dio a conocer al gran público. En *FlashForward*, que sólo duró una temporada, encontramos referencias estilísticas al comenzar con un desastre inexplicable. Se narra jugando con la línea temporal de la vida de los personajes y una vez más, un reparto coral. Otras semejanzas son un protagonista con problemas con el alcohol y un suceso seminal narrado desde diferentes puntos de vista, como el accidente del vuelo 815. También se recurre a una serie numérica importante para la historia. Varios de los actores de *Lost* participaron igualmente en esta producción: Sonya Walger y Dominic Monaghan. La serie "*FlashForward* remite a *Lost* en un intento de que la fórmula del éxito prevalezca en ella" (Expósito, 2011: 128). Otra producción de la misma cadena fue la nueva versión de *V* (2009-2011). La serie comienza igualmente con la apertura del ojo de la protagonista, personaje interpretado por Elizabeth Mitchell, Juliet en *Lost*. En *V*, muchos de los extraterrestres habitan camuflados como humanos, lo que hará que los personajes desconfíen. Se juega con la duda del espectador. Esta ficción, como la anterior, pasó desapercibida y es que "el gran problema de muchas series que han querido reproducir la fórmula Abrams reside en el hecho de que sólo han copiado el esquema de fórmula parcial" (De la Torre 2015:

54). Las dos se volcaron en plantear misterios muy rápido, pero ninguna de ellas supo crear personajes carismáticos ni conflictos interesantes con los que relacionarlos.

Gordillo y Guarinos (2013) consideran que el uso fragmentado del tiempo en el relato y "las estructuras elípticas residen en casi toda serie transgresora de moldes estructurales anteriores, ya sea en el diseño general de toda la serie, *Lost*, [...] o en el interior de cada episodio, *Breaking Bad*" (187). Es en la serie de la cadena AMC donde esta vez identificamos herencias en su estructura narrativa. La concepción única del relato y la búsqueda desesperada por los personajes de redención es coincidente con la ficción de J.J. Abrams. *Breaking Bad* (2008-2013) es un producto referente por sí mismo que ha conseguido ser un fenómeno televisivo y convertir a su protagonista en un icono. Además, cuenta con el cuidado y excelente trabajo de "guion que se hace con los personajes secundarios" (Cobo, 2013: 219). Otro punto que acerca a estas dos series es el desenlace para sus protagonistas. Ambos finalizan la serie con el mismo discurso formal, heridos, con un plano cenital en retroceso y yaciendo en el lugar por el que han dado todo.

4.1.2. Otros recursos estilísticos recogidos en televisión

Un nuevo aspecto singular e identificativo de *Lost* a considerar es su cabecera. Un sobrio y escueto título se acerca con un zumbido. Bort (2010) reconoce a este *opening* dentro de su baremo de adscripción mimética basada en la iconicidad del drama. Igualmente, se reconoce que este patrón fugaz es un formato introducido en *24* (2001-2010), pero es el modelo de *Lost* el que alcanza repercusión y réplica. Prueba de ello es como diferentes producciones han aplicado el formato proponiendo el tono de la serie en sólo unos pocos segundos. Algunas de las cabeceras que han continuado este esquema son: *Héroes* (2006-2010), *El Internado* (2007-2010), *Gossip Girl* (2007-2012), *Breaking Bad* (2008-2013), *FlashForward* (2009-2010), *V* (2009-2011), *Glee* (2009-2015), *El Barco* (2011-2013) y *Star Wars Rebels* (2014-2018).

4.2. *Lost* como inspiración para otros sectores culturales

Más allá de su medio, “*Lost* se ha convertido en materia de la cultura popular estadounidense, ya que otros programas televisivos hacen referencia a la serie; aparece en comics, anuncios, en títulos de canciones de grupos de música” (Tous, 2010: 89). Una idea coincidente para Scolari (2013), argumentando que *Lost* “no tardó en expandirse a otros medios y espacios de comunicación hasta convertirse en uno de los ejemplos más interesantes de narrativa transmedia” (160).

En el mundo del cómic hallamos el caso de *Pardillos* (2007-2011), una creación de Carlos Azaustre. Este dibujante comenzó a colaborar con diferentes webs y blogs realizando viñetas sobre *Lost*. Pero, tras la alta repercusión de su trabajo decidió reescribir la serie. Scolari, Manguegui y Piscitelli (2011) reconocen a *Pardillos* como “un cómic en el que el mundo de *Lost* [...] sirve de armadura a un trabajo de intertextualidad desahogada que establece enlaces con la cultura de masas española a comienzos del siglo XXI” (64). Estas ediciones fueron un éxito siendo galardonadas con diferentes premios³.

En el mundo de la música son varios los ecos de la serie. El grupo español La Oreja de Van Gogh supo captar su misticismo al incluir guiños que los fans interpretarían. Concretamente, en su álbum *A las cinco en el Astoria* (2008), la última pista acaba con ciento ocho pasos, y de ellos, los coincidentes con los números malditos para el personaje de Hurley suenan pisando charcos. Asimismo, en septiembre de 2008 fueron portada de la revista *40 Principales*⁴ ataviados como los personajes. En Estados Unidos también se ha lanzado el álbum *Hurley* (2010)⁵ del grupo Weezer. La portada de este álbum es una imagen de Jorge García, actor que interpreta al personaje. Esto apunta al gran reconocimiento que tiene la producción en cualquier medio formando parte de la cultura participativa los fans (Jenkins, 2013).

En el sector del videojuego el éxito de la serie también ha influido en la creación de nuevas his-

torias. Considerando que se produjo un videojuego oficial de la serie en 2008, destaca el caso de *Causa Justa 2* (2010). En él, el protagonista debe cumplir misiones en una serie de islas. En una de ellas, un campo electromagnético hará que todos los aviones se estrellen. El jugador deberá destruir este campo de energía. No acaban aquí las semejanzas, se detectan elementos reconocibles como restos de un avión en una playa, un personaje envuelto en humo negro o una escotilla en la jungla⁶. Estas acciones suelen buscar reconocimiento y “alcanzar a un público muy amplio, que podría incluir a personas no habituadas a jugar a videojuegos” (Selva, 2009: 159). Se persigue usar los elementos de la serie de modo promocional y ampliar el mercado. También ocurre con la aplicación para móviles *CookingStar*. Juego de descarga gratuita, donde una pareja de cocineros llamados Desmond y Penny⁷ preparan un menú. Destaca incluso un diseño de personajes muy similar a los actores.

4.3. *Lost* como reflejo para el cine de Hollywood

En el panorama cinematográfico actual también podemos encontrar ecos de esta serie. En cuestiones de realización encontramos similitudes de forma con la saga *Harry Potter* (2001-2011) al mostrar a los mortífagos a partir de 2004: columnas de humo negro. Otra muestra es como el director Alex Proyas narra un accidente de avión en *Señales del futuro* (2009), una secuencia idéntica a la del primer episodio de la serie. Además, aparece un código numérico y una organización que persigue al protagonista es denominada por su hijo como los que susurran. Todos son elementos aplicados dentro de lo paranormal, pero con un trasfondo cercano y humano, tal y como ocurre en la serie. Ocurre algo similar en *Batman v. Superman* (2016), donde Bruce Wayne comienza el film corriendo y rescatando a personas bajo los escombros de un rascacielos, acercándose mucho a la memoria visual del 11-S. Al igual que “ocurre en *Lost*, el fantástico y la ciencia ficción pueden servir para tratar con libertad el clima de desconfianza y miedo que ha seguido al 11-S” (Cascajosa, 2005a: 194). No acaban aquí las similitudes, este mismo protagonista reúne a diferentes per-

sonajes con cualidades especiales para un bien común. Trama procedente de los comics pero resuelta desde un punto de vista audiovisual y formal.

Otro referente argumental está en la película de Disney, *Enredados* (2010). En ella el protagonista masculino, Flynn, es un ladrón y timador que oculta su verdadero nombre, como Sawyer. Ambos personajes coinciden incluso en su pasado como huérfanos. A lo largo de la cinta, al igual que el náufrago, este personaje dejará de lado esta falsa identidad. Asimismo, en *Enredados* encontramos un parecido formal muy cercano a un momento clave en *Lost*. Al final del film, a Rapunzel le cortan el pelo, llora e intenta salvar a su compañero herido. Es en este momento, cuando el personaje muestra un parecido físico muy cercano a Kate despidiéndose de su hijo adoptivo Aaron para volver a la isla y traer de vuelta a su verdadera madre, Claire. Se trata de un primer plano contrapicado, prácticamente idéntico al citado momento en *Lost*. La princesa muestra sus pecas, principal seña de identidad física de la protagonista de la serie. Se detecta una construcción estilística heredada desde la serie de televisión. Igualmente, el actante de ambos personajes es huir y vivir nuevas aventuras, por lo que reconocemos a Flynn y Rapunzel como trasuntos de Kate y Sawyer.

Un nuevo ascendente narrativo que podemos encontrar en cine, está en la película de más recaudación de la historia: *Avatar* (2009). El film de Cameron cuenta cómo un grupo de humanos llega a Pandora, un nuevo planeta, fértil y hermoso que pretenden colonizar. En este grupo viaja Jake Sully, un joven paralítico que será sometido a pruebas para ocupar la versión avatar de un nativo. Esto le permitirá volver a caminar. En una emotiva escena, Jake vuelve a reencontrarse a sí mismo sintiendo la hierba bajo sus pies. Desde ese momento se sentirá comprometido con el lugar que le ha dado esta nueva oportunidad. La situación e identificación de este personaje con el planeta Pandora es exactamente la misma que siente John Locke con la isla. Ambos encuentran la mejor versión de sí mismos gracias al lugar mágico. Se muestra al escenario como un personaje con identidad propia.

Es destacable también cómo el complejo dilema de Jack, protagonista de *Lost*, ha servido como inspiración. En la serie, el médico se enfrenta a no saber claudicar. En inglés, su padre se refiere a ello como "let it go". Esta sencilla expresión se ha convertido en un himno para una generación gracias a la película de Disney, *Frozen* (2013). En este film, Elsa debe aprender a convivir con su poder, aceptarlo y dejarlo ir. Jack debe aprender a aceptar las cosas como ocurren aunque no crea en ellas. Esta idea está en la cinta de Abrams *Super 8* (2011), donde el niño protagonista debe superar la muerte de su madre. Desde este punto de vista, De la Torre (2015: 45) destaca que para este cineasta, "el tema de la ruptura del núcleo familiar y de la distancia del hijo respecto al padre no es exclusivo de *Super 8*", sino que es un concepto recurrente es un filmografía. Volviendo "a *Lost*, son muchos los personajes que tienen un pasado en el que predomina de forma clara un conflicto con la figura paterna" (De la Torre, 2015: 45).

4.3.1. *Lost* como punto de partida en estilo y forma: El caso de las nuevas secuelas de *Star Wars*

Considerando el análisis desarrollado, se deduce por qué Disney, propietaria de la cadena ABC y creadora de *Lost*, pone en manos de Abrams el regreso de *Star Wars* cuando compra Lucasfilm.

Casi cuatro décadas después del film original, el difícil reto de resucitar esta saga recae en el cerebro de *Lost*, serie heredera del universo narrativo de *Star Wars*, y a la vez, referente para la creación audiovisual de nueva generación. En su narrativa, "la dosificación de información que se lleva a cabo en *Star Wars* es una de las influencias más evidentes de la saga galáctica en las obras de J.J. Abrams" (De la Torre, 2015: 182). La obra de este autor es clara sucesora del cine familiar de los años ochenta, el mayor ejemplo es la nostálgica *Super 8* (2011), donde también consigue incluir elementos definitorios propios que lo convierten en un autor de estilo reconocible. En todas sus producciones consigue establecer un subtexto común en el que combina la búsqueda introspectiva de sus personajes hacia

una nueva y mejorada versión de ellos mismos y un discurso formal cuidado y medido. Características que se dan a conocer y se convierten en recurrentes, fondo y estandarte de *Lost*. Consecuentemente, el encargo de Disney a Abrams no puede significar otra cosa que la continuación de esta semiótica distintiva. La situación ha dado la vuelta. Ahora es la obra del neoyorkino la que sirve como pretexto para desarrollar las nuevas entregas de *Star Wars*. Descubrimos, por tanto, en *El Despertar de la Fuerza* (2015) varias tramas y decisiones que relacionan estas obras. Esta película una serie de nuevos personajes heredarán la lucha contra las fuerzas del mal en esta galaxia de ficción. Algunos de estos protagonistas son: Rey, una joven huérfana con sensibilidad hacia la Fuerza; Finn, un exsoldado que huye de la formación militar enemiga y Kylo Ren; el villano y heredero de Darth Vader, enemigo principal de toda la saga *Star Wars*.

En primer lugar, la figura del soldado desertor de Finn es un personaje que tiene mucho en común con cualquier protagonista de *Lost*. Es un hombre de color, representa la diversidad, quiere escapar de una realidad que no desea y busca una oportunidad de redención. Los personajes de *Lost*, "no están perdidos en una isla desierta, sino en su propio desastre emocional" (De la Torre, 2006: 25). Finn está perdido. Tiene un secreto que el espectador conoce pero los protagonistas no, concepto narrativo definido como "el recuerdo inconfesable" (Pérez, 2007: 126), tal y como ocurre con Sawyer, Jin o Locke. Abrams no esconde la concepción de este personaje y tras un accidente aéreo lo presenta con planos y reacciones similares a las de Jack en los primeros segundos del Piloto 1.01.

La concepción del trío protagonista, Rey, Finn y Kylo Ren, coincide en que todos son jóvenes que han crecido sin presencia paterna y buscan esta figura que por desiguales motivos no disfrutaron. En *Lost*, "la relación de los supervivientes con la figura paterna es fundamental para entender su relación con la isla, pues el conflicto con los progenitores hace de ellos personajes desarraigados" (De la Torre, 2015: 45). Para los nuevos personajes de *Star Wars* también es trascendental su pasado, "los actos y las elecciones

tomadas entonces tienen su peso, y las consecuencias de esas elecciones son muy reales" (Burke, 2007: 108), a la vez que definitorias para sus actantes.

Otra apuesta creativa interesante es esconder al *mcguffin* del relato, Luke Skywalker, en una misteriosa isla perdida. El lugar tiene un origen místico que lo relaciona con el comienzo de los Jedi y el concepto abstracto de la Fuerza. La "similitud entre la Fuerza y la Energía de la isla en *Lost* es quizá el tema más evidente. En ambos casos se trata de un poder intangible cuyo origen es indefinido" (De la Torre, 2016: 182). Si la idea de la Fuerza en su día facilitó la creación y entendimiento del poder de la isla de *Lost*, en esta ocasión, la metarreferencia de Abrams con su obra acerca aún más a *Star Wars* a su propio universo creativo.

Conjuntamente, un elemento formal muy reconocible de la serie de ABC es acabar cada episodio con un *cliffhanger*⁸. Concepto que Abrams traslada a *Star Wars*. Es cierto que esta apuesta narrativa es una de las mayores aportaciones de la saga cinematográfica con el final de *El Imperio Contraataca* (1980). Pero aquí, el director decide cerrar la película en mitad de una emotiva escena que Rian Johnson, director de su continuación, *Los últimos Jedi* (2017), retoma en el mismo punto. Nunca en una película de *Star Wars* se ha hecho algo así. Las elipsis entre ellas eran siempre de varios años. Se prolonga el argumento de modo horizontal y formal, algo muy habitual en bastantes episodios de *Lost*, donde la trama era alcanzada desde diferentes puntos de vista o personajes.

Finalmente, destaca la estructura narrativa que Disney ha implantado con los nuevos films de la saga galáctica. Ya con las precuelas, la "continuación de orden cronológico inverso reconfigura el producto a través de la analepsis, que resuelve la sanción a través de la construcción de los personajes, como sucede en *Lost*" (Tous, 2010: 94). En estas nuevas entregas vuelve a suceder. Hasta el momento, está anunciado el desarrollo de la continuación generacional de *Star Wars* con las aventuras de la familia Skywalker de manera horizontal. En-

tre estos estrenos, también se han anunciado una serie de películas *spin off* de manera vertical y conclusiva que retomará el pasado de los personajes. Es el caso de *Rogue One* (2016) o *Solo* (2018). Como si de grandes *flashbacks* se tratase, podremos saber más de sus orígenes, otorgando trasfondo a la historia y siguiendo el esquema de *Lost*, donde "el *flashback* constituye un elemento estructural básico de la serie y presenta algunas connotaciones interesantes" (Pérez, 2007: 123).

5. Conclusión

Como se ha detallado a lo largo de esta investigación a través del análisis narratológico comparativo del modelo televisivo actual (Riva, 2011), la serie *Lost* supone una nueva manera de concebir la realización de productos audiovisuales de gran consumo. La innovadora apuesta de esta ficción ha "demostrado que es posible que la experimentación formal pueda encontrar un hueco entre el gran público, animando así a cadenas y productores a apostar por tratamientos que se salen de la norma" (Cascajosa, 2005b: 5). La identificación de la audiencia con las diferentes características de su propuesta, así como el eco de estas en otras creaciones la sitúan como modelo a seguir de su generación dentro del marco internacional audiovisual. Un patrón de comunicación seriada, centrado en la diversidad y complejidad del discurso que, al igual que pasó en su día con el cambio de consumo comercial posterior al estreno de *Star Wars*, consigue poner en auge nuevas técnicas, estilos y planteamientos narrativos en la creación de series de televisión multiplataforma. Gracias a estas acciones, *Lost* es hoy "una marca que sigue publicándose incluso después de la conclusión de la serie. No solo se puede considerar un producto comercial, sino además, debe verse como un producto cultural que se ha insertado en el imaginario colectivo" (Ramos & Lozano-Delmar, 2011: 431).

El análisis comparativo realizado con las diferentes obras audiovisuales tratadas es sólo una muestra del gran alcance y repercusión que

generó esta obra televisiva. Sumada a las similitudes entre series de ficción, ha instaurado un nuevo hábito de consumo y relación con las series de televisión. Una situación que evidencia la evolución en el consumo de las series por parte de la audiencia, cada vez en busca de productos más ricos y complejos. Las creaciones televisivas y cinematográficas tienen hoy la opción de dirigir sus productos a un mercado global y cosmopolita en el que el idioma o la cultura no son una barrera. Las cadenas de televisión y, en consecuencia, los anunciantes, nunca han tenido un público tan amplio e internacional como el que disponen en la actualidad.

La consumación de este método llega con el regreso de la saga galáctica de manos de las personas que en su día dieron forma a este nuevo modelo de drama televisivo que ahondaba cuestiones filosóficas, multiculturalistas e innovaciones formales. En *Lost*, como en otras series, se aplican normas "hegemónicas de guion de todas las películas clásicas, con la diferencia de que ellas tienen la enorme ventaja de la duración para desarrollar más la psicología de los personajes y las tramas" (Muñoz, 2016: 73). Esta influencia se demuestra en el caso de *Star Wars*, que es un fenómeno cultural y comercial sin precedentes, pero que sin duda ha sido reinventada y adaptada a las nuevas generaciones aplicando este discurso formal constatado.

Siguiendo este análisis, queda verificada la hipótesis principal en la que se reconoce a *Lost* como parte fundamental de este cambio de paradigma en la industria audiovisual. Una oportunidad de guía para futuras producciones que busquen arriesgarse e innovar y, también, de interesantes posibilidades de desarrollo en estrategias publicitarias y comerciales. Queda, por tanto, manifestada la importancia de la presencia e intertextualidad de este producto audiovisual con su contexto cultural y mediático. *Lost* y su discurso han abierto ventanas e indicado caminos a los nuevos creadores que cuentan con una audiencia "prosumidora" (Scolari, 2013; Benassini, 2014), capaz de establecer relación emocional con los productos de ficción, interactuar con ellos y reconocer su innovación formal.

Notas

1. Disney compra Lucasfilm. *El País*: https://elpais.com/cultura/2012/10/30/actualidad/1351627793_778328.html

2- *Lost*, serie más descargada. *El Observador*: <http://www.elobservador.com.uy/la-isla-los-records-n55422>

3. Premio a *Pardillos*: <http://perdidos-comic.blogspot.com.es/2009/12/pardillos-premio-al-mejor-comic-on-line.html>

4. Portada 40 Principales: http://los40.com/los40/2008/08/29/actualidad/1219960800_292483.html

5. Portada del disco de Weezer: <http://jenesaispop.com/2010/08/10/48262/esto-es-la-portada-del-disco-de-weezer/>

6. Review de Causa Justa 2: <http://www.gamesradar.com/lost-island-hidden-injust-cause-2-10/>

7. Review de CookingStar: <http://www.pocketgamer.co.uk/r/iPhone/Cooking%2BStar/review.asp?c=12870>

8. Definición de Cliffhanger: Una historia o situación que es excitante porque finaliza o resulta incierta cuando sucede. Fuente: Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/cliffhanger>

Referencias Bibliográficas

- Baker, C. (1999). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Benassini, C. (2014). De audiencias a prosumidores. Acercamiento conceptual. *Revista Luciérnaga. Comunicación*, 6 (12), 16-29.
- Bort, I. (2010). De los créditos a los openings: quiebras y derivas de las partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas del nuevo milenio. *Comunicación y desarrollo en la era digital*. 210-229.
- Burke, R. (2007). "Dudas, descartes y genios diabólicos". En Scott, O. (Coord.) *Todo sobre Perdidos* (pp. 103-127). Palma de Mallorca: Dolmen Editorial.
- Campbell, J. (1949). *El héroe de las mil caras*. Nueva York: Bollingen Foundation.
- Camacho, P. (2014). Los subtítulos cinematográficos: un puente entre culturas. *Oceánide*. 6.
- Cascajosa, C. (2005a). *Prime time. Las mejores series de tv americanas, de CSI a Los Soprano*. Madrid: Calamar Ediciones.
- Cascajosa, C. (2005b). Por un drama de calidad en televisión: La segunda edad dorada de la televisión norteamericana. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 2 (25)
- Cascajosa, C. (2007). "Primeros apuntes: Pensando la televisión (norteamericana)". En Cascajosa, C. (Ed.) *La caja lista: Televisión norteamericana de culto* (pp. 19-26). Barcelona: Laertes de Ediciones.
- Cobo, S. (2013) "Walter White y Jesse Pinkman. La necesidad dramática del otro". En Cobo, S. y Hernández-Santaolalla, V. (Coord.) *Breaking Bad: 530 gramos (de papel) para serieadictos no rehabilitados* (pp 219-239). Madrid: Errata Nature.
- Company, F. M. (2010). "Star Wars", el génesis del merchandising. *Filmhistoria online*,

20 (2)

- De la Torre, T. (2006). *Descifrando el misterio de Perdidos*. Badalona: Ara Llibres.
- De la Torre, T. (2015). *JJ Abrams. La teoría de la caja*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Expósito, M. (2011) "FlashForward o el avance de una muerte anunciada. Quality popular televisión de saldo". En Pérez-Gómez, M. A. (Coord.) *Previously on: estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión* (pp. 121-133). Sevilla: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Editorial Ciespal.
- Gordillo, I. y Guarinos, V. (2013). "Cooking Quality. Las composiciones estructurales de *Breaking Bad*". En Cobo, S. y Hernández-Santaolalla, V. (Coord.) *Breaking Bad: 530 gramos (de papel) para serieadictos no rehabilitados* (pp. 185-199). Madrid: Errata Nature.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Jenkins, H. (2013). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Menéndez, C. (2011). "'Live together, die alone'. La audiencia global(izada) de *Perdidos*". En Pérez-Gómez, M. A. (Coord.) *Previously on: estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión* (pp. 717-730). Sevilla: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Muñoz, H. (2016). ¿Son arte las series de televisión?. *Index comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 6 (2), 69-82.
- Pérez, Ó. (2007). "El bucle del arrepentimiento: Sobre la construcción del universo de ficción en *Perdidos*". En Cascajosa, C. (Ed.) *La caja Lista: Televisión norteamericana de culto* (pp. 117-130). Barcelona: Ediciones Laertes.
- Pinto, M. R. (1995). El discurso narrativo en televisión. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, (1), 69-78.
- Ramos, M. y Lozano-Delmar, J. (2011). "Promoting *Lost*. New Strategies and Tools of Commercial Communication". En Pérez-Gómez, M. A. (Coord.) *Previously on: estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión* (pp. 717-730). Sevilla: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Riva, G. (2011). La continuación de la narratología por otros medios: Comentarios sobre TvTropes.org. *Luthor*, 1 (4), 11-14.
- Scolari, C. A., Maguregui, C. & Piscitelli, A. (2011). *Lostología*. Estrategias para entrar y salir de la isla. Buenos Aires: Editorial Cinema.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Selva, D. (2009) El videojuego como herramienta de comunicación publicitaria: : una aproximación al concepto de advergaming. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, (7), 141-166.
- Tous, A. (2010). *La era del drama en televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House*. Barcelona: Editorial Advisory Board.
- Valles, J. R. (2008). *Teoría de la narrativa: una perspectiva sistemática*. Madrid: Editorial Iberoamericana.

Vaughn, E. (2007). Relatos oceánicos. ¿Te han engañado?. En Scott Card, O. (Coord.) *Todo sobre Perdidos* (pp. 55-63). Palma de Mallorca: Dolmen Editorial.

Sobre el autor

Víctor Álvarez es Doctorando en el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación entre el conjunto de Universidades de Sevilla, Málaga, Cádiz y Huelva. Su formación académica se completa con un Máster Universitario en Guión, Narrativa y Creatividad Audiovisual por la Universidad de Sevilla y una licenciatura en Publicidad y RRPP por la Universidad de Cádiz, España.

¿Como citar?

Álvarez, V. (2018). Análisis narratológico comparativo de la serie *Lost* con otras producciones audiovisuales de ficción. *Comunicación y Medios*, 27(37), 144-155. doi:10.5354/0719-1529.2018.48212

Cruzando fronteras: identidades, series de ficción federal y road movie en la televisión argentina

Crossing borders: identities, federal fiction series and road movie on Argentine TV

Cristina Andrea Siragusa

Universidad Nacional de Villa María
Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina
siragusasociologia@yahoo.com.ar

Mariana Britos

Universidad Nacional de Villa María, Córdoba, Argentina
marianabritosmusa@gmail.com

Resumen

Tras la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se implementó, desde el Estado Nacional argentino, una política de fomento a la producción de contenidos para televisión que propició el inicio de un fenómeno sin precedentes en la historia de la comunicación mediática: la gestación y circulación de narrativas que refirieron de/desde los territorios nacionales a plurales identidades locales. En ese contexto, desde una investigación que tiene como uno de sus objetivos mapear las experiencias de producción y las imágenes propias de series ficcionales para televisión gestadas en territorios argentinos, importa describir e interpretar rasgos específicos desplegados, contemplando las dimensiones narrativas, técnicas y estéticas. En *Siete vuelos* (Gastón Gularte, 2012) y en *El viaje, 9 días buscando Norte* (Jorge Vargas, 2013) se exhibe un viaje de búsqueda que configura en un mismo movimiento la construcción-del-yo, paisajes, y sujetos.

Palabras clave

Ficción; Televisión; Identidades; Road Movie; Serialidad

Abstract

After the enactment of the Law on Audiovisual Communication Services, a policy of promoting the production of television content was implemented by the Argentine National Government, which led to the start of an unprecedented phenomenon in the history of media communication: gestation and circulation of narratives that referred from / from national territories to plural local identities. In this context, from an ongoing research that has as one of its objectives to map the production experiences and the images of TV fiction series gestated in the expressive territories of Argentina, it is important to describe and interpret the specific features displayed contemplating the narrative dimensions, techniques and aesthetics. In *Siete vuelos* (Gastón Gularte, 2012) and in *El viaje, 9 días buscando Norte* (Jorge Vargas, 2013), a search trip is exhibited that configures the construction-del-yo, landscapes, and subjects in the same movement.

Keywords

Fiction; Television; Identities; Road Movie; Seriality

1. Introducción

*Siete vuelos*¹ (Misiones) y *El viaje, 9 días buscando Norte*² (Jujuy) son parte del acervo de la producción ficcional para televisión que, tras la sanción de la Ley N° 26.522, se desarrolló en Argentina en el marco de una política pública tendiente a facilitar condiciones para la generación de contenidos, entre otros aspectos, con una orientación *federal*. En esa profusión de historias e imágenes, una nueva comunidad de realizadores exploró las formas y las temáticas recuperando, en ocasiones, géneros ligados habitualmente al dispositivo cinematográfico. En particular importa en este artículo considerar al *road movie* en la teleficción argentina, des-centrada de Buenos Aires, como un género que en los casos estudiados trascendió, a partir de su apropiación transnacional, sus orígenes y rasgos estadounidenses (Brandellero, 2013; Blasini, 2016); recurriendo a procedimientos cercanos al documental (Piedras, 2016) para exhibir territorios, costumbres y rituales desde la perspectiva subjetiva del viajero en una posición cuasi-testimonial. Es por ello que el enfoque asumido destituye toda mirada esencialista del sistema de géneros, adoptando en cambio una perspectiva regional para contemplar al *road movie* (Garibotto & Pérez, 2016) indagando acerca de las singularidades de un conjunto de narrativas ficcionales para TV en las que el *viaje*, y su impacto en los sujetos que lo vivencian, se convierte en el tópico organizador del relato.

En esa línea se acuerda en que el carácter "itinerante" de la narrativa del *road movie* y el interés expreso en cruzar límites y fronteras (físicas y metafóricas) abonan una lectura en la que se pueden observar, al mismo tiempo, los fundamentos ideológicos de los discursos nacionales y regionales (Garibotto & Pérez, 2016:2). Las dos ficciones analizadas aportan política y poéticamente a una televisualidad que puso en tensión la pretensión de constituir un *régimen de invisibilización de la diversidad* (Grimson, 2006), la cual respondió originariamente a una voluntad de creación del Estado-nación y a la configuración de imaginarios específicos acerca de lo argentino propia de la Modernidad decimonónica.

2. Anclajes conceptuales

Las imágenes procedentes de sujetos y espacios regionales no han estado ausentes en las pantallas de la televisión argentina, dado que se incorporaron históricamente a partir de dos tipos de matrices: una, propia de la *espectacularidad* y el *exotismo*; otra, que se caracterizó por su *estigmatización* afianzando un proceso de marginalización discursiva especialmente, pero no exclusivamente, en los formatos periodísticos. Es por ello que la mirada analítica que recupera la riqueza y complejidad de los casos, pretende interrogar las modalidades "propias" que se desarrollaron para remitir a particulares territorios expresivos³ contemplando la especificidad de un medio (el televisivo), un principio constructivo (el continuismo narrativo) y un género (la miniserie).

Siete vuelos y *El viaje. 9 días buscando Norte* comparten en términos formales la convergencia de componentes del *road movie*, imágenes de territorios expresivos y de historias de viajes. Como resultado, cada uno de los relatos discurre a través del itinerario subjetivo de unos jóvenes (Clara/Victoria y Gabriel, en cada caso) que emprenden un trayecto de búsqueda identitaria en el que la figura del padre ausente orienta un doble desplazamiento: *espacial* (a través de paisajes y comunidades desconocidas para ellos) y *temporal* (ligado a la construcción de memoria en la que, en algunos casos, se instalan los recuerdos de un pasado compartido).

En ese devenir los protagonistas se alejan de sus mundos ordinarios para internarse en unos territorios que se (de)construyen en sus dimensiones políticas, culturales, geográficas y socio-económicas frente a la cámara, instituyendo una mirada "extraña" para la exhibición de realidades marginadas. No hay en ellos un sentido de *rebelión*, en tanto tópico recurrente en las *road movies* de los 60s-70s en Estados Unidos que pusieron en tensión un mundo conservador del que el sujeto necesitaba escapar (Laderman, 2002; Corrigan, 1991), sino una ingenuidad a-crítica de lo social que en el viaje se transforma.

La focalización, en general, permite al espectador observar y descubrir esas geo-territorialidades (el Litoral y el Noroeste argentinos) a partir de sus protagonistas, generando una estrategia tendiente a la visibilización no-estereotipada de formas de vida y de representaciones de unas comunidades históricamente "ausentes" (o escasamente presentes) en el panorama televisual de la ficción nacional. Las preocupaciones a las que se aluden en los diferentes episodios suelen ocupar en el palimpsesto televisivo el espacio del discurso periodístico: como acontecimientos espectaculares (en términos de formaciones expresivas con una impronta turística como por ejemplo la realización del carnaval o la celebración de la Pachamama), o en la mayoría de los casos como sucesos políticos y/o policiales instalados en la cartografía de la protesta social emergentes de situaciones de injusticia y desigualdad (con una exposición importante de una mirada clasista).

La ruta, componente indispensable en el *road movie*, adoptará entonces diferentes modos de construcción: como (re)creación de la soledad del viajero inmerso en unos espacios naturales insondables propicio para el movimiento del sujeto y la irrupción de su intimidad a partir de planos panorámicos que ponen en evidencia el carácter auto-reflexivo del género (Corrigan, 1991; Brandellero, 2013; Piedras, 2016); como el espacio del encuentro incierto con los habitantes de la ruta por antonomasia (los camioneros) y sus vehículos; como el lugar del control de las fuerzas de seguridad (Gendarmería, Policía, Aduana); entre otras. En las dos miniseries, tanto Clara/Victoria como Gabriel inician sus travesías suspendiendo su presente y arrojándose (con distintos niveles de renuncia) a una búsqueda que transformará sus vidas de manera ineludible. Frente al desencanto del presente irrumpe una decisión (viajar) para alcanzar el encuentro con un padre-perdido.

En ese deambular, porque los personajes vagan por una espacialidad que los enfrenta a sus miedos y a sus deseos, no hay oportunidad para la indiferencia: desde ese punto de vista los jóvenes se encontrarán interpelados por un *reparto de lo sensible* (Rancière, 2014) que les resultará

ajeno pero no imposible. En ambas miniseries se exhibe una narrativa que detalla los procesos de *alterización de la experiencia* (Briones, 1998) que involucra a los protagonistas cuando se introducen en interrelaciones que les resultan extrañas e inadmisibles tensionando, en ese movimiento, sus apreciaciones previas. En ese sentido las teleficciones bajo estudio generan una construcción y (re)producción de la *distintividad* y la *diferencia cultural* a partir de una *narrativa imaginal* (Di Paola, 2013) con potencia militante en el plano simbólico-ideológico que se encuentra en consonancia con la orientación de una política pública que dotó de valor a lo *federal*.

En la particularidad de estas ficciones, lo rural-litoraleño, lo rural-andino y lo ciudadano-andino cobran absoluta presencia, evidenciándose una vocación pedagógica que instituye ante el ojo-televisivo unos escenarios y subjetividades a plano abierto, unas musicalidades singulares (sus instrumentos y ritmos), un régimen alimentario ancestral pero profundamente presente en la contemporaneidad de la mesa cotidiana, y un universo mitológico intensamente arraigado en el imaginario territorial.

El tipo de serialidad televisiva que se presenta combina una estructura mixta: una, que implica la preeminencia del continuismo narrativo justificado por su adscripción a la miniserie como género, otra que propone una apertura para el ingreso de tramas capitulares o autoconclusivas en las que se introducen conflictos que se resuelven en el mismo episodio (Guarinos & Gordillo, 2011:376). Esta arquitectura narrativa se encuentra en consonancia formal con el *road movie* tradicional, y en el *road movie* patagónico (categoría heurísticamente productiva para el proceso interpretativo), concebido como una *estructura dispersiva sinusoide*:

Lo dispersivo y lo conjetural impregnan los aspectos de la representación y marcan el camino. El protagonista irá encontrando personajes que se sumarán a su recorrido, pero a quienes en la mayor parte de los casos no verá de nuevo. En cada episodio hay un desafío que el protagonista debe enfrentar, aunque no siempre lo resolverá exitosamente; hay también una separación, un abandono, y

en cada episodio una parte del argumento va siendo revelado (Tranchini, 2011:207).

En cada propuesta aparecen particulares formas de contar y exponer el devenir del sujeto y su ingreso, desde la incertidumbre, a espacios y comunidades ajenos a sus vivencias cotidianas. Espacialidades que se encuentran transversalmente impactadas por la cercanía (en distintos grados) a zonas de frontera (la Triple frontera y Villazón-La Quiaca) lo cual conlleva la presencia, sutil o explícita, de unos "espacios liminales donde se producen a la vez identidades transnacionales, así como conflictos y estigmatizaciones entre grupos nacionales" (Grimson, 2001:93). *La frontera* puede emerger como un espacio de confluencia al que no se llega pero se percibe próximo (*Siete vuelos*) o puede ser el pasaje a un mundo Otro que produce dilemas (*El viaje*).

La operación analítica realizada a las dos miniseries ha considerado el planteo de Tranchini (2011) en su abordaje del *road movie* patagónico en el que contempla las formas de representación del Sur en un conjunto de películas. La autora observa cómo se instituye un proceso de deconstrucción de imágenes y representaciones previas que habían sido elaboradas tanto en manifestaciones del campo cinematográfico como literario⁴. Importa propiciar una lectura (posible) del material ficcional televisivo apelando a un movimiento interpretativo que dialogue (para comprender presencias o ausencias) con otras imágenes acerca de Misiones, específicamente, o del Noroeste de Argentina, como región. En este ejercicio interesa precisar modalidades narrativas y estilísticas atendiendo a la especificidad del medio televisivo y al tipo de ficcionalidad propuesta, asumiendo las heterogéneas actualizaciones que circularon en un movimiento de acople y desacople con imaginarios previos y contemporáneos sobre dos territorios expresivos argentinos.

3. *Siete vuelos* (2012)

Clara es una joven ingeniera química que trabaja en el laboratorio de su familia en la pro-

ducción de un nuevo medicamento en Buenos Aires. Su vida, ordenada y placentera, se trastocará cuando encuentre unas fotografías de su infancia y una carta de un individuo llamado Vicente, quien dice ser su padre, que relata su desesperación por hallar a su hija que le había sido arrebatada de niña. La necesidad de develar el secreto identitario (en función de la persistente mentira y el silencio familiar) funciona como un motor narrativo que moviliza el inicio de un viaje en pos de encontrar a ese hombre por el territorio misionero.

En la tierra-roja descubrirá que su nombre originario era Victoria, denominación empleada por todos los allegados a Vicente para referirse a ella. La escisión del nombre, Clara/Victoria opera como un modo de reflejar la conflictividad de las sensaciones que experimentará al entrar en contacto con otros que le resultan absolutamente desconocidos por sus diferencias. Es por ello que el doble nombre simbólicamente representa las marcas del opresor y del oprimido, del explotador y de los explotados, que conviven en su vida. Esta zona de un litoral argentino (re)visitado se construirá a partir de la *yuxtaposición* de imágenes acerca de geo-espaciales, sujetos, prácticas culturales, mitos y luchas político-sociales.

El *road movie* remitirá a Misiones exponiendo su complejidad en cada uno de los "viajes" de la protagonista, restituyendo una mirada multicultural que recorre rutas y caminos desde una apertura perceptiva, sensible y cognitiva. La literatura provincial ha destacado esta particularidad: "La provincia corporiza pues, una semiófera de pasajes, traducciones y palabras que fluyen y confluyen" (Lemes & García, 2010). La observación acerca de cómo atraviesan *lo social* las imágenes televisuales, en esta miniserie permite advertir una zona de cruce, intersticial, entre dimensiones económico-productivas, paisajes-naturales, rituales mágicos y experiencias de la cotidianeidad que adoptarán un movimiento de exposición militante de preocupaciones sentidas por la población del lugar. En ese sentido, tal como lo expresara Piedras (2016) se observa cómo narrativamente el *road movie* articula simultáneamente lo íntimo con lo colectivo, la

propia historia con la memoria social, en un tipo de propuesta que se acerca a las formas documentales.

El carácter ostensivo de los recursos clásicos del *road movie*, la ruta y el paisaje, son omnipresentes en la narración como compañeros de la protagonista, al mismo tiempo que simbólicamente provocan el contraste entre la majestuosidad de la naturaleza y los conflictos sociales que se viven en el litoral argentino. Los planos amplios, medios y cortos están elegidos de manera estratégica, generando contrastes entre los sujetos y el entorno. La intimidad de las personas es revelada a través de esa elección. En distintas oportunidades la cámara toma un lugar de observación haciendo partícipe al espectador de ese instante.

Permanentemente se instituye una topografía que enlaza el espacio y los universos socio-culturales de los habitantes: en Colonia Alicia, entre panorámicas que siguen el trabajo con el tabaco desde un emprendimiento familiar, se discutirán los efectos del glifosato en los niños y en las embarazadas; a partir del devenir por las ruinas de la misión jesuítica de San Ignacio, se tematiza el tráfico de huevos de animales en riesgo de extinción; en las veras del Río Uruguay se generará una apertura a sabores y comidas típicas, prácticas cotidianas que no desconocen la imposibilidad de superar el dolor por los muertos (soldados) de la Guerra de Malvinas que aún siguen presentes en los recuerdos de los lugareños; en Concepción de las Sierras se (entre)lazan los preparativos del carnaval local con la lucha de los trabajadores cooperativistas de la yerba mate contra las presiones de los propietarios de las yerbateras; en las minas de Wanda se referirá a los peligros laborales de los trabajadores más allá del encanto del lugar; entre otros tópicos.

El devenir, errante para Clara/Victoria pero planificado por Vicente, permite el encuentro intersubjetivo y el descubrimiento: el espectador, junto con la protagonista, se entregan a las diversas realidades que hacen de esta zona un lugar heterogéneo. Mediante los diferentes mitos (duendes, brujas), la polifonía a nivel de la lengua, la vestimenta, las fiestas tradicionales

(carnaval), la diversidad musical, se va conformando una realidad, que difiere del imaginario colectivo. El tópico articulador es el hombre y su pertenencia al territorio, los vínculos francos entre sus pares y los conflictos que viven diariamente en situaciones de desigualdad social.

En pantalla se suceden costumbres típicas, la flora y la fauna completan esa construcción, pero también diversas comunidades que conviven en el territorio. La fotografía se asienta en un código cromático emblemático en el que prevalecen el verde y el rojo (incluso en los quiebres temporales del relato los colores, poco saturados, se observa este predominio), y la música (diegética y extradiegética) asume una función dramática y de construcción territorial. Por lo que el conjunto (des)monta las construcciones imagéticas de lo misionero, es decir, se apartan de las típicas vinculaciones asentadas en el *territorio-fluvial* o en el *territorio-selvático*, y aporta múltiples texturas espaciales, étnicas, y socio-económicas.

El medio de transporte en el *road movie* tiene un protagonismo fundamental, funcionado en este caso como un objeto que remite, al inicio del viaje, a la libertad del movimiento de la protagonista para descomponer esa imagen-objetual hasta adoptar un carácter funcional. En *Siete vuelos* el auto de Clara/Victoria, un Fiat 500, simboliza el proceso de transformación de la joven: es el regalo de cumpleaños de su padre adoptivo, un cero kilómetro impoluto especialmente indicado para movilizarse por la ciudad; en los primeros capítulos se observa la preocupación de la mujer por mantenerlo limpio y ordenado; posteriormente será objeto de "travesuras" por parte de los duendes (marca del universo mágico); y en el transcurrir del relato se exhibirá completamente sucio, manchado con la tierra roja de los caminos, hasta que se destruye (paradójicamente Clara/Victoria no otorga importancia a las "alarmas" por la pérdida de aceite). Como alegoría del entorno constituido por su madre y su familia, y del poder que ejercen sobre ella, se exhibe de este modo el proceso de degradación (auto/familia) al entrar en contacto con la Naturaleza (geo-comunidades/Vicente) que representa, quizás de manera bucólica, lo que no ha sido corrompido.

Siete vuelos se asume como una narrativa político-militante al dotar de espesor a las elecciones de Vicente en su vida (que su hija des-anda en su trayecto): en la casa, colgadas las imágenes de Eva Perón y el Che Guevara que, junto a la elección del nombre de la joven, explicitan una opción ideológica a la que se añaden, sucesivamente, el conjunto de amigos (personajes que ingresan de manera sinusoide en las tramas capitulares de la narración) y las luchas populares que encarnan y en las que él ha estado comprometido en distintos momentos. *Siete vuelos* es un relato de (re)conocimientos y también de denuncia por la posición de enunciación y las marcas axiológicas que se sugieren en diálogos y acciones, apostando a una sumarial exposición de injusticias sociales a las que está sometida la población lugareña de modo tal que impone un cierto orden de visibilidad en el espacio público.

En ese sentido se destaca la construcción del territorio de Buenos Aires, en el primer capítulo, que evidencia cómo el relato audiovisual genera distinción formal, especialmente en la colorimetría, el montaje y la música. Ambos territorios (el capitano y el litoraleño) están claramente contrastados en pos de acentuar las distancias entre dos mundos diferentes entre sí aunque pertenecientes al mismo país. Las imágenes pujan por instituir una lucha por la mirada, que hasta ahora la ficción televisiva detuvo en los contornos de la visibilidad oficial y porteña, que no termina por volverse (in)visible, en términos de su capacidad de ser-vista por el ojo. En este punto aparece otra característica del *road movie* que es el conflicto constante entre el espacio salvaje y el espacio civilizado, acercándose esta ficción a relatos cinematográficos que desde los años 90 instauraron un modo de proponer el género para Latinoamérica (Garibotto & Pérez, 2016; Brandellero, 2013). Con respecto a esto último, y apostando a una visión regional que ahonda en el territorio-que-atravesia a los protagonistas, el imaginario de espacio-salvaje se tensiona cuando se muestran otras realidades de Misiones, sin embargo el conflicto y el contraste están presentes y arraigados persistentemente afectando el ámbito de lo público, de lo privado y de lo íntimo. Esta estrategia (de)construye un modo de concebir el territorio, al menos hasta mediados del siglo XX:

El perfil de *lo misionero* se remonta a las formas discursivas incipientes en el siglo XVIII, las crónicas de viajeros. En el siglo XX, el relato, el periódico, y el cine erigieron y difundieron las imágenes y la evocación de Misiones. El discurso hegemónico provincial se consolida, a partir de Quiroga, como un repertorio selvático atravesado por el caudaloso río Paraná. La tierra colorada despierta el viejo designio moderno de influir sobre la naturaleza y dominarla, a la vez que representa un paisaje exótico y exuberante. Los componentes del gótico y el *fantasy* estallan en las potencialidades de nuevas representaciones del tópico agreste, en donde se funde lo tradicional costumbrista con una impronta de vanguardia. El cine de los años '50 refuerza ciertos estereotipos de lo fronterizo-misionero vía las películas de Armando Bó, y la versión filmica de la novela *Río Oscuro* de Alfredo Varela que hizo Hugo del Carril, en 1952 bajo el título de *Las aguas bajan turbias*. (Lemes & García, 2010)

El mito de la tierra-para-conquistar se derriba en la miniserie. La tierra-roja es un lugar para habitar, para compartir, donde el trabajo se configura como un ordenador de la vida, de la producción y del relacionamiento afectivo. Este es un relato de búsqueda, en el viaje espiritual que construye la ficción no sólo se involucra a la protagonista sino también a la sociedad. La carretera y las vivencias se funden para llegar a la transformación del personaje y completar *los vuelos*, alegoría de una metamorfosis (inter) subjetiva indispensable para hacer frente a un sistema opresor y para fortalecer la importancia del sentido de comunidad.

4. El viaje. 9 días buscando norte (2013)

Gabriel Saavedra, el protagonista de la miniserie, es un estibador nacido en Argentina que trabajaba con su madre en Villazón (Bolivia) en la zona de frontera con La Quiaca. Tras la muerte de la mujer, el joven decide emprender la búsqueda de su padre sin contar con suficiente información y con escasos recursos económicos

y culturales para avanzar en territorio argentino hacia Tucumán. Desde el inicio se establece el eje central de la historia, un *relato de búsqueda* que será también un relato de viaje, en el que tres recursos se distinguirán en la construcción del territorio: el paisaje y la carretera, la música y los sujetos que habitan o transitan por el lugar.

La información acerca del lugar de arribo no alcanza para que se gesté un proceso "planificado" para la concreción de ese objetivo, lo que permite discernir en el personaje la potencia de su deseo y su consecuente temor al rechazo paterno. Por lo que se evidencia una narrativa de la incertidumbre que adoptará la forma del movimiento por geo-territorialidades andinas que moldearán los derroteros íntimos de Gabriel. La carretera es la metáfora principal que se utiliza como recurso para demostrar el viaje físico y a la vez espiritual, y el esplendor del paisaje, en diferentes momentos, pretende generar la reflexión en el espectador. En ese discurrir el discurso pondrá en evidencia, también, las formas sociales del maltrato y la discriminación, las contradicciones y los silencios, los cuales afectarán la percepción y comprensión del protagonista acerca de la realidad que está conociendo.

El itinerario inicia en la Villazón-comercial-de frontera con panorámicas que subrayan desde una operación hiperbólica el "comercio hormiga" entre los dos países (Argentina-Bolivia), exhibición que no destaca la imaginería con la que suele asociarse a dicha ciudad con el flujo turístico. De este modo una sucesión de planos generales se suceden para ofrecer una perspectiva territorial del permanente deambular a ritmo constante de seres humanos cuya corporeidad se exhibe como un artefacto de carga⁵. Las imágenes destacan el espacio poblado por individuos uniformes, des-humanizados, absolutamente vitales en el tráfico a escala de alimentos, bebidas y electrodomésticos que cruzan el puente, en el que se emplaza también el contrabando y la mirada regulatoria de los controles aduaneros (Figura 2).

La cámara sólo se acerca para recuperar el detalle del protagonista pero al alejarse los cuerpos pierden singularidad, en la pantalla se ofrece una perspectiva a distancia de la enajenación

del cuerpo-humano confundido con la mercancía, operación discursiva que permite instituir una figura de sujeto como *transporte* y su cosificación. Villazón se configura como el lugar de salida, el espacio que se abandona para iniciar una búsqueda identitaria pero no sólo contemplando la dimensión del encuentro familiar sino también para descubrir el país de origen desde la extrañeza. Aunque Gabriel ha nacido en Argentina, su mundo se ancló en esa zona de pasaje permanente que es la frontera, el puente internacional, un ámbito de encierro en un aparente movimiento permanente y en el sector boliviano⁶. Este relato encuentra a su protagonista iniciando una travesía desde la soledad y la incertidumbre, y en la apariencia de una historia-de-viaje se instala un *road movie* porque en el camino se trazará una doble experiencia: de (re)conocimiento-de-sí y de alterización que permitirán transformar al sujeto de manera ineludible enfrentando una experiencia en la que la estigmatización de la que es objeto por su pasado boliviano no es ajena⁷.

El medio de transporte es heteróclito y combina su andar a pie (que en absoluto resulta extraño para un hombre que ha sido estibador), su tránsito en camión y en colectivo interurbano. En ese sentido, y tal como lo exponen Garibotto y Pérez (2016:2) es dable considerar que el *road movie* no es una narrativa acerca de personas conduciendo un vehículo sino que el relato focaliza en el viaje y su impacto sobre el sujeto. Por lo que el devenir en esta miniserie propiciará, también, un recorrido (cual descubrimiento) por distintas espacialidades: caminos alternativos por la zona cordillerana, la ruta, y la ciudad (terminales de colectivos, por ejemplo).

Tras ingresar a territorio argentino, *El viaje...* sigue a Gabriel en su encuentro con habitantes locales y con extranjeros por La Quiaca y Hornaditas hasta llegar a Humahuaca. Este tramo del trayecto es fundamental para instituir narrativamente el reconocimiento de una zona jujeña que suele encontrarse olvidada, ante la apariencia de que Humahuaca es el "límite" territorial argentino⁸. La Quiaca, como zona de tránsito-mercantil, y Hornaditas, como pueblo que conserva prácticas ancestrales, representan

espacios contrapuestos: una, la ruta, la inmensidad cordillerana, el espejo de Villazón a nivel del intercambio comercial, en la que el protagonista encuentra la clara exhibición de la discriminación, la humillación y el engaño; otra, asociada a una mirada conservacionista de prácticas emanadas de pueblos originarios que exhibe rituales socio-artísticos y donde el protagonista encuentra contención.

A la despersonalización de La Quiaca se contraponen Hornaditas como un lugar de aprendizaje, en términos de su capacidad para ser parte de rituales a la Pachamama por ejemplo, para compartir prácticas rurales (la cosecha del maíz, el cuidado de las cabras, entre otros) de manera familiar y comunitaria. El episodio 3 es el momento por antonomasia para el ingreso de una visualidad y musicalidad⁹ propias de una cultura del altiplano, a las que se acompañan con imágenes de la vegetación (cardón) de manera predominante.

En los primeros capítulos de la miniserie la presencia de múltiples tomas del paisaje cordillerano es un rasgo que subraya la pretensión realista de la cámara más allá de su aporte como información geo-contextual. Se acuerda con Bettendorff (en su análisis de la obra de Lisandro Alonso) que en este caso también se propone una experiencia sensorial¹⁰: a partir de los planos amplios, los movimientos internos del encuadre y de cámaras, se descubre la geografía del lugar que sorprende e impacta visualmente destacándose un registro cromático con preeminencia de colores cálidos en la composición. Posteriormente, la escenificación de Jujuy y Salta se transforma otorgando prioridad al territorio urbano y a la inclusión de prácticas culturales ligada a la diversión nocturna, por ejemplo.

A partir de una estructura dispersiva sinusoidal (Tranchini, 2011) la miniserie introduce personajes heterogéneos, algunos forasteros pero la mayoría lugareños, a través de los cuales el protagonista vislumbra algunos problemas sociales del Noroeste (la inseguridad, la explotación sexual, la violencia doméstica, entre otros) que ponen en evidencia la diferencia entre los poderes concentrados y los sectores más débiles y desfavorecidos. Mediante estos intercambios se

identifican los diversos lenguajes, costumbres y las particulares formas que tienen esas subjetividades de habitar y sentir su lugar a partir de un estilo naturalista.

El *road movie* (de)construye un imaginario norteño basado en el realismo ingenuo donde ha estado presente, por ejemplo en un sector de las artes visuales al que se ha identificado como indigenismo plástico, una matriz simbólica que incorpora a la figura del indígena como "referente de lo telúrico y por ello parte de una identidad nacional" (Giordano, 2009:1294) destacando una historia pre-hispánica y un sistema de creencias religioso que se focaliza en la tierra y en la Pachamama. La puesta en escena y los diálogos buscan destituir una mirada pintoresquista de los sujetos y los espacios, exponiendo una voluntad por describir situaciones sociales atravesadas por problemáticas absolutamente contemporáneas, preocupaciones transversalmente presentes en otras regiones.

Se coincide con Arancibia (2014), quien analiza un conjunto de producciones televisivas del periodo aquí abordado de la región NOA, en la presencia de una "multiplicidad de territorios solapados, superpuestos, interactuando en conflicto" (2014:149): una territorialidad patrimonializada, un territorio marginalizado y estigmatizado que se debe "invisibilizar", un espacio social atravesado por lo mitológico, un ámbito de protesta y lucha, entre otros. La miniserie destituye no sólo el arquetipo de lo norteño sino que, de manera sutil, intenta mostrar el estereotipo argentino que se tiene en otros países.

Como un juego de espejos la mirada del Otro-sobre-mí adopta posiciones de enunciación en función de quién observa. En ese sentido una triple perspectiva se expone: una, ligada a la nacionalidad y al arquetipo que distingue al argentino, del boliviano, del chileno; otra, clasista, vinculada al poder y a la sumisión del trabajador precarizado; finalmente, de género tendiente a la invisibilización de todo aquello que cuestione la cultura falocéntrica¹¹. Gabriel, en su trayecto, cuestionará la hipocresía de unas prácticas muy asentadas en algunos sectores de la comunidad como un gesto contestatario desde la individua-

lidad anteponiendo una posición moral más que político-militante.

5. Conclusiones

La construcción de una pantalla televisual susceptible de incorporar una pluralidad de imágenes que remiten a heterogéneos territorios expresivos, como parte de la implementación de políticas públicas, ha permitido visibilizar y visualizar complejas manifestaciones identitarias.

Uno de los riesgos para este tipo de televisualidad, que asumió la voluntad de comunicar lo federal, era incurrir en el exotismo para referenciar a sujetos y territorios, es decir, priorizar el *Otro folclórico* por el *Otro real* (Zizek, 1998). En los casos analizados se observa que ha sido justamente la elección de componentes genéricos propios del *road movie* lo que complejizó una ficción que no fue ajena el debate acerca de las identidades locales. Como lo expresara Brandellero (2013:6), en su análisis del *road movie* en Brasil en el repertorio de opciones de una "estética del desplazamiento" es habitual la presencia de una postura autorreflexiva que pone en tensión la relación entre "locomotion" y "mediamotion", lo cual significa interrogar el propio lugar del cine al tiempo que se configura una "mise-en-abyme" (puesta en abismo), recurso narrativo con el que se expone el camino recorrido tal como "se vislumbra en el espejo retrovisor".

Las pantallas televisuales argentinas expusieron ficciones, en este caso dos miniseries, que optaron por un estilo naturalista a partir de la incorporación de actores (algunos no profesionales) que dotaron de verosimilitud a gestos, cuerpos, movimientos y voces; en ocasiones la cámara se volvió observacional combinando (re)creaciones que pusieron en tensión el estatuto de verdad de las imágenes; se articularon músicas y ritmos desde modalidades expresivas más cercanas a las prácticas culturales contemporáneas; irrumpieron el paisaje como escenario y vivencia subjetiva del lugareño y del visitante; entre otros aspectos.

Sin embargo ese específico modo de construir el género, o quizás vale decir más allá del gé-

nero del *road movie*, en absoluto resultó novedoso. Estos rasgos ya estaban presentes en el campo cinematográfico argentino a partir de los años 90 en una filmografía a la que suele categorizarse como "Nuevo Cine Argentino" (sin que ello implique ningún tipo de unidad de estilo o adscripción colectiva de sus directores); a lo cual se añade, correspondiendo a ese mismo periodo en Latinoamérica, con el momento en el que el *road movie* como género alcanza una expansión considerable Garibotto & Pérez (2016) reconocen la existencia de más de 200 *films* en la región en casi veinte años, lo cual se considera un dato significativo para establecer su relevancia.

Al menos estos dos aspectos, evidencian que la innovación de estas miniseries recaló específicamente en su capacidad de aportar un modo de contar (formal y temático) a una pantalla, la televisiva, desacostumbrada a la producción ficcional desde los territorios nacionales. De esta manera se instituyó, en el horizonte de la visibilidad y la visualidad, *imágenes de sí* (sujetos, paisajes, costumbres) habitualmente generadas desde la extrañeza de la capital del país. Sin embargo, sus posibilidades de ingreso en el horizonte espectral encontraron serios obstáculos.

Como un antecedente en la televisualidad argentina es indispensable mencionar un conjunto de miniseries (de la productora Ideas del Sur) que se estrenaron a principios del Siglo XXI y que destacaron por las temáticas abordadas y las estéticas asumidas. Estas ficciones irrumpieron con un estilo *extraño* para la TV local y se concretaron en obras como *Okupas* (2000), *Tumberos* (2002), *Disputas* (2003) y *Sol Negro* (2003). Estas narrativas articularon un punto de fuga asentado en *la marginalidad* (subjetividades, territorios, problemáticas). Esta perspectiva había sido escasamente explorada en la teleficcionalidad nacional y fue posible a partir de la convergencia de dimensiones narrativas y formales (explorando el lenguaje de la televisión a partir del cine), al mismo tiempo que introdujeron múltiples metáforas escatológicas sobre la sociedad (porteña y urbana especialmente). Des-centradas del mayor dispositivo de producción de ficción en Argentina, miniseries como

Siete vuelos y *El viaje 9 días buscando Norte* a diferencia de la anteriores, exhiben una voluntad de exploración expresiva con recuperaciones de procedimientos cinematográficos, un interés político-poético para dotar de otras lecturas imagéticas al territorio, cuyo resultado puede considerarse aún más "extraño" (fundamentalmente en el caso de *El viaje...*) al ojo-televisual de los seguidores de series y miniseries. Sin embargo, la opción por el *road movie* les permitió generar una apertura para descubrir mundos incorporando sus imágenes desde la diversidad (incluso construyendo desde el registro documental).

Se admite, entonces, que el régimen escópico hegemónico ha moldeado en los últimos veinte y cinco años un modo de concebir ritmos narrativos, formas de construcción especular y espectacular, rostros y sonoridades, entre otras cuestiones, que se encuentran profundamente arraigados en la memoria de los espectadores en Argentina. Es por ello que se destaca el movimiento creativo que ha acontecido en estos últimos tiempos (2010-2015) enmarcado en una batalla en el terreno de las imágenes, las formas simbólicas y los modos cognitivos que han puesto en tensión (o al menos desacomodaron) la comprensión de mundos e identidades en el marco de la comunicación mediática nacional.

Notas

1. El proyecto de la productora misionera Detrás del Sol (responsable de esta miniserie) fue uno de los ganadores del Concurso del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) N° 02/2011 para la selección de proyectos de series de ficción en alta calidad y definición (Full HD) para televisión digital. González establece, en relación a esta convocatoria, que a pesar de no congregarse un conjunto federal, "tuvo como objetivo introducir en las pantallas de la televisión digital contenidos de calidad técnica y argumental, considerando también que la instalación de un nuevo cambio cultural en el uso de un nuevo sistema televisivo implica promoverlo y jerarquizarlo" (2012:19)

2. La miniserie es una de las producciones de la Fundación 7°Arte para el Cine Argentino y las Artes ra-

dicada en Jujuy (Argentina). El viaje. *9 días buscando norte* fue una de las ganadoras del primer Concurso Series Federales de Ficción a productores y directores independientes de las seis (6) regiones del territorio nacional. El llamado tenía como objetivo generar contenidos que aportaran al acervo de identidad nacional, provincial y regional y que integraran el Banco de Contenidos Universales de Argentina.

3. Para Arancibia: "El paso de la espectacularización de la diferencia social que aparecía como objeto de los discursos comunicacionales y que sólo consistían en el uso de mecanismos para hablar por los otros a las estrategias de las visibilidades localizadas que asumen sus voces, sus corporalidades, sus formas de decir y de hacer, sus identidades y las formas de expresarlas como valiosas para los espacios televisivos, es un paso fundamental en la puja distributiva cultural" (2014:149-150).

4. "Estos filmes desmontan las representaciones sobre la Patagonia ofrecidas por el cine de las décadas anteriores, y recrean una experiencia de la más cruda desapropiación, un mundo devastado, despojado, desmantelado, cuya vida transcurre lejos de la ciudad, la tecnología y el progreso y en el que las formas del trabajo fueron eliminadas, o parecen no haber tenido lugar, con pueblos olvidados y desprovistos de todo, con estaciones de tren obsoletas y vacías junto a las vías abandonadas, un mundo rural que parece perdido" (Tranchini, 2011:258)

5- Los estibadores trasladan mercaderías a través de caminos "habilitados" estatalmente para hacerlo (en este caso el puente internacional que une Argentina con Bolivia) lo cual los ubica ante el-ojo-vigilante de la Gendarmería y la Aduana. Este tipo de circulación beneficia a los grandes comerciantes que evitan, de esta manera, abonar el canon al derecho de importación. Es una forma de trabajo que suele obtener un reconocimiento negativo en la percepción social, imagen que es trasladada a los sujetos que la realizan cotidianamente, muchas veces asociados al contrabando "hormiga".

6. Grimson (2004) señala, en relación a la problemática de la zona de fronteras, que en los últimos tiempos el Estado ha incrementado su presencia a partir de una función de control. Es decir, se ha abandonado un modelo de militarización por otro más ligado a la cuestión económico-comercial. Para sus pobladores la intervención estatal se desplaza de una función de protección a otra ligada a la regulación (fundamentalmente de la vida comercial).

7. Estigmatización de un camionero chileno por ser argentino, pero también de lugareños cuando pide

empleo haciendo changas. El maltrato por sus características físicas son una constante en la miniserie.

8. Más allá de asumir que en el discurso de la doxa existe una Argentina imaginada (Anderson, 1993) que establece como punto límite-distante a La Quiaca, pareciera que el territorio espectacular admitido como límite cognoscitivo es la Quebrada de Humahuaca que ha alcanzado, incluso, la legitimidad internacional al ser declarada Patrimonio Mundial de la Humanidad (UNESCO). Este reconocimiento valora el pasado cultural que representa el espacio y su relevancia simbólica ligada a una historia milenaria de los pueblos originarios.

9. La música de las anatas, características de la región, de manera diegética y no diegética acompañan al protagonista y a las costumbres del lugar. Las melodías elegidas identifican cada recorrido que realiza

Gabriel, tanto físico como metafórico.

10. Para la autora: "la revelación de una realidad física oculta al espectador, en la que el tiempo del plano se sostiene y se hace sentir, manteniendo su ambigüedad e indeterminación, y reclamando una mirada que también se sostenga y construya su propia singularidad" (2007:125).

11. Yoli, una joven a la que el protagonista ayuda a escapar de un prostíbulo en el Capítulo 4, es víctima del tráfico de personas. La reacción de los varones de su familia (padre y hermano) ante su arribo es negar lo sucedido, invisibilizarlo porque se considera un estigma y sancionan (con violencia física y simbólica) a Gabriel cuando sale en defensa de la muchacha (Capítulo 7). También se hace alusión a la situación de los homosexuales en el marco de una sociedad conservadora (Capítulo 5).

Referencias Bibliográficas

- Anderson B. (1993). *Comunidades Imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Arancibia, V. (2014): "Confrontaciones distributivas en el campo audiovisual. Hacia la construcción de visibilidad(es) de la diversidad". En A. Nicolosi (compiladora) *La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Bettendorff, P. (2007): "Un director sigue a un actor, un espectador sigue a un director. El cine de Lisandro Alonso". En M. Moore y P. Wolkowicz (editoras) *Cines al margen: nuevos modelos de representación en el cine argentino contemporáneo*. Buenos Aires: Librería.
- Blasini, G. (2016): "Recorriendo las Américas: Cars, Roads, and Latin American Cinema", En V. Garibotto & J. Pérez (edit.) *The Latin America Road Movie*, New York: Palgrave Macmillan.
- Brandellero, S. (2013): *The Brazilian Road Movie*, Cardiff: University of Wales Press.
- Briones, C. (1998): *La alteridad del "Cuarto Mundo": una deconstrucción antropológica de la diferencia*. Buenos Aires: Ediciones del Sol.
- Corrigan, T. (1991): "Genre, Gender and Hysteria: The Road Movie in Outer Space" En *A cinema without walls: movies and culture after Vietnam*, London: Routledge.
- Dipaola, E. (2013): *Comunidad impropia*. Estéticas posmodernas del lazo social. Buenos Aires: Letra Viva.
- Garibotto, V. & Pérez, J. (2016): "Introduction: Reconfiguring Precarious Landscapes: the Road movie in Latin America", En *The Latin America Road Movie*, New York: Palgrave Macmillan.
- Giordano, M. (2009): "Nación e Identidad en los imaginarios visuales de la Argentina. Siglos XIX y XX". En *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura CLXXXV 740*, noviembre-diciembre (2009), doi: 10.3989/arbor.2009.740n1091
- González, N. (2012): "Contenidos en la TV digital argentina. Estrategias y actores", En I

- Jornadas de Difusión y Capacitación de Aplicaciones y Usabilidad de la Televisión Digital Interactiva, SEDICI Repositorio Institucional de la UNLP, Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/25935>
- Grimson, A. (2001): *Fronteras, estados e identificaciones en el Cono Sur*. Clacso, Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/mato2/grimson.pdf>
- Grimson, A. (2004): *Fronteras, naciones y región*. Fórum Social das Américas, Quito, Ecuador, 25 a 30 de julio de 2004, Recuperado de http://www.ibase.org.br/userimages/alejandro_grimson_esp.pdf
- Guarinos, V. & Gordillo, I. (2011): "Kate, we have to go back" Idas y vueltas de la nuevas estructuras narrativas del género seriado ficcional en la hipertelevisión. En M. A. Pérez-Gómez (Editor) *Previously On. Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*. Sevilla: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Laderman, D. (2002): *Driving Visions: Exploring the Road Movie*, Austin: University of Texas Press.
- Lemes, K. y García Saraví, M. (2010): "El canon de la periferia", En *Amerika N°*, Recuperado de <http://amerika.revues.org/1504>
- Piedras, P. (2016): "The Contemporary Documentary Road Movie in Latin America: Issues on Mobility, Displacement, and Autobiography", En V. Garibotto & J. Pérez (edit.) *The Latin America Road Movie*, New York: Palgrave Macmillan.
- Rancière, J. (2014): *El reparto de lo sensible: estética y política*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Tranchini, E.(2010): "El imaginario literario argentino sobre el mítico Sur en el road movie patagónico". En *Romance Quarterly*, 57:4.
- Zizek, S. (1998): "Multiculturalismo, o la lógica cultural del capitalismo multinacional". En F. Jameson & S. Zizek *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Buenos Aires: Editorial Paidós

Sobre las autoras

Cristina Andrea Siragusa es Profesora Titular, Universidad de Villa María y Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Compiladora de libros como *Narrativas en progreso. Dramas en la televisión norteamericana contemporánea* (2012); *Narrativas imaginales. Temporalidades, ficción y TV* (2013); *La Imagen Imaginada. Nueva ficción televisiva en los territorios nacionales* (2017); *La imagen imaginada 2. Debates y reflexiones sobre ficción televisiva en Argentina* (2018).

Mariana Britos es Licenciada en Diseño y Producción de Imagen e Investigadora de la Universidad Nacional de Villa María (Córdoba, Argentina). Realiza mayoritariamente documentales, dentro de los cuales ha tenido el apoyo del INCAA y participado de varios festivales nacionales e internacionales.

¿Como citar?

Siragusa, C. (2018). Cruzando fronteras: identidades, series de ficción federal y road movie en la televisión argentina. *Comunicación y Medios*, 27(37), 156-167. doi:10.5354/0719-1529.2018.48619

La ficción televisiva en Argentina 2011 - 2016: el fomento estatal y la crisis de la producción privada

TV fiction in Argentina 2011 - 2016: state financing and the crisis of private production

Ezequiel Rivero

Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina
squielerivero@gmail.com

Resumen

La producción de contenidos de ficción en Argentina, a partir de 2009, introdujo una novedad mediante un conjunto de planes de fomento público para la producción federal de contenidos, con el objetivo de diversificar a los actores involucrados en esta actividad. El recambio en la conducción del Gobierno en diciembre de 2015, modificó la lógica de estos planes de fomento, dejándolos inconclusos. El objetivo de este trabajo es producir conocimiento empírico e interpretaciones que permitan reconocer los logros y limitaciones de la intervención estatal en este mercado, en vistas a una evaluación de la política pública y su valorización como política industrial y cultural. Este trabajo sitúa la política de fomento estatal en el contexto más amplio de la crisis productiva que atraviesa la industria local de la ficción.

Palabras clave

Ficción; televisión; políticas públicas; audiovisual; diversidad cultural

Abstract

The production of TV fiction in Argentina, as elsewhere in the region, was historically characterized by geographic centralization in a few urban centers. As of 2009, the National State introduced a disruption through a set of public promotion plans for the federal content production, with the aim of diversifying the players involved in this activity. The change in the Government's leadership in December 2015 modified the logic of these promotion plans, leaving them unfinished. The objective of this work is to produce empirical knowledge and interpretations that allow recognizing the achievements and limitations of state intervention in this market, in view of an evaluation of this public policy and its impact in industrial and cultural terms. This work frames the policy of state promotion in the broader context of the productive crisis that the local TV fiction industry is going through.

Keywords

Fiction, television, public policies, audiovisual, cultural diversity

1. Introducción

La caída en la producción y exhibición de ficción televisiva de origen argentino en los últimos años es producto de la combinación de varios factores. Por un lado, la política de adquisición de gran número de telenovelas extranjeras -particularmente brasileñas y turcas- que alcanzaron altos niveles de audiencia y ocuparon con gran éxito el *prime-time* de los canales de aire de Buenos Aires; en segundo lugar, el lento pero sostenido desplazamiento de las audiencias hacia otras ventanas de exhibición como la televisión paga o servicios basados en internet, que se suman a la dieta audiovisual de los espectadores, compiten por su atención, y desafían los modelos de negocio de los distintos actores de la cadena de valorización. Un tercer componente de la actual crisis de la ficción en Argentina, central a los fines de este trabajo, es la política pública de fomento a la producción audiovisual iniciada en 2009, que apuntaló a la alicaída industria local, y fue modificada sustancialmente en su lógica de funcionamiento a partir de 2016¹.

La crisis de la ficción local sobre la que alertan desde distintos sectores² se enmarca en un problemática mayor del sector audiovisual. En un contexto de lenta pero sostenida caída de la audiencia de TV abierta y estancamiento de las suscripciones a la TV paga, la estrategia de los canales de televisión tiende a minimizar o distribuir los riesgos, ya no solamente mediante la tercerización en productoras independientes o las coproducciones con socios locales o internacionales, si no especialmente mediante la compra de programas extranjeros.

La emisión de "latas" en la televisión abierta de alcance nacional no es un fenómeno nuevo, pero hasta 2014 se limitaba a telenovelas de larga duración de países de Iberoamérica, que en general ocupaban las franjas de la tarde, obteniendo un éxito moderado. El menor valor de mercado de estas ficciones que, en el caso de las brasileñas y turcas lograron imponerse en el *prime-time*, acentuó aún más la tendencia en detrimento de la producción local. Según datos del Observatorio Iberoamericano de la Ficción

Televisiva (OBITEL), en 2015 la TV abierta de Buenos Aires emitió 527 horas de ficción local y 1662 de ficción extranjera proveniente de México, España, Colombia, Brasil y Turquía (Aprea, Kirchheimer & Rivero, 2016).

En la antesala de la crisis de la ficción privada, cuando se vaticinaba que la producción de ficción se concentraría cada vez en menos actores, la intervención del Estado Nacional a partir de 2009 introdujo una serie de novedades, que, sin alterar la estructura del mercado, significó el puntapié inicial hacia una mayor federalización de la producción y diversificación en las distintas etapas de la cadena de valor.

Desde ese año, en el marco de la puesta en funcionamiento de la Televisión Digital Terrestre (nombrada como Televisión Digital Abierta, TDA), el Estado financió en su totalidad la producción y adquisición de contenidos audiovisuales, en su mayoría ficciones, a través de numerosas líneas de concursos. Este mecanismo de fomento diversificó el espectro de empresas dedicadas a la producción de ficción y permitió a canales provinciales, universitarios, públicos y privados incluir en su programación contenidos de ficción. Algunos de los contenidos surgidos de estos concursos mostraron propuestas estéticas disruptivas e incluyeron en sus tramas problemáticas sociales menos tratadas por la ficción de elaboración privada.

Desde sus comienzos, los planes de fomento estatal fueron objeto de críticas, especialmente desde el ámbito periodístico (Crettaz, 2015). Tras el recambio gubernamental en diciembre de 2015, estas iniciativas fueron cuestionadas también desde el Estado Nacional; primero fueron objeto de mayor escrutinio económico, y más tarde, se redujo la participación pública en la financiación total de los proyectos.

El retiro parcial del Estado como promotor de la industria de la ficción dejó al descubierto y profundizó una crisis en la producción local, ya preexistente. Este trabajo, de perfil empírico y analítico, busca caracterizar la actual situación de la industria de la ficción argentina. Para esto, utiliza indicadores como la reducción en los ni-

veles de audiencia y las transformaciones demográficas de la audiencia de la ficción que emite la televisión abierta. A su vez, analiza con detalle la política de fomento que propició el Estado Nacional dando cuenta de sus principales logros y limitaciones.

2. Clave de lectura teórica y aspectos metodológicos

A nivel teórico, el trabajo se inscribe en el marco de los estudios de la Economía Política de la Comunicación que brindan algunos elementos para analizar las transformaciones en la cadena de valor y distribución de la industria audiovisual (Arsenault & Castells, 2008; Zallo, 2011). A su vez, este enfoque permite analizar la tendencia a la concentración propia de las industrias culturales y la doble faz material y simbólica de los bienes culturales, cuya implicancia en la producción social de sentido y la construcción de identidades culturales plantean aspectos relativos a garantizar la diversidad cultural en estos nuevos escenarios (Garnham, 1990; Mosco, 1996; Sierra, 2006).

De un modo particular, el sistema de medios en nuestra región se ha caracterizado, entre otros aspectos, por una marcada lógica comercial y altos niveles de concentración en la propiedad de los medios, lo que se vincula además a la centralización de la producción de contenidos en los grandes centros urbanos. A esto se suma la presencia de medios estatales gubernamentalizados en sus líneas editoriales y con escasa penetración en la audiencia, lo que ha sido funcional al afianzamiento del sistema privado comercial (Arroyo, Becerra, García, & Santamaría, 2012; Becerra & Mastrini, 2009). En este último punto, autores como Fuenzalida (2005) indican se debe avanzar hacia una matriz de televisión pública con protagonismo social, como ventana del acontecer nacional y local pero buscando la máxima audiencia posible (2005: 170). Para este autor lo público no ocurre con la mera emisión de un programa u obra, sino que requiere complementariamente de una efectiva audiencia pública, esto es, no elitista o marginal.

Entre sus múltiples efectos, la concentración de la propiedad tiende a la "reducción de la diversidad" (Becerra: 2010: 104) y a la concentración geográfica de la producción.

La concentración en la propiedad de los medios fue facilitada en cada momento por los gobiernos de turno, los que además otorgaron a las grandes empresas apoyos económicos y mantuvieron marcos regulatorios débiles funcionales a los intereses concentrados. En el caso argentino, recién en 2009 tuvo lugar una nueva regulación - Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA)- que, formalmente, ponía un límite al tratamiento mercantil de la comunicación y la concentración de la propiedad.

Concomitantemente, a contramano de la tendencia histórica que concentraba en pocas manos y territorios la producción de contenidos de ficción, el Estado introdujo una novedad mediante un ambicioso plan de fomento a la producción de contenidos federales, lo que buscaba diversificar a los actores involucrados en la producción de contenidos audiovisuales. No obstante, la experiencia, tal como fue concebida, apenas superaría el lustro, y hacia fines de 2015 las políticas de comunicación restauraron el estado de cosas previo a la sanción de la LSCA, lubricando los mecanismos que permiten a los grandes actores económicos su afianzamiento y concentración.

En este contexto, cambió la lógica y alcance de los planes de fomento público a la producción de ficción que se venían instrumentando desde 2009. El nuevo escenario invita por tanto a un análisis de los logros y limitaciones de la experiencia anterior. En efecto, resulta importante producir conocimiento empírico en vistas al perfeccionamiento de estas iniciativas a futuro y su valorización como política industrial y desde un punto de vista cultural y social.

Para esto, a nivel metodológico el trabajo es de tipo diacrónico, exploratorio y descriptivo, sostenido en la sistematización y análisis de datos empíricos recogidos a lo largo de un periodo de seis años. En un primer momento caracteriza de modo general la crisis de la industria de la

ficción televisiva de aire en relación a su nivel de audiencia decreciente y transformaciones en las características demográficas de los espectadores.

En la segunda parte se aborda de lleno el objeto de estudio del trabajo, la política de fomento público a la producción de ficción. En este punto, se retoma parcialmente la matriz de análisis que propone el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL) para caracterizar algunos aspectos vinculados a la producción, emisión y recepción de las ficciones de fomento, tomando en cuenta indicadores como el origen de la producción; la cantidad de títulos y horas emitidas; temáticas dominantes; decisiones de programación; el perfil de las audiencias en relación a los principales indicadores demográficos y el alcance de estas ficciones medido en términos de *rating* y *share*.

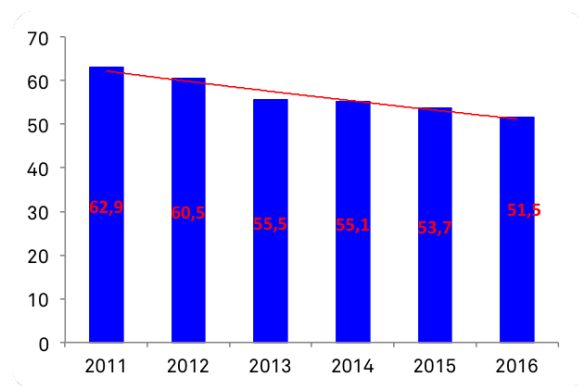
El recorte temporal inicia en 2011 cuando comienza la emisión de ficciones de fomento en la TV abierta y finaliza en 2016, tras el recambio en la conducción del Gobierno, que trajo aparejada una modificación en la lógica de esta política. El estudio no da cuenta de la totalidad de las producciones que resultaron de los concursos de fomento estatal, sino de aquellas emitidas entre 2011 y 2016 por alguno de los cinco canales de aire con cabecera en Buenos Aires: Telefe (Canal 11); El Trece (Canal 13); América (Canal 2); Canal 9 y TV Pública (Canal 7). El *corpus* no contempla las emisiones en canales provinciales o locales, ni en internet.

Finalmente, es clave marcar que el trabajo surge del análisis de los datos proporcionados por Kantar Ibope durante los últimos seis años. Esta consultora es un actor legitimado por la industria audiovisual a nivel regional, que basa algunas de sus decisiones artísticas y de negocios en sus estudios de mercado. Sin embargo, no se desconocen los sesgos y limitaciones de los datos utilizados, que, a su vez, condicionan el tipo y alcance de las preguntas que es posible formular a partir de ellos.

3. La ficción televisiva de aire: menos audiencia y con nuevas características

La crisis de la ficción televisiva se enmarca en un fenómeno de mayor alcance que excede incluso las fronteras nacionales, referido a la lenta pero sostenida pérdida de centralidad de las señales de televisión de aire en la dieta audiovisual de los espectadores.

Gráfico 1: evolución share cinco canales de TV Abierta (2011-2016).



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope

Entre 2011 y 2016 las cinco principales señales de TV abierta de la Argentina, todas ellas con cabecera en Ciudad de Buenos Aires y con alcance nacional a través de repetidoras³, perdieron el -11,4% de participación en el *share*. En términos de *rating*, en 2004 los cinco canales sumaban 39,1 puntos y en 2016 alcanzaron 26,1, una caída de 13 puntos, o el 33% de la audiencia, en 12 años. La caída en la sintonía de los canales abiertos podría explicarse, en parte, por una migración de la audiencia hacia a las señales de cable. Según datos de LAMAC, a partir de 2009 se inició una tendencia de crecimiento del *rating* de las señales de televisión paga ante la caída de las señales abiertas, y, finalmente, desde 2014 hasta la actualidad, el *rating* acumulado por todas las señales de cable supera al conjunto de las televisoras de aire⁴. Un factor adicional es la migración de público hacia servicios de video a demanda basados en internet, particularmente a partir de 2011, cuando se

consolida la masificación de las conexiones a banda ancha domiciliaria⁵ y comienzan las operaciones de Netflix en la Argentina, que, según datos de la Consultora Bussines Boureau, en agosto de 2017, había alcanzado los 847.458 suscriptores únicos, liderando el segmento de video a demanda. La ficción seriada, por su parte, no se mantuvo inmune a la merma del *rating* y *share* que afecta a la televisión abierta, y, desde 2013, inició una tendencia decreciente; entre ese año y 2016 acumuló una pérdida del -2,2% de audiencia⁶.

En este punto es preciso preguntarse por las nuevas características de quienes aún sintonizan la televisión abierta para mirar ficción seriada, en relación a su género, nivel socioeconómico y edad, tres variables demográficas que se consideran clave por su influencia en la definición de los proyectos artísticos y comunicacionales de las emisoras, y por su interés para la industria de la publicidad.

Aunque el público de la ficción televisiva es por tradición mayoritariamente femenino, esta tendencia se viene profundizando en los últimos

años. En 2011 la diferencia entre los hombres y mujeres que miraban ficción era del 7,3%, y en 2016 la brecha creció hasta el 12,9%. La mayor diversificación de la oferta en el cable y en otras pantallas basadas en internet, sumada a la oferta de la televisión tradicional que se concentra en telenovelas y melodramas clásicos, generalmente más consumidos por la audiencia femenina, constituye parte de la explicación.

Un elemento adicional en la caracterización de la audiencia de la televisión abierta es el Nivel Socio Económico (NSE) de quienes la consumen, teniendo en cuenta que las opciones de TV paga y las plataformas de *streaming* en general implican el abono de suscripciones o pagos por transacción. En el caso de las plataformas de internet, el usuario debe además contar con una conexión de banda ancha en su domicilio e incluso una tarjeta de crédito internacional para realizar pagos en dólares al exterior. En este contexto se corrobora que el público de la ficción en televisión abierta crece entre los sectores de menor nivel socioeconómico.

Gráfico 2: composición de la audiencia de ficción de aire por género (2011-2016).

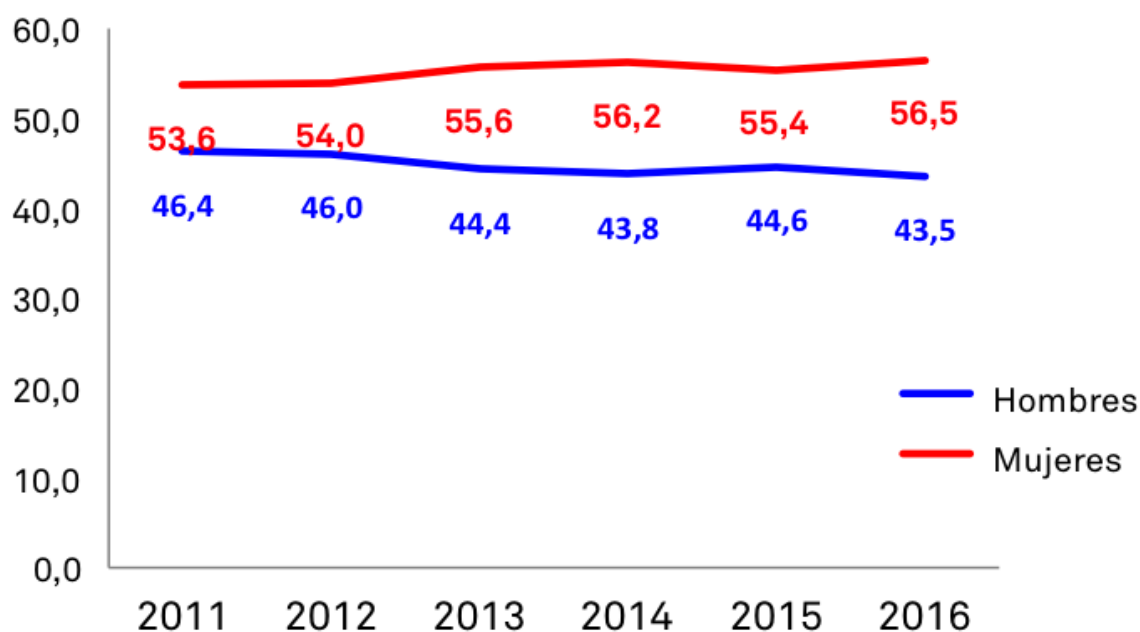
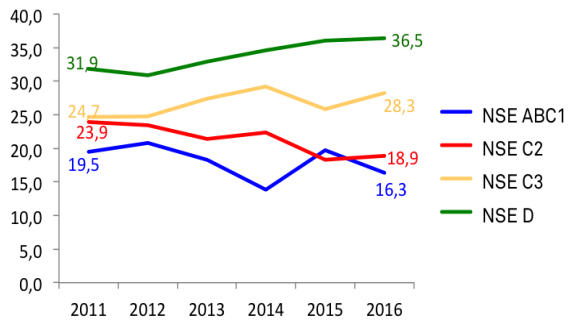
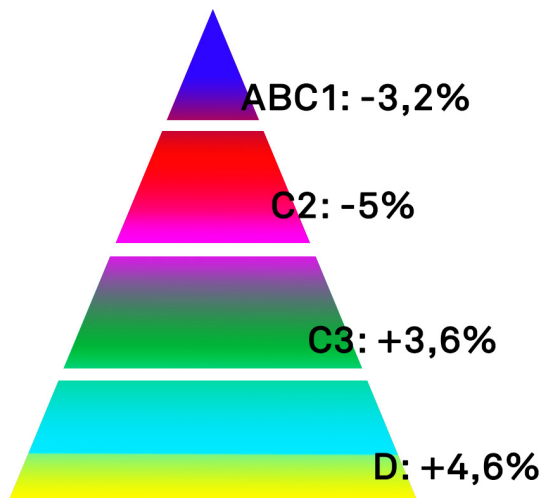


Gráfico 3: composición de la audiencia por NSE



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope

Gráfico 3.1: variación por segmento.

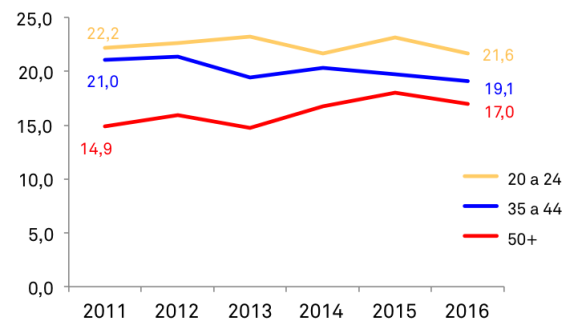


Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope

Como se observa en las figuras anteriores el público de los segmentos de NSE más bajo (D y C3) creció +8,2% en el periodo estudiado, lo que se compensa con la pérdida idéntica de audiencia en los niveles de mayor NSE (C2 y ABC1). De esto se desprende que los sectores de mayor poder adquisitivo están en mejores condiciones para diversificar su dieta de consumo cultural adi-

cionando suscripciones *premium* a la TV paga y a plataformas de *streaming*, que capturan parte de su atención, mientras que la TV abierta y gratuita queda como la opción más elegida entre los espectadores de menores recursos. Cabe, no obstante, aclarar que en Argentina la penetración de la TV paga por suscripción supera el 80% de los hogares⁷. Finalmente, se observa un aumento en el promedio de edad de las personas que consumen ficción seriada en la televisión abierta.

Gráfico 4: composición de la audiencia por edad.



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope

Si se toma de manera conjunta el segmento que va de los 20 a los 44 años, entre 2011 y 2016, la caída es de -2,5%, que se compensa con un incremento similar entre los espectadores de +50 años. Es decir, el público de la ficción en la televisión abierta envejece cada vez más.

En suma, el análisis de estos indicadores muestra que la caída (moderada) en los niveles de audiencia no es la única novedad para la ficción seriada en la televisión abierta entre 2011 y 2016. Las características de la audiencia, por su parte, también se modificaron: el público es cada vez más femenino; aumentó un 8,2% la participación de los segmentos de menor nivel socioeconómico y creció el público de mayor edad. Estas afirmaciones ameritan estudios específicos que expliquen más profundamente las transformaciones, que posiblemente obedezcan a una concurrencia de variables relacionadas no solamente a la propuesta artística de la televisión abierta, sino a otras vinculadas a la proliferación de la oferta en múltiples pantallas, cambios en los

hábitos de consumo y la desprogramación de los contenidos audiovisuales en general.

Como respuesta a la crisis por la que atraviesa la televisión abierta, en los últimos años las emisoras pusieron en práctica estrategias para adecuarse al nuevo tiempo de menor *rating* y cambios en el perfil y hábitos de la audiencia. En algunos casos buscaron establecer puentes con la *web*, especialmente en aquellas ficciones orientadas al público más joven, ampliando allí el universo narrativo de la ficción que se emitía en la televisión lineal. Además, los canales de aire buscan cerrar acuerdos con señales de cable, distribuidores internacionales o proveedores de TV paga, para coproducir series de alto presupuesto, reduciendo riesgos empresarios y garantizando una mayor distribución internacional. No obstante, la estrategia más habitual en las pantallas locales en los últimos años fue la emisión de ficciones extranjeras. Como ya señalamos en la introducción, solo en 2015 la TV abierta de Buenos Aires emitió 527 horas de ficción nacional y 1.662 horas de producciones extranjeras. Estas ficciones provienen de los más variados orígenes: Brasil, Turquía, México, Colombia, e incluso Corea del Sur. Esta situación de retracción de la industria nacional generó la alerta de las principales asociaciones que reúnen a los actores que intervienen en la industria (actores, guionistas, directores, productoras independientes), con particular énfasis a partir de 2016 cuando, después del recambio en la conducción del Gobierno Nacional, las políticas de fomento estatal a la producción de ficción, hasta entonces plenamente vigentes, cambiaron su lógica y los recursos destinados a estos fines disminuyeron sensiblemente, desnudando en toda su magnitud la crisis preexistente en el sector.

4. El Estado y la ficción: logros y limitaciones de la política de fomento a la producción de contenidos (2011-2016)

A partir de 2009, durante la administración de Cristina Fernández (2007-2011 y 2011-2015), en el marco de la puesta en funcionamiento del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVDT), el Estado Nacional financió la produc-

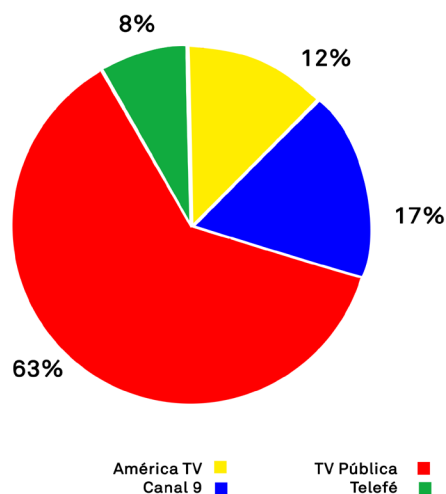
ción y adquisición de contenidos audiovisuales a través de distintas líneas de concursos. El Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para televisión realizó 43 concursos y distribuyó 573 subsidios de los que resultaron unas 267 producciones; incluyendo series, animaciones, cortometrajes y documentales, equivalentes a 1.521 horas de contenido (MPFIPyS, 2015). Algunos de ellos fueron programados por canales privados de la Ciudad de Buenos Aires y el interior, y canales públicos, mientras que otros no se emitieron en televisión. La mayor parte de las producciones fueron alojadas en el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), un repositorio que, según cifras oficiales, desde su creación distribuyó 12 mil horas de programación a 74 canales públicos y privados adheridos de todo el país. A su vez, dentro del ámbito de BACUA se creó la ya extinta Contenidos Digitales Abiertos (CDA), una plataforma gratuita ideada como ventana de exhibición en internet. En la actualidad algunas de las series financiadas por el Estado pueden verse *online* en la plataforma Cont.ar creada en mayo de 2018 por el Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMycP).

Como se mencionó en la introducción, los planes de fomento han sido objeto de controversias, especialmente desde el ámbito periodístico, en relación al volumen de la inversión realizada por el Estado, los criterios de asignación de los fondos y la dificultad de los programas para alcanzar audiencias masivas. No obstante, no se conocen estudios de fondo que aborden más ampliamente el impacto de esta política en relación al fomento a la industria audiovisual local y la diversificación de actores en las distintas instancias de la cadena de valor. Por lo pronto, según datos de UNESCO, a partir de la LSCA y las políticas de fomento estatal, se registró un incremento del 28% en la emisión de contenidos locales en los canales regionales del país (UNESCO, 2015: 53).

4.1 Análisis de la ficción de fomento estatal estrenada en los canales de aire⁸

Entre 2011 y 2016 se estrenaron 64 ficciones de fomento estatal en cuatro de los cinco canales de aire con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Gráfico 5: Títulos exhibidos por canal (2011-2016).



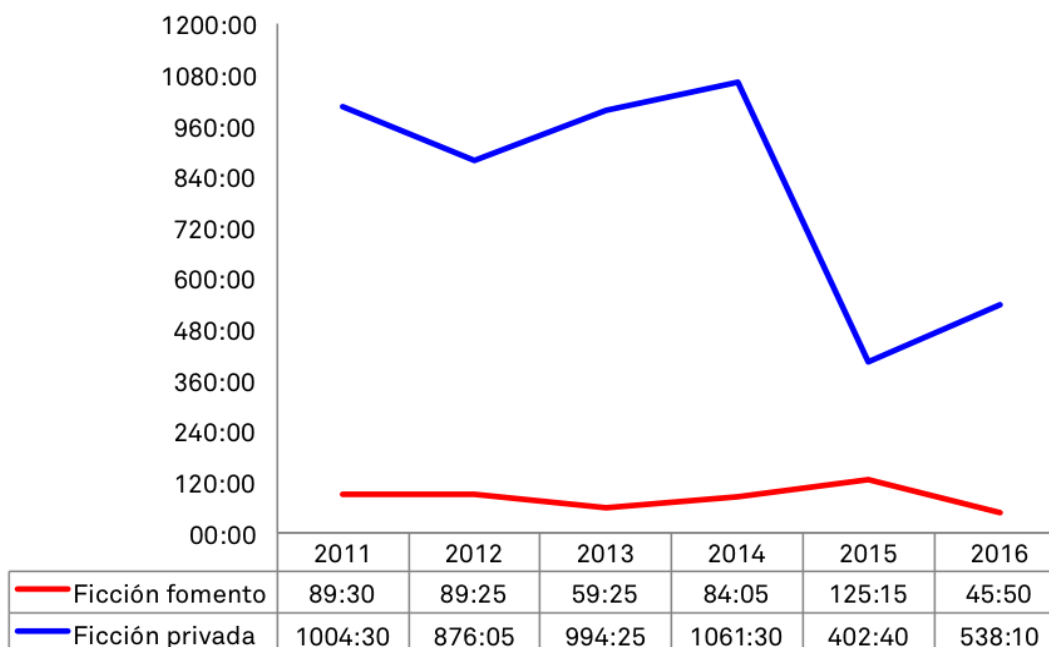
Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

La TV Pública, de titularidad estatal, programó la mayor cantidad de miniseries y unitarios (63%), seguido por los privados Canal 9 (17%), América

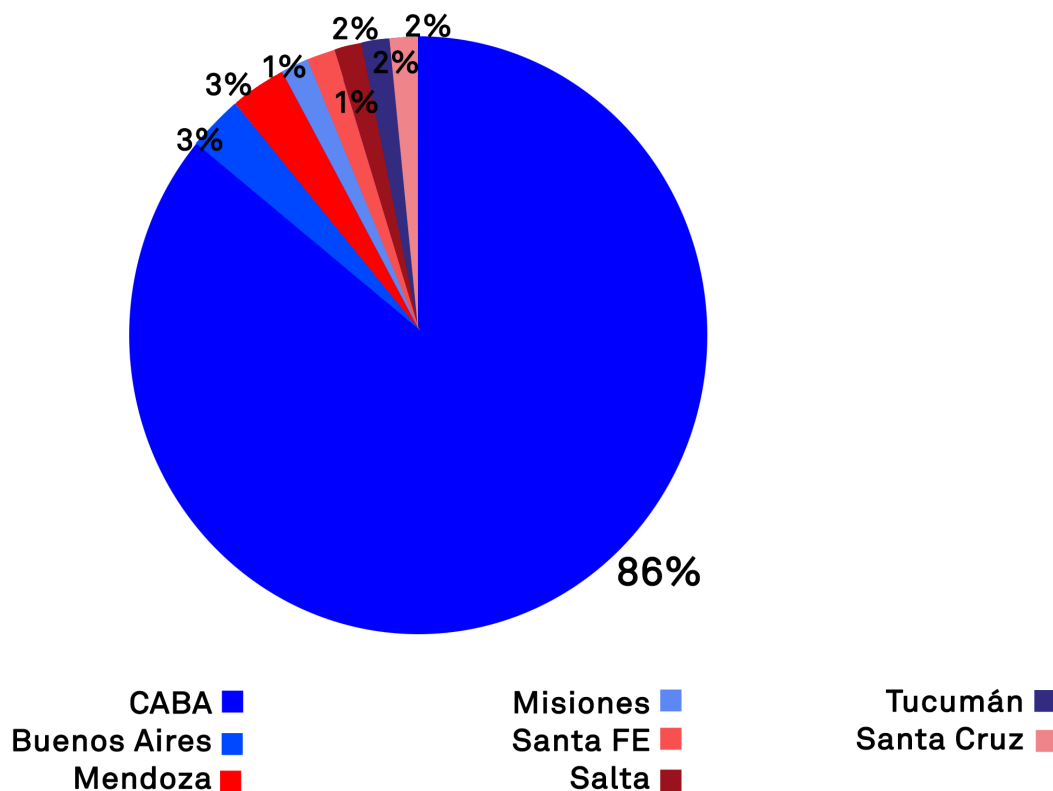
(12%) y Telefe (8%). El Trece (Grupo Clarín) fue el único licenciataria de televisión abierta que no emitió ninguna ficción financiada por el Estado, lo que debe leerse en el contexto de la relación tensa que mantuvo el Grupo Clarín con el poder Ejecutivo durante los últimos dos gobiernos kirchneristas (2007-2015). Por otra parte, en el mismo periodo se estrenaron 52 ficciones de producción y financiación privada⁹.

No obstante, si se contabilizan las horas exhibidas¹⁰, la participación de las ficciones de fomento es menor, ya que, en su mayoría, se trata de miniseries y unitarios de corta duración, de 8 a 13 episodios, de 20 a 45 minutos cada uno, mientras que la televisión privada produce en general ficciones de larga duración, por encima de los 120 capítulos, de 45 minutos de artística en promedio. El punto máximo de exhibición ocurre en 2015 lo que coincide con una abrupta caída de más del 50% en la producción privada. En 2016, tras el recambio gubernamental, la exhibición de ficciones de fomento es la menor de toda la serie.

Gráfico 6: Evolución de horas exhibidas ficción fomento y privada (2011-2016).



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

Gráfico 7: Ficciones de fomento por provincia de origen (2011-2016).

Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel

Como reflejo de la centralización histórica de la producción audiovisual en la Ciudad de Buenos Aires, los canales de televisión abierta programaron mayormente ficciones de productoras de esa misma ciudad (86%). Sin embargo, por primera vez se emitieron además algunos contenidos producidos íntegramente en las demás regiones del país, hecho que, si bien no alcanzó a alterar la estructura del mercado ni se extendió más allá de los casos puntuales de las ficciones de fomento, representó una novedad a partir de esta política pública. En este punto cabe reiterar una limitación en el corpus de este estudio, ya que los canales provinciales y locales sí programaron en estos años numerosas ficciones federales.

Aunque la política de fomento público permitió diversificar los actores con capacidad para producir ficción en el país, incluyendo otros

de distintas geografías y formas organizativas, como universidades o cooperativas, los canales de Buenos Aires, incluida la TV Pública, privilegiaron los productos de empresas locales, muchas de ellas con reconocida trayectoria en el rubro. Como se observa en la tabla anterior, la totalidad de los 20 títulos de fomento más vistos corresponden a productoras ubicadas en la Capital del país.

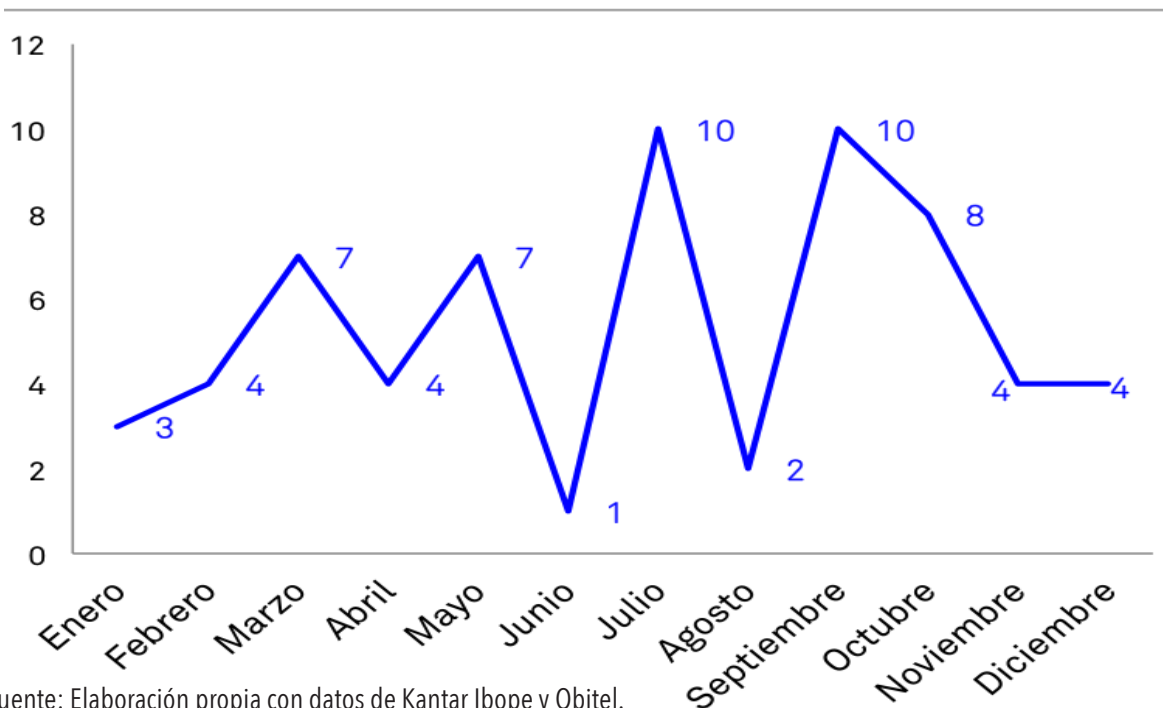
A su vez, pese a que la TV Pública fue la que emitió el 63% de estas ficciones, la mayoría de los programas más vistos son los que emitieron los canales privados, especialmente Telefé, el líder de audiencia desde principios de los años 90's. Entre los realizadores de las ficciones con mejor *rating* aparecen empresas de larga trayectoria en la producción audiovisual, algunas con vínculos habituales con los canales privados.

Tabla 1: 20 ficciones de fomento más vistas (2011-2016).

	Título	Origen	Productora	Canal	Franja	Rating	Share
1	Historia de un clan	CABA	Underground	Telefe	Prime Time	11,78	19,54
2	El Donante	CABA	Eyeworks Cuatro Cabezas	Telefe	Prime Time	11,3	19,88
3	Fronteras	CABA	Zoelle Producciones	Telefe	Prime Time	8	s/d
4	La Celebración	CABA	Underground	Telefe	Noche	6,61	14,64
5	Historia Clínica	CABA	Underground	Telefe	Noche	6,27	14,1
6	Maltratadas	CABA	T y C	America 2	Prime Time	4,2	6,7
7	Historias de la primera vez	CABA	Illusion Studios	America 2	Prime Time	3,3	5,3
8	Televisión x la inclusión	CABA	ONTV Contenidos	Canal 9	Prime Time	3,2	5,3
9	Santos y Pecadores	CABA	ONTV Contenidos	Canal 9	Prime Time	2,66	3,6
10	Conflictos Modernos	CABA	ONTV Contenidos	Canal 9	Prime Time	2,63	4,11
11	Víndica	CABA	Promofilm	America 2	Prime Time	2,5	4,1
12	Los Sonicos	CABA	GP Media	Canal 9	Prime Time	2,5	3,8
13	El Pacto	CABA	Oruga Cine y Tostaki	America 2	Prime Time	2,4	4
14	Círculos	CABA	Zarlek	America 2	Noche	2,34	5,94
15	Decisiones de vida	CABA	LC Acción/Diego Estevanez	Canal 9	Noche	2,3	4,2
16	Tiempo de pensar	CABA	a + A Group	TV Pública	Prime Time	2	s/d
17	La Casa	CABA	Campo Cine	TV Pública	Prime Time	2	s/d
18	Viento Sur	CABA	Azteka Films	America 2	Noche	1,91	4,83
19	Milagros en Campaña	CABA	El oso producciones	Canal 9	Prime Time	1,76	2,48
20	Amores de Historia	CABA	Oruga Cine y Tostaki	Canal 9	Prime Time	1,73	2,74

Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

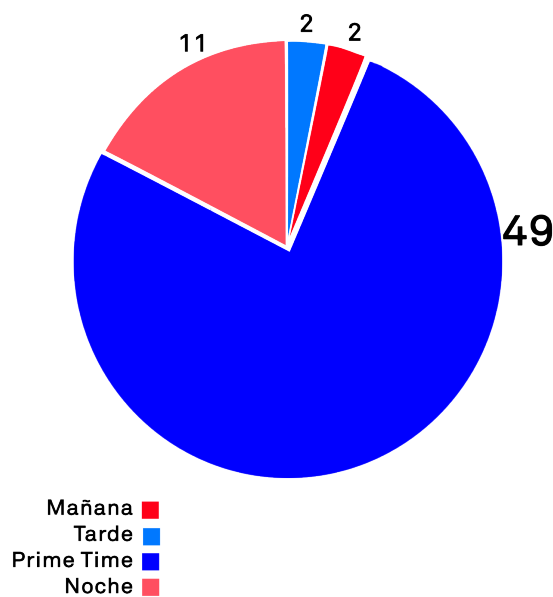
Gráfico 8: Total ficciones de fomento por mes de estreno (2011-2016).



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

Como se observa en el gráfico anterior es difícil advertir una tendencia en relación a las fechas de estreno de estas ficciones, que se programaban de manera irregular a lo largo de todo el año. El formato de corta duración y la no disponibilidad de segundas temporadas resultaba un desafío para las políticas de programación de los canales. Como señala Martín Bonavetti (Director Ejecutivo de TV Pública entre 2008 y 2016) “en términos de programación, una ficción de ocho capítulos, cuando la gente la comienza a ver ya se termina”, a lo que agregaba que “no se puede armar una ficción sin saber en qué pantalla irá, porque las pantallas tienen identidad”¹¹. La fecha de estreno de un contenido televisivo y su lugar dentro de la grilla brinda información sobre la jerarquía que se otorga al producto. A modo de ejemplo, la primera ficción de fomento, *El Paraíso* (2011), fue emitida por la TV Pública entre el 19 de diciembre de 2011 y el 4 de enero de 2012, con escasa promoción previa y en una fecha de bajo encendido televisivo.

Gráfico 9: Total ficción por franja horaria de emisión (2011-2016).



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

La mayoría de estas ficciones fue emitida durante el *prime-time*, de 21 a 24 (76%), seguido por la noche, de 0 a 6 (17%) y en menor medida la mañana, de 6 a 13 (3%) y la tarde, de 13 a 21 (3%). No obstante, se observa que muchas de ellas fueron programadas cerca o pasada la medianoche, una práctica poco habitual en el caso de las ficciones de producción privada, que habitualmente ocupan las franjas centrales del *prime-time* y la tarde. La frecuencia de emisión variaba entre 1 a 5 días por semana. Algunas se programaban de lunes a viernes con lo cual estuvieron en pantalla apenas dos semanas, mientras que otras se emitieron semanalmente logrando exposición durante más de tres meses. La sobreabundancia de títulos y la dispersión de días y horarios elegidos para su programación dificultó el seguimiento y continuidad de las historias por la parte de la audiencia. Este hecho explica que las ficciones con mejor rendimiento en materia de *rating* hayan sido los unitarios.

En efecto, si bien en total se emitió más cantidad de miniseries (44) que de unitarios (20) esta proporción se invierte entre los veinte títulos más vistos, 13 de los cuales fueron unitarios. Como ya hemos dicho, la brevedad de los programas, sumado a la dispersión en sus estrategias de programación y la abundancia de oferta decantó a favor de los formatos autoconclusivos que no demandaban continuidad por parte de la audiencia.

Algunas de estas ficciones planteaban un tratamiento estético disruptivo, en algún caso cinematográfico, debido a la proveniencia y *expertise* de sus realizadores, junto a una buena factura técnica. En casi todos los casos se abordó alguna problemática social: violencia de género, discriminación y marginalidad. Un segundo grupo de ficciones adoptó como *leitmotiv* la agenda del kirchnerismo, con tramas referidas a derechos humanos e identidad, medios de comunicación, dictadura, Peronismo o ampliación y conquista de derechos sociales. En alguna ocasión las motivaciones políticas detrás de algunas ficciones se imponían sobre la lógica artística, dando por resultado historias a priori interesantes pero malogradas por un tratamiento maniqueo de los hechos y personajes.

Tabla 2: Total de ficciones según la época de la narración.

Época	Títulos	%
Presente	49	76,6
de Época	6	9,4
Histórica	7	10,9
Otra	2	3,1
Total	64	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Orbitel.

La mayor diversidad temática también se refleja en la temporalidad de la narración. Aunque la mayoría interpela a la audiencia desde el presente (76%), a diferencia de la ficción privada, donde éste predomina casi exclusivamente, las de fomento introducen propuestas ambientadas en otra época (9%); basadas en hechos o personajes históricos (10%) y otras que transcurren en más de un tiempo (3%).

Tabla 3: Comparación de la audiencia de ficciones de fomento y privadas según género y NSE (promedio).

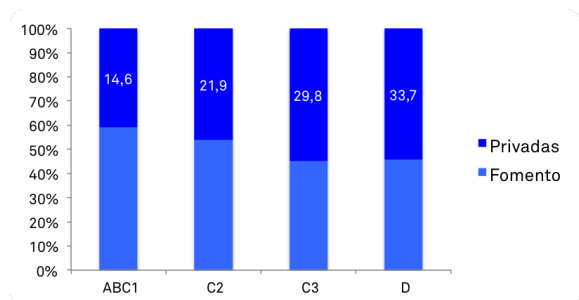
	10 ficciones fomento más vistas (2011-2016)	10 ficciones privadas más vistas (2016)
Hombres	46,8	40,5
Mujeres	53,2	59,5
ABC1	21	14,6
C2	25,6	21,9
C3	24,5	29,8
D	28,4	33,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y OBITEL

En cuanto a las características de la audiencia de las series de fomento, las principales variables demográficas muestran algunas similitudes pero también diferencias con la ficción en general, a lo que nos referimos en el apartado anterior. Como se lee en la tabla anterior, la audiencia femenina es mayoritaria tanto en las ficciones de fomento

como en las de financiación privada, pero en el caso de las primeras, la brecha de género se reduce sensiblemente (públicas: 6.4%; privadas: 19%), esto obedece, en parte, a la brevedad de los formatos, y fundamentalmente, a la mayor variedad temática que permite interpelar a otros públicos.

Gráfico 10: audiencia de la ficción privada y de fomento según NSE¹²



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar IBOPE y OBITEL

En cuanto a la composición por edad se observa que la ficción privada concentra mayor audiencia en la población más joven (4 a 24), mientras que la ficción de fomento concentra casi la mitad de su público entre los segmentos de mayor edad (+35 y +50 años).

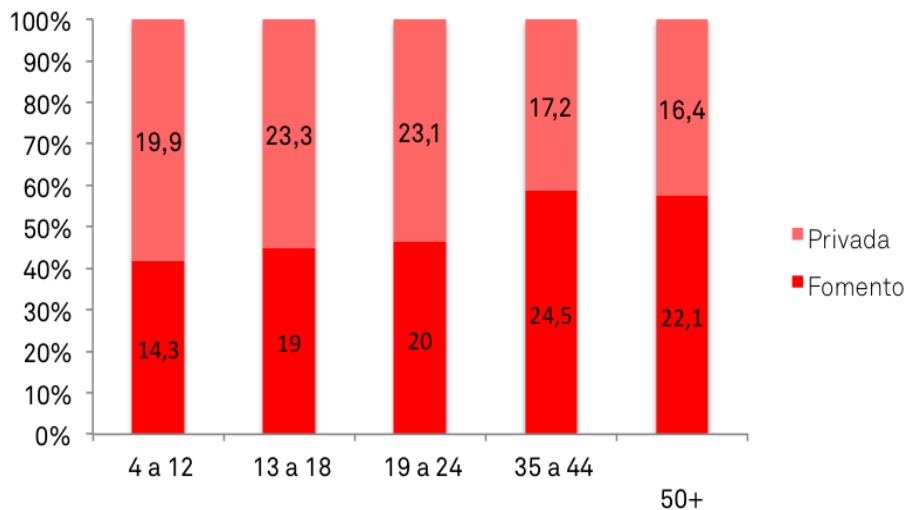
Finalmente, se observa una brecha socioeconómica y etaria en relación al visionado de estas ficciones de fomento. En cuanto al nivel socioeconómico (NSE), el público ABC1 y C2, el de mejores ingresos, tiene mayor peso entre las ficciones de fomento, mientras que, como vimos en el apartado anterior, el público de los segmentos C3 y D, de menores ingresos, tiene más peso en la composición de la audiencia de la ficción privada.

5. Conclusiones

La crisis de la ficción seriada en la televisión de Buenos Aires se enmarca en una mayor que afecta a la televisión abierta en su conjunto, que lenta pero sostenidamente cede terreno ante otras formas de acceso al consumo audiovisual, mientras se producen mutaciones en las características de la audiencia. La realización de algunas coproducciones, y fundamentalmente la programación de ficción extranjera, fueron las principales respuestas ante un escenario incierto, de alto riesgo empresarial y en permanente transformación.

Cuando la crisis ya se avizoraba y todo indicaba que la producción de contenidos se concentraría cada vez más en menos actores, el Estado Nacional introdujo una novedad, y a partir de 2009, se posicionó como uno de los principa-

Gráfico 11: Audiencia de la ficción privada y de fomento según edad (promedio)



Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Ibope y Obitel.

les productores de ficción del país. Esta política pública permitió generar algunas experiencias interesantes y capacidades de producción en lugares donde no las había, pero su rediseño en los últimos dos años, que incluyó el retiro parcial del Estado, desnudó en toda su magnitud una situación crítica para la industria local, que se remonta a principios de la década.

La concentración de mercado y de la propiedad como característica sobre la que se estructura el sistema de medios en nuestro país tiene su correlato en la producción y distribución de ficción seriada. Dos canales de la televisión abierta de Buenos Aires concentran la producción de casi la totalidad de la ficción televisiva que se distribuye a nivel nacional. Frente a este diagnóstico, y la necesidad de generar contenidos para la naciente Televisión Digital Abierta, el Estado Nacional instrumentó una política de fomento a la producción de contenidos que se sostuvo por apenas 5 años. La baja institucionalidad de la experiencia sumada a los errores que se le atribuyen, permitió su desmonte a la actual administración, interrumpiendo, con argumentos económicos y de mercado, el proceso de maduración de una experiencia novedosa para el país.

La pregunta que surge en la actualidad es con qué objetivos y en qué medida debe el Estado intervenir para fomentar su industria local de ficción televisiva. El cambio en la lógica y alcance de los planes de fomento a partir de 2016 invita a un análisis minucioso de los logros y limitaciones de la experiencia anterior. En efecto resulta importante producir conocimiento empírico en vistas al perfeccionamiento de estas iniciativas y su valorización como política industrial y cultural.

En el periodo estudiado la televisión abierta de Buenos Aires emitió 64 unitarios y series de ficción producidas con fomento estatal; la TV Pública fue el canal que más espacio dedicó a estos contenidos. El 86% de las ficciones de fomento emitidas fueron creadas por productoras de la Ciudad de Buenos Aires, pero varios títulos provenientes de las provincias también lograron acceder a una pantalla de alcance nacional. Los ciclos con más *rating* fueron emitidos por los canales privados y muchos de ellos produci-

dos por empresas de amplia trayectoria. Por la brevedad de sus capítulos (8 a 13 episodios) estas ficciones fueron un desafío para las políticas de programación de los canales. Se estrenaron en todos los meses del año, con una frecuencia variable de entre 1 a 5 emisiones semanales, la mayoría durante el último tramo del *prime-time* o pasada la medianoche. En materia de contenidos aportaron temáticas de interés social poco tratadas por la ficción privada.

Las variables demográficas dejan ver que, por su amplitud temática, estas ficciones convocaron más público masculino que las ficciones privadas con lo cual se reducía la brecha de género existente en la composición de la audiencia de la ficción televisiva, tradicionalmente más femenina. En lo relativo a la edad, se observa mayor participación a partir de los 35 años y más. En relación al NSE, el público de las ficciones de fomento gana peso entre los segmentos de más poder adquisitivo.

Notas

1. Para mayor claridad sobre el periodo temporal de este estudio marcamos que en 2009 se realiza la primera convocatoria para presentar proyectos de producción audiovisual con fomento estatal, lo que significó el lanzamiento formal de esta política. En 2011, las primeras producciones ya finalizadas comienzan a emitirse en la televisión de Buenos Aires y el resto del país. En diciembre de 2015 se produce un recambio en la conducción del gobierno y a partir de entonces se modifica la lógica de funcionamiento de estos planes de fomento. En efecto, el periodo estudiado, 2011-2016, permite analizar el objeto a partir de las primeras emisiones televisivas, por un lado, y observar el funcionamiento de esta iniciativa pública antes y después del recambio gubernamental, por el otro.

2. Diversas entidades vinculadas a la industria audiovisual como la Asociación Argentina de Actores; el Sindicato Argentino de Autores (SADA); Directores Argentinos Cinematográficos (DAC); Sindicato Argentino de Músicos (SADEM); Sindicato Argentino de Televisión (SATSAID), entre otras, conformaron en 2016 la Multisectorial Audiovisual, con el objetivo de visibilizar y encontrar soluciones a la crisis productiva del sector. A fines de 2017 la organización presentó en el Congreso de la Nación

un proyecto de Ley de fomento de TV y nuevas plataformas. Ver <http://multisectorialaudiovisual.org/>

3. Los canales con cabecera en CABA llevan su programación al resto del país de distintas maneras. En algunos casos mediante redes de canales propios que controlan de modo directo; canales representados que retransmiten la programación a modo de repetidoras y mediante la comercialización de contenidos a canales independientes del interior, lo que agiganta la influencia de la programación de Buenos Aires a nivel nacional.

4. Ver datos en <http://www.lamac.org/argentina/metricas/rating/>

5. La banda ancha domiciliaria es condición fundamental para el consumo hogareño de video por streaming. Según datos de la UIT, la penetración en Argentina en 2011 era de 11,3 conexiones cada 100 habitantes, mientras que 5 años antes, en 2007, era de 6,6 cada 100 habitantes. Ver ITU Statistics. Time Series by Country: <http://goo.gl/3P0Axh>

6. Datos de Kantar Ibope procesados por el autor.

7. Ver penetración de la TV Paga en Argentina por hogares por año en <http://www.lamac.org/argentina/metricas/total-por-tv-paga/>

8. No forman parte del corpus de análisis otras ficciones de producción y/o financiación pública que no surgieron directamente de los planes de fomento, como por ejemplo: *Esa Mujer*, *Área 23*, *Presentes*, *Doce Casas*, *Los siete locos* y *los Lanzallamas*, *Variaciones Walsh* y *El Marginal*, todas emitidas por la TV Pública.

9. La cifra surge del relevamiento anual que realiza OBITEL. Pueden consultarse los anuarios 2011-2016 en <http://obitel.net/>

10. Para contabilizar las horas exhibidas siguiendo el protocolo metodológico de OBITEL se descuenta la pausa publicitaria de 12 minutos por hora, según lo establece el artículo 82 de la ley 26.522.

11. Ver Hay un canal que empieza a girar. Entrevista con Martín Bonavetti en diario Tiempo Argentino 14.01.2013. Disponible el 22/01/2017 en <https://goo.gl/AGB3JS>

12. En los gráficos 10 y 11 se compara la composición de la audiencia según NSE y edad respectivamente, de las 10 ficciones privadas más vistas durante 2016, con las 10 ficciones de fomento estatal más vistas en el periodo 2011-2016. Esta decisión metodológica se fundamenta en que las ficciones privadas son de mayor duración por lo que una telenovela privada de 180 capítulos equivale a 13 miniseries de 45 minutos por episodio.

Referencias Bibliográficas

- Arsenault, A. H., & Castells, M. (2008). The structure and dynamics of global multi-media business networks. *International Journal of Communication*, 2, (43), pp.707-748.
- Arroyo, L., Becerra, M., García, A. & Santamaría, O. (2012). *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Editorial Tecnos, Madrid.
- Apra, G., Kirchheimer, M. & Rivero, E. (2016). Argentina: cae la producción nacional, crece la extranjera y sin embargo la ficción pierde pantalla. En Orozco, G. & Vasallo, M.I. (Re)invención de géneros y formatos de la ficción televisiva. Porto Alegre: Sulina. (pp. 107-140).
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Prometeo, Buenos Aires.
- Becerra, M. (2010). Mutaciones en la superficie y cambios estructurales. América Latina en el Parnaso informacional. En Moraes, D. (comp.), *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*. (pp. 81-112). Buenos Aires: Paidós.
- Crettaz, J. (2015). Las productoras, actores y directores que más subsidios recibieron entre 2010 y 2015. En diario *La Nación*. Disponible el 20/01/2015 en <http://www.lanacion.com.ar/1854472-las-productoras-actores-y-directores-que-mas-subsidios-recibieron-entre-2010-y-2015>

- Fuenzalida, V. (2005) Programación: por una televisión pública para América Latina. En Rincón, O. (comp.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and communication: global culture and the economics*. Londres: Sage.
- Mosco, V. (1996). *The political economy of communication*. Londres: Sage.
- MPFIPyS. (2015). Informe de control interno y gestión 2011 – 2015. Buenos Aires. Disponible en <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/256342/res828-1.pdf>
- Sierra, F. (2006). Políticas de comunicación y cultura. Un nuevo marco para el desarrollo. En Sierra Caballero, F. *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. (pp. 23-66). Barcelona: Gedisa.
- UNESCO (2015). *Re-shaping cultural policies. A Decade Promoting the Diversity of Cultural Expressions for Development. Global Report*. Paris, Francia.
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Webgrafía

LAMAC. Latin American Multichannel Advertising Council. <http://www.lamac.org/argentina>

Otras fuentes consultadas

Kantar Ibope. Matriz completa de datos sobre ficción provista por Kantar Ibope a OBITEL Argentina entre 2011 y 2016.

Ley 25.522/09 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Sobre el autor

Ezequiel A. Rivero es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC); Magíster en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Doctorando de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (FSOC UBA). Miembro del Observatorio Iberoamericano de la ficción Televisiva (Obitel).

¿Como citar?

Rivero, E. (2018). La ficción televisiva en Argentina: el fomento estatal y la crisis de la producción privada (2011-2016). *Comunicación y Medios*, 27(37). doi:10.5354/0719-1529.2018.48288

Evolución histórica de las telenovelas en Argentina

Historical evolution of Argentine soap operas

Ornela Carboni

Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina
ornelacarboni@yahoo.com.ar

Resumen

La telenovela representa uno de los géneros propios de América Latina. Su rol es central por los valores e ideas que transmite y por reforzar la identidad de la región. Además, estos contenidos audiovisuales son significativos económicamente por su producción industrial y por la exportación. El presente artículo da cuenta de la evolución de las telenovelas en Argentina. Para ello, se reconstruirá su génesis desde la primera emisión televisiva hasta la producción de piezas específicas para la web. En total se identifican cinco etapas y se explican los principales ejes tecnológicos y los factores político-económicos.

Palabras clave

Industria televisiva; telenovelas; ficción; Argentina.

Abstract

The soap opera represent a Latin American genre on its own. Its role is central for the values and ideas it transmits and for reinforcing the region's identity. In addition, these audiovisual contents are economically significant both to the production industry and for export purposes. This article aims to account for the evolution of soap operas in Argentina. In order to do so, this paper addresses the genesis of soap operas from the first television broadcast of the century to the production of pieces specifically for the web. A total of five stages are identified, and explanations of the main technological axes and political-economic factors are provided.

Keywords

Television industry; soap operas; fiction; Argentina.

1. Introducción

La televisión es uno de los medios nodales para entretener e informar. Se caracteriza por producir, distribuir y poner en circulación contenidos audiovisuales con un alto valor simbólico y económico. La telenovela es un bien cultural inmerso en la industria televisiva y forma parte de las producciones audiovisuales ficcionales.

Las telenovelas son el género latinoamericano por antonomasia, un producto cultural que refuerza la identidad y la integración regional a través de un lenguaje en común y la circulación de artistas (Martín-Barbero, 1992; Mato, 1999). Al mismo tiempo, se convirtieron en uno de los productos exportables más fructíferos en materia televisiva en países como Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela, donde la venta de enlatados y/o formatos se acrecentó hasta alcanzar cifras millonarias.

Los orígenes de las telenovelas se remontan, por un lado, a las novelas decimonónicas ligadas al folletín que apostaban a una masa de lectores recientemente alfabetizados. Y por otro lado, a las radionovelas impulsadas por la aparición de la radio en 1920. Su desarrollo siguió los ritmos de la inserción de la televisión en la región latinoamericana a partir de la década de 1950. El nuevo medio atravesó un proceso de consolidación, desde una lógica experimental y artesanal de la producción hasta su conversión en una industria televisiva. Esta transformación afectó el devenir de los géneros que vinieron a conformar la grilla de programación, entre ellos, la telenovela.

Por otro lado, las telenovelas—al igual que el resto de las producciones audiovisuales ficcionales—tienen una dimensión económica, impulsada por la búsqueda de rentabilidad económica. Al mismo tiempo que impactan simbólicamente en la sociedad y ofrecen un campo cultural para la introducción de hábitos y valores (Martín-Barbero, 1987).

Entendemos que el estudio de las telenovelas puede abordarse desde la producción, la distribución, el consumo y el análisis de los textos. Si el énfasis se pone en la producción de las fic-

ciones será preciso observar qué se produce y por qué, considerar las fases del proceso productivo y los trabajadores implicados.

Las modalidades de producción se modificaron al ritmo de los avances tecnológicos. En un primer momento los programas se transmitían en vivo, en la década de 1960 apareció el *videotape* y con el fluir del tiempo los progresos técnicos implicaron equipamientos más sofisticados para la captura, procesamiento y edición de las imágenes.

En cambio si el foco está en la distribución habrá que analizar quiénes producen la ficción y quiénes detentan los derechos patrimoniales para su comercialización. Las telenovelas son exportadas en el mercado regional y mundial, mediante la venta de los enlatados y/o formatos.

Ahora bien, si se piensa en las telenovelas desde la perspectiva del consumo habrá que identificar a los destinatarios. En sus inicios la telenovela se orientó hacia audiencias femeninas; con el paso del tiempo esta tendencia se revirtió puesto que las producciones se centraron en la búsqueda de públicos más amplios.

Además, situarse en el consumo favorece los análisis semióticos que permiten considerar los tipos de circulación de sentidos que promueven las telenovelas, y evaluar las condiciones de recepción de los mensajes.

Dicho esto, el presente trabajo se centra en identificar las fases de evolución de las telenovelas en Argentina, con énfasis en el siglo XXI. En este sentido, realizamos una serie de consideraciones para una acabada comprensión del abordaje propuesto. En primer lugar, de modo paulatino en el siglo XXI se inició un pasaje en el modo de ver la televisión, de colectiva a individual, hecho que se potenció con la multiplicación de los dispositivos de recepción. En segundo lugar, el estudio hace foco en un abordaje desde la producción. Consideramos que las transformaciones operadas en la producción y emisión de las ficciones no obedecen, exclusivamente, a la incorporación de tecnología, sino que derivan de la confluencia de factores políticos, económicos, empresariales y regulatorios del

sector televisivo, los cuales interactúan entre sí y con los diversos actores que componen el eslabón productivo. En tercer lugar, se relevan e interpretan contextualmente las producciones del presente siglo. Sin embargo, creemos necesario exponer la evolución histórica de las telenovelas en Argentina desde la primera transmisión televisiva en el país en octubre de 1951, puesto que el reconocimiento de estas etapas permite contextualizar y comprender los vaivenes productivos del sector.

La aproximación metodológica es de tipo cualitativa y desarrolla los niveles descriptivos e interpretativos para comprender la evolución de las telenovelas en nuestro país. De este modo, el análisis se basa en la revisión bibliográfica y documental, y la sistematización de datos para el análisis, entre ellos los títulos producidos y emitidos en el país en el siglo XXI. En relación al devenir de estas producciones en este siglo, la investigación es de carácter exploratorio puesto que existen pocos trabajos sobre las oscilaciones productivas de las telenovelas. La evaluación de la evolución de las telenovelas nos permitirá aventurar una serie de reflexiones finales acerca del devenir de las producciones en el país, sus perspectivas internacionales, las relaciones con empresas globales y su interacción con las plataformas de consumo emergentes.

2. Estudios sobre las telenovelas en América Latina y Argentina

La historia de las telenovelas está enlazada al desarrollo de la televisión. Rincón (2006) asegura que la televisión sirve para hacer industria, contar historias y entretener. En Argentina surgió y se desarrolló adoptando un modelo, principalmente, comercial caracterizado por el fin de lucro y la lógica del entretenimiento. La entretención acepta la concurrencia de una diversidad de géneros *talk shows*, programas de interés general, *reality shows*, series y telenovelas. En algunos pasajes del texto hacemos mención al término ficciones para referirnos a una serie de propuestas que incluyen pero no se limitan a las telenovelas.

En este sentido, entendemos que el concepto de ficciones hace referencia a una gama de producciones audiovisuales, en este caso destinadas a la televisión, que implican el relato de un hecho y/o situación ficticia, cuyos personajes no son reales aunque pueda existir alguna coincidencia con la realidad. Así, las ficciones televisivas integran a las telenovelas, los unitarios, las series, las miniseries y los *sitcom*, entre otros. Su función básica es el entretenimiento, se emiten en capítulos (diarios o semanales) y su fórmula económica permite sostener que al aumentar el número de episodios producidos, se reduce el costo promedio de cada uno de ellos.

Una vez explicitado el uso del término ficciones, creemos necesario recuperar de modo sucinto los abordajes en el estudio de las telenovelas en América Latina y Argentina. Si bien las investigaciones superan arduamente las aquí mencionadas, se han seleccionado aquellas que aportan al presente trabajo, sin desconocer la vasta bibliografía que existe en la citada materia.

En el ámbito nacional se recupera la investigación de Mirta Varela (2005) porque estudió la apropiación y adaptación del sistema televisivo en el país. Al describir la puesta televisiva durante sus primeros 20 años, recuperó el desarrollo de las primeras ficciones.

Los trabajos de Nora Mazziotti y Oscar Steimbergson mencionados porque ambos realizan una clasificación de las telenovelas argentinas. Mazziotti (1996) analizó las telenovelas desde la esfera de la producción (fabricación, venta y circulación de estos productos). La investigadora consideró la producción de telenovelas en cuatro etapas:

Inicial: se extendió durante la primera década de funcionamiento de la televisión con la existencia de una única emisora.

Artesanal: abarcó las décadas de 1960 y 1970, se caracterizó por la aparición del *videotape* que solucionó los inconvenientes del vivo y directo. En la fase artesanal se vendieron libretos de las ficciones para efectuar versiones locales.

Industrial: incluyó las décadas de 1970 y 1980 con productos más afianzados y estandarizados. La telenovela se convirtió en el principal género exportable de Latinoamérica principalmente en Brasil, México y Venezuela.

Transnacional: se desarrolló en la década de 1990 y se centró en la búsqueda de un mercado internacional. Las telenovelas neutralizaron sus rasgos para comercializar los enlatados.

Al mismo tiempo, se destaca que la autora realizó una serie de investigaciones específicas sobre las telenovelas. Así, en el resto de sus trabajos, Mazziotti (1994, 2006, 2008) recupera los orígenes de la telenovela y los principales títulos que consagraron a las ficciones argentinas. Complementariamente, repasa las principales características y estilos del género en los países de la región (México, Brasil, Colombia y Venezuela). De igual manera, aborda la exportación de enlatados y/o formatos en Latinoamérica e incluye la desregulación del mercado televisivo europeo, ya que propició la comercialización de contenidos audiovisuales hacia ese continente. Esta sistematización constituye el puntapié para comprender y complejizar los procesos de exportación de las producciones audiovisuales televisivas argentinas.

Desde otra perspectiva, Oscar Steimberg (1997) realizó una taxonomía, a partir de identificar las rupturas estilísticas de las telenovelas argentinas. El autor definió tres etapas. Durante las primeras dos décadas de la televisión argentina, en las telenovelas prevalecieron los elementos melodramáticos y las temáticas de los folletines. La segunda fase (1975-1990) se caracterizó por el verosímil social, incluyó conflictos y cambios sociales de la época. La telenovela comenzó a autorreferirse, al exceder el ámbito de la ficción y aparecer como un hecho social, susceptible de ser comentado. Por último, en la década de 1990 se vivenció un entrelazamiento de los géneros y la multiplicación de los relatos con historias que se sucedían paralelamente.

Por último, la autora argentina María Victoria Bourdieu (2009) identificó las constantes narrativas del género y observó cómo esas marcas se

relacionan con las formas de pensar del público y las expectativas de la audiencia en relación a los contenidos. Entendemos que los responsables del proyecto audiovisual deben atender a la sensibilidad social y a los tópicos abordados en las ficciones, al mismo tiempo que consideran los aspectos técnicos y económicos.

En el ámbito latinoamericano aludimos a los trabajos realizados por distintos investigadores. Tomás López (1987) estudió la génesis de las telenovelas en la región y las características que definen al género, entre lo impredecible y la repetición. Esto nos permite pensar en la aleatoriedad de la demanda de los productos culturales, debido a que no se puede anticipar el éxito o fracaso del contenido hasta que no circula en el mercado. No obstante, se pueden diseñar estrategias para reducir la incertidumbre comercial, por eso actúan mecanismos de repetición, fórmulas ya probadas o convocatoria de actores que forman parte de *star system vernáculo*.

Hacia fines de la década de 1980, Jesús Martín-Barbero (1987) indicó que la mayoría de los estudios acerca de la televisión se hicieron desde la perspectiva jurídica, la estructura económica y los efectos ideológicos. El autor trabajó sobre la telenovela en tanto producto concreto de la industria televisiva y de éxito popular para observar cómo se articulan las lógicas comerciales de producción con las lógicas culturales de consumo. Su propuesta innovadora y ambiciosa invitaba a estudiar a las telenovelas a partir de la conjunción de tres factores: la industria televisiva, los grupos culturales y los productos culturales. En una investigación posterior, junto a Silvia Muñoz (1992) abordaron las lógicas económicas e industriales de las telenovelas en su articulación con las demandas y los modos de ver de los diferentes grupos sociales.

Otros autores latinoamericanos se centraron en observar la comercialización y transnacionalización de las telenovelas, sus efectos económicos, sus temáticas y las adaptaciones a los estándares internacionales de producción (Mato, 1999; Kalikoske, 2009; Kalikoske & Cruz, 2010 y Medina & Barrón, 2010).

De este modo, Kalikoske y Cruz (2010) estudiaron los principales países productores y la expansión de los mercados desde 1970. A su vez, identificaron de modo novedoso que cada país tiene un patrón estético de producción, que permite su reconocimiento internacional.

En un sentido similar, Mercedes Medina y Leticia Barrón (2010) analizaron la producción y distribución de telenovelas de los principales exportadores regionales (Televisa en México, TV Globo en Brasil, Telefé en Argentina, RCN en Colombia, TV Azteca en México, Telemundo en Estados Unidos y Venevisión en Venezuela) y aludieron a la emergencia de competidores en la producción de telenovelas en otras partes del mundo.

Este breve repaso sobre las telenovelas evidencia la inexistencia de unicidad para abordar el objeto de estudio. Por el contrario, se observa que se ensayaron distintas perspectivas y conclusiones en los ejes de análisis. En síntesis, los estudios retomados se basan en diferentes aspectos de las telenovelas y consideran diversas variables para su investigación, entre ellas: la producción, la distribución, el consumo, la recepción y el análisis de los textos o contenidos.

3. Evolución de las telenovelas en Argentina

En este apartado se reconstruye el desarrollo de las telenovelas en Argentina a partir de identificar cinco etapas. Se podría objetar la generalidad de la organización en estas etapas, que no están sujetas, pero si relacionadas con la vida política y económica del país. Esta generalidad adscribe al desafío de identificar las fases históricas de evolución de las telenovelas en Argentina. La premisa que se aplica es que la producción de estos bienes culturales se ve afectada por factores endógenos y exógenos. Entre los aspectos endógenos se destacan la evolución del sistema televisivo, la implementación de tecnologías físicas que transformaron los procesos productivos y de trabajo. Las tecnologías van desde la aparición del *videotape* hasta los microchip, la actualización de

los sistemas de edición (de lineal a no lineal), la incorporación de computadoras y telefonía móvil, la evolución de los sistemas de grabación y de captura de imágenes, entre otros. Esto implica movimientos de cualificación y descualificación de los trabajadores, y la aparición de nuevos perfiles laborales. Además, se destacan las relaciones interempresariales, las asociaciones que se establecen entre los canales de televisión y las productoras audiovisuales televisivas, o las relaciones entre las empresas productoras de contenidos nacionales y las compañías internacionales. Entre los procesos exógenos se encuentran los ciclos económicos y políticos que impactan en la televisión (por ejemplo, una merma en la publicidad o la fijación del tipo de cambio en relación al dólar para promover o desalentar las inversiones extranjeras), las regulaciones en materia laboral y comunicacional, y las medidas que los gobiernos adoptan para estimular (o no) la producción de contenidos audiovisuales, incluidos los ficcionales.

Por último, aclaramos que en cada una de las etapas mencionamos, a modo de ejemplo, las telenovelas representativas de ese período. El criterio de selección se basó, principalmente, en el elemento de producción innovador de la telenovela. No obstante, no podemos aislar este factor de la incidencia del contenido en el mercado local, el impacto en la audiencia y la temática de la historia. Si bien el presente trabajo no se plantea como un estudio transdisciplinario, el relevamiento bibliográfico efectuado nos habilita a realizar el citado entrecruzamiento.

Por lo expuesto, la periodización propuesta constituye una de las formas de clasificación posibles.

3.1. La telenovela un producto artesanal

La primera fase se extendió desde la implementación de la televisión en el país (1951) hasta su consolidación con la aparición de la televisión privada. El sistema televisivo argentino entre 1951-1959 vivió una fase experimental que afectó a los diversos géneros. La emisora pública, Canal 7, era el único canal operativo. En la década de 1960 se instauró la televisión privada y se incorporaron nuevas emisoras que estimularon la competencia y la búsqueda de audiencias.

El teleteatro en la televisión Argentina comenzó con Celia Alcántara que escribía radioteatros desde 1948. Este primer momento se caracterizó por la adaptación de guiones de escritores que provenían de la radio. En general, los libretos tenían entre 25 y 30 páginas, la escritura era individual y la duración del capítulo era de una hora (Mazziotti, 1996).

En la década de 1960 la incorporación de los canales privados y las productoras estadounidenses modificó el esquema televisivo. Las producciones de ficción se sofisticaron, se mejoraron las escenografías y los vestuarios. En esa etapa, la agencia de publicidad Walter Thompson produjo *La familia Falcón* diseñada para lanzar en Argentina el modelo de taxis Ford Falcón.

En 1964 el surgimiento del *videotape* permitió registrar y almacenar los programas, lo cual posibilitó la comercialización internacional de los productos audiovisuales, entre ellos las telenovelas. Esta tecnología no impactó, sustancialmente, el proceso de grabación, los guiones estaban disponibles con poco tiempo y se filmaba respetando la cronología estipulada en el libro, el ritmo era un capítulo por día (Mazziotti, 1996). La edición era mecánica, lo cual aletargaba el ritmo de la producción.

Durante la segunda mitad de la década de 1960 y principios de 1970, se consideró la época de mayor producción televisiva. Sin embargo, existe escasa información sobre el rol de los distintos técnicos que participaban en la producción de los programas y resulta complejo reconstruir las tareas desarrolladas por directores, productores, sonidistas, editores o responsables de puesta en escena en el período germinal de la televisión.

3.2. La industrialización de las telenovelas

La fase industrial abarca desde 1970 hasta 1988. La telenovela se consolidó como un producto exportable en varios países latinoamericanos. En Argentina, la producción de ficciones decreció con la irrupción de los militares en el gobierno a partir de 1976. Las emisoras televisivas continuaron como desde 1974 en manos

del Estado, primero se hicieron cargo las fuerzas militares y con el retorno de la democracia los diferentes sectores internos del gobierno de la Unión Cívica Radical. A pesar de esto, la consolidación de la televisión implicó la apertura de un proceso de profesionalización e industrialización de las producciones.

Durante la Dictadura Militar varios autores fueron censurados, algo similar sucedió con actores y cantantes (Getino, 2008). La pantalla argentina se pobló de series y cine proveniente de Estados Unidos. En relación a las telenovelas se pasó de escribir por inspiración a escribir por encargo. Se dispuso que cada canal exhibiera dos ficciones diarias y se permitió una tercera en los casos que existieran ventas al exterior.

En 1983 se recuperó la democracia en el país, no obstante en 1989 la programación se contrajo a cuatro horas diarias debido al déficit financiero de las emisoras estatales y la crisis energética (Ulanovsky, Itkin & Sirvén, 1999).

En resumen, los primeros trabajadores de la televisión provendrán de la radio y el teatro, posteriormente habrá una generación formada en el medio. Con respecto a la producción fueron años atravesados por la censura (directa o indirecta) que se reflejó en las telenovelas.

3.3. Las telenovelas entre la privatización de los canales y la exportación de contenidos

Esta fase se expandió entre 1989-2001. En 1989 se privatizaron las emisoras televisivas 11 y 13 y en 2001 se produjo una aguda crisis económica, política y social.

La privatización de las emisoras 11 y 13 en 1989 imprimió un nuevo rumbo a la programación y a los contenidos de la televisión. Se incrementó la producción local de contenidos que desplazaron a los enlatados extranjeros. Además, aumentó la producción independiente que empezó a competir con la producción centralizada en los canales y la coproducción de ficciones con capitales extranjeros, a partir del desembarco del grupo Televisa (México) y el grupo Berlusconi (Italia).

En 1994, *Más allá del Horizonte* (1994) con producción de Omar Romay se convirtió en la primera telenovela en ocupar el horario *prime time* nocturno de Canal 9. En 1995 la televisión argentina sufrió los embates del Efecto Tequila¹ y la cantidad de ficciones producidas decreció. A pesar del escenario adverso, se fundó la productora Po-Ka² e irrumpió en el mercado con *Poliladrón* que provocó una renovación estética con claroscuros, textura de *filme*, imágenes dinámicas y el uso de efectos especiales.

Se inició un período en el cual la telenovela incluyó el humor y elementos de telecomedia que se sumaron a su *leitmotiv* sustancial: el amor (Bourdieu, 2009). Al mismo tiempo, se consolidaron las productoras audiovisuales televisivas que propondrían telenovelas en el mercado local y/o internacional.

En este período el número de ficciones producidas se contrajo notablemente, en 1993 se registró el pico más alto con 59 ficciones, mientras que en 1999 las cifras habían descendido a 32 (Carboni, 2012).

Este hecho, coincidió con una caída en la inversión publicitaria, transformaciones en la estructura de propiedad de los Canales 9 y 11, la disminución de los salarios y las tensiones gremiales. Desde ese momento, se inició en el país un ciclo económico descendente y la televisión acompañó ese proceso. Adrián Suar, propietario de Pol-Ka, leyó el humor social y programó *Gasoleros*. Hasta ese período las historias habían reflejado elevados niveles de irrealidad, el público había perdido el elemento de identificación y necesitaba reconocer lugares, tiempos y cultura (Bourdieu, 2009).

En esta etapa las principales modificaciones en la producción se dieron en la fotografía (modo de iluminar), la estética de filmación (similar al material fílmico) y la edición (grabación con cámaras independientes y avances en los programas de edición). Se dejó de grabar en continuidad y los planes de grabación se flexibilizaron, las historias y los personajes tendieron a independizarse para maximizar las grabaciones. En lo laboral, se caracterizó por la precarización y la cesión de derechos de los trabajadores. La fi-

gura del trabajador independiente fue la forma contractual más frecuente en las productoras y emisoras televisivas.

Por último, la privatización de los canales 11 y 13 en 1989 supuso modificaciones en el mercado televisivo argentino. Se reestructuraron las plantillas laborales y se reorganizó la programación de ambas señales que en poco tiempo concentraron tanto la producción (entre ambas emisoras produjeron alrededor del 50% de las ficciones emitidas en los canales de aire del AMBA) como la atención de las audiencias (Carboni, 2012). Por otra parte, aparecieron las productoras audiovisuales televisivas de capital nacional durante la segunda mitad de la década de 1990. Las productoras evidenciaron los primeros síntomas de la externalización o tercerización de los contenidos audiovisuales por fuera de las emisoras televisivas que habían sido las unidades de producción tradicionales.

El reconocimiento y exposición de las tres fases previas, nos permitió comprender las características del mercado televisivo, la producción de telenovelas argentinas desde la segunda mitad del siglo XX y las transformaciones operadas en el sector, al considerar la imbricación de los aspectos tecnológicos, políticos, económicos, empresariales y regulatorios que incidieron en el despliegue del género. En el siglo XXI se abre una nueva experiencia en la producción, comercialización y consumo de contenidos audiovisuales en general, y de las telenovelas en particular. En Argentina la introducción de tecnología física, y la aparición de plataformas y sistemas de distribución y consumo en línea no pueden leerse aisladamente, sino que deben analizarse al calor de los ciclos económicos y políticos del país.

3.4. Exportación y glocalización de las telenovelas

Este período transcurre entre 2002 y 2012. En 2002 finalizó la paridad cambiaria entre la moneda argentina y el dólar estadounidense. En ese momento, el sector audiovisual empezó a experimentar un crecimiento debido a la demanda externa que usufructuó las ventajas comparativas de un dólar barato, el equipamiento tecno-

lógico y el nivel profesional de los trabajadores (Bulloni, 2009). En 2012 se registró por tercer año consecutivo una merma en la producción de las telenovelas, una caída en la pauta publicitaria y un descenso en la capacidad competitiva debido a la elevada inflación y a la depreciación del peso (Carboni, 2015).

En 2001, los ecos de la crisis se sintieron y las ficciones no lograron recuperar su espacio. Recién en 2003 se notó la recuperación del mercado. No obstante, en 2004 los horarios de inicio y finalización de los programas se perdieron y los programadores establecieron una competencia agresiva en relación a la emisión de contenidos (Ulanovsky & Sirvén, 2009). Los programas televisivos sin importar el género carecieron de horarios y días estables de programación, incluso en las promociones de las emisoras apareció la frase "al término de". La televisión estaba siendo desprogramada desde su propio interior, no necesitó del desarrollo de Internet, la banda ancha o la emisión de contenidos vía *streaming* para abandonar su función de organizadora de la vida social.

Las telenovelas que captaron la atención del audiencias fueron: *Los Roldán* (2004, Ideas del Sur), *Padre Coraje* (2004, Pol-Ka), *Amor en custodia* (2005, LCA Producciones y Telefe), *Sos mi vida* (2006, Pol-Ka), *Montecristo* (2006, Telefe) y en 2007 la *Lalola* (UndergroundyDori Media Group). En general, las telenovelas que tienen una recepción favorable en el público local logran mayores índices de comercialización, ya sea del enlatado final o del formato para ser replicado.

El año 2008 se desarrolló de modo convulsionado por acontecimientos exógenos al medio televisivo. Uno fue de carácter nacional y el otro internacional, ambos atrajeron la atención del público. El primero fue el conflicto entre el gobierno nacional y el sector agropecuario. El segundo, la crisis económica desatada en los países centrales. Las dos emisoras que concentraron los mayores índices de audiencia -Telefé y El Trece- se enfrentaron en el horario *prime time* nocturno con dos programas de diferente índole. Telefé decidió poner al aire *Vida Robadas* y El Trececompitió con el tradicional *Showmatch*

que incluyó las ediciones del *Bailando por un sueño* y el *Patinando por un sueño*.

Los efectos de los sucesos políticos y económicos (nacionales e internacionales) de 2008 repercutieron en el ámbito televisivo en 2009. Ese año se reciclaron los programas de años anteriores y se produjo muy poco. Con respecto a las ficciones Telefé lanzó *Don Juan y su bella dama* y los *Exitosos Pells*. En tanto que El Trece estrenó *Valientes*. Por su parte, la TV Pública (Canal 7) acertó al programar *Ciega a citas*. Además, en octubre de 2009 se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522 y se escogió la norma de televisión digital para operar el sistema televisivo en abierto. Si bien la Ley propició cambios importantes referidos a la estructura de propiedad de los medios, las condiciones de acceso a las licencias y la reserva de espectro radioeléctrico para el sector sin fines de lucro. No tuvo consecuencias directas en la producción de contenidos de ficción, puesto que solo definió cuotas de pantalla para los contenidos de carácter nacional, pero no específicamente para los programas de ficción. Sin embargo, con el fin de promover la generación de contenidos para la televisión digital se organizaron una serie de concursos coordinados por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Entonces, se incrementó el número de ficciones financiadas con fondos públicos.

Entre 2002-2012 se produjeron 215 ficciones y dos productoras concentraron el 45% del total de las producciones de ficciones nacionales, Pol-Ka y Telefe Contenidos (Carboni, 2015). Del total de títulos producidos solamente 108 fueron telenovelas, el resto se repartió entre unitarios, series, miniserias o *sitcoms*. Esta fase se caracterizó por un incremento en la exportación de contenidos audiovisuales (enlatados, formatos o productos puntuales a pedido o por encargo). Entre las principales productoras argentinas exportadoras se encontraron: Cuatro Cabezas, Pol-Ka, Ideas del Sur, Promofilm, Cris Morena Group, Telefé Contenidos, PPT, GP Producciones, entre otras (Argentina.Ar, 2008).

En este lapso se incrementó la cantidad de tecnología física disponible (computadoras, teléfo-

nos inteligentes, cámaras, consolas de sonido y de edición), de redes de comunicación (Internet) y de programas de *software* (destinados principalmente a la edición) que le imprimieron mayor velocidad al trabajo, en oposición el tiempo de trabajo requerido se mantuvo o se incrementó. Una de las transformaciones más importantes fue la incorporación de la alta definición que innovó las texturas, los colores, los sonidos y la calidad de la imagen. A partir de 2009, la tarjeta de memoria desplazó al *video tape*. La estética de filmación se acondicionó por el uso de cámaras mejores y más livianas, lo cual facilitó su traslado, a la vez se incrementó la capacidad de almacenar y procesar información (imágenes, sonidos).

En suma, el proceso de producción se transformó por aspectos tecnológicos y para adaptar las narraciones a los nuevos tiempos. En cuanto a las modalidades de contratación la sanción de la Ley n° 25.877³ permitió regularizar la situación de los trabajadores. No obstante, persisten las modalidades de contrato eventual o *freelance*. De hecho para resguardar la estabilidad laboral de los trabajadores, en el Convenio Colectivo de Trabajo 634/11⁴ se estableció una cláusula para evitar que las productoras sostengan un régimen de contratación temporal de los trabajadores.

3.5. Generación de contenidos de ficción para múltiples dispositivos

El período que se inicia en 2013 implica pensar en la producción de contenidos de ficción que se expanden por múltiples dispositivos, incluso las emisoras televisivas en abierto se sumergen en la experiencia *Youtube*⁵, crean sus propios canales y se originan contenidos *ad hoc* para la *web*. En general, los programas de ficción están disponibles en las páginas oficiales de las emisoras luego de su emisión en televisión. En el caso argentino la producción y circulación de las series *web* se desarrolla por fuera de las unidades productivas tradicionales.

Si bien las señales televisivas tienen presencia corporativa en internet desde comienzos del siglo, recién hacia los años 2010 y 2011 empezaron a crear contenidos específicos para esa plata-

forma. Desde 2013, los canales de televisión en abierto iniciaron un período de explotación de las redes sociales e incremento de generación de contenidos *ad hoc* para estas plataformas⁶.

La señal Telefe generó contenidos exclusivos para la *web*, entre ellos *Vera Blum* (Telefe, 2013)⁷ y un producto experimental que mixturó televisión tradicional e internet, la serie juvenil *Aliados* (2013 y 2014) producida por Cris Morena Group en asociación con los estudios Fox. En total se emitieron 23 capítulos y 140 *webisodes* cuya duración estuvo entre los 3 y los 10 minutos.

En relación a la telenovelas, las producciones más notorias de ese año fueron *Farsantes* (2013, Pol-Ka), *Mis amigos de siempre* (2013, Pol-Ka) y *Los Vecinos en Guerra* (2013, Underground/Endemol). *Farsantes* tuvo presencia en *Twitter* y *Facebook* el público pudo opinar sobre el devenir del programa. Asimismo, se crearon perfiles de los personajes y contenidos únicos para la *web*. La novedad es que *Farsantes* inició su actividad en *Facebook* antes de su estreno televisivo (Aprea & Kirchheimer, 2014). En 2014 la tira más exitosa fue *Guapas* (Pol-Ka) y los personajes, también, tuvieron sus perfiles en las redes sociales. En 2015 Pol-Ka produjo *Esperanza Mía* que logró posicionarse en el *prime time* nocturno de El Trece y realizó temporada de teatro en invierno. Ese año Pol-Ka compuso la *web* serie *Igual te quiero*, que se basó en una de las historias de *Esperanza Mía*.

En 2016 se registraron transformaciones ligadas a las políticas regulatorias de los medios de comunicación, una reorientación de la pauta oficial y el pasaje de propiedad de Telefe del Grupo Telefónica al Grupo Viacom. Con respecto a los contenidos nacionales se destacaron *Educando a Nina* (Underground/Telefe), *Los ricos no piden permiso* (Pol-Ka/El Trece) y *El Marginal* (Underground/Televisión Pública) que luego fue emitida por Netflix.

Los diversos sectores que componen la producción de ficciones conformaron en 2016 la *Multisectorial por la ficción, el trabajo y la Industria Audiovisual*, con la intención de aglutinarse y revertir el escenario adverso en materia de pro-

ducción de ficciones nacionales. Entre 2013 y 2016, se produjeron y emitieron 79 ficciones, de las cuales sólo 21 fueron telenovelas. De ese total un 60% se financió con dinero público (39 producciones fueron resultado de los concursos organizados por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) destinados a productoras con diversos grado de antecedentes y presencia en el mercado local). Mientras que un 30% fueron realizadas por las dos productoras privadas más importantes Telefe Contenidos y Pol-Ka⁸. Un dato de interés es que en 2016 se emitieron en estreno 14 ficciones, éste representa el número más bajo desde 2002 tras la crisis de 2001.

4. Conclusiones

El estudio expuesto nos permitió reconstruir la trayectoria de las telenovelas en Argentina, al exponer cinco etapas de su desarrollo, aunque se focalizó en las últimas dos etapas que permiten analizar el desarrollo de las telenovelas en el siglo XXI. De modo concurrente, se expusieron los principales títulos ficcionales en relación a alguno de los siguientes factores: capacidad exportadora, incidencia en el mercado local o carácter de la temática abordada en la historia.

En relación a la estructura productiva de las ficciones observamos el pasaje de las producciones *in house* (al interior de los canales de televisión) hacia las productoras audiovisuales televisivas. Los primeros síntomas de la externalización de la producción de contenidos audiovisuales en Argentina se evidenciaron en la década de 1990, aunque su desarrollo posterior fue más estable. Para las emisoras televisivas externalizar o tercerizar la producción significó reducir los costos productivos y los riesgos de inversión, frente a productos con una elevada aleatoriedad de su demanda.

Al contabilizar la producción de ficciones locales el período 2002-2016 se observa que en total se produjeron 294 piezas. De ese total el 44% corresponde a telenovelas con exhibición diaria.

Además, se verificó la existencia de un mercado oligopólico, con un exiguo número de oferentes que centralizan la producción y emisión de contenidos audiovisuales, entre ellos las productoras Pol-Ka (El Trece) y Telefe Contenidos (Telefe). También, en el período 2011-2015 existió una política pública destinada a financiar producciones audiovisuales, entre ellas ficciones en todo el país. En este sentido, se realizaron una serie de concursos y las productoras ganadoras recibían fondos públicos para la realización de los contenidos. Por ello, en los últimos años se detectó un incremento en el número financiado por el sector público.

Por otro lado, la existencia de coproducciones entre las empresas nacionales y transnacionales colaboró a la distribución internacional de los productos y a compartir los gastos derivados del proceso productivo. En general, la venta de productos audiovisuales se asienta en contenidos que combinan las marcas locales con formas de entretenimiento que componen la cultura global.

Uno de los problemas emergentes para la comercialización de ficciones es el aumento a nivel global de la producción de contenidos audiovisuales, la aparición de mercados fuertes y nuevos competidores. En concreto, la necesidad de las audiencias de ver a sus propias figuras en las ficciones y de no apelar al talento externo constituye un nuevo desafío para las productoras nacionales. A esto, se suma la dificultad de vender los enlatados en el español rioplatense, por eso la industria en Argentina ha buscado diferentes opciones, a saber: doblar al español neutro, coproducir contenidos y adaptar el mercado local al neutro, aunque aún no determinaron la mejor alternativa.

Históricamente Argentina se caracterizó por generar proyectos de ficción, en lugar de comprarlos. Nos encontramos frente a un escenario de transformaciones en los modos de hacer y ver televisión, el desafío está en la promoción de productos para el mercado internacional. En esta dirección, las empresas productoras deberán reestructurarse frente al escenario convergente y digital, reorganizar la producción en función de pantallas coexistentes (teléfonos mó-

viles, *tablets*, computadoras televisores), ampliar las fronteras de distribución de estos bienes y considerar el ingreso de nuevos competidores al mercado audiovisual, como el caso de los países de Europa del Este que dejaron de ser meros consumidores de ficciones y se embarcaron en la creación de las mismas. En 2017, se evidenciaron algunas tendencias para estimular y acompañar los consumos emergentes, así la telenovela *Amar después de amar* (Telefe) que apostó a una narrativa transmediática, con la *webserie La búsqueda de Laura*. Por su parte, Pol-Ka presentó las ficciones *Quiero vivir a tu lado* y *Las Estrellas*, a las cuales se sumó *La fragilidad de los cuerpos*, una coproducción entre Pol-Ka y TNT. Los trabajadores de la televisión se manifestaron en contra del levantamiento de la novela *Funny, la fan* (Underground/Telefe) que al no alcanzar las expectativas de los programadores, se retiró del aire y se emitió sólo por Internet.

Finalmente, en el último lustro la producción de contenidos de ficción en Argentina se sustentan los vínculos comerciales que las productoras audiovisuales nacionales estrecharon con las empresas extranjeras y en el apoyo estatal para la producción audiovisual televisiva.

Notas

1. Fue una crisis económica que se originó por una moneda sobrevalorada, grandes déficits del sector

público y la dependencia del Gobierno del financiamiento vinculado al dólar. El “efecto tequila” impactó en la región y en otros mercados emergentes y fue detonador de la crisis argentina de 1995.

2. En 1994 Adrián Suar y Fernando Blanco fundaron Pol-Ka. En pocos años concentró la producción de ficciones para El Trece. El Grupo Clarín adquirió el 55% (2008).

3. La normativa creó el Sistema Integral de Inspección del Trabajo y de la Seguridad Social (SIDITYSS) cuya misión es controlar y fiscalizar el cumplimiento de las normas del trabajo y de la seguridad social.

4. Entre SATSAID-CAPIT N° 634/11. El acuerdo contempla al personal representado por SATSAID que se desempeña en productoras audiovisuales. Antes de este convenio los trabajadores de las productoras no estaban contemplados en ningún régimen laboral.

5. Esta información se deriva de una serie de entrevistas que la autora realizó a referentes de las áreas de contenidos digitales de Telefe, El Trece y la TV Pública.

6. Vera Blum: coproducción de Telefe con Terra Networks S.A.

7. Datos de elaboración en base a investigaciones previas Carboni (2012, 2015) y estudios en curso.

Referencias Bibliográficas

- Aprea, G. & Kirchheimer, M. (2014). “Argentina: éxito de la ficción extranjera y poco atractivo de la ficción nacional”. Em Orozco, G. & Vassallo, I. (Eds.), *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva*. San Pablo: Globo.
- Bourdieu, M. (2009). *Pasión heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos veinticinco años de la telenovela argentina*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento Ed.
- Bulloni, M. (2008). “La regulación social del trabajo de los técnicos cinematográficos argentinos: Un estudio en la producción de cine publicitario en el escenario de la post-convertibilidad”. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales del Trabajo: UBA, Buenos Aires, Argentina.
- 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 en

- Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires, Argentina.
- Carboni, O. (2012). "Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)". Tesis de Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión. UNQ, Bernal, Argentina.
- Getino, O. (2008). *El Capital de la Cultura. Las industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.
- Kalikoske, A. & Cruz, V. (2010). "História, modelos e economia da telenovela em mercados globais". En Bolaño, C; Golin, C. & Brittos, V. (orgs.), *Economia da arte e da cultura*. San Pablo: Observatório Itaú cultural.
- Kalikoske, A. (2009). "A telenovela como comunicação dos conglomerados latino-americanos". En Cruz Brittos, V. (org.), *Digitalização e práticas sociais*. Brasil: Editora Unisinos. pp. 77-94
- López, T. (1987). *Aproximación a la telenovela*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Martín-Barbero, J. & Muñoz, S. (comp.) (1992). *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Martín-Barbero, J. (1987). La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. *Revista Diálogos de la Comunicación*, 17, Lima.
- Mato, D. (1999). "Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género". En García-Canclini, N. & Moneta, C. (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Buenos Aires: Eudeba.
- Mazziotti, N. & Verón, E. (1993). *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires: Colihue.
- Mazziotti, N. (2008). "La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica". En La mirada de Telemo. *Revista académica sobre televisión peruana y mundial*. Lima: Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Mazziotti, N. (2006). *Telenovela. Industria y prácticas sociales*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires: Ediciones Paidós Ibérica.
- Mazziotti, N. (1994). "La telenovela transnacional. Argentina y las coproducciones". En *Estudio sobre las culturas contemporáneas*. México. Vol VI. N° 16-17.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas o Cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Steimberg, O. (1997). "Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela". En Verón, E. & Escudero, L. (comp.), *Telenovela ficción Popular y Mutaciones Culturales*. Barcelona: Gedisa.
- Ulanovsky, C.; Itkin, S. & Sirvén, P. (1999). *Estamos en el aire: una historia de la televisión argentina*. Buenos Aires: Planeta.
- Ulanovsky, C & Sirvén, P. (2009). *¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta)*. Buenos Aires: Emecé.
- Varela, M. (2005). *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*. Buenos Aires: Edhasa.

Legislación y convenios

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522.

Convención Colectiva de Trabajo Nacional N° 131/75: Canales de Aire. Canales de Aire de Baja Potencia.

Convenio Colectivo de Trabajo Televisión N° 322/75 entre la Asociación Argentina de Actores y la Asociación de Teleradiodifusoras Argentina.

Convenio Colectivo de Trabajo SATSAID-CAPIT N° 634/11

Sobre la autora

Ornela Carboni es Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Magíster en Industrias Culturales (UNQ) y Licenciada en Comunicación Social (UNQ). Directora del proyecto de investigación: Los procesos de organización productiva y del trabajo en el escenario convergente y digital de la industria audiovisual argentina (UNQ). Es docente ordinaria de la UNQ. Ha participado en diversos Congresos y jornadas nacionales e internacionales ligados al campo de la comunicación.

¿Como citar?

RESEÑAS

Television, Democracy, and the Mediatization of Chilean Politics

Simón Salazar, Harry L. (2018) *Television, Democracy, and the Mediatization of Chilean Politics*. Lanham (Maryland): Lexington Books. 190 pgs. ISBN: 978-1-4985-5954-6

“15 minutos en 15 años no es mucho tiempo”, fue lo que dijo Patricio Bañados al abrir la franja de propaganda electoral previa al plebiscito de 1988. Tal como recuerda el libro de Harry L. Simón Salazar, cada comando, por el Sí y por el No, contaba con 15 minutos, diariamente, por 27 días, desde las 10:45 p.m. El promedio diario de espectadores fue de 4,5 millones y se convirtió en el programa más visto, incluso más que *Sábados Gigantes* (p. 27). Para el día del plebiscito, el 93 por ciento de los chilenos había visto la franja al menos un día.

El trabajo propone un enfoque teórico que describa el proceso y giro sociocultural que tuvo lugar en un momento post-dictatorial en el cual los medios masivos jugaron un papel central, en particular la franja que, según el autor, inauguró la mediatización de la política en Chile. La franja, dice Simón Salazar, “ofrece evidencia empírica sobre cómo una nación

aprende a aceptar la noción de que la política en una democracia moderna es una función del contenido mediático a consumir y [...] suplanta las formas tradicionales de compromiso político” (p. x).

El libro está organizado en cuatro secciones: El contexto histórico de la campaña del No; el enfoque teórico sobre mediatización; el análisis empírico de la Franja de Propaganda Electoral previa al plebiscito de 1988, y cierra ofreciendo algunas conclusiones y proyecciones para el campo de los estudios en mediatización. La franja es analizada en todo su círculo de producción, posproducción y contenidos.

En la primera parte, el autor propone cuatro períodos en la historia de la televisión en Chile: Su introducción como proyecto universitario (1958-1964); la polarización política de los medios (1964-1973); el período que expande la dictadura pinochetista, el desarrollo y conso-

lidación del sistema nacional de televisión, el plebiscito y la transmisión de mando a Aylwin (1973-1990), y el período de la privatización y concentración de la televisión y la mediatización de la política bajo la Concertación (1990-2013, p.35). Sin embargo, esta periodización omite sutilezas que otros trabajos ofrecen para entender mejor dicha historia (Fuenzalida, 1983; Hurtado, 1989; Lira, 1987; Munizaga, 1981).

El enfoque teórico es el de la mediatización en tanto proceso en el cual los medios actúan como intermediarios, resignificando las esferas de lo político, lo social y lo cultural. Este enfoque destaca que las prácticas y lenguajes de lo político o lo social son alterados y adoptan las lógicas propias de los medios. El autor reconoce que los enfoques acuñados en contextos de países industriales son insuficientes o inapropiados para aplicarlos a contextos autoritarios o con culturas políticas diversas. Por lo tanto, propone ampliar teóricamente el enfoque. El autor afirma que “la política mediada sigue siendo conceptualmente relevante para el caso chileno, aunque con ciertas revisiones [...] La política puede describirse como mediada cuando los medios masivos son

el principal canal a través del cual la información política es comunicada, y la política mediada se refiere a un contexto en el cual los medios se han vuelto el vehículo más importante para la auto representación política, por un lado, y la representación de las instituciones involucradas en la gobernanza, los procesos electorales, y la formación de opinión, más ampliamente" (p. 65).

Sin embargo, el autor no problematiza este enfoque sobre la mediatización a la luz de las propuestas de autores latinoamericanos sobre medios, mediaciones, y mediatizaciones. Esto es particularmente sorprendente sobre todo cuando señala que "aquello que es percibido como una lógica mediática/comercial en el caso de las Franjas se entiende mejor como una estética popular" (p. 105), ignorando el cuerpo teórico sobre las estéticas populares en comunicación que han desarrollado diversos autores de la escuela Latinoamericana de comunicación, como Jesús Martín Barbero.

Al decir del autor, la franja fue una catarsis televisiva (p. 73), relevando el carácter único y excepcional de dicha producción cultural y su consecuente consumo y circulación. El autor conceptualiza las franjas como un artefacto cultural, como la

idealización de una transición pacífica a una democracia procedimental (p. 77). La paradoja de la democracia chilena es que el plebiscito se ganó por vías democráticas, dice el autor, pero consagra el marco construido durante la dictadura y que es éste el hito que marca el devenir posterior de la mediatización de la política chilena. Sin embargo, la transición

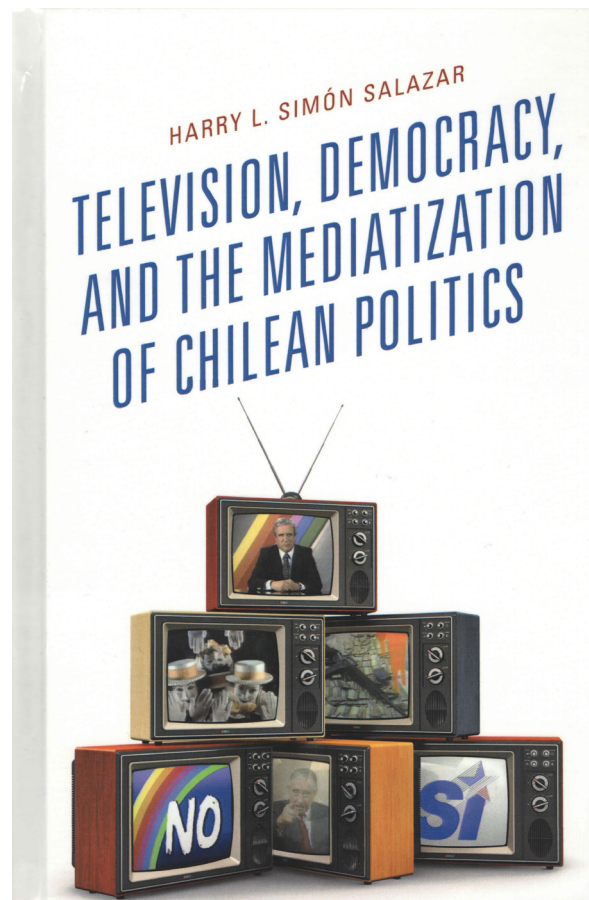
de la Constitución pinochetista (Otano, 1995, ver especialmente el primer capítulo "Tupahue: Transición, hora cero"). Entonces, aun cuando resulta interesante, provocativo y productivo definir la franja como un artefacto cultural, el autor atribuye centralidad a un evento que fue, más bien, síntoma y resultado de un proceso mayor, que es la decisión estratégica de la

entonces oposición de disputar el poder bajo el marco ilegítimo de la dictadura, legitimándolo.

Aun así, el trabajo es notable desde el punto de vista del acceso al material de archivo que tuvo y debiera ser un material de consulta obligada en el futuro. De hecho, los detalles que el autor ofrece sobre las dificultades para acceder y reconstruir el material audiovisual de las Franjas ilustran los problemas de acceso y de existencia misma de archivos audiovisuales en Chile, lo que tiene repercusiones no sólo para la investigación en medios y sobre medios, sino

también para la memoria cultural contemporánea chilena.

El material es agrupado y analizado en tres grandes categorías: Segmentos recurrentes, Series, y Segmentos únicos. El trabajo describe detallada-



se decide varios años antes del plebiscito y éste es, más bien, un hito, lo que más resalta en la superficie de un proceso que data al menos de 1984, cuando lo que luego sería la Concertación de Partidos por la Democracia acepta el cronograma

mente el tiempo total de la franja, el número de segmentos de cada franja, por día; el tipo de material más recurrente y provee también especificidades tanto de la franja del Sí como de la del No. Además, especifica el carácter del contenido (positivo, neutral o negativo). Entre los resultados interesantes y que complejizan los sentidos comunes en torno a este material se cuentan la notable similitud temática entre ambas franjas, una baja mención de derechos humanos en la Franja del No, la constatación de que solo un tercio del contenido de la Franja del Sí atacaba directamente al No, y una campaña del No saturada de mensajes de "alegría" y "esperanza", donde la política está ausente.

La conclusión del libro es un resumen apretado de la historia política de Chile desde 1990, pero desconectada del estudio mismo, lo que es una de las debilidades del texto. De hecho, el texto contiene algunos errores o simplificaciones que ediciones sucesivas debieran enmendar. Por ejemplo, afirma que Evelyn Matthei es abogada, cuando en realidad es licenciada en economía. Señala que Salvador Allende fue asesinado durante el asedio al Palacio de La Moneda y que su muerte fue declarada como suicidio por el régimen militar golpista (p. 5), pero luego afirma que la muerte de Allende ha sido debatida por décadas e "investigaciones recientes confirmaron que efectivamente cometió suicidio" (p. 21) (ver Montes, 2014).

Al abordar los conflictos políticos al interior de la televisión pública durante la Unidad Popular, el autor afirma que TVN estaba más alineado con los Demócratas cristianos (p. 40). Sin embargo, de acuerdo a diversos testimonios, los miembros DC eran minoritarios en el directorio de TVN durante la UP (Lira, 1987).

El autor también señala que la banda de rock Los Prisioneros apareció por primera vez en la televisión chilena en la franja de propaganda electoral (p. 27). Sin embargo, la banda ya había aparecido antes en la *Teléfono* de 1985, en *Más Música* de Canal 13 y en el programa infantil, *Patio Plum*, del Canal de la Universidad de Chile, en 1986.

El texto afirma que "la franja se ubicaba como un artefacto mediador de la cultura política chilena, ofreciendo una vía sociocultural secundaria hacia una imaginada reconciliación pacífica y a un gobierno civil para Chile por fuera de lo que sería, por el contrario, una insurrección armada inevitable y una guerra civil" (p. 80 y p. 81). Sin embargo, el autor no provee referencias que sustenten su afirmación de un pueblo al borde de la guerra civil y previos estudios no sustentan tal afirmación.

El autor afirma que el plebiscito sucedió en un contexto abrumadoramente antidemocrático, pero luego afirma que el campo democrático estaba limitado a la conexión pública mediada que proporcionaba la

franja (p. 76). Aunque es indudable el carácter antidemocrático del contexto en el que se realizó el plebiscito, la sociedad chilena había comenzado desde inicios de 1980 a reconstruir cierto tejido político y social, a como las organizaciones estudiantiles (la FECh), así como también a ocupar, no sin riesgos, los espacios públicos a través de las jornadas de protesta nacional que buscaba disputar la esfera pública en la calle.

Con todo, el libro de Simón-Salazar sin duda es una contribución a trabajos previos sobre la franja electoral de 1988 (Boas, 2009; Cronovich, 2013; Hirmas, 1993; Piñuel, 1992; Portales & Sunkel, 1989; Quilter, 1989; Tirroni, 2013; Valdés, 1988).

Claudia Lagos

Profesora Asistente, Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile
Candidata a doctora/ABD, Institute of Communications Research, University of Illinois at Urbana-Champaign
lagosli2@illinois.edu

DOI: 10.5354/0719-1529.2018.50432

La cultura de la conectividad

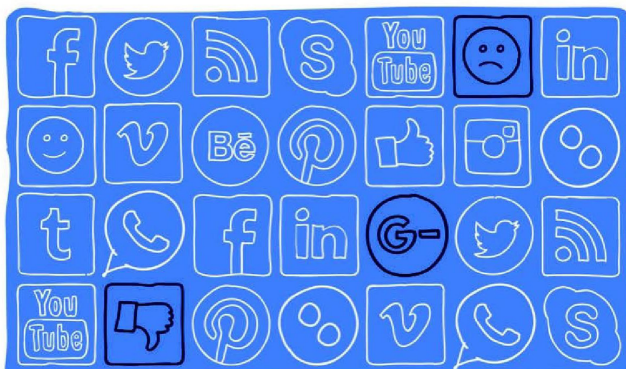
Van Dijck, José (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. 1° edición. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. 301 pp. ISBN 978-978-629-652-6

En los últimos años se ha escrito bastante acerca de Internet y los nuevos medios digitales, encontrándose juicios optimistas, pesimistas o conciliadores acerca de sus implicancias en nuestras vidas. Hasta la fecha, abundan estudios de casos sobre algún sitio de red social en específico, como *Facebook* o *Twitter* -los medios vencedores- y con planteamientos que al poco andar quedan desactualizados. Los vaivenes que sufren estos medios digitales van planteando nuevos desafíos en cómo abordarlos empíricamente, así como restricciones de sus propios códigos, normativas y protocolos de operación. Son contados los libros que aportan una mirada más amplia y comparativa entre medios digitales y abren reflexiones que vayan más allá del cambio tecnológico de turno. Un libro que logra ello es *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales* de la destacada académica holandesa José van Dijck,

publicado originalmente en 2013 y que recientemente ha sido traducido al español por Hugo Salas en la editorial Siglo Veintiuno.

En el libro, van Dijck realiza un análisis histórico de cómo los medios conectivos -como prefiere llamarles- han moldeado nuevas formas de sociabilidad basadas en una conectividad económicamente lucrativa al traducirse en datos y metadatos. Desde la cuantificación y gestión de esta conectividad, entonces, se reforzarían principios como el compartir información constantemente o la búsqueda por amasar popularidad. El libro se estructura en ocho capítulos: el primero hace una introducción al lector sobre cómo han aparecido las redes sociales y cómo estas han hecho de las conexiones sociales un recurso valioso y explotable. En el segundo capítulo, quizás la mayor contribución del libro, la autora nos presenta su marco analítico para abordar

los medios conectivos, combinando dos cuerpos de literatura que a ratos son situados como distantes: por un lado, los estudios de economía política y, por otro, la teoría del actor-red. Comúnmente se crítica al primero por centrarse demasiado en los controladores de las tecnologías, asumiendo los usuarios como entidades pasivas al arbitrio de los intereses de las compañías, y al segundo de que deja de lado la cuestión política de fondo al centrarse solamente en describir simétricamente las redes y vínculos que se forman entre sociedad y tecnología, sin ver las radicales diferencias de poder. La autora logra combinar estos dos abordajes, invitando a analizar los medios tanto a un nivel socio-económico (gobierno, modelos de negocio y formatos de propiedad) como a un nivel socio-técnico (tecnología, usuario y hábitos, contenidos generados). En los siguientes capítulos, la autora aplica este marco analítico para estudiar las diferentes plataformas y redes digitales como *Facebook*, *Twitter*, *Flickr*, *Youtube* y *Wikipedia*, problematizando sus dispares desarrollos y las particulares versiones de usuarios, saberes y vínculos sociales que configuran estos medios. En el último capítulo, la autora condensa la



LA CULTURA DE LA CONECTIVIDAD

una historia crítica de las redes sociales

josé van dijck

 **siglo veintiuno**
editores

revisión de la historia de estos medios digitales, articulando un análisis del ecosistema en el que conviven y compiten estos medios en su conjunto. Allí, van Dijck nos sugiere comprender la emergencia de estas nuevas plataformas digitales como verdaderos microsistemas que se encontrarían incrustados en un "contexto económico, político y sociocultural mayor", un "ecosistema de medios conectivos", dominado por un número

reducido de "peces gordos" y otros no tanto, como diría la autora. Sin embargo, en el libro no se abordan en profundidad los actores más marginales o "peces chicos" dentro de ese ecosistema los cuales luchan por posicionarse con una masa crítica de usuarios fieles o terminan siendo comprados por alguno de los peces gordos.

El libro versa sobre la distinción entre conexión y conectividad,

de la cual surgen interesantes ideas y comentarios para toda investigación de la comunicación en tiempos digitales. Van Dijck plantea que los usuarios se volcarían a estas redes sociales para precisamente buscar conectarse con otros, no obstante, las plataformas no serían neutrales y buscarían formas para explotar esas conexiones. En este sentido, la autora recuerda la distinción de Michel de Certeau entre tácticas y estrategias, describiendo cómo en cada plataforma analizada se ven variadas estrategias desplegadas por los propietarios de las plataformas bajo sus particulares intereses y cómo los usuarios levantan tácticas de negociación de tales agendas. Una cuestión problemática que puede derivar de tal análisis es la equiparación de ambas fuerzas en juego o señalar que las tácticas de los usuarios lograrían torcer ciertas decisiones corporativas. Si bien la autora da ejemplos de ello, con fracasos importantes en ciertas funcionalidades rápidamente desechadas por ciertas plataformas, estos casos serían mínimos. Ciertamente no se debe volver a un modelo unidireccional entre dos bandos claramente enfrentados y dónde uno tiene un poder total, pero si es de notar que no existe una bidireccionalidad pareja entre los objetivos de los propietarios de las plataformas y los requerimientos de sus usuarios.

Si miramos el uso de estos medios conectivos en países del sur, como en Latinoamérica,

se verá que existe una radical asimetría al respecto, en que los usuarios se ciñen a normativas y marcos legales foráneos y poco entendibles, así como a procesamientos algorítmicos de información completamente distantes y opacos. En este sentido, diferentes autores han llamado la atención sobre las nuevas brechas digitales que el procesamiento de la información de sitios como *Facebook* o *Twitter* estaría generando entre el sur global y países del norte (Andrejevic, 2014; Arora, 2016). Esto requiere de una consideración territorial o geo-política sobre los medios conectivos que ciertamente excedía el propósito del libro de van Dijck. Se requiere estudiar y analizar cómo se gesta una cultura del "compartir" y el "me gusta" desde un lugar como *Silicon Valley*, pero también cómo se logra propagar dicha cultura alrededor del globo, considerando las diferentes particularidades culturales que se producen en la apropiación de estos medios digitales en cada contexto. En este sentido, no se problematiza fuertemente cómo desde un lugar del norte se produjo casi toda la maquinaria digital que hoy moldea la sociabilidad digital del mundo, ni en cómo este fenómeno es re-apropiado de modos dispares en diferentes espacios -para lo cual existen estudios relevantes de notar como los de Daniel Miller y la denominada Antropología Digital (Horst & Miller, 2012; Miller, 2011; Miller et al. 2016).

Más allá de estas consideraciones, sin duda *La cultura de*

la conectividad es un libro sugerente y de riguroso análisis, logrando ofrecer al lector una mirada historiográfica y comparativa para los interesados en el estudio de las plataformas digitales. Desde su primera publicación ha sido ampliamente comentado en varios trabajos y ha revalorizado los análisis de economía política dentro de un campo de estudios cargado hacia nociones de la Web 2.0 como culturas participativas, abiertas y convergentes en donde se presta poca importancia a las relaciones socio-técnicas e intereses político-económicos en juego en cada una de estos nuevos medios digitales.

Referencias

- Andrejevic, M. (2014). Big Data, Big Questions | The Big Data Divide. *International Journal of Communication*, 8, 17.
- Arora, P. (2016). Bottom of the Data Pyramid: Big Data and the Global South. *International Journal of Communication*, 10, 19.
- Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity.
- Horst, H. & Miller, D. (Eds.) (2012). *Digital Anthropology*. Nueva York: Berg Publishers.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S. & Wang, X. (2016). *How the world changed social media*. Londres: University College London Press.

Matías Valderrama Barragán
Sociólogo y Magíster en Sociología, Pontificia Universidad Católica de Chile.
mbvalder@uc.cl

DOI: 10.5354/0719-1529.2018.47379

Objetivo y Normas Editoriales

Comunicación y Medios es la revista académica del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Es una publicación semestral que nace en 1981. Su propósito es la discusión plural sobre los principales temas que definen el campo de las comunicaciones, la industria audiovisual y el periodismo.

Desde el año 2009, *Comunicación y Medios* es editada en formato digital. Como mecanismo de revisión de originalidad, *Comunicación y Medios* somete todos los artículos que recibe a una herramienta de detección de plagio. La revista invita a profesionales, académicos, estudiantes e investigadores de este campo a colaborar en sus páginas contribuyendo con artículos, comunicaciones de investigación y reseñas, según las siguientes normas:

Normas para la presentación de los artículos

Tanto los artículos solicitados para la revista como las colaboraciones espontáneas propuestas al Comité Editorial por sus autores, deberán atenerse a una pauta de envío para la presentación de los originales. A la vez, todo envío de artículo implica la aceptación de estas normas editoriales, además de garantizar a *Comunicación y Medios* el derecho de ser la primera publicación del trabajo. Los autores que envíen sus originales a la revista *Comunicación y Medios* pueden hacerlo a través de nuestra plataforma, accediendo al [link **www.comunicacionymedios.uchile.cl**](http://www.comunicacionymedios.uchile.cl) procurando que los artículos no sobrepasen las 6.500 palabras y las reseñas las 1000 palabras (los títulos de los artículos no deben superar los 150 caracteres).

El Editor acusará recibo en el plazo de un mes. En el caso de varios autores, se especificará cual de entre ellos asume la relación con la revista, responsabilizándose del artículo. Los originales serán sometidos a un proceso de evaluación con pares ciegos, en el que se mantendrá el anonimato. Al término, el Comité Editorial informará sobre la posible publicación de los artículos seleccionados, quedando ésta condicionada a la introducción de los cambios a que hubiere lugar.

Para realizar la entrega de un artículo o reseña inédito también se debe remitir el documento original al correo electrónico del Editor responsable, Doctor Javier Mateos-Pérez (javiermateos@uchile.cl).

Convocatoria N° 38

Dossier especial dedicado a: "Comunicación y espacialidad".

Editoras invitadas:

Lorena Antezana Barrios (Universidad de Chile)

Marcela Rosales (Universidad Nacional de Córdoba)

Foco temático

En las últimas cuatro décadas del siglo XX, el espacio deja de ser concebido como mero "referente geofísico", principalmente ligado a la noción jurídico-política de "territorio", para pasar a ser considerado "producto y productor de lo social", como un "elemento que transforma y es transformado por los procesos históricos, económicos, políticos y culturales" (Piazzini Suárez, 2008). Es así que progresivamente el espacio se torna una categoría de análisis central para la comprensión de los fenómenos sociales contemporáneos, desplazando o subordinando a la categoría "tiempo".

En estas condiciones, la relación entre comunicación y espacio, tecnologías de la comunicación y ciudad cobra relevancia para los estudios de comunicación puesto que estamos inmersos en un proceso complejo donde cambio social y pensamiento crítico parecen confluir en una reconfiguración de las localizaciones geopolíticas y cartografías cognitivas. Comprender estas transformaciones requiere un abordaje transdisciplinar, pues el "espacio" se ha vuelto una "frontera transdisciplinar" (Piazzini Suárez, 2008). De los múltiples registros que permiten recrear experiencias de pertenencia y territorialidad, las imágenes proyectadas mediante plataformas mediáticas nos introducen en una "maquinaria panóptica" (Virilio, 1997) que nos

relaciona, pero también nos "controla". Las imágenes prefiguran la forma considerada adecuada para "mirar" y reproducen una visión hegemónica que opera siguiendo "la razón metonímica" (Santos, 2008), de la cual resultan sistemas relativamente fijos de representaciones de lo real.

Este dossier especial de la Revista "Comunicación y Medios" se propone abordar la relación entre espacialidad y comunicación. Nos interesa responder las siguientes preguntas ¿De qué manera este contexto de transformaciones afecta el orden geopolítico moderno construido y articulado en torno al Estado-nación?, ¿Cuáles es el impacto de las tecnologías de la comunicación en la forma en que se vive la ciudad, el sentido de pertenencia y la identidad o las "identificaciones" (Balibar, 2005) individuales y colectivas? Para esto, proponemos cuatro ejes de reflexión:

La vinculación entre espacio, poder, derechos y saberes otros en organizaciones barriales, movimientos sociales, pueblos originarios, y las modalidades de organización de la comunicación, su circulación en redes, canales oficiales, alternativos y/o comunitarios.

Las estrategias discursivas de apropiación y producción del espacio en la redefinición de la oposición conceptual rural-urbano. Los nuevos imaginarios espaciales-tecnológicos abigarrados.

Los discursos y cartografías en disputa sobre el desarrollo, la violencia y la seguridad ciudadana.

Las imágenes visuales y audiovisuales, en tanto tecnologías del poder que permiten articular una mirada del orden para con ellos diseñar un tiempo histórico de la pertenencia y el porvenir.

Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva

El *Bildungsroman* femenino. *El verano de los peces voladores* (Marcela Said, Chile, 2013)

El debate sobre la educación chilena en la sección de opinión de *El Mercurio* (2011-2014)

Prensa argentina y noticia policial (1976-1983). Los casos: *Diario Popular* y *La Prensa*

Análisis cuantitativo en las emisoras FM más escuchadas en Buenos Aires (2011-2017)

Diversidad entre rejas: Estereotipos e identidad de género en la ficción televisiva *Orange is the New Black*

Érase una vez en México. Ficción y memoria del pasado reciente en la serie *El Chapo*

Visualidad política latinoamericana en *Narcos*: un análisis a través del estilo televisivo

Narrativas islamofóbicas y series de animación para adultos: una tiranía de lo visual

La construcción de los personajes protagonistas en las series de Netflix: el perfil del adolescente en *13 Reasons Why* y en *Atypical*

Análisis narratológico comparativo de la serie *Lost* con otras producciones audiovisuales de ficción

Cruzando fronteras en las series de ficción federal: identidades y road movie en la televisión argentina

La ficción televisiva en Argentina 2011 - 2016: el fomento estatal y la crisis de la producción privada

Evolución histórica de las telenovelas en Argentina

Television, Democracy, and the Mediatization of Chilean Politics

La cultura de la conectividad