



La revolución portuguesa echó a la gente a la calle. Esta misma plaza del Rossio, en Lisboa, se queda este verano vacía a una determinada hora de la noche. Ha llegado otra revolución: la de las telenovelas de origen brasileño

Portugal sufre la moda de las "telenovelas"

Quien haya visitado en los últimos meses la capital portuguesa habrá quedado sorprendido por la calma repentina que se apodera de la vía pública, durante cerca de una hora, cada día después de las 20.30. Las calles, los bares y restaurantes, se quedan casi vacíos; las reuniones políticas o sociales quedan desiertas, la vida familiar queda suspensa. Ha llegado la hora de la telenovela. En Portugal, la enfermedad es nueva; pero en Brasil, como en todos los países latinoamericanos, campea desde hace décadas. Nicole Guardiola describe los efectos de este mal.

El público europeo está muy engañado si se cree resguardado del contagio: los agresivos ejecutivos de las poderosas cadenas brasileñas han llegado a la conclusión de que tienen excelentes perspectivas en Europa, y más especialmente en España y otros países del sur del continente, donde hace años los folletines de la radio hicieron estragos semejantes a los de las telenovelas. Para la TV Globo, productora de las cuatro telenovelas que avasallaron definitivamente el mercado portugués, esta es la primera «cabeza de puente» establecida a este lado del Atlántico y a partir de la cual preparan activamente la conquista del Viejo Mundo. Se dice que con Madrid las negociaciones están bien encaminadas.

La telenovela obedece a unas reglas totalmente diferentes de las series anglosajonas, donde cada episodio conserva un mínimo de autonomía y la duración excede en mucho la media alcanzada por las

series producidas en Europa. *El Astro*, que termina ahora su carrera en Lisboa, duró más de seis meses, a razón de cinco episodios por semana. El truco consiste en crear en el público el máximo de dependencia, suspendiendo la acción en el momento de mayor *suspense*. Después de cada episodio se proyectan algunas imágenes mudas del próximo capítulo, pero sin resumir el guión de los días anteriores.

Los libros que inspiraron las telenovelas han sido los *best-sellers* de la última Feria del Libro en Lisboa, y la industria anexa es floreciente: *posters*, postales, *gadgets* diversos. Los vaporosos modelos exhibidos por las protagonistas de *El Astro* pasean por las calles y van a las reuniones de la alta sociedad...

Una cierta "cultura popular"

El «gusto popular», la necesidad de un tipo de espectáculo que divierta, han sido los argumentos

utilizados para justificar una opción inspirada por motivos puramente comerciales: las horas de proyección de las telenovelas registran los más altos coeficientes de audiencia y el precio de la publicidad en estas horas ha subido de manera vertiginosa.

Las débiles resistencias ofrecidas al principio por un puñado de intelectuales acusados de «elitismo» han sido rápidamente silenciadas. Si el público acepta, el público tiene siempre razón. De nada sirve lamentar, en nombre de la defensa de la lengua, los «barbarismos» importados del Brasil. El portugués, cualquiera que sea su nivel cultural, se rinde a la «gracia», al salero, de los brasileños.

Que los sociólogos, pedagogos y otros individuos desprovistos de sentido del humor lamenten entre sí la violación del único remanso de la vida familiar, esta sacrosanta sobremesa de la noche: ningún hombre político, ni siquiera del puritano Partido Comunista, se atrevería a condenar en público un programa tan popular.

Sin embargo, valdría la pena hacer una crítica de los «modelos sociales» propuestos por las telenovelas. El dinero, el éxito social, son el motor principal. El propio héroe de *El Astro*, un charlatán falocrata y sin escrúpulos, que sacrifica todo y a todos a su ambición, suscita sentimientos ambiguos.

El argumento que más se oye para aliviar la conciencia de algunos intelectuales es el de la «espantosa» calidad del juego de los actores. Pero la tan elogiada «naturalidad» no es más que el resultado de un profesionalismo conseguido por el sistema de producción más «antiartístico». Más que «artistas», los empleados de una empresa como TV Globo son funcionarios que llegan al trabajo todos los días a las siete de la mañana, hacen sus horas como todo el mundo y cobran un salario variable, según la votación del público. Saltan de un empleo a otro, de un personaje a otro, sin posibilidad de escoger. Nada de extraño, pues, que al cabo de unas semanas las expresiones tan bien logradas se transformen en máscaras inexpressivas, de tanto repetir los mismos trucos, los mismos gestos.

El público europeo y todos los profesionales del espectáculo no saben el peligro que los amenaza. En Portugal, las salas de cine y de teatro han debido capitular frente a esta concurrencia desleal y a domicilio: han cambiado sus horarios o instalado en los pasillos receptores de televisión para que los enfermos de *telenovelomanía* puedan satisfacer su vicio.