

Melodrama, telenovela y globalización

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7709>

JUAN PIÑÓN¹

<https://orcid.org/0000-0002-5460-7735>

GIULIANA CASSANO²

<https://orcid.org/0000-0002-2686-5008>

CONSTANZA MUJICA³

<https://orcid.org/0000-0001-8003-1576>

EDITORES INVITADOS

El melodrama y su relación íntima con la forma en que se produce el tejido de las relaciones sociales, políticas y culturales en Latinoamérica ha sido objeto de estudio, reflexión y cuestionamiento en las últimas cuatro décadas. Particularmente, en el contexto del abordaje de las prácticas sociales y la cultura popular como escenarios en donde se libran las batallas sobre la forma en que entendemos y vivimos nuestras realidades sociales, el melodrama ha tomado una posición central. Este género sirve simultáneamente como instrumento de la denominada cultura de masas, asociada a un proyecto de modernidad en el que la comercialización masificada es parte central de su expresión en los medios de comunicación, pero también como espacio de resistencia de la cultura popular y como recurso obligado de renegociación y reapropiación a través de las prácticas sociales de la vida cotidiana, a lo que Martín-Barbero ha denominado como *matrices culturales* (Martín-Barbero, 1995).

¹ Universidad de Nueva York, Estados Unidos.
jpinon@nyu.edu

² Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.
gcassano@pucep.edu.pe

³ Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.
mujicaholley@gmail.com

En la actualidad y en este mundo global, el melodrama es eminentemente popular y representa distintos imaginarios sociales en función de los distintos países que lo producen y consumen. Monsiváis (2003) nos recuerda que si bien el melodrama fue el gran invento de la burguesía europea del siglo XIX, en América Latina este deviene en derecho de los pobres, de las cuatro paredes del hogar, de la familia, resaltando cómo los relatos melodramáticos se “concentran en el exceso y la genealogía de la desdicha” (p. 30).

El melodrama, por la vía de la telenovela, ha alcanzado una de sus expresiones más populares en el siglo XX. Como señala Cabrujas (2002), la telenovela es el gran espectáculo de los sentimientos, que observa los mitos actuales que se están produciendo en cada sociedad latinoamericana porque la telenovela es –ante todo– un relato latinoamericano.

La telenovela latinoamericana se ha desarrollado a través de diferentes estrategias narrativas que reflejan diferentes realidades sociopolíticas, culturales, industriales e institucionales y que han conformado gramáticas y estilos múltiples que reflejan diversas identidades locales, nacionales y regionales. En un primer trayecto, la telenovela requirió de un desarrollo narrativo que reflejara una identidad local, investida como narrativa de lo nacional, para poder asegurar exitosamente su desarrollo sustentable dentro del mercado doméstico. Como resultado de este reconocimiento sociocultural en la expresión televisiva de lo nacional, se produjeron en muchos casos modos de producción industriales identificables basados en fórmulas narrativas que en un principio se dividían a grosso modo en telenovelas tradicionales o rosas, y telenovelas realistas o de ruptura (Acosta-Alzuru, 2003).

Estos dos paradigmas narrativos de producción se convirtieron en un referente de identificación bajo el cual los países de la región podían identificar un referente. Sin embargo, en la mayoría de los casos las producciones nacionales proyectaban una modalidad híbrida, con estilos y gramáticas narrativas y visuales definidas con las propias lógicas de idiosincrasia cultural de lo nacional. Así surgió una gramática televisual industrial reconocible de la telenovela argentina, brasileña, colombiana, chilena, mexicana, venezolana, o hispana-estadounidense (La Pastina, Rego & Straubhaar, 2003; López, 1995; Mazziotti 1996). El desarrollo de estas narrativas de la telenovela con idiosincrasia nacional se volve-

ría también una gramática con valor cultural y económico de intercambio en un mercado hemisférico en que las audiencias transnacionales también imaginaban y se apropiaban de propuestas de la modernidad construidas en otras latitudes.

Aunque también dentro de la lógica industrial de este intercambio y con el objetivo de llegar de manera exitosa a más audiencias, se propició simultáneamente el uso de una serie de estrategias concebidas como neutras o hemisféricas (Mato, 2005; Piñón, 2014; Rincón, 2007). El mercado de la telenovela latinoamericana se definió como un mercado lingüístico-cultural, que desde sus inicios mostró un dinamismo transnacional único. Pensemos en *Simplemente María* –relato fundacional de la industria latina– o en *Hermanos Coraje* –producto inicial de un largo proceso de internacionalización que deviene en el actual de la telenovela como formato, con la práctica extendida del *remake* de historias y títulos de éxito como *El Derecho de Nacer*, *Esmeralda*, *Café con Aroma de Mujer*, *Rebelde Way*–. Rincón señala que “la telenovela se ha hecho cargo de nuestras identidades y nuestros traumas; para saber quiénes somos, debemos mirarnos en sus historias” (Erlick, 2019, p. 34).

A final del milenio, con el advenimiento de la televisión de cable y de satélite, se desarrolla una serie de lógicas producción, mercadeo y recepción de televisión de nicho, provocada por una nueva era de opciones. Se crean nuevos subgéneros como producto de la necesidad industrial de llegar a públicos distintos a través de productos distintos: telenovela juvenil, telenovela musical y de fantasía, telenovela para niños, telenovela educativa, telenovela de suspenso psicológico, telenovela de crimen y detectives, docudramas, telenovelas románticas, narco-novelas, telecomédias, telenovelas históricas, telenovelas de época, telenovelas costumbristas, telenovelas religiosas, telenovelas cosmopolitas, telenovelas neutras, telenovelas de sátira política, telenovelas de horror.

En este proceso, las narrativas de las telenovelas y la lógica del melodrama que las rigen han ido cambiando al mismo ritmo que los paradigmas sociales en las que se desarrollan, pues las nuevas historias se acomodan, dialogan y negocian en el espacio de los cambios culturales, sociales e ideológicos de las relaciones de género, raza, clase, orientación sexual, capacidades diferentes, edad, nacionalidad, religión, entre otras expresadas en nuevas historias.

Ante la ola postmoderna de finales del milenio surgieron narrativas híbridas que recogen ciertos elementos del paradigma tradicional o del realista, y los conjugan en nuevos esquemas de fragmentación y multiplicación de historias (Fuenzalida, Corro & Mujica, 2009; Steinberg, 1997). En esta nueva iteración del melodrama televisual en lo que Borkosky (2016) denomina como *telenovela nueva*, el género parece dislocarse por el uso híbrido de diferentes géneros narrativos, al mismo tiempo por el uso de elementos no ficcionales del documental y las noticias que intensifican la relevancia de estos productos visuales, a la vez que borran las fronteras de fácil clasificación.

La nueva ecología digital, caracterizada por la multiplicación de pantallas de distribución de contenido a través de medios móviles y digitales ha transformado las dinámicas de recepción de las audiencias, con un impacto importante en las propias estrategias de producción y sus narrativas. Una de las expresiones más visibles de este nuevo estadio en la producción de ficción ha sido el surgimiento de plataformas de servicios de *Video on Demand*, como Netflix, Amazon, Claro-Vídeo, Blim, Hulu, HBO Now, Movistar o GloboPlay. Estas plataformas están imponiendo nuevas temporalidades de exhibición, ritmos narrativos, aproximaciones temáticas, géneros audiovisuales, con un importante impacto en la concepción del producto de ficción televisivo, particularmente la telenovela, y con consecuencias claramente identificables en términos de la transformación del formato.

Hoy más que nunca se produce y se consume televisión de ficción. Hoy más que nunca existe una oferta mucho más variada y amplia de opciones de ficción y del melodrama televisivo en las diferentes ventananas y plataformas de distribución de contenido. Hoy más que nunca la competencia por las audiencias es feroz. En parte visible por el incremento de las narrativas masculinizadas y/o de acción, y por el acortamiento de los tiempos y duración de los contenidos ficcionales, como lo ha sido el caso de los nuevos ficcionales en formatos híbridos denominados *super series* (Piñón, 2019).

En este contexto de transformación, de abundancia de producción, de mezcla e hibridación de géneros y formatos, cabe volver a repensarse al melodrama como una matriz central en la vida y la identidad constitutiva de nuestra latinoamericanidad, al mismo tiempo de reconocer

su continua transformación, que refleja nuestra propia transformación, y tal vez sorprendidos encontrarnos nuevamente en estas nuevas y cambiantes historias. Esperamos que los contenidos de esta sección temática de la revista *Comunicación y Sociedad* aporten a la comprensión, reflexión y debate del tema que nos ocupa.

Referencias bibliográficas

- Acosta-Alzuru, C. (2003). Tackling the Issues: Meaning Making in a Telenovela. *Popular Communication*, 1(4), 193-215. https://doi.org/10.1207/S15405710PC0104_1
- Borkosky, M. (2016). *Telenovela nueva. Nuevas lecturas*. Buenos Aires: Ediciones Corregidor.
- Cabrujas, J. I. (2002). *Y latinoamérica inventó la telenovela*. Alfadil, Instituto de Creatividad y Comunicación.
- Erlick, J. C. (2018). *Telenovela en el mundo latino*. Perú: Fondo Editorial Universidad del Pacífico.
- Fuenzalida, V., Corro, P. & Mujica, C. (2009). *Melodrama, subjetividad e historia en el cine y televisión chilenos de los 90*. Perú: Pontificia Universidad Católica de Chile y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes-Fondo de Fomento del Audiovisual.
- La Pastina, A., Rego, C. & Straubhaar, J. (2003). The centrality of telenovelas in Latin America's everyday life: Past tendencies, current knowledge, and future research. *Global Media Journal*, 1(1). <http://www.globalmediajournal.com/open-access/the-centrality-of-telenovelas-in-latin-americas-everyday-life-past-tendencies-current-knowledge-and-future-research.pdf>
- López, A. (1995). Our welcome guests: Telenovelas in Latin America. En R. Allen (Ed.), *To Be Continued... Soap Operas Around the World* (pp. 256-275). London: Routledge.
- Martín-Barbero, J. (1995). Memory and form in the Latin American soap opera. En R. Allen (Ed.), *To Be Continued... Soap Operas Around the World* (pp. 276-284). London: Routledge.
- Mato, D. (2005). The transnationalization of the telenovela industry, territorial references, and the production of markets and representations of transnational identities. *Television & New Media*, 6(4), 423-444. <https://doi.org/10.1177%2F1527476403255822>

- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela: La producción de ficción en América Latina*. Argentina: Paidós.
- Mazziotti, N. (2010) La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica: la pasión por los relatos. En G. Cassano (Ed.), *Televisión: 14 Formas de Mirarla* (pp. 17-34). Departamento Académico de Comunicaciones. Perú: Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Monsiváis, C. (2003). El melodrama: lo mejor de la caída es la intimidad con el abismo. *El derecho de llorar: el melodrama en el cine latinoamericano* (pp. 45-67). Perú: PUCP.
- Piñón, J. (2014). Reglobalization and the rise of the network cities media system in telenovela production for hemispheric consumption. *International Journal of Cultural Studies*, 17(6), 655-671. <https://doi.org/10.1177%2F1367877913515867>
- Piñón, J. (2019). Disruption and continuity on telenovela with the surge of a new hybrid primetime fictional serial: The super series. *Critical Studies on Television [Special issue on television disruption and continuity]*, 14(2), 204-221. <https://doi.org/10.1177%2F1749602019838885>
- Rincón, O. (2007). Colombia: cuando la ficción cuenta más que los informativos. En Vilches & M. I. Vassallo de Lopes (Eds.), *Anuario OBITEL 2007. Culturas y Mercados de la Ficción Televisiva en Iberoamérica* (pp. 133-158). España: Gedisa.
- Steinberg, O. (1997). Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes, nuevos pasados de telenovela. En E. Veron & L. Escudero (Comps.), *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 17-27). España: Gedisa.