
FALCON CREST

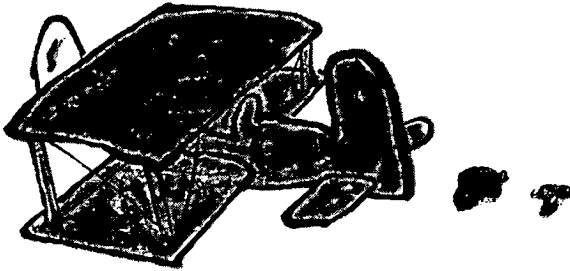
EN DEFENSA DE LA VACUIDAD

JUAN ARRIBAS

La demagogia cultural de las élites intelectuales preocupada por introducir dirigir el "buen gusto" en la educación popular acostumbra a descalificar burdamente, en ocasiones, determinados telefilmes generalmente de procedencia americana, es decir, el puro telefilme de masas. No se puede acudir a una escala de valores tradicional para juzgar series como Dallas, Dinastía y Falcon Crest, ni justificar los reproches en la carencia de contenidos, en la repetición de situaciones irreales, en la esteotipicidad de los personajes, en la baja calidad. Todo esto es verdad, pero lo interesante es analizar su éxito. Hacer un estudio axiológico para enmarcarlas o rebuscar criterios de calidad es adoptar un punto de vista erróneo. Primero porque no utilizan la comunicación para persuadir, y luego, porque no es su objetivo la transmisión original de unos contenidos, la búsqueda de claves estéticas. En este sentido no son comparables con las pretensiones de cualquier otro producto televisivo o cinematográfico.

No son películas pensadas desde la posible expansión ideológica, sino desde el campo del marketing. La ideología acostumbramos a ponerla los exegetas viendo donde a veces no hay y basándonos en las características específicas del medio de difusión que utilizan. Pero si en términos marxistas no es posible una disociación entre arte e ideología, en términos capitalistas sí, y es inconcebible sacrificar la cantidad en aras de la calidad. La rentabilidad se traduce en cantidad de espectadores, no en la calidad de los mismos. En el grado de estandarización de estas series reside su descalificación, pero también su éxito. Ver dos veces seguidas cualquier capítulo sería insoportable porque no están dirigidos al intelecto de la audiencia sino a la inmediatez perceptiva.

Falcon Crest (y todo lo que se diga sirve para las otras series citadas) es el paradigma del puro telefilme de masas, y como tal género hay que afrontarlo, sin parámetros comparativos. Se puede descalificar al género como tal, pero sólo en la medida que se descalifican las novelas de Corín Tellado. Como telefilme de masas se rige por la lógica de la inmediatez y el montaje sintético (la supresión de espacio y tiempo racional es una constante). Cada capítulo se articula en base a una sucesión precipitada de acontecimientos que impiden el despiste mínimo y la reflexión (densidad narrativa). Su poder de atracción es absolutamente sensitivo y las sensaciones que provoca jamás podrían surgir en una segunda visión. Su caducidad es tan inmediata como su capacidad de bombardeo visual. Su estructura narrativa se basa en la ruptura de la unidad secuencial de los hechos, lo cual genera expectativas futuras en el espectador que le resultan a posteriori gratificantes, porque la resolución de los acontecimientos se rige por el principio de placer y no de realidad. Casi nunca suce-



de lo que el espectador espera (o sea, lo lógico) pero sí lo que le gusta, y el desarrollo argumental sigue así una escala de complicaciones con alto grado de imprevisibilidad y variabilidad. Este recurso psicológico no resulta peligroso sino divertido, e impide que funcionen correctamente los mecanismos de proyección y de identificación: el malo se hace bueno, el bueno se hace malo y viceversa, es el principio de la ambigüedad moral del que participan estos telefilmes, por lo que axiológicamente son inclasificables.

Parfraseando a McLuhan no creo que en *Falcon Crest* haya que preocuparse por el mensaje, sino por el masaje; y el espectador no cualificado ni cinéfilo así lo entiende antes de la siesta o al acostarse, y los guionistas también. La vacuidad es el principio del relax y cada cual sabe a lo que se expone. A muchos habrán perjudicado las fotonovelas de Corín Tellado, pero a otros les ha vuelto locos el tratado sobre el amor de Schopenhauer y no son comparables. Cuestión de dosis.

En *Falcon Crest* todo resulta tan exagerado que parece estar hecho para que no sea creíble. Estamos pues ante la fábula. Cuando V. Propp estudia la metaestructura del cuento descubre que todos participan de la repetición constante de las mismas reglas. Y describe la existencia de cuentos con siete protagonistas que forman un sistema: el agresor, el donante, el auxiliar maravilloso, el personaje buscado, el mandatario, el héroe y el falso héroe. Y que todos los cuentos se reducen a treinta y una funciones sustentadas por cierto número de personajes. Nos encontramos así con la propia estructura de esta serie, y podríamos poner un nombre a cada uno de esos siete protagonistas. Si añadimos el carácter alegórico del cuento podemos comprender por qué la señora Channing es tan cínica, Richard tan ambicioso, Lance tan fracasado, Maggie y Julia tan sufridas, Khol tan maravilloso, el chino un auxiliar tan eficaz, etcétera. Todos tan héroes y a la vez tan villanos. Tendríamos que afirmar que parecen extraídos del acentuado simbolismo de las moralidades, con sus encarnaciones alegóricas de vicios y virtudes (Román Gubern), pues el nivel humano está reducido a la mínima expresión y subordinado burdamente al nivel de expresión alegórica. Son arquetipos cuyos matrimonios, divorcios, rencores... sólo son creíbles en la medida que nos creíamos que el Lobo se comió a Caperucita. Nadie piensa que los americanos son como Superman: "fuertes sin ir al gimnasio y sabios sin tener que ir a la escuela.

Si la televisión no hubiera convertido la liturgia de la palabra con imágenes de 625 líneas *Falcon Crest* sería un cuento: "Había una vez en un país lejano una anciana muy ambiciosa, dueña de..." y nos parecería tan malo y complicado que el abuelo se cansaría de contarlos porque no entenderíamos nada. Pero hemos dado a la televisión el papel del abuelo y el elemento electrónico no se cansa de transmitir mensajes épicos de la cultura popular y de masas. Esto es *Falcon Crest*, un cuento pos-industrial, un relato de presente.



La serie sigue el mismo estilo de difusión que las novelas por entregas de la primera mitad del siglo, y si utiliza como canal un mass-media tan influyente es por estar acorde con los tiempos y la rentabilidad. Y el alto grado de audiencia justifica su exhibición. Si resulta masiva es porque el placer está en relación inversa al esfuerzo o costo psicológico que el destinatario debe satisfacer para lograr una cabal comprensión del mensaje. Donde no hay contenido no hay esfuerzo. Esta es su baza: el triunfo de la vacuidad. Es la industria cultural la que estandariza productos basándose en razones económicas y en base a las hipótesis de demanda colectiva, y a esto responde Falcon Crest tras el éxito de Dallas y Dinastía. Esta es una dudosa cuestión, porque si la demanda no existe se puede crear, pero éste es también otro problema ético. Pensemos que Corín Tellado ganó mucho más dinero y es mucho más leída que cualquier premio Nobel. Tal vez el ser humano no sea lo que algunos pretenden.

VENEZOLANA Y LATINOAMERICANA

Economía, política,
cultura, teología...

desde un compromiso por la
liberación de nuestros pueblos.

revista



CENTRO
GUMILLA

Suscripción (diez números al año) por correo aéreo (en dólares): América Latina, 30.00;
EE.UU. y Canadá, 37.50; España, 35.00; Europa (exc. España), 42.00; otros países, 46.50.