

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación
y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Televisión y valores.

“Casi Ángeles”, una telecomedia para adolescentes con contenido axiológico positivo

Realizado por: Irene Laura Rousalis.



Director/a de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Erica Walter.

Tutor/a de la tesis monográfica/tesina: Prof. Jorge Martín.

Asesor metodológico: Prof. Leonardo Cozza.

Asignatura: Tesina.

Cátedra: Prof. Lic. Erica Walter y Prof. Leonardo Cozza.

Lugar y fecha: Buenos Aires, 23 de agosto de 2011.

Dirección electrónica del autor: srousalis@speedy.com.ar

Teléfono del autor: 4362-6803.

ABSTRACT

El mundo actual padece una grave crisis moral, por lo cual es preciso que los influyentes medios de comunicación colaboren en la educación en valores. La presente tesina muestra que es posible hallar en la telecomedia “Casi Ángeles” un contenido axiológico positivo para los adolescentes. Alcanzamos el objetivo planteado tras haber analizado el desarrollo de esta ficción televisiva, la psicología adolescente y la filosofía de los valores.

Palabras claves: “Casi Ángeles” - televisión - valores - ética - educación



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

*Le agradezco a Dios por lo que soy y por lo que tengo.
A mi mamá y a mi papá por su amor,
su bondad, su presencia, su compañía,
sus consejos y su confianza.
A mis tíos y a mis primos por su inmensa calidez.
A mi abuela por haber podido estar un tiempo junto a ella y
a mi tutor por su buena predisposición y su colaboración.*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN ARGENTINA.....	6
1. 1. Los orígenes de la televisión argentina	6
1. 2. La llegada de los canales 2, 9, 11 y 13 a la pantalla televisiva	9
1. 3. La televisión bajo el régimen de la dictadura militar	11
1. 4. El retorno de la democracia y la reprivatización televisiva.....	12
1. 5. Los primeros once años de la televisión en el siglo XXI	14
CAPÍTULO 2: “CASI ÁNGELES”.....	20
2. 1. Biografía de Cris Morena	20
2. 2. Aproximación a la telenovela y la telecomedia	22
2. 3. La ficción televisiva “Casi Ángeles”	26
2. 4. Tercera temporada de “Casi Ángeles”	28
2. 4. 1. Los personajes	29
2. 4. 2. El Colegio Mandalay	32
2. 4. 2. 1. El pensamiento lateral	33
2. 5. Desarrollo de la temporada	34
2. 5. 1. Los viajes temporales.....	35
2. 5. 2. Actores con múltiples personajes	37
2. 6. La voz en off	38
2. 7. La música	39
CAPÍTULO 3: LA PSICOLOGÍA DEL ADOLESCENTE.....	41
3. 1. La adolescencia	41
3. 2. Los adolescentes y su psicología.....	43
3. 3. La relación del adolescente con sus padres.....	44
3. 4. La adolescencia en otras épocas.....	46
CAPÍTULO 4: LA FILOSOFÍA DE LOS VALORES	48
4. 1. Introducción	48
4. 2. La axiología.....	49
4. 3. Max Scheler	49
4. 4. La ética de los valores.....	52
4. 5. José Ortega y Gasset	53
4. 6. Clasificación de los valores	55
CAPÍTULO 5: ANÁLISIS AXIOLÓGICO DE LOS CAPÍTULOS.....	58

CONCLUSIÓN.....	107
BIBLIOGRAFÍA.....	112
RESEÑA.....	115



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN

El mundo actual está atravesando una crisis de valores ya que las acciones colectivas que buscan el bien común fueron reemplazadas por el beneficio propio. Ya no interesa lograr una mejoría social sino una personal, sin importar las consecuencias que se produzcan para nuestro prójimo.

En los noticieros se observa con frecuencia la crisis axiológica en la que nos vemos sumergidos. El mejor ejemplo es el niño o el adulto que encuentra una suma de dinero y se lo devuelve a su dueño; esa simple acción se convierte en una gran noticia. También se le preguntará “¿por qué lo hizo?”, y se destacará el gesto, aún más si la situación en la que vive la persona es humilde. La nota servirá para resaltar la buena acción del sujeto y sentirnos orgullosos de su actuar.

Sin embargo, esa misma nota sirve para reflexionar sobre la otra cara de la misma moneda, debido a que si todos los ciudadanos se comportaran de la misma forma esta situación no sería noticia. Por lo cual existen personas que hacen lo opuesto, pensando en sí mismos y no en el otro.

El escritor Pacho O'Donnell reflexiona sobre esta situación: “Los valores tienen sobre la vida humana una incidencia mucho más profunda de lo que solemos admitir. Prescindiendo de la cuestión filosófica acerca de su naturaleza, su carácter objetivo o subjetivo, etcétera, tan apasionadamente debatida durante la primera mitad del siglo XX por filósofos como Max Scheler, lo cierto es que la vida humana sólo se estructura en referencia a valores y es orientada por ellos. No es exagerado decir que la historia del hombre es la historia de los avatares de sus valores.

La dimensión espiritual, la honestidad, el estudio, la fe en el futuro, la constancia, el ahorro, la solidaridad, la sensibilidad artística no son categorías que hoy garanticen el «éxito» tan publicitado hoy en nuestra sociedad. Las vías para alcanzarlo son otras, y éstas se apartan sin culpa de lo ético. El antiguo ideal de ser héroes ha sido sustituido por el de ser poderosos, sea como fuere y cualquiera que sea el costo que el prójimo deba pagar”¹.

Las crisis de valores suelen ser un emergente de una crisis más profunda, sea económica, política y/o social. Lo fundamental es no permanecer inmóviles ante su presencia sino ser dinámicos y, mediante una correcta axiología, esforzarnos por mejorar la realidad en la que vivimos.

¹ “Nuestra crisis de valores”.

O'Donnell completa su idea: "Como toda crisis, la actual es superable y, como acostumbra decirse, también una oportunidad. Se impone hacerse cargo con extrema seriedad de que esta crisis no es de los otros sino de cada uno de nosotros; esto ayudará a sustituir la queja hipócrita por la acción reparadora, que aun en su humildad será inmensa. Esto era claro para Teresa de Calcuta, a quien alguien le preguntó (no extrañaría que fuese un argentino) si creía que atendiendo a algunos menesterosos en la India iba a cambiar el mundo: «Yo no pretendo eso, lo que yo anhelo es ser útil a Carlos y a Luisa». Es así como se cambia el mundo"².

No obstante, no es una tarea sencilla promover valores positivos cuando sobresalen los negativos o los antivalores. Para aspirar a tener un mundo mejor se requiere de una profunda educación en valores.

Otro autor que medita sobre estas cuestiones, es el filósofo y ensayista Santiago Kovadloff: "Este horizonte de valores, que es preciso reconstruir y afianzar en la sensibilidad colectiva, sólo puede ser obra de una nueva concepción educativa. Es ella la que debe orientar el quehacer de nuestras escuelas y universidades. Ella, la que debe contribuir a arraigar y extender la comprensión y la práctica de la libertad, del espíritu crítico y de la pasión solidaria sin los cuales una democracia deja de estar integrada por prójimos y pasa a estarlo por espectros"³.

Por otro lado, y aquí nos vamos orientando hacia el objetivo de esta tesina, creemos que también *se puede educar en valores mediante los medios de comunicación*. Para ilustrar esto, hemos elegido analizar la ficción "Casi Ángeles" ya que consideramos que este programa emite mensajes de carácter axiológico utilizando un lenguaje acorde a la madurez de los adolescentes actuales.

Leandro Calderone, autor de la tira juvenil, avala en un artículo nuestro planteo: "El concepto que trasciende a la historia es el del rescate de los valores. Contamos un futuro algo apocalíptico en el que todo se cae a pedazos y en el que lo único que se puede rescatar son los valores. Además de ofrecer entretenimiento cada tarde, quisimos ofrecer a nuestro público algo más. Creo que fuimos derribando el preconcepto que existe sobre los programas de este género, y pudimos llegar al público con un contenido valioso. El leit motiv del rescate de los valores llegó a su máxima expresión en esta última temporada, que se llamó «La resistencia» y fue una invitación a resistir con los valores en un mundo a veces en decadencia"⁴.

² *Ibidem*.

³ "La crisis de valores, el mejor aliado del terror".

⁴ Citado por R. Marín, "Ir hasta el cielo y después volver".

Asimismo, la implementación de una terminología sencilla les permite a los jóvenes tener una comprensión cabal de los valores transmitidos y despertar su interés, cuestión que no sucedería si se utilizara un vocabulario más elevado pero ajeno a su mundo.

Además, la mención de antiguos y afamados filósofos, de figuras míticas griegas y de una diversidad de valores dentro de un programa de entretenimiento exitoso es un hecho rescatable en la sociedad actual, poco proclive en general a recibir este tipo de contenidos morales.

Por su parte, la periodista Adriana Schettini expone: “Cris Morena quiere dar un mensaje ético. Y a juzgar por lo que se ve, tiene en claro que, como advirtió el filósofo francés Gilles Lipovetsky, en la posmodernidad nadie quiere «sufrir el aburrimiento de los sermones». Según él, la era actual «reconcilia el placer y las buenas intenciones; la generosidad y el marketing» al punto que «ya no hay causas nobles sin estrellas».

Casi ángeles convoca a los jóvenes a luchar por la paz, la preservación del planeta, la justicia, la libertad, la no violencia. Imposible es saber si esos buenos propósitos determinarán a los adolescentes a actuar en consecuencia, pero al menos están dispuestos a escuchar. Esa primera victoria es fruto de la alquimia entre el contenido y la forma. Si Casi ángeles presentara su proclama en el envase de las peroratas, sonaría como un profeta en el desierto. Pero lo hace en el lenguaje de estos tiempos en los que, según Lipovetsky, la moral cambió el rigor de la imposición por la lógica de la seducción. «Las estrellas han reemplazado a los predicadores, los shows a las salmodias virtuosas; en lugar del ‘tu debes’, regular, monótono, incondicional, tenemos conciertos, apelaciones al corazón, solicitudes humanitarias no directivas y no apremiantes», escribió en *El crepúsculo del deber*⁵.

Debido a las razones mencionadas con anterioridad, *la presente tesina tiene la finalidad de mostrar la presencia de valores positivos adaptados al desarrollo intelectual y emocional de los adolescentes, basándonos en la clasificación axiológica estipulada por el filósofo Ortega y Gasset, en las catorce emisiones televisivas de la tercera temporada de “Casi Ángeles”*.

Para lograr este objetivo, el trabajo constará de cinco capítulos.

El primer capítulo es de carácter general: desarrollaremos brevemente la historia de la televisión argentina desde sus comienzos (1951) hasta la actualidad. Tendremos en cuenta el nacimiento de Canal 7, la reacción por parte de los comunicadores y del público ante el nuevo medio audiovisual, la aparición de los canales 2, 9, 11 y 13 en la pantalla televisiva durante la década del ´60 y como

⁵ “Casi ángeles: Un fenómeno 2.0”.

consecuencia la diversificación de propuestas. Además, la estatización en 1974 de las señales, el traspaso de Canal 7 a ATC (Argentina Televisión Color), la nueva privatización televisiva ocurrida entre los años 1984 y 1990, los programas que se veían en la década de los noventa, el surgimiento de las productoras y los reality shows y los ciclos más recordados y exitosos. Por último, la batalla por el rating y la llegada del minuto al minuto, la realización de ficciones comprometidas, la tinellización, el ciclo 6-7-8 y su repercusión en los medios.

En el segundo capítulo realizaremos en primer lugar un repaso de la biografía de Cris Morena, destacando su vigencia en los medios de comunicación durante más de tres décadas, primero como actriz, compositora y conductora, y luego como productora de tiras infantiles y/o juveniles. También se hará mención a sus creaciones televisivas, sus principales protagonistas y una concisa descripción del argumento de las mismas. Cabe mencionar que si bien sus creaciones son catalogadas como programas infanto-juveniles tienen ciertos rasgos propios de la telenovela y de la telecomedia, por tanto, efectuaremos una aproximación a ambos géneros. Luego presentaremos la ficción televisiva “Casi Ángeles”: su fecha de inicio, su contenido durante la primera y la segunda temporada ya que para entender la tercera es fundamental hacer una recapitulación de los períodos anteriores. Además, se describirán los diversos personajes y se contará el argumento del tercer año; para comprender la historia hay que considerar dos ejes fundamentales: el tiempo y el espacio porque la trama ocurre en el año 2030 y se sitúa en el Colegio Mandalay. Por lo tanto, se explicará todo lo relacionado con este Colegio, ya sea sus fundadores, sus premisas, su uniforme y la relevancia que le otorgan al pensamiento lateral. Del mismo modo, se expondrá por qué los personajes viajan en el tiempo (recurso que es utilizado tanto en obras literarias como en medios audiovisuales). Por último, tendremos en cuenta dos elementos utilizados en la ficción: la voz en off y la música.

El tercer capítulo tratará sobre la psicología del adolescente ya que en la tira la mayoría de los personajes se encuentran en esta etapa de la vida. Estudiaremos este complejo proceso biológico con la ayuda de diversos especialistas, distinguiendo claramente el proceso físico del psicológico. Además, se destacarán los cambios que se producen cuando las personas pasan de la etapa infantil a la juvenil ya sea en su forma de pensar, su aspecto corpóreo, la relación que tienen con sus padres, sus amigos y/o conocidos, los temas que hablan, sus prioridades, etc. Por último, veremos que la imagen del adolescente no ha sido siempre la misma que en la actualidad.

El cuarto capítulo se enfocará en la axiología de los valores. Para lograr el cometido, el apartado se iniciará con una definición filosófica de los valores y sus características. Conjuntamente se brindará una exposición sobre la teoría de los

valores y su origen, mencionando distintas posturas intelectuales hasta llegar a la corriente fenomenológica, cuyo principal exponente fue Max Scheler. Haremos un breve repaso de la biografía de este filósofo alemán y de sus aportes en el campo filosófico mediante la ampliación de la fenomenología husserliana y la teoría de la ética de los valores. También, se aludirá al filósofo español José Ortega y Gasset, ya que desarrolló el mismo camino abierto por Scheler y mostraremos las diferencias que presentan las categorizaciones de los valores que ambos establecen.

En el último capítulo se procederá a analizar la cantidad de emisiones señaladas teniendo en cuenta la clasificación axiológica establecida por Ortega y Gasset. Para eso se extraerán fragmentos de los diálogos presentes en cada capítulo y se incluirán las voces en off emitidas (debido a que es un elemento adicional que acompaña y remite a la temática de la emisión televisiva). Al mismo tiempo, se hará una pequeña síntesis de cada extracto seleccionado y se presentará el valor sugerido con su correspondiente significado.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPÍTULO 1: BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN ARGENTINA

1. 1. Los orígenes de la televisión argentina

La televisión surgió en Argentina el día 17 de octubre del año 1951 durante el gobierno de Juan Domingo Perón. La elección de la fecha, por parte del ex presidente y su esposa Eva Duarte, para el nacimiento y la inauguración de un nuevo medio de comunicación no fue elegida al azar ya que ese mismo día se celebraba el sexto aniversario del día de la lealtad peronista.

Emanuel Respighi, periodista de Página/12 expone: “Jaime Yankelevich, dueño de Radio Belgrano y presidente de los radiodifusores argentinos fue el responsable de la llegada de la televisión a la Argentina.

A fines de julio de 1951, Yankelevich, alentado por Eva Perón –quien veía a la televisión como un excelente medio para llegar masivamente al pueblo–, regresó de Estados Unidos con una serie de equipos y algunos televisores comprados a una cifra descomunal para la época: 26 millones de dólares. En la bodega del buque «Río Jáchal» acompañaron a Yankelevich y a su hijo Samuel los materiales indispensables para realizar una transmisión: un transmisor de 5 kw de potencia, once cámaras, elementos para armar una antena de 50 metros de altura, dos camiones de exteriores y miles de metros de cables y repuestos. Si bien se toma el 17 de octubre como la fecha de la inauguración de la televisión argentina –por expreso pedido de Evita a Yankelevich–, los ensayos de los equipos habían comenzado varios días antes con la participación de reconocidos locutores radiales de aquellos años”⁶.

La primera transmisión televisiva se efectuó desde LR3 Radio Belgrano con el discurso de Evita en los actos centrales de la Plaza de Mayo. Un número reducido de personas tenía televisores en su hogar, por lo cual, la novedad fue recibida y compartida en bares, confiterías y comercios de Buenos Aires.

Sin embargo, la presencia del nuevo medio audiovisual fue vista con desconfianza por varias personas pertenecientes a los medios de comunicación; el escritor y periodista Carlos Ulanovsky señala en el libro *Estamos en el aire: una*

⁶ “El invento de Jaime y Evita”.

historia de la televisión en la Argentina lo siguiente: “Una semana antes de su lanzamiento, la televisión generó comentarios editoriales como el siguiente: La pantalla chica ha provocado el recelo de cierta gente calificada de la radio y del cine que cree ver a un enemigo de considerable fuste para el normal desarrollo de sus actividades. Se dice que la tevé implicará la muerte de la radio y que el cine se dedicará a hacer películas para televisión. Resulta ilógica esa forma de mirar recelosa porque cierto porcentaje, ante la novedad, perfección y comodidad, cambie su receptor por la pantalla, pero eso no significa que todo el país reniegue de la radio definitivamente”⁷.

De todas formas, los cineastas y sobre todo los locutores tenían razón en desconfiar de la televisión porque si bien no logró cautivar al público desde un principio con el correr del tiempo obtuvo un interés paulatino hasta el punto de debilitar el poder que había logrado tener la radio. En consecuencia, el medio radiofónico debió transformarse para no perder a toda esa audiencia que llegó a conquistar, atraer y cautivar.

Al ocurrir el traspaso del teatro radial al televisivo la radio debió readaptarse a la nueva situación, por lo cual se vio en la obligación de acaparar el interés del público en los horarios matutino y vespertino que hasta hacía poco le eran un tanto indiferentes.

En gran medida, uno de los motivos que le impidió competir a la par con el televisor se debió a que es un medio esencialmente monosensorial, lo cual es una enorme desventaja ya que si el receptor no escuchó con atención la información transmitida no tendrá la oportunidad de escucharla nuevamente a menos que los conductores la reiteren.

No obstante, la televisión generaba mucha intriga y desconcierto. Aunque se hicieron públicas las críticas de los trabajadores estadounidenses, nadie podía imaginar cuál sería la reacción del público argentino a partir de su implementación.

El periodista mencionado con anterioridad también manifestó: “Durante las primeras semanas, la televisión pudo verse más en las calles, detrás de vidrieras, que en las casas. En el negocio de radiofonía que el padre de Tato Bores tenía en Córdoba y Cerrito habían instalado un aparato. En 1975, el actor recordaba el hecho: «Por el frente del comercio pasaba, apurado, ensimismado, un típico porteño. Al ver las imágenes se detuvo y, entre desorientado y enojado, dictaminó: ¿Y esto es la televisión, señor? Pero, por favor: ¡por qué no se va a la puta que lo parió! ». (...)

Salvo excepciones, lo que se vio por Canal 7 a partir del 18 de octubre fueron números sueltos, saludos y, fundamentalmente, pruebas de tonos, sonido e imagen.

⁷*Estamos en el aire: una historia de la televisión en la Argentina*, p. 21.

Oficialmente la televisión atravesó una confusa transición de casi quince días –con el fin de aprender cada día un poco más y diferenciarse del cine, del teatro y de la radio– e inauguró su programación regular recién el 4 de noviembre siguiente”⁸.

Se debe destacar que el surgimiento de cualquier nuevo medio de comunicación suele despertar al principio cierta curiosidad en las personas, lo cual no implica que el interés que provoca en un comienzo vaya a perpetuarse. En la actualidad la televisión es un objeto más en la vida de las personas, es parte de la sociedad y los seres humanos ya están acostumbrados a su presencia. Es frecuente escuchar a dos o más personas estableciendo una conversación o un debate a partir de lo que vieron y escucharon por la televisión.

No obstante, la adaptación a la pantalla chica no fue inmediata. En cierta forma, se debió a que la misma gente que trabajaba para la televisión estaba desorientada, nadie sabía cómo actuar o qué transmitir y ese desconcierto se vio reflejado en el público. Al no tener una idea y un objetivo claro era imposible transmitirles el concepto a los otros.

Además, las circunstancias no eran las mejores ya que había gente que se expresaba de forma desfavorable. Se necesitaban voces propulsoras capaces de incentivar y atraer a la audiencia y debían ser lo suficientemente convincentes como para que el público fuese capaz de comprarse un televisor. Sin embargo, en ocasiones no bastaba con el deseo de adquirirlo, también se requería contar con una buena suma de dinero para poder realizar la futura compra.

Una opinión interesante y favorable la manifestó Grinberg al decir: “No podemos cerrar los ojos ante tan interesante y científico entretenimiento. Estar a la vanguardia en las cosas modernas y útiles es síntoma de progreso y cultura”. Y seguía enfocando la cuestión con claridad: “Lo más difícil en el negocio de la televisión será colocar entre el público los primeros 10.000 receptores. Los que sigan se venderán solos...Es posible que los anunciantes se nieguen a dar avisos en el primer año por la simple razón de que habrá muy pocos receptores en uso. Pero, a medida que los programas empiecen a llamar la atención, el interés por los receptores aumentará y con él los anunciadores...Cuanto más y mejores receptores de televisión se produzcan a precios económicos, más pronto podrá la estación transmisora financiar sus programas”⁹.

Sin embargo, cuando el medio televisivo encausó su camino continuaron durante un tiempo las falencias por parte de los comunicadores debido a que estaban acostumbrados a tener todo anotado en una hoja de papel. Se vieron en la obligación

⁸ *Op. cit.*, pp. 19-20.

⁹ Citado en *op. cit.*, p. 29.