

Nombre y Apellido: Ana Scannapieco

Afiliación institucional: UBA (IIGG)

Correo electrónico: anascannapieco@yahoo.com.ar

Eje problemático propuesto: Producciones y consumos culturales

Título de la ponencia: La captura de la oralidad popular en las telecomedias de Pol-ka: la “voz popular” en *Valientes*.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar la captura de la oralidad popular en algunas telecomedias que irrumpieron en la grilla televisiva de fines de los años `90 (en especial la tira *Valientes* emitida desde principios de 2009 y que continúa en pantalla). En este tipo de textos televisivos se construye una manera particular de hablar que caracteriza a los personajes de clase media baja y que presenta rasgos particulares (la desaparición de las eses al final de varias palabras, la colocación de un artículo antes de mencionar un nombre, la utilización de refranes o palabras en lunfardo, etc.). Esta manera de representar ese habla popular parece adquirir en *Valientes* una exacerbación extrema.

La propuesta se enmarca en un análisis cultural que intenta problematizar el poder simbólico de los medios a la hora de representar esa “voz popular” en estos textos ficcionales.

PONENCIA

INTRODUCCIÓN

Este análisis forma parte de una investigación que problematiza lo popular en la cultura contemporánea: dónde leerlo, cómo leerlo, qué posiciones de poder implica. Consideramos que las representaciones televisivas son un lugar de privilegio para ver de qué modo se representa/construye al otro en productos específicos de la industria cultural en un momento histórico determinado. En este caso, entonces, el análisis se centra en deconstruir las representaciones televisivas como maneras particulares de captura de lo popular (que según Hall -1984- se define a partir del conflicto) y en estudiar qué queda de lo popular cuando se masifica (la lógica de lo masivo tiende, según Martín Barbero -1987-, al borramiento de ese conflicto). La tensión entre estas dos lógicas (la del medio televisivo y la de los sectores a los que representa) involucra posiciones claramente asimétricas en el proceso de construcción del sentido.

El objetivo de este trabajo es analizar la captura de la oralidad popular en algunas narrativas audiovisuales que comenzaron a emitirse en un momento de inestabilidad política, económica y social sin precedentes en nuestro país. A fines de los `90 irrumpieron en la pantalla argentina varias telecomedias (producidas por Pol-ka primero y luego por Ideas del Sur) que cobraron un gran protagonismo en la programación. Estos textos audiovisuales - entre los que se incluyen *Gasoleros* (1998), *Buenos Vecinos* (1999), *Campeones* (1999), *El sodero de mi vida* (2001), *Son amores* (2002), *Los Roldán* (2004), *Son de fierro* (2007), *Por amor a vos* (2008), *Valientes* (2009)- presentan características particulares: rescatan la importancia del barrio como lugar de pertenencia de los personajes, toman el contexto histórico como marco temporal donde se desarrollan las situaciones y son publicitados y considerados por varios metadiscursos como tiras costumbristas que “rescatan” cierta “argentinidad”, cierta “esencia nacional” (pronunciadamente porteña) a través de las formas de ser de algunos personajes, de sus profesiones (colectivero, recolector de basura, sodero, carnicero, árbitro, mecánico, etc.), de sus maneras de relacionarse. En este trabajo, nos interesa observar cómo estos textos audiovisuales ponen en escena la voz popular, qué manera de hablar y de expresarse se le otorga a estos personajes de sectores subalternos.

Creemos que este conocimiento permite pensar cómo se representa un sector que no puede administrar los modos en que se lo enuncia en programas televisivos de ficción que tienen, como todo producto mediático, una posición de enunciación hegemónica. Teniendo en

cuenta que los medios son instituciones que responden a una lógica mercantil, estos textos eligen ciertas estrategias para representar de una manera particular a los sectores populares. Esta elección da cuenta del poder simbólico de los medios cuando representan y de la disputa por el control del lenguaje. Siguiendo a Bourdieu y Wacquant, “cualquier intercambio lingüístico conlleva la virtualidad de un acto de poder, tanto más cuando involucra a gente que ocupa posiciones asimétricas en la distribución del capital pertinente” (Bourdieu y Wacquant, 1995: 104).

Nos centraremos en *Valientes*, programa emitido a partir del 9 de febrero de este año y producido por Pol-ka, y en *Segundo*, rol interpretado por Mariano Martínez en dicha tira, porque creemos que en este personaje hay una apuesta mayor a la hora de representar una voz popular, con características particulares que serán analizadas en este trabajo.

Una aclaración metodológica: la intertextualidad propia de la televisión complejiza el recorte del texto. En este sentido, no sólo se tendrá en cuenta el programa elegido, sino también una serie de paratextos: notas publicadas en la prensa gráfica o emitidas en la televisión sobre esos textos televisivos, publicidades, críticas que recibieron las emisiones, etc.

ANÁLISIS

A pesar del lugar de primacía que la telenovela ocupa y ocupó dentro del sistema de géneros narrativos audiovisuales de la Argentina, las telecomedias que irrumpen a fines de los `90 en la pantalla argentina cobran un gran protagonismo en la programación, son emitidas en horario central, contando con altos niveles de audiencia y con una inversión importante de producción (Aprea y Soto, 1998). Este grupo de tiras retoman algunos rasgos de la telenovela: su forma de serialidad, la importancia de la historia de amor, ciertos personajes característicos y situaciones melodramáticas (Aprea, Imas, Kirchheimer y Soto, 1997). Según estos autores “la `renovación´ del género a través de programas de amplia repercusión -*Naranja y media*, *Gasoleros*, *Campeones (de la vida)*- plantea un nuevo lugar para la telecomedia”.

Si nos detenemos en las telecomedias producidas por Pol-ka, podemos distinguir una diferencia entre las primeras tiras que se emitieron y las que salieron al aire en los últimos años. En *Gasoleros*, *Campeones* y *Son amores* observamos características como la

importancia del barrio y las relaciones entre los vecinos, un horizonte de personajes de clase media baja, la ambientación en el ámbito de lo familiar, el acento en la cotidianeidad, la capacidad de integrar la actualidad social a través de algún comentario, además de las historias de amor y los desencuentros cómicos típicos del género. En *Son de fierro* y *Valientes*, en cambio, a medida que va transcurriendo la historia los elementos melodramáticos cobran un protagonismo mayor y las situaciones o personajes cómicos pasan a estar supeditados a esas circunstancias dramáticas (la muerte de uno de los hijos de la pareja central en *Son de fierro*, por ejemplo, parece ser un quiebre en la fórmula que hasta ese momento presentaban las telecomedias). *Valientes* desde el primer capítulo y por intermedio de la *voice over* de Leo –personaje interpretado por Luciano Castro– se posiciona como una historia de amor y de venganza: “Hoy es el comienzo de una venganza. La venganza esperada por los hermanos Sosa”. El acento en la cotidianeidad se borra, la ambientación en el ámbito de lo familiar queda reservada para los personajes de condición social más baja y los comentarios sobre la actualidad desaparecen. Tampoco importan demasiado los lazos barriales: el enfrentamiento de vereda que separa la mansión de Laureano del taller mecánico de los hermanos Sosa tiene más que ver con una estrategia de venganza –estar cerca del enemigo– que con una metafórica distinción entre ricos y pobres (como podemos encontrar, por ejemplo, en *Campeones*). Reinan las historias de amor y los desencuentros, los secretos sobre algunos lazos filiales y la necesidad de venganza (rasgos melodramáticos más emparentados con el género de la telenovela).

Si bien el aire “costumbrista” que algunos metadiscursos le adjudicaban a las primeras telecomedias de Pol-ka parece desdibujarse en *Valientes*, se presentan personajes de clase media baja con rasgos y códigos particulares. Aparecen en contraposición (al igual que en la mayoría de las telecomedias analizadas) dos grupos sociales bien diferenciados: los personajes de clase social media baja (en el caso de *Valientes*, los hermanos Soca, Alma, su mamá Argentina, “Huevo” y otros) y otro grupo, con un poder adquisitivo mayor (Laureano, su mujer Mona, sus hijas Isabel y Juana). A la hora de representar sujetos populares, en *Valientes* se eligen ciertas características que también reconocemos en las otras telecomedias mencionadas: tienen buen corazón, son alegres, escuchan música (en especial cumbia), bailan, toman mate todo el tiempo, son muy trabajadores¹. Pero además son portadores de una

¹ Para un análisis más detallado, véase Scannapieco, Ana (2009) “La representación de lo popular en las telecomedias argentinas de fines de los `90”.

oralidad otra, que en algunos personajes, es llevada al extremo y de la que nos ocuparemos en las páginas que siguen.

La oralidad popular

En todas estas telecomedias la oralidad es uno de los índices que denota la situación social de los personajes. Panigasi y Tucho (en *Gasoleros*), Ciro, Clarita, Guevara (de *Campeones de la vida*), Alberto (en *El sodero de mi vida*), Roberto y sus sobrinos Martín y Pablo (en *Son Amores*) y Fierro (en *Son de Fierro*) son algunos de los personajes que presentan una manera coloquial de expresarse, que incluye malas palabras, frases hechas o refranes, palabras en lunfardo. Esta oralidad “popular” parece ser parte del contrato realista que estos textos proponen.

Si nos detenemos, por ejemplo, en el personaje interpretado por Osvaldo Laport en *Son de fierro* observamos una exacerbación de estas características: no tutea a sus hijos ni a su mujer (“¿Usted confía en su padre?”) y las pocas veces que sí tutea es para agredir: “Sos un pendejo de porquería”; sin embargo, nunca las expresiones de agresión son demasiado fuertes (suele decir “papanata” o “cascarrabias”). No pronuncia algunas eses o últimas letras de algunas palabras: “no va a falta oportunida”, por ejemplo. Habla en tercera persona de él mismo: “Cuando necesite a su viejo, su viejo va a estar siempre”. Se dirige a los otros personajes con sobrenombres amables como “petisa”, “negra”, “chancleta”. Utiliza palabras como carniza en vez de carnicería o se refiere a Dios como “El barba”. No sólo su oralidad intenta dar cuenta de su condición popular sino que además alimenta la construcción del estereotipo de “macho” (es fanático de su auto que llama “Bety”), le gusta el fútbol -en contraposición con otros deportes como el polo, porque según explicita: “eso es cosa de maricas”-; se vale por sí mismo (en una escena expresa: “El Lucho salió a mi. Él se va a defender solo”).

En el caso de Segundo, personaje que Mariano Martínez interpreta en *Valientes*, también encontramos una exacerbación de las características que en general se le asignan a la oralidad popular en las telecomedias analizadas. Al hablar, Segundo antepone un artículo antes de los nombres propios (“La Alma”, “el Enzo”); no pronuncia las letras finales de algunas palabras y, en el caso de los verbos, también acentúa la última vocal: por ejemplo “pa que sepá” (en vez de “para que sepas”), “te quería ayudá” (en vez de “te quería ayudar”) o “a mi no me mentí” (en vez de “mentís”). No pronuncia malas palabras (a lo sumo dice

“boludazo” que alude más a una expresión tierna que agresiva). Repite palabras o frases al principio y al final de una oración (por ejemplo “salí, vo, salí”) o dice al final partes de la oración que en general se ubican al principio (por ejemplo “¿a la Alma va a ayudá vo?”). Si en *Son de Fierro* la exacerbación en la manera de hablar del personaje de Laport tendía a construir el estereotipo de “macho argentino” –que se relacionaba también con los significados previos que Laport portaba por haber interpretado otros personajes similares en televisión-, en el caso de *Valientes* esta apuesta mayor en la oralidad de Segundo estaría relacionada al pasado del personaje, que se crió en el campo en un ambiente muy hostil. En la historia, Laureano Gómez Acuña –el hombre más poderoso de un pueblo del interior, dueño de grandes extensiones de tierra- le arrebató a Roque Sosa las suyas, “sumiéndolo en la pobreza y en la impotencia de saber que nunca más iba a poder recuperarlas”². Ese sentimiento termina con la muerte de Roque Sosa que deja a sus tres hijos huérfanos. Los hermanos son entregados a diferentes familias y cada uno tendrá su destino: Segundo queda en manos de Romualdo, un hombre de campo que –según declara Martínez en una entrevista- “lo crió como pudo”.

Sabemos que en todo discurso se destacan algunos valores, ideas y características no necesariamente falsas, pero que no son las únicas posibles para representar un hecho, persona o grupo. Y cuando una serie limitada de rasgos se presentan repetidamente para hablar del mismo grupo pasamos a la cuestión de la creación de estereotipos. El estereotipo es una imagen convencional simplificada y que se repite, acuñada para representar un hecho, persona o grupo. Se trata de “representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes, a través de los cuales cada uno filtra la realidad del entorno” (Amossy y Pierrot, 2001: 11). El estereotipo:

atraviesa la cuestión de la opinión y el sentido común, de la relación con el otro y la categorización. Permite estudiar las interacciones sociales, la relación de los discursos con los imaginarios sociales y, en términos más amplios, la relación entre el lenguaje y la sociedad (Amossy y Pierrot, 2001: 11).

El estereotipo tiende a representar a un determinado grupo social haciendo hincapié en algunas características y descartando otras. Seleccionar algunos atributos para hablar de un grupo y dejar otros de lado implica un recorte que, como tal, es arbitrario y convencional y, por supuesto, implica una apuesta explícita por parte del que enuncia. Como sabemos, las

² <http://detelenovelas.com/valientes-produccion-de-pol-ka-para-canal-13/>

generalizaciones no toman en cuenta las diferencias que existen entre diversos grupos, e incluso al interior del mismo grupo. Y, sin embargo, estas imágenes que construyen los medios cuentan con el consenso de la audiencia porque están arraigadas en ciertos aspectos de la realidad observable y en ciertos prejuicios que funcionan socialmente, convirtiéndose el estereotipo en un modo “natural” y “obvio” de presentar la realidad. Por lo general, los estereotipos se aplican a grupos subalternos y marginales que luchan por un poder que no tienen o por su reconocimiento: pobres, mujeres, homosexuales, desocupados, inmigrantes. Y sirven, muchas veces, para justificar el acogimiento o rechazo a un determinado grupo.

En el caso de *Valientes*, podemos observar la construcción del estereotipo del “hombre de campo” que vive en una relación muy íntima con la naturaleza, sin acceso a una educación formal, acostumbrado a un trabajo duro, sin sentimientos o con dificultad para transmitirlos. Si bien Romualdo y Segundo responden a este estereotipo hay muchas diferencias que los separan: mientras el primero es autoritario y violento –hace uso de su arma constantemente-, toma a Segundo como su esclavo y lo hace trabajar sin descanso pegándole y maltratándolo, “un hombre sin educación que le hizo heredar a `su hijo´ el mismo grado de analfabetismo”³; Segundo tiene buenos sentimientos (“heredados” de su verdadero padre), es un trabajador incansable y no se rebela contra Romualdo. Estas diferencias se van agrandando a medida que avanza la tira: la figura de Romualdo se animaliza cada vez más y Segundo –ya en la ciudad- va de a poco “civilizándose”. En este sentido, aprende a leer y escribir y va expresando sus sentimientos como puede. Los rasgos que todavía conserva de su pasado en el campo son actitudes y prácticas “simpáticas” que denotan su origen: la costumbre de aplaudir antes de entrar a una casa o a una reunión, no le gusta la bebida ni el cigarrillo que consume su hermano, tiene buenos sentimientos (tanto que ayuda a su hermano a escaparse con la mujer que él ama), es amable con los demás. De hecho este personaje es el que se muestra más reticente a llevar a cabo el plan de venganza de su hermano Leo: “Todo vamo a perder depué del plan. Todos vamos a llorá”. La inocencia e ingenuidad que presenta Segundo forman parte de la construcción del hombre de campo criado lejos de la ciudad y de los peligros a los que sí se expuso, por ejemplo, Enzo (que cuando comienza la tira está en la cárcel por haber robado).

³ <http://www.realtvnews.com.ar/new/>

“Yo soy el Segundo, hermano de mi hermano”

El título de este apartado resume la manera en que el personaje interpretado por Mariano Martínez se presenta en *Valientes*. En esa frase se condensan dos rasgos que están presentes en la oralidad popular representada en este texto audiovisual: es diferente al habla del resto de los personajes (por la entonación con que el actor dice la frase y por anteponer un artículo al nombre propio) y se expresa mal, o en este caso dice obviedades: una presentación sin sentido porque no aporta ningún dato al decir que es el hermano de un hermano.

En este sentido, en estas telecomedias se puede observar lo que Javier Palma analiza en relación con los modos de representar la oralidad popular en el llamado nuevo cine argentino: la carencia de la lengua legítima (los personajes sólo hablan mal) y la falta de racionalidad o la ausencia de cálculo en todas sus acciones (2005).

Con respecto a la primera cuestión, la oralidad –como dijimos más arriba- es uno de esos índices que permiten el contrato “realista”; es el modo como los personajes hacen uso de la lengua y lo que denota su condición social (Palma, 2005). La oralidad popular, según Richard Hoggart, es particularmente “tosca” y vehemente, y aparece como menos disfrazada “con circunvalaciones y matices” que la de otros grupos sociales. Es un habla que “sigue de cerca el movimiento de las emociones, ya se trate de enojo (...) o de alegría” (1971: 91). Las frases cortas, las estructuras sencillas, los insultos, suelen estar presentes en este modo otro de hablar. Pero por todas las características mencionadas más arriba, podemos decir que en *Valientes* se llega a un límite muy confuso. Porque la manera de hablar de Segundo está bastante alejada de las lógicas que envuelven efectivamente al habla popular. Y lo que le falta a la oralidad puesta en pantalla para ser efectivamente un habla popular, como bien señala Palma, es su aspecto positivo, regenerador y renovador –en términos bajtinianos. Es decir, la oralidad “está enfocada desde el buen hablar, o sea, desde la norma. Al ser así, esta representación del habla popular sólo muestra la degradación del uso legítimo de la lengua” (Palma, 2005). La manera de hablar de Segundo nos indica el margen de lo social al que pertenece el personaje y el previsible uso marginal que de la lengua realiza. Pero además se acentúa tanto ese índice, se lo lleva tan al extremo, que termina rozando la burla y, al interior del texto, termina presentando a Segundo como un sujeto que de tan tierno e inofensivo no puede formar parte activa en el plan de venganza que estructura la tira. Como indica Luciano Castro en una entrevista: “El problema es, sobre todo, entre Leo y Enzo, porque Segundo es un tierno”.

En este sentido, se hace presente el segundo aspecto que Palma señala: la falta de racionalidad, que es la marca más importante que da cuenta de la mirada miserabilista desde la cual se narra al otro de clase en este texto audiovisual. Segundo y también Huevo (un amigo de los hermanos) se nos muestran como sujetos imposibilitados de actuar por su propia cuenta, seres irracionales, que no pueden realizar una tarea sin la ayuda de otro. Huevo, por ejemplo, no puede ni siquiera cumplir una tarea que le es asignada y que consiste en dejar un sobre en un locker (primero no sabe lo que es un locker y luego se equivoca y lo deja sobre el escritorio del enemigo). En este sentido, estos sujetos populares no aparecen como dotados de una racionalidad otra, como podría esperarse -una racionalidad que incluyese “las mil maneras de valerse de”, en palabras de de Certeau (1996: 35)- sino que es la imposibilidad de reflexionar sobre sus prácticas lo que mejor los define.

Claude Grignon y Jean-Claude Passeron, en un pasaje de *Lo culto y lo popular*, señalan que los análisis sociológicos de corte legitimista⁴ pierden densidad y finura a medida que descienden en la jerarquía social.

Todo sucede como si la observación, situada en la punta de la pirámide social, perdiera su poder de discernimiento a medida que su mirada se dirige hacia la base: el enrarecimiento de la información pertinente va de la mano con la indiferencia hacia las diferencias, las variaciones y las oposiciones (1991: 95).

Definida desde la perspectiva dominante y, por tanto, negativamente, la cultura popular aparece como “un conjunto indiferenciado de carencias, desprovisto de referencias propias”. Lo que da como resultado la caracterización de dicha cultura en términos “de desventajas, de exclusiones, de privaciones, de ausencia de opción, de no consumos y de no prácticas” y, de esta manera, como pertenecientes a la “no cultura” (1991: 97).

Creemos que esa es la manera de representar al sujeto popular en *Valientes*: en términos de lo que este personaje no tiene, de lo que le falta: saberes (como leer y escribir), conocimiento (desde saberes generales hasta manejar una computadora), capacidad de

⁴ Según Grignon y Passeron, el legitimismo es esa perspectiva de análisis que presentan algunos estudios en sociología y literatura que responde a un etnocentrismo de clase.

comunicarse (expresar lo que siente, por ejemplo), etc⁵. En esta tira el legitimismo es llevado a su máxima expresión: el miserabilismo.

Si bien es importante que las carencias aparezcan representadas (ya que ello coloca a este personaje en su condición de subalterno y permite la construcción de un “otro” diferente) la mirada miserabilista a la que es sometido lo deja prácticamente fuera de la cultura (y hacia dentro de la tira, fuera del plan de venganza o con un papel secundario, dato que comentamos más arriba). Segundo está lejos de mostrar características propias, se define por la carencia. Los valores que sí posee son el amor que siente por los demás, el ser solidario, inocente y bueno, pero a un grado tan extremo que roza el ridículo, que lo hace parecer tonto.

La mirada miserabilista, como dijimos, puede llevar a una inmersión de las clases populares en la no-cultura. En su extremo, esto puede significar una cuasi-animalización de los sujetos populares quienes, debido a sus carencias de todo tipo, estarían más cerca de la naturaleza que de la vida en sociedad. En una escena donde Segundo ayuda a un amigo a curarse una herida, en vez de soplar, escupe sobre ella y explica que así sana mejor. Si bien podríamos pensar que este saber es un rasgo positivo que se le adjudica a este personaje, una “sabiduría” que proviene de las costumbres y prácticas en las que se crió (Segundo dice: “Te hace curá. A mí en el campo Romualdo me lo hacía. Te hace curá”), no aparece más que como signo de animalidad, de naturaleza. Corroborando esta concepción, el amigo le responde: “¿Qué sos, un perro?”. Siguiendo a Grignon y Passeron, estos sujetos parecen no haber superado la barrera hacia la humanidad. Dicen los autores que existe:

un presupuesto implícito, difícilmente confesable, sobre el que aún reposa, incluidas sus complicaciones últimas, la sociología legitimista de los gustos: el orden simbólico (jerarquía de los gustos) no corresponde solamente al orden social (jerarquía de las clases), sino también al orden natural (jerarquía de las necesidades); franquear la barrera que separa a las clases medias de las clases populares, es salirse de la esfera de la cultura para perderse en la ‘naturaleza’ (Grignon y Passeron, 1991: 98).

Esto señala la diferencia y la extrañeza que un sujetos y una cultura “otra” le producen a ese particular “nosotros” postulado como sujeto enunciador de la tira. Un ejemplo claro del nosotros que se construye es la actitud del resto de los personajes hacia Segundo: cada vez

⁵ Esta carencia aparece también en una entrevista, donde Luciano Castro define al personaje interpretado por Martínez a partir de la carencia: “Segundo no sabe lo que es la ciudad; no sabe lo que son dos australes” (*La nación*, Sección Espectáculos, 7 de febrero de 2009).

que le tienen que explicar algo, lo hacen en forma lenta o lo explican muchas veces de diferentes maneras como si se tratara de un niño. O, por ejemplo, le deben explicar el sentido de algunas palabras, por ejemplo, hablan de la mochila que tiene que cargar uno de los personajes (refiriéndose a la culpa) y Segundo interpreta que se trata de un bolso para llevar cosas. Tampoco parece entender algunos modismos: por ejemplo, cuando le dicen “nos vemos” como manera de despedirse, él responde “¿cuándo?”. Esta falta de razonamiento y esta distancia en la manera de hablar y expresarse que separa a Segundo del resto de los personajes persiste, tanto que por momentos pareciera un personaje de otro planeta (que no entiende los códigos de ese “nosotros”) o con las facultades mentales disminuidas, sin poder, por ejemplo, entender el sentido metafórico de las frases.

A MODO DE CIERRE

A partir de lo expuesto podemos afirmar que la manera de representar los sujetos populares en *Valientes* se caracteriza antes que nada por la carencia, es decir, por su lejanía respecto de la cultura “legítima”. Esta puesta en escena de la cultura popular como un todo homogéneo, sin relieves se puede observar en todo el conjunto de las telecomedias de fines de los `90.

Según Martín Barbero, el modo como los medios recuperan lo popular es a partir de la desactivación de los conflictos que atraviesan la cultura en su conjunto. Y lo hacen a través de dos operaciones fundamentales: la homogeneización y la estilización (1983: 72). La homogeneización, dice el autor, “funciona borrando las huellas de la diferencia, de la pluralidad de origen, de la diversidad en la procedencia cultural” (Martín Barbero, 1983: 72). La segunda operación de masificación mencionada por Barbero es la estilización, que no sería otra cosa que “la otra cara del proceso de homogeneización (...) y que funciona a través de la constitución de una lengua y un discurso en el que puedan reconocerse todos” (idem). Así, podemos atribuir el modo como estas tiras encaran la representación de las clases populares como una búsqueda de llegar a públicos masivos, que puedan reconocer en los programas las marcas de identidad/alteridad que guían sus vidas cotidianas.

Como desarrollamos más arriba, Segundo tiene rasgos –como su solidaridad, sus buenos sentimientos, su ternura, su ingenuidad- que tienden a presentarlo como un personaje inofensivo, y todos los elementos peligrosos que podría portar por su origen humilde en el

campo están desactivados. En este sentido, la representación de lo popular en este programa es coherente con la manera de poner en escena lo popular de las representaciones televisivas en general: vaciándolo de conflicto, despolitizándolo.

La carencia y la falta de racionalidad son las características más salientes de la oralidad otra que se construye en Segundo, haciendo caer al personaje en una cuasi no cultura. Los rasgos que se le atribuyen al personaje responden a una concepción y a una clasificación que exceden el discurso televisivo: aquella que asocia la pobreza con el instinto antes que con el raciocinio.

En este sentido, la televisión reproduce y a la vez construye un imaginario colectivo que funciona muchas veces a partir del establecimiento de identidades y alteridades que dan sentido a la vida de los hombres en sociedad. Las representaciones masivas de esa alteridad, de la subalternidad en general, encuentran frecuentemente límites muy precisos, ligados estos a las lógicas que la televisión como dispositivo masificador presenta a la hora de narrar al otro.

La representación de la oralidad popular en *Valientes* tiende a reproducir las lógicas de representación que reinan en las industrias culturales en la actualidad. A la hora de representar la subalternidad, se vale de estereotipos que no sólo contribuyen a la reproducción del orden vigente sino que, además, no permiten dar cuenta de las características propias de los sectores marginales de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Alabarces, Pablo (2002) “Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular”, ponencia ante las IV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Córdoba.

Alabarces, Pablo y Rodríguez, María Graciela (comp.) (2008) *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires: Paidós.

Angenot, Marc (1998) “La crítica del Discurso Social: a propósito de una orientación en investigación”, en *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*, Córdoba, Editorial Universitaria Nacional de Córdoba.

Apra, Gustavo; Imas, Elizabeth; Kirchheimer, Mónica y Soto, Marita (1997): *Contar en televisión. De la telenovela a las telenovelas*. Ponencia presentada en el XX Congreso Brasileiro de ciencias da comunicacao.

De Certau, Michel (1996): *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana, Méjico.

Gomez, Rosa y Kirchhemier, Mónica (1998): “El misterio y la magia en historias de amor” ponencia presentada en el IV Congreso de INTERCOM, Recife, Brasil.

Grignon, C. y Passeron, J. (1989): *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Hall, Stuart (1984) “Notas sobre la reconstrucción de lo popular”, en Samuels, R. (ed.): *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona: Crítica.

Hoggart, Richard (1971 [1959]): *La cultura obrera en la sociedad de masas*, traducción de Bertha Ruiz de la Concha, Barcelona, Grijalbo.

Martín Barbero, Jesús (1983a): “Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales”, en *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*, México, FELAFACS – GG.

----- (1983b): “Memoria Narrativa e industria cultural”, en *Comunicación y cultura*, Nro. 10, México, agosto.

Martín-Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona: G. Gilli.

Mazzioti, Nora (1993) “Intertextualidades en la telenovela argentina: melodrama y costumbrismo”. EN Mazzioti, Nora (comp.) (1993) *El espectáculo de la pasión*, Buenos Aires: Colihue.

Palma, Javier (2005): “La ley, los festivales y la crítica: los orígenes del nuevo cine argentino”, ponencia ante las X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, San Juan, 19 al 21 de octubre de 2006.

Soto, Marita y Aprea, Gustavo (1998): “Telenovela, telecomedia y estilo de época”, ponencia presentada en el IV Congreso de INTERCOM, Recife, Brasil.

Prensa gráfica

La Nación, 7 de febrero de 2007, Sección Espectáculos.

Páginas web consultadas

<http://www.realtvnews.com.ar/new/>

<http://pol-ka.com>

<http://detelenovelas.com>