

## La “Nuevaolera”. Nuevos patrones de sexualidad y belleza en la televisión argentina (1962-1969)

*The "Nuevaolera." New patterns of sexuality and beauty on TV Argentina (1962-1969)*

**Alina Mazzaferro \***

UBA, Argentina.

[alinamaz@fibertel.com.ar](mailto:alinamaz@fibertel.com.ar)

### Resumen

A principios de la década del '60, hombres y mujeres jóvenes, cantando nuevos ritmos, moviéndose de nuevas formas, se instalaron en la TV argentina e hicieron furor entre un público igualmente joven. La industria cultural encontraba en la juventud un nuevo impulso y todo un mercado se creó en torno a los nuevos ídolos; un proceso en parte importado del exterior pero con rasgos característicos en la escena nacional. En este trabajo nos proponemos reconocer los signos de “la nuevaolalidad” de la joven moderna que se erige como nuevo “astro” de la televisión; estudiar los “modelos corporales” que propone este medio y analizar las transformaciones de la imagen femenina televisiva a lo largo de la década. Poner la mirada sobre las representaciones del cuerpo femenino en un corpus compuesto por programas musicales y de ficción entre 1962 y 1969 nos permitirá comprender los modos en que la televisión, convertida en medio hegemónico para esa época, se apropió, puso a debatir y resolvió, si es que lo hizo, ciertas tensiones sociales vinculadas con las diferencias de género, los significados de la belleza femenina y la sexualidad de la mujer.

**Palabras clave:** años '60, cuerpo, joven moderna, sexualidad, televisión

### Abstract

At the beginning of 1960s, young men and women, singing new rhythms, moving in original ways, appeared in Argentinian TV and made furor between a public equally young. The cultural industry found in youth new impetus and an entire market was established around the new idols; a process in part imported from abroad but with particular characteristics in the national scene. In this work we intend to recognize the signs of the new young women TV "astro's", "nuevaolalidad"; to study the body "models" that this media produced and analyze the transformation of the feminine image over the decade. To study the representations of the female body in a *corpus* of musical and fiction programs between 1962 and 1969 will enable us to understand the ways in which television -an hegemonic media in early 1960s-, discussed and resolved, if it did so, certain social tensions linked to gender differences, beauty and sexuality.

**Keywords:** 60s, body, young modern woman, sexuality, television

---

\* Lic. en Ciencias de la Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales- UBA / Doctoranda, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

## La “Nuevaolera”. Nuevos patrones de sexualidad y belleza en la televisión argentina (1962-1969)

En los años sesenta, una “nueva ola” irrumpió en la televisión. Hombres y mujeres jóvenes, cantando nuevos ritmos, moviéndose de nuevas formas, se instalaron en la pantalla e hicieron furor entre un público igualmente joven. La industria cultural encontraba ahora en la juventud un nuevo impulso<sup>1</sup> y todo un mercado –discos, posters, revistas, recitales, fotografías autografiadas, partituras, películas y programas de TV- se creó en torno a los nuevos ídolos. Un proceso en parte importado del exterior –que emulaba lo que sucedía especialmente en los Estados Unidos pero también en el mundo entero, con el éxito de las bandas de rock y las estrellas juveniles – pero que tuvo sus rasgos característicos en la escena nacional. Estudios previos se han detenido sobre los rasgos modernizadores de la televisión argentina del sesenta, el afán de los canales de generar nuevos íconos televisivos y la creación de una estética televisiva basada en la juventud e inspirada en el pop norteamericano (Varela; 2005). Las transformaciones de los modelos de hombres y mujeres que trajo consigo el cambio de década podrían ser estudiadas de múltiples maneras, a partir de los distintos géneros de la televisión de la época, desde el noticiero hasta la telenovela. Aquí, optamos por posar nuestra mirada en un nuevo modelo corporal de la mujer sesentista, para estudiar sus particularidades así como también los cambios y permanencias respecto del ideal de mujer de la década precedente.

Este trabajo se detendrá especialmente en la figura de la “nuevaolera”, nombre bajo el cual se conoció en Argentina a los nuevos ídolos juveniles femeninos de principios del sesenta que cantaban y bailaban por TV. A lo largo de este ensayo repararemos en las características formales del popular programa juvenil *El Club del Clan* (Mejía y Andrés, 1962) –que dio nacimiento a este movimiento juvenil llamado “la nueva ola”- para luego estudiar es-

pecíficamente los rasgos en que se presentó a la joven moderna, encarnada en la figura de Violeta Rivas, (la cantante más exitosas de *El Club...*), en éste y otros programas musicales destinados al público joven, como *Violeta y Néstor*<sup>2</sup> (Sandor, 1966), *Las chicas* (Stivel, 1965)<sup>3</sup> y *Gran Hotel Carrousel*<sup>4</sup> (Rinaldi, 1967). En una primera parte repararemos en ciertos rasgos formales de la presentación de Rivas –sus gestos, movimientos, peinados y vestidos-, para luego concentrar nuestra atención en los signos corporales que revelan los preconceptos y mandatos de la joven “nuevaolera” respecto de su propia sexualidad. Por último, en las consideraciones finales pondremos a dialogar el análisis de tal estética y tales contenidos televisivos con el contexto sociocultural de la década para reflexionar acerca del pa-

<sup>2</sup> En agosto de 1966 comienza a emitirse *Violeta y Néstor*, un programa musical protagonizado por Violeta Rivas y Néstor Fabián, que iba los jueves a las 21 horas por canal 13. Se trataba de una emisión de treinta minutos en la que se intercalaban sketches cómicos, guionados por Horacio Meyrialle, con números musicales donde los protagonistas cantaban acompañados por un cuerpo de baile. Néstor Fabián era un joven y popular cantante de tango del momento, que luego se casaría en la vida real con Violeta Rivas, el prototipo de la joven “nuevaolera”. La orquesta era dirigida por el maestro Vlady, Angel Pocho Gatti y Mike Ribas, la iluminación era de Héctor Nastasi, la escenografía de Armando Sánchez, la coreografía de Héctor Estévez y la dirección de Carlos Sandor.

<sup>3</sup> La comedia musical *Las chicas* comenzó a salir al aire en abril de 1965, todos los martes a las 21.30, por canal 13, protagonizada por Violeta Rivas, Estela Molly y Selva Alemán. El resto del elenco, los galanes y hasta los libretistas cambiaban en cada programa. La producción general, dirección y puesta en escena estaba a cargo de David Stivel. Más adelante en este trabajo se expone el núcleo temático de la tira.

<sup>4</sup> Se trataba de una comedia musical, lanzada el 20 de marzo de 1967 por canal 13, los lunes a las 20.30, que además de narrar diferentes historias ocurridas en un lujoso hotel mostraba los números musicales que tenían lugar en la confitería bailable que funcionaba en el subsuelo. Además de Violeta Rivas y Néstor Fabián –que interpretaban a una pareja de recién casados (la que efectivamente eran en la vida real, pues se casaron cinco días antes del estreno del programa)-, el elenco estaba conformado por Beatriz Taibo, Eduardo Rudy, Juan Carlos Dual, Claudia Lapacó, Eduardo Bergara Leumann y Cristina Del Valle. El guión era de Horacio Meyrialle y la dirección de Alberto Rinaldi.

<sup>1</sup> Jorge Rivera (1998, p. 94-143) marca al periodo comprendido entre 1930 y 1955 como el momento de mayor esplendor de la industria cultural argentina. Si bien entre 1962 y 1968 percibe un florecimiento de la misma, el crecimiento de la industria cultural en esa década de fuerte modernización cultural no se compara con los niveles registrados en los años ‘40.

pel que jugó la joven moderna “nuevaolera” en la sociedad de su tiempo.

*El Club del Clan*, programa mítico de la televisión nacional, fue el programa juvenil más exitoso de la década y, si bien tuvo algunos antecedentes – *La juventud pide ritmo*, *Aquí la juventud*, *Field's College* y *La escala musical*–, por su especial repercusión puede ser considerado un punto de pasaje hacia una nueva estética televisiva y el primer “fenómeno juvenil” que movilizó a una masa de público joven que llenaba plateas y esperaba a sus ídolos a la salida del canal. A pesar de que la juventud empieza a ser tematizada a partir de 1958 en otro tipo de programas –*Historias de jóvenes*, *Historias para ser contadas*–, en los que aparecen los jóvenes “reales”, de distintas clases sociales y atravesando distintos tipos de problemáticas, es en 1962, con la aparición de *El Club del Clan*, que una nueva juventud se instala en la pantalla: la juventud “nuevaolera”, que despliega todo un repertorio de imágenes que definen al nuevo cuerpo joven moderno de la televisión. Dentro de este grupo de jóvenes, la mujer adquiere un lugar y define sus propias posibilidades: su gestualidad y movimientos, sus poses, vestidos, peinados y accesorios; también su sonrisa, sus ojos, el formato de su cara, sus nombres, sus modos de relacionarse con lo masculino, los espacios que transita, como toda la parafernalia de objetos que porta, funcionan como marcadores de virtud o índices de modernidad.

La década del cincuenta había promocionado dos tipos de estereotipos femeninos televisivos: la bonita –el prototipo es Pinky (la primer famosa producto de la televisión, que en 1958 adquirió su éxito realizando comerciales), con una sensual redondez aunque ciertamente más discreta que la de las estrellas cinematográficas– y la joven esposa, representada por Ana María Campoy (famosa estrella del teatro nacional, que protagonizó, a lo largo de la década del cincuenta, junto a su esposo José Cibrián, una de las primeras tiras familiares exitosas de la TV argentina: *Como te quiero Ana*, que imitaba a la norteamericana *I love Lucy*), siempre de pollera por debajo de la rodilla y blusa bien cerrada, un modelo de virtud despojado de sensualidad (Mazzaferro, 2009).

Nuestro objetivo será descubrir los atributos de un nuevo estereotipo femenino televisivo que encuentra su origen en los primeros años de los sesenta y que poco tiene que ver con estos que circularon en la década precedente. Partiendo de la convicción de que el cuerpo, “materia simbólica, objeto

de representaciones y de imaginarios” (Le Breton, 2008 [1992]: 7), es “parte nodal de cualquier política de identidad y es el centro de la reproducción de las sociedades” (Scribano, 2005: 97), nos proponemos estudiar un conjunto de representaciones visuales de la mujer –específicamente televisivas– que funcionaron socialmente como modelos de la identidad femenina a partir del impulso que les otorgó toda una industria cultural.

Si este trabajo se propone reivindicar a estos programas –tradicionalmente calificados como imágenes “menores” o “banales”– como objetos de estudio, es porque parte de una primera hipótesis que considera que las decisiones de llevar a la pantalla chica ciertas imágenes del cuerpo y dejar afuera otras no fueron azarosas sino que jugaron un papel importante en la sociedad del momento. En este sentido, este trabajo se inscribe en la línea de los estudios de la cultura visual (Mirzoeff, 1998; Burke, 2001), que han privilegiado las imágenes de la cultura de masas como objeto de análisis. Entendiendo que “la historia se inscribe en el cuerpo: siluetas y formas cambian todo el tiempo” (Vigarello, 2009 [2004]: 10), intentaremos abordar la década del sesenta reparando en las imágenes televisivas como documentos fundamentales del periodo. Asimismo, la elección de imágenes televisivas para estudiar la representación del cuerpo femenino obedece al carácter hegemónico que este medio adquiere justamente en este momento histórico (Varela, 2005). Su llegada a un público masivo y la importancia social que adquiere la TV en los sesenta justifican la selección de los cuerpos televisivos que circularon en los programas de mayor audiencia para estudiar las tensiones sociales –en este caso referidas a la belleza y la sexualidad femeninas– que, ancladas en lo corporal, proliferaron en el periodo.

En cuanto al modo de abordaje, proponemos utilizar como herramienta el análisis del discurso (considerando a este último en sentido amplio, sin restringirlo al lenguaje) cuyo método ha probado ser eficaz para describir las imágenes con minuciosidad y “acceder a los mecanismos imaginarios y simbólicos asociados al sentido de la acción” (Verón, 2008 [2003]: 15); pero subsumiremos tales aproximaciones semióticas a otro tipo de mirada, más amplia y englobadora, proveniente de la sociología de la cultura, que nos permitirá otorgarle a tales objetos una densidad histórica y ponerlos en conexión con el momento sociocultural de su aparición. Consideramos que este tipo de abordaje transdisciplinario iluminará determinadas problemáticas sociales del periodo desde nuevos puntos de vista, permiti-

tiendo determinar el modo en que la televisión produjo o reprodujo diferentes tensiones y debates anclados en lo corporal.

Entre las decisiones metodológicas, resolvimos no abordar nuestro objeto a partir de un análisis de los géneros, como lo ha hecho recurrentemente la semiótica, sino que optamos por seguir a un modelo femenino –Rivas– que atraviesa diversos géneros televisivos –el musical, la comedia, el programa ómnibus–, decisión acorde también al modo en que la teoría cultural ha considerado a la televisión, en tanto “flujo” (Williams, 1992) inacabado de imágenes. Asimismo, la noción de “flujo televisivo” justifica la decisión metodológica de trabajar con algunos programas emblemáticos en donde participaron las “nuevaoleras”, entendiendo que sería imposible el seguimiento exhaustivo de toda la programación de la década en donde éstas aparecieron (por su extensión y también por la imposibilidad de acceder a todas esas imágenes, teniendo en cuenta que no existe en Argentina un archivo oficial y completo de tales materiales). Por tales problemas de archivo y para enriquecer el análisis, pondremos a dialogar a las imágenes televisivas seleccionadas con fotografías que circularon de estos “ídolos” (en revistas de espectáculos o en forma de posters y tarjetas) o imágenes cinematográficas, especialmente en los casos en que los programas televisivos tuvieron sus versiones en cine. Si bien entendemos que tales materiales tienen rasgos diferenciales y específicos que los distinguen de la televisión, por sus particulares modalidades de producción, circulación y consumo, también creemos que incorporarlos al análisis es útil para establecer los modos en que la televisión dialogó con el resto de los medios masivos del periodo, intercambiando formas y contenidos.

### Modelos para una “nueva ola”. La joven moderna le canta al amor.

*El Club del Clan* se emite por primera vez el 10 de noviembre de 1962 por canal 13.<sup>5</sup> El show intercala números musicales con sketches humorísticos, todo a cargo de un grupo de jóvenes cantantes a quienes se los dio a conocer como la “nueva ola”. Estas figuras, promocionadas como ídolos juveniles, tienen personalidades bien definidas y diferenciadas, a partir del arreglo de su cabello, su vestuario y los géneros musicales que interpretaban –melódico,

<sup>5</sup> Se emitía los sábados a las 20:30 hs, bajo la dirección de María Inés Andrés con sketches humorísticos escritos por Quique Atuel.

tango, twist, bolero y temas tropicales-.<sup>6</sup> Más allá de las diferencias evidentes –algunos de saco y corbata, otros más informales, con pulóveres o camisas de cuello abierto–, todos los miembros del clan llevan ese aire de ídolo importado. En sus poses, que en muchos casos imitan a los intérpretes extranjeros que originalmente cantaban esas canciones; en sus apodos artísticos que el programa (o, en algunos casos, programas anteriores) les inventó para tal fin: nombres de sonido anglosajón como Johnny, Nicky, Rocky, Jolly (el mismo Palito Ortega fue conocido primero con el nombre de Nery Nelson); otros bien latinos como Cachita, Perico o Chico. Predominan los nombres cortos inventados bajo el principio de la aliteración (Galo, Lalo; Johnny, Rocky). También tienen lugar algunos clichés de la época: los dúos de hermanas (Cora y Candy, Nena y Terry Morán) y la banda musical, creada a imagen y semejanza de otras que ya hacían furor en el mundo. Así nacieron Los Red Cups, un grupo formado por Palito Ortega, Nicky Jones, Johnny Tedesco y Lalo Fransen que con guitarras, bajo y batería tocaban en cada emisión televisiva de *El Club...* En poco tiempo, el programa no sólo fue un éxito de rating, sino que además las imágenes de los nuevaoleros eran comercializadas en posters, revistas y fotografías coloreadas y auto-

<sup>6</sup> Johnny Tedesco es el rubio *baby face*, de pelo corto echado hacia atrás con gomina y un gran jopo que cae sobre su frente; usa pulóveres con dibujos o figuras geométricas, chasquea sus dedos, señala a la cámara y mueve su cuerpo separando bien sus brazos y piernas al ritmo del rock, haciendo equilibrio sobre unos cubos, mientras entona canciones de Elvis Presley. Jolly Land es la rubia ingenua pero algo sensual, con rostro infantil y una gestualidad naïf a lo Doris Day, que canta canciones en castellano e inglés con una voz finita y nasal, baila discretamente con pasos cortitos, abre bien los ojos aparentando asombro o cruza sensualmente sus piernas dejando a la vista sus rodillas mientras exhibe una sonrisa pícaro. Nicky Jones ocupa el rol del payaso o bufón del grupo: lleva un look hawaiano con camisas floreadas y guirnalda al cuello mientras hace monerías y canta melodías pegadizas cuyas letras ilustra utilizando sus manos. Lalo Fransen es el *playboy*, alto, distinguido, de rostro superexpressivo; Raúl Lavié, el elegante porteño de ojos melancólicos que interpreta versiones en castellano de los temas de Paul Anka; Tanguito, el compadrito de traje y sombrero dedicado al tango; Perico Gómez, el negro de las cumbias, de blanquísima sonrisa, casi siempre de traje blanco, moño y sombrero; Cachita Galán, la latina de pelo corto, oscuro y ondeado que canta y baila temas tropicales moviendo sus hombros hacia arriba y hacia abajo. Y los más exitosos: Violeta Rivas y Palito Ortega. La primera, con peinados bien batidos y voluminosos que vuelven su rostro esférico como una manzana, interpreta en castellano algunos hits italianos, desplegando una voz potente y brillante. El segundo, con un aire triste, un poco tímido y un jopo más modesto que el de Tedesco, sacude su esqueleto con poco sentido del ritmo con su guitarra colgada al cuello.

grafiadas, sus voces se vendían en long plays<sup>7</sup> y sus presentaciones llenaban clubes de barrio.

Las fotografías de *El Club del Clan* conservadas<sup>8</sup> revelan algo de la utilización del cuerpo en el programa. Los signos de la espontaneidad, la alegría y de la celebridad son múltiples: las bocas abiertas en forma de "A" o de "O", las sonrisas blancas de dientes perfectos, la mirada a cámara seductora y penetrante del galancito, el espíritu de banda arrebatada y movediza de una pose en donde cada uno parece estar haciendo equilibrio arrojado sobre el cuerpo del otro. Cada una de sus acciones, congeladas en la fotografía, definen a la *nuevaolalidad*: conversar, cantar, fumar, hacerse el gracioso, mirarse entre hombres y mujeres. Tal vez, uno de los ras-

el verdadero tono de cabello del ídolo, mientras que los colores brillantes de los vestuarios y los fondos les dan vida a los personajes; retratos hechos a imagen y semejanza de otro mundo de las celebridades –especialmente el hollywoodense– que ya era a todo color. En cine, habría que esperar hasta 1969 para ver a Rivas y Ortega cantando en colores en *¡Viva la vida!*, de Enrique Carreras. El color suma alegría a la imagen que ya la representa con peinados, poses y sonrisas; pero, sobre todo, el color es el signo más reconocible de toda una industria cultural destinada a las masas. Los colores, notablemente ausentes en Argentina en el medio que se convertiría en una de las patas más fuertes de esa industria –la televisión–, ponen de manifiesto el atraso tecnológico del país



Imagen 1. Fotografías autografiadas de los ídolos de *El club del Clan* (1962/1963)

gos más interesantes de las fotografías promocionales del programa es el de la utilización del color, un rasgo ausente en la televisión argentina de la época, que tardaría una década y media más en incorporar esa tecnología. En la fotografía coloreada se exhibe

respecto de otros centros como los Estados Unidos, en donde dicho medio ya desplegaba un colorido universo pop en la pantalla.

En medio de escenarios televisivos llenos de humo y vestida de gala, con brillos y un vestido largo ceñido al cuerpo que marca sus pechos puntiagudos, Violeta Rivas se ocupa de la canción melódica.<sup>9</sup> Sus aros son redondos y enormes y hacen juego con algún motivo de la escenografía. Ella juega con sus brazos: los extiende hacia la cámara en forma de ofrenda, hacia los costados, se abraza a sí misma con ellos, los deja colgando pegados a su cuerpo mientras quiebra sus muñecas al lado de sus cade-

<sup>7</sup>Ricardo Mejía, el creador del programa, se encargaba también de la edición de los volúmenes en LP de las canciones del show televisivo, que se vendían a precios promocionales, hasta cuatro veces más económicos que un LP promedio (en 1962 RCA Víctor lanzó un LP de *El Club del Clan* a 160 pesos cuando el precio de cualquier otro disco era de más de 600 pesos). Sólo en 1963 se lanzaron tres volúmenes diferentes con hits del programa. Mejía abandonará a RCA Víctor en 1964 para lanzar su propio sello discográfico, que finalmente no tuvo el éxito esperado.

<sup>8</sup> Hacemos referencia a fotografías del programa conservadas por sus integrantes y publicadas en las páginas web oficiales de los artistas y fotografías promocionales difundidas en los medios gráficos de la época.

<sup>9</sup> El análisis realizado a continuación se ha hecho en base a los programas *El Club del Clan* (Mejía y Andrés, 1962), *Violeta y Néstor* (Sandor, 1966) y *Gran Hotel Carrousel* (Rinaldi, 1967).

ras; también junta sus manos en forma de rezo, cierra los puños o los relaja, apunta con su dedo índice a la cámara cuando le habla a un supuesto “tú” o lo coloca pícaramente sobre su labio inferior. También juega con su rostro y con su mirada: mira fijamente a cámara, pestañea lenta y exageradamente con el fin de mostrar sus larguísimas pestañas postizas. Luego, cuando la canción habla con esperanza del amor, su mirada se pierde en un horizonte imaginario, siempre melancólica. Por momentos se desplaza en el espacio lentamente —muchas veces desciende escaleras escenográficas con escalones en forma de círculos, que combinan con su peinado y sus aros para luego quedarse quieta porque sabe que vendrán los planos más cortos; y también vendrán sus agudos, siempre hacia el final de la canción, en los que elevará, junto con su voz, su mirada y a veces también sus brazos hacia el cielo. Esta fórmula se repite en cada tema melódico, donde Violeta cambia sus vestidos, aros y peinados que, al fin y al cabo, aunque distintos, son siempre los mismos, como sus gestos, poses y movimientos.

Cuando el ritmo es más rápido, su vestuario puede ser más informal y aquí aparece con polleras rectas hasta la rodilla o con pantalones, dando pequeños saltitos y utilizando sus manos para ilustrar la canción. El movimiento de las manos es un recurso muy explotado especialmente cuando los planos son muy cerrados y ella sólo puede seguir el ritmo moviéndolas muy cerca del rostro y gesticulando. En los temas movidos, el musical se completa con chicos y chicas haciendo rondas alrededor de la protagonista o bailando detrás de ella en hileras, entre escenografías que se pretenden realistas pero dejan en evidencia su carácter de utilería (una luna dibujada, un cactus de cartón).<sup>10</sup> Chicos y chicas visten distinto: si ellos tienen pantalón, ellas pollera; si ellas llevan los pantalones, ellos usan cortísimos shorts. A nivel coreográfico predominan las filas, las ruedas, las medialunas, los roles; un despliegue tan geométrico como las formas que componen las escenografías. Hay algunas levantadas, chasquidos de dedos y algunos pasos típicos del musical norteamericano, aunque en coreografías mucho más simples, reiterativas y, muchas veces, desprolijas. A veces

utilizan algún elemento de utilería, como grandes pelotas inflables. Violeta sigue la coreografía en las partes más sencillas y, en los finales, muchas veces los muchachos la levantan.

El peinado de Violeta es siempre esférico pero con algunas variantes: puede ser una torre que se eleva hacia arriba en forma de torta de casamiento con uno, dos, tres o más pisos, de acuerdo a la elegancia que requiera la puesta en escena del tema; la torre puede llevar o no una pequeña y redonda colita en la nuca, sujeta con un broche o un gran moño. Si no es torre, el peinado puede ser



Imagen 2. Violeta Rivas en diferentes programas y Films de la década

suelto: un batido bien esférico con las puntas redondeadas hacia afuera o hacia adentro, o un casquete con rodete abultado que vuelve a su cabeza aún más redonda. Violeta casi siempre usa flequillo, a veces tan grande, tan inflado, que parece que éste le naciera en la tapa de la cabeza en lugar de la frente. Cuando no lo usa, el pelo tirante hacia atrás se combina con tres enormes círculos del mismo cabello que, como protuberancias, le nacen arriba y a los costados de la cabeza. Para las canciones más movidas, ella es menos elegante pero su rostro no menos esférico: con flequillo, colita alta o dos colitas bien cortitas, su pelo nunca cae o se pegotea en su rostro. El cabello de Violeta es extremadamente prolijo: no importa qué movimientos requiera la coreografía, ni un pelo se mueve de lugar en esa mata inflada sujeta con fijador. Mirta Varela (2005) puso especial atención en los peinados femeninos y en el volumen

<sup>10</sup> “La incrustación de elementos naturales en escenografías muy artificiosas consigue un efecto ambiguo donde la voluntad de realismo produce al mismo tiempo un efecto de esquematismo”, detalla Mirta Varela (2005:44). También la autora se ha detenido especialmente a estudiar, además del pintoresquismo que encuentra su origen en la precariedad de la producción de la década, los fondos escenográficos en los que predominan los círculos, esferas, globos y burbujas que se suman a la redondez de los rostros de los cantantes juveniles.

de las cabezas televisivas como una de las imágenes más representativas de la televisión de los sesenta. Si el peinado batido es una regla —que siguen conductoras, cantantes, actrices y hasta una cocinera de televisión como Doña Petrona cuya imagen nada tiene que ver con los nuevos cánones de la mujer sesentista— en Rivas “el efecto es extravagante: supuestamente aniñado, pero de una infantilidad producida en la peluquería” (Varela, 2005: 137).

Si la joven moderna —esta nueva imagen de mujer/niña— abusa de los batidos y los sofisticados peinados abultados es porque, en la televisión, el peinado es un marcador de la celebridad. A mayor altura y batido, mayor es la importancia de quien lo porta. Los enormes y altísimos peinados de la principal estrella de la nueva ola son índice de su fama, de su cualidad de estrella del espectáculo. Cuando representa una canción frente a una supuesta audiencia su peinado es gigantesco, mientras que cuando interpreta un personaje de ficción éste es más moderado, aunque igualmente abultado. En los programas de ficción televisivos, todas las protagonistas llevan su pelo igualmente batido, aunque con más moderación que las estrellas de la canción de los programas musicales; sólo las actrices que interpretan el papel de empleada doméstica no tienen esas cabezas esféricas que tienen todas las mujeres de la televisión sesentista, pues justamente ésa es la forma de marcar la distancia social entre personajes: ellas se distinguen de sus patronas por su cabello desalineado.<sup>11</sup>

Como la cabeza, los ojos de Violeta Rivas son igualmente redondos; una redondez acentuada por el grueso delineado y por la expresividad de Violeta, que los usa a su antojo, abriéndolos al máximo para aparentar asombro o jugando con ellos —unos ojitos que pícaramente se mueven para arriba y de un costado a otro—, denotando ingenuidad. Sus labios y nariz son también instrumentos que participan del juego del sentido: ella se muerde el labio inferior con los dientes, forma con ellos una trompita o los abre en forma de “O” o en una inmensa sonrisa; a veces frunce la nariz y levanta los hombros en un gesto adorablemente infantil. El rostro le permite pasar de la expresión de melancolía que requiere la balada a la felicidad del twist o la ingenuidad de la intérprete del tema de amor. Pero no sólo su rostro adquiere una enorme importancia, sino toda su cabeza porque con ella marca el ritmo de la canción,

moviéndola siempre de un lado a otro. El movimiento de cabeza y toda la gestualidad de su cara, como ese balanceo constante de su cuerpo que la acompaña hasta en los ritmos más lentos, son el signo de la nuevaolalidad de Violeta. Ella puede cantar temas románticos pero lo hace con la inocencia de una niña y con el ritmo de una adolescente a la moda.

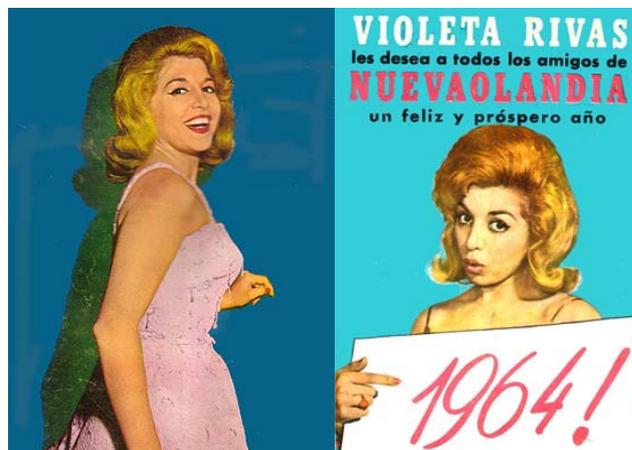


Imagen 3. A la izquierda, portada del “Álbum de Oro de Canciones Mundiales” y a la derecha foto de la revista *Nuevaolandia* (diciembre de 1963).

Con todo esto, está claro que el cuerpo está sin duda en el centro de los procedimientos que la televisión —y el resto de los medios que retoman las formas y figuras de la TV— lleva a cabo para generar un determinado modelo identitario. La feminidad está representada para la nueva televisión del sesenta por una gestualidad aniñada, una mirada romántica, algunos movimientos frenéticos “estilo pop” y un arreglo de peluquería. Más adelante veremos qué papel juega tal estética en la sociedad del momento; una construcción de la identidad femenina que responde plenamente a los intereses de una industria cultural que, para vender más discos, publicidad televisiva y entradas teatrales o de cine, combina la novedad de la “rebeldía” adolescente con el conservadurismo de “lo conocido”, presentado bajo nuevos rostros y solapado bajo nuevas formas, como en seguida veremos.

### Amor y sexualidad en la televisión musical

En el mundo del musical televisivo, una mirada intensa es el signo privilegiado del amor, el cual se confiesa cantando o arrojando besos a la distancia con una mano. La unión de la pareja se produce cuando los jóvenes entrelazan sus manos. Sus cuerpos se encuentran y sincronizan sólo para un número de baile, en el que él la toma por la cintura y ambos se deslizan por la pista. La canción es

<sup>11</sup> Sucede así en *La familia Falcón* (Moser, 1962-1969), *El Amor tiene cara de mujer* (Cascallar, Borda y Wilenski, 1964-1970) y *Dr. Cándido Pérez, Señoras* (Stivel, 1961-1968), tres de los programas más exitosos de la década.

acompañada por un sinfín de acciones y movimientos, especialmente cuando se enmarca en una escenografía temática: bajar escaleras, tocar el piano, desojar una flor, acariciar un pájaro. La elegancia es un requisito para la canción romántica; así, ella lleva vestido largo y brillos y él traje y corbata, aún cuando el estudio se ha convertido en una playa con balneario. En *Gran Hotel Carrousel*, como en varias de sus intervenciones en los distintos programas ómnibus de la época, Violeta se viste de largo con altísimos peinados y muchos accesorios brillantes, requisitos indispensables para la estrella televisiva que se presenta frente a una audiencia. Mientras tanto, en el programa de ficción *Las chicas*, ella interpreta a una joven que desea triunfar en el mundo del espectáculo, al igual que sus dos amigas: las tres protagonistas llevan elegantes sacones, sombreros y cuellos de piel, todos signos de la diva del espectáculo, que aquí utilizan para conquistar a productores mediáticos y matar así dos pájaros de un tiro: encontrar la fama y un marido. Pues el deseo de triunfar de la joven moderna no deja de ir de la mano con otro deseo que era también el de la joven de las generaciones anteriores: el de enamorarse y contraer matrimonio. Y el modelo de hombre que persiguen estas tres amigas y por el que compiten es el del empresario apuesto que salvará sus vidas al ofrecerles, al mismo tiempo, una participación en los medios y casamiento.

Los sketches cómicos de *Violeta y Néstor* revelan, en este mismo sentido, un modelo de hombre y otro de mujer: la joven es la que desea un novio para casarse, la que tiene miedos y necesita que



Imagen 4. *Las chicas* (1965)



Imagen 5. Violeta Rivas y Néstor Fabian en *Gran hotel Carrousel* (1967)

la protejan, la que se enoja ante la mentira y permanentemente testea que su pretendiente tenga intenciones de matrimonio, la que no frecuenta sitios “de mal vivir” pero que no duda en ir a un bar subterráneo de poca monta para encontrar “in fraganti” a su enamorado. Él, en cambio, es el pícaro porteño, el que escamotea el momento de llegar al registro civil, el farsante que dice a su amada que quiere casarse pero luego se arrepiente, y sin embargo se altera, celoso, si imagina a ésta con otros hombres. “Usted era una señorita”, alerta Néstor a Violeta cuando ésta aparece en el bar que él puede frecuentar pero que desprestigiaría la reputación de la joven. El sketch instala un conflicto sencillo, generalmente de enredos, que se resuelve con facilidad. El esquema es recurrente: la mujer tiende trampas al tramposo, dejando en evidencia sus mentiras. Los personajes son siempre los mismos –más que personajes, se trata de Violeta y Néstor puestos en situación-: el novio que no se compromete, la novia respetable que lo presiona para que lo haga. En un programa especial del cual participa una figura invi-

tada, ésta despliega un monólogo frente a la cámara que revela el ideal femenino del programa:

El hombre moderno ha inventado un montón de cosas para hacer más agradable la vida de su compañera: la máquina de lavar, la máquina de lustrar, el dormitorio con aire acondicionado, el lápiz labial, la ropa de nylon, el auto último modelo. Pero nunca ha vuelto a inventar algo tan lindo y agradable como su primer invento: el amor (Sandor, 1966).

Aquí se explicita el ideal de mujer propuesto por la televisión comercial de esa década: la mujer es aquella que busca el amor y el matrimonio, al mismo tiempo que se considera moderna si su cocina está llena de electrodomésticos. Violeta Rivas representa a la joven nuevaolera que, a pesar de sus movimientos y pasos de baile que son signos de su modernidad, a pesar de sus peinados que son indicio de su lugar privilegiado en el mundo del espectáculo televisivo, persigue lo mismo que la generación de sus padres: el matrimonio. El film *Mi secretaria está loca loca loca* (Du Bois, 1967) termina con un sueño premonitorio que marca el destino de la nuevaolera: Violeta se imagina casada con su galán; corre a sus brazos, dando pasitos cortitos y graciosos como una adolescente que aún no sabe usar tacos altos, y enseguida se transforma en una novia, vestida de blanco, siempre con su prominente flequillo distintivo, bailando el vals y cantándole a su reciente esposo. Del mismo modo, en la versión cinematográfica de *El Club del Clan* (Carreras, 1964), la mujer casada perdona el engaño de su marido – un mujeriego que se besa con otra frente a su esposa- pero no lo hace al sospechar que su boda ha sido una puesta en escena: la prioridad de la mujer es el casamiento y la virginidad sigue siendo un valor reservado para la noche de bodas; el sólo hecho de pensar que lo ha perdido antes de tener la libreta puede injuriarla más que cualquier infidelidad de su conyugue.

*Fiebre de primavera* (Carreras, 1965) traza claramente las diferencias entre el perfil del nuevaolero y la nuevaolera, ambos muy distintos en lo que refiere a las expectativas sociales y las libertades sexuales. Graciela Fontán (Violeta Rivas) es una estudiante aplicada, de pelo muy prolijamente batido y anteojos, que reprueba el comportamiento de Juan Alonso (Palito Ortega, el más exitoso joven “nuevaolero” de la década y uno de los pocos de *El Club...* cuya fama perdura hasta la actualidad); según ella, el comportamiento de Juan y sus amigos “es de vagos y maleantes”. El nuevaolero es estudiante, pero no de escritorio sino que lee sentado en la vía pública y desconfía de lo que estudia, de todo lo que

provenga de la tradición y de la generación que lo precede (“estudiar está bien, ¿pero creérselo?”, dice el personaje de Palito Ortega). Para él “el mundo no tiene solución”, por eso él rápidamente desvía la vista de los libros hacia las mujeres. El personaje de Rivas establece el contrapunto con el nuevaolero que interpreta Ortega: ella es una conservadora y recta estudiante de derecho que acusa frente a la policía a los que “salen a escandalizar”. Sus amigas no aceptan el accionar de Graciela porque “nosotras somos de Filosofía y Letras y nos sigue dando miedo la policía”. Ellas son las nuevaoleras, que de a poco irán enseñándole a Graciela a ser más laxa para formar parte de esa ola: estudian en Filosofía y Letras, coquetean con el escándalo, usan medias de nylon y pollera hasta la rodilla, se pintan las piernas para que se vean más lindas y exhiben ese acto como gesto de provocación hacia el sexo opuesto. Frente a los nuevaoleros, ellas se sacan las blusas y lucen sus camisetas de encaje. Ellos, que se consideran “unos churros bárbaros”, suben la apuesta y van más allá en la provocación: los personajes de Minguito y Ortega realizan un striptease frente a las chicas, al ritmo de “Qué calor en la ciudad”. Se quitan prenda por prenda, hasta que su propia moral haya su límite: cuando Minguito intenta bajarse los pantalones Palito lo detiene. Allí es donde ellas se horrorizan y cierran su ventana, abandonando el espectáculo. El nuevaolero exhibe su cuerpo pero hasta ahí: su libertad y rebeldía es absoluta sólo en apariencia. Solos y con una ventana de por medio, ellos y ellas juegan a exhibir sus cuerpos con una regla implícita muy presente: no todo se muestra, especialmente de la cintura para abajo.

El nuevaolero no teme a la ley ni al castigo: se burla de la policía, se defiende con su ingenio y zafa de sus responsabilidades -de las acusaciones que se le hacen, de los exámenes para los cuales no ha estudiado-. Está en contra del estudiante aplicado (“ese imbécil representa algo que está conforme, que está muy bien y que hay que respetar pero que en el fondo es un asco”, dice el personaje de Minguito). Se ríe del conformismo, de la moral, la educación y la religión de sus padres. Si el sueño del “chico bien” es establecerse y formar una familia – “dentro de dos años [seré] abogado, me casaré, abriré un despacho, tendré una placa, a mi esposa le compraré un tapado de astracán...”, dice el estudiante aplicado-, el nuevaolero no tiene consciencia del futuro y sólo disfruta del presente. Juan y su banda saben pronunciar la palabra “twist” a diferencia de quienes no son modernos; fuman, gozan al profesor de turno, llevan revistas de mujeres des-

nudas a clase, no necesitan pluma para rendir un examen e igualmente aprueban utilizando métodos poco convencionales, ayudados por las chicas sensuales y bonitas; en fin, vuelven el mundo al revés: los que han estudiado son reprobados y echados de clase, mientras que ellos, que no lo han hecho, gozan del éxito. La suerte parece estar del lado de los nuevos jóvenes modernos, que obtienen todo con facilidad, sin preocupaciones, siempre alegres, siempre demostrando su dicha a través de una hiperactividad física: corren, corretean, saltan, mueven frenéticamente las manos y dedos al ritmo de la música. Palito Ortega hace la vertical, rebota por las paredes, se trepa a los árboles, se cuelga de los faroles. El nuevaolero es puro histrionismo.

Si el varón nuevaolero representa la ruptura con los ideales de la generación de sus padres, la nuevaolera también lo hace pero no en todos los aspectos. Ellas toman alcohol, se animan a besar a los hombres, pagan la cuenta, porque así es como ellas entienden a “la mujer de 1965”. Sin embargo, esta mujer osada es también la que se defiende “mejor con la sonrisa que con la ley”; la que busca el verdadero amor –nunca una aventura- y que espera el matrimonio. Es la que aguarda que “Rock Hudson se presente aquí y diga vení...”. Ése es su modelo de hombre –la versión hollywoodense del príncipe azul- y ellas no están tan lejos de ser las versiones locales de Doris Day. En las comedias de Hudson y Day, exitosas a principios de los sesenta – *Confidencias a medianoche* (Gordon, 1959), *Pijama para dos* (Mann, 1961), *No me mandes flores* (Jewison, 1964)-, la estructura es recurrente y también los personajes: ella es bella, independiente y trabajadora, de fuerte personalidad, apasionada pero siempre virginal –de hecho, la virginidad es su virtud-, y a pesar de su inteligencia cae siempre en las trampas del hombre (Hudson) del que intenta luego vengarse, pero frente al cual finalmente se rinde porque el amor gana la partida. Al final, siempre triunfa el matrimonio; el amor de la pareja se consuma siempre y cuando ambos hayan pasado antes por el registro civil. En *Pijama para dos* ambos personajes se emborrachan accidentalmente con unas pastillas que parecen caramelos pero producen el mismo efecto que el alcohol; en el plano siguiente despiertan en la cama de un motel, pero en seguida descubren el certificado de matrimonio que la noche anterior firmaron bajo los efectos de la droga. Hudson representa al estereotipo del buen mozo mujeriego, que utiliza el engaño y la mentira

en sus conquistas; Day representa a la presa más difícil, la virgen que sólo cederá ante un buen hombre que le proponga matrimonio. El gran dilema de la protagonista es decidir si entregarse o no a su galán, si seguir o no lo que le dicta la pasión. Pero la trama de enredos siempre se resuelve a favor de la virginidad, porque ella descubre los engaños de él a tiempo y su dignidad –representada por su pureza, su castidad- queda intacta. Mientras tanto, el mentiroso mujeriego nunca es castigado. Simplemente se reforma, porque la trama también se resuelve a favor del amor: él decide establecerse porque ha encontrado, durante la cacería de su presa más difícil, a la felicidad encarnada en su verdadero amor; y ella finalmente se rinde frente a él, pero siempre con anillo de por medio.

Con las nuevaoleras de *Fiebre de primavera* pasa algo parecido. De hecho, esta Violeta Rivas de pelo carré y trajecito tiene todo el estilo de Doris Day (al igual que Néstor Fabián, en los shows televisivos que con ella comparte, juega el rol de Rock Hudson, que se resiste a ser cazado/casado, pero que finalmente cae en la red de quien iba a ser su presa). Graciela siente que detesta a quien en verdad ama –el mismo esquema que en los films de Hudson y Day- y le pega repetidas cachetadas a su amado hasta que él la agarra abruptamente, la coloca boca abajo sobre sus piernas y le da palmadas en la cola mientras ella pega agudos grititos. En este sentido, *Fiebre...* no es más que la versión moderna de *La fierecilla domada*. Si Ortega le pega a Rivas como un padre a un niño, del mismo modo que Hudson carga a Day sobre sus hombros contra su voluntad en *Confidencias a medianoche*, es porque el hombre sigue siendo el dominante en la relación amorosa y la mujer debe ceder, debe ser domada, adiestrada, para convertirse en buena madre y esposa. Graciela fue reprobada en el examen por culpa de Juan y, sin embargo, es ella quien baja la cabeza y le pide “por favor” a él para que éste acuda en su ayuda. La tenaz, firme e independiente Graciela se somete cuando descubre el amor: él la obliga a pedir perdón y ella lo hace, pero al hacerlo se marrea, signo de la contradicción evidente entre el comportamiento de la joven enamorada que es y la joven moderna y autosuficiente que pretendía ser. El hallazgo del verdadero amor es el momento en el que ella se transforma de mujer inteligente e independiente en mujer que necesita ser rescatada o, lo que es lo mismo, reformada.



Imagen 6. *Fiebre de primavera* (1965)

Más allá de sus diferentes expectativas y valores vinculados al mundo del amor, nuevaoleros y nuevaoleras comparten ciertas características comunes: bromean sin cesar, cantan y bailan moviendo sus cabezas y caderas, dan saltitos, corretean durante todo el film. Chicas y chicos adolescentes se comportan como niños en un recreo. A veces ellas usan dos colitas mientras cantan una canción de amor, que a pesar de ser una balada, tiene ese fondo rítmico del twist que le permite a Violeta Rivas seguir dando esos golpecitos de cabeza que la caracterizan mientras confiesa “te di mi corazón...”. Al final del film cada cual ha encontrado su pareja: Nora Cárpena es acosada por su galán y proclama que quiere “un novio formal”, al que define como “el que piensa casarse”, y sólo así accederá a darle un beso al pretendiente; pero no todo lo que se dice es lo que se hace y ella se deja besar varias veces a pesar de que él no ha formalizado su propuesta. Estela Molly tiene una pareja tímida, entonces es ella quien toma la delantera y se arroja sobre él. Los nuevaoleros son los que la policía encuentra besándose indiscretamente en los bosques de Palermo durante el día de la primavera y, lejos de aceptar la falta, reafirman su derecho a hacerlo.

La sexualidad para los nuevaoleros es el mundo de los besos. Una vez más, el cuerpo de la cintura para abajo instaura un límite. *Fiebre...* narra la iniciación de una joven en la nueva ola: enamorada, el personaje de Rivas camina risueña, sosteniéndose sobre el marco de la ventana, mirando al infinito, abrazándose a sí misma. Los signos del amor se suceden uno a uno, y también los de la *nuevaolalidad*. Graciela reemplaza el trajecito por un vestido que marcan sus pechos puntiagudos, elige tomar whisky, lleva las piernas y los brazos pintados, el escote maquillado. Sus compañeras se pavonean orgullosas por haber logrado que las hayan besado y, para Graciela, la última prueba para pertenecer al grupo de las modernas será obtener ese primer beso. Finalmente Juan besa a Graciela y eso, paradójicamente, la vuelve débil, dependiente; ya no volverá a ser la chica tenaz e independiente de trajecito que estudia leyes. “Soy una mujer normal, me casaré y tendré hijos”, pronuncia al final de la película. La decisión de Graciela y el triunfo del amor son festejados con un final de baile y canciones, en el que se intercalan movimientos frenéticos, de saltitos y movimientos de caderas, con momentos risueños, con personajes pensativos mirando al horizonte. Ambos, Juan y Graciela, parecen enamo-

rados y el film tiene su final feliz; sin embargo, las condiciones para el hombre y la mujer no han sido las mismas: el nuevaolero no piensa en el futuro – “no conmigo” le responde Juan a Graciela cuando ésta le habla de matrimonio e hijos-. En cambio ella, para aceptar esos besos, debe planear el futuro y convertir a la futura abogada en esposa y madre de familia. Sólo hay una mujer en el film –un personaje secundario, mucho mayor que las jóvenes Rivas, Cárpena y Molly-, que no responde a las reglas del “deber ser” de la mujer tradicional ni tampoco de la mujer moderna. Su moral se pone en cuestión cuando es acusada de llevar hombres al cuarto que alquila. Pero el film nada muestra y las acciones de dicha mujer nunca se confirman; aunque implícita, la palabra prostituta no se menciona ni una vez en toda la película. Queda claro, por contraste, que la joven mujer moderna está muy lejos de ser tan liberal –nada hay en ella de la antigua mujer de mundo-, especialmente cuando su cuerpo y su sexualidad están en juego.

### Conclusiones. Esa antigua joven moderna.

Los años sesenta se caracterizan por la irrupción mundial de los jóvenes en los distintos ámbitos de lo social. La televisión argentina junto a toda la industria cultural articulada a ella –la TV comercial se ha convertido en el medio hegemónico a partir de las licitaciones de los canales privados de 1958, la estabilización de la grilla y la ampliación del horario de transmisión (Varela, 2005) y ahora esparce sus productos incluso en otras industrias- no hace caso omiso a ello y crea nuevos modelos estelares de jóvenes rebeldes que se agitan al son de nuevos ritmos. Al mismo tiempo que emergen en la sociedad jóvenes que amenazan a los modelos matrimoniales y femeninos precedentes, la televisión se ocupa de moldear con sus propios parámetros a la joven “moderna” y “rebelde” televisiva, que nada tienen que ver con los primeros.

Entendemos a 1962, año de aparición de *El Club del Clan*, como un momento bisagra en el que los jóvenes irrumpen en la televisión al mismo tiempo que lo hacen en otros espacios de la sociedad; pero la TV presenta a jóvenes ajenos a todo conflicto social, que se ofrecen, en tanto ídolos juveniles, como signos de renovación, modernidad y novedad para la pantalla, pero que no son otra cosas que nuevas estrategias que tiene el medio para seguir brindando un espectáculo familiar y conservador. La joven moderna de la TV se diferencia de los estereotipos femeninos que ese medio promovió en los cin-

cuenta –la bonita presentadora y la joven esposa-, pues se anima a mostrar sus piernas, se afirma en tanto adolescente, se pronuncia contra sus padres, baila modernamente. Sin embargo, la sexualidad y los valores maritales instauran un límite a esta ruptura y en estos aspectos la joven nuevaolera revela no estar tan lejos de sus antecesoras del cincuenta. El modelo que presenta la televisión es “tranquilizador” (Tichi, 1991), pues el “flujo” (Williams, 1992) que propone el medio en los sesenta –porque en esa época la televisión deja de ser un ritual extraordinario para convertirse, en tanto flujo continuo e inacabado, en parte de la ritualidad de la vida cotidiana (Varela, 2005) – no es más que un conjunto de imágenes y discursos repetitivos que, como destaca Cecilia Tichi (1991) para el caso norteamericano, no alteran la vida doméstica sino que la promueven. La televisión propone sus figuras como signos de la modernidad, pero si los significantes se *aggiornan*, los significados –los *conceptos*, en términos de Barthes (2008 [1956])- , no dejan de ser conservadores. En términos de Lynn Spigel (1997a), la televisión “televisa”: incorpora objetos extra-televisivos y como una máquina trituradora los amolda para convertirlos en televisables.

*Rebelde sin causa* (Nicholas Ray, 1955) es por antonomasia el film que retrata a la juventud norteamericana de los años cincuenta, no sólo porque James Dean es el prototipo modélico del joven propuesto por la industria del cine, sino porque temáticamente recupera motivos instalados en la sociedad de su época: la delincuencia juvenil, la decadencia moral de la juventud, la desobediencia y la rebeldía de las nuevas generaciones respecto de las reglas impuestas por sus progenitores. Esas preocupaciones de la sociedad de posguerra norteamericana, poco más tarde, se volverán recurrentes en los medios argentinos. Representantes de la industria cinematográfica nacional como Hugo del Carril o Leopoldo Torres Ríos llevaron estas temáticas a la pantalla grande. También toda una nueva generación de cineastas locales –la llamada “Generación del ‘60”-, desde fines de los cincuenta y hasta mediados de la década siguiente, narró historias de jóvenes, enfrentados con sus padres, huyendo hacia lugares lejanos, evadiéndose en algún lugar de veraneo o movilizándose para cambiar la realidad injusta y opresora de la ciudad, junto a jóvenes heroínas a punto de perder la virginidad (Castagna, 1992). La misma televisión de los sesenta se ocupó de tematizar la delincuencia juvenil: en el programa *Parlamento 13*, una tribuna de adultos opinaba sobre los riesgos de la misma y discutía posibles solu-

ciones a un problema que parecía haberse instalado, aunque lo hacía invisibilizando a tales jóvenes, ausentes en el debate. Es decir, se trata de una época de emergencia de un nuevo sujeto social –el joven rebelde–, liberador desde un punto de vista, peligroso desde el punto de vista opuesto, que funciona como bisagra entre las nuevas generaciones y las precedentes, y que no permite reconciliación alguna entre ambas.

Pero Violeta Rivas y Palito Ortega están muy lejos de ser los “rebeldes sin causa” que atemorizaron a la sociedad norteamericana de los años cincuenta y poco tiempo después a la argentina. Frente a la figura del delincuente juvenil, los jóvenes de la nueva ola son inofensivos, rebeldes encausados de los que nada tienen que temer las generaciones precedentes. Prueba de ello es que la joven nuevaolera se revela especialmente conservadora respecto de los mandatos sexuales y maritales de sus padres. Violeta Rivas y Néstor Fabián se casan en la ficción (*Todo es amor*, Parissotto, 1964) en el estadio de San Lorenzo de Almagro mientras el público, fotógrafos y reporteros gráficos se agolpan en las puertas del recinto, convirtiendo a la escena ficcional en acontecimiento. Tres años más tarde, Rivas y Fabián repiten la escena casándose en la vida real, en un acto popular y masivo que es, a la inversa, convertido por los medios en espectáculo. Las cámaras de televisión son los principales testigos de la ceremonia civil y el público acomodado en el seno del hogar tiene, a través de la pantalla, un punto de vista privilegiado respecto del tumulto que concurre a presenciarla. La ceremonia religiosa fue aún más espectacular: puestos de bebidas y parrillas, vendedores con posters y fotografías de los novios, un largo cordón policial, todo estaba dispuesto para el gran espectáculo. La iglesia fue transformada en estudio de televisión para que *Sábados circulares* (Mancera, 1967) transmitiera el acto más espectacular del año relatado por Pipo Mancera (también las cámaras acompañaron a los novios a lo largo de su fiesta de casamiento y despidieron al joven matrimonio en el aeropuerto antes de su viaje de luna de miel). A esa Violeta de traje blanco que arrastraba metros de tul al caminar hacia el altar le quedaba un único signo de su nuevaolalidad: el flequillo. Quien había sido el prototipo de la joven moderna, para 1967 no podía más que representar lo tradicional, cumpliendo con un mandato generacional tanto en la ficción como en la realidad, ambas caras de un mismo espectáculo televisivo: se convertía en la joven esposa, y no

precisamente la de un joven moderno, sino la de un tradicional cantante de tango.<sup>12</sup>



Imagen 7. *Sábados circulares* (1967)

Hacia el final de la década, una Violeta recién casada en la ficción y en la vida real protagoniza por TV *Amor y casamiento* (Guerrero, 1969), una comedia musical en que comparte cartel con su esposo y con otro matrimonio, más experimentado y consagrado en la TV una década y media atrás: el de Campoy-Cibrián. Sendas parejas de esposos –casados en la ficción y en la realidad– representan el presente y el pasado de la vida matrimonial; pero ambos, presente y pasado, no son muy distintos, pues los jóvenes inician un camino ya conocido por los adultos y seguirán sus pasos. Así, Violeta Rivas es el ícono por excelencia de una juventud moderna pero conservadora, cuyos rasgos modernizadores – el ritmo, los saltitos, los peinados, los vestuarios– no son más que rasgos formales, que no suponen un enfrentamiento con los valores y la moral sexuales de la generación de sus padres. En términos de Barthes (2008 [1957]), pueden cambiar los significantes pero el significado, en televisión, se mantiene constante. Violeta Rivas es la niña que se convertirá en otra Ana María Campoy para cumplir el sueño del matrimonio perfecto, un modelo juvenil que está en las antípodas de otros modelos femeninos –la mujer liberada, emancipada– que le son contemporáneos y que en esa época empiezan a circular con fuerza por fuera de la televisión.

No es casual, entonces, que Violeta Rivas y los demás miembros de *El Club del Clan* abandonen

<sup>12</sup> También Palito Ortega, el modelo del joven nuevaolero que se declaraba contra el compromiso y el matrimonio en *Fiebre de primavera*, se casa para la misma época con otro modelo conservador: la señorita maestra (Angelina Salazar, la protagonista de *Jacinta Pichimahuida*, un éxito televisivo de 1966).

la pantalla en 1969: luego de Woodstock, del Mayo francés, del Cordobazo, de la activa participación política de los jóvenes en distintos espacios de lo social, estos estereotipos comercializables de jóvenes rebeldes carentes de peligrosidad o compromiso social ya no podrían volver a tener éxito. La TV debía fagocitar, una vez más, nuevos modelos de juventud y de seguro ya no serían aquellos de cabello prolijamente abultado. El fin de la celebridad añorada “en la peluquería” de los sesenta anuncia una nueva etapa, de melenas lacias y estilo hippie.

¿Cómo haría la industria cultural para *aggiornar* los nuevos modelos sociales y volverlos partes de una estética tan renovadora como, una vez más, “tranquilizadora”? ¿Era posible que la TV, en su afán conservador, incorporara a la juventud politizada y militarizada? ¿Qué nuevos atributos y valores sexuales y maritales se depositarán sobre los nuevos personajes femeninos de ficción? Estas preguntas, sin duda, concernirán a un próximo trabajo.

## . Bibliografía

BARTHES, Roland (2008 [1957]) *Mitologías*, Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

BURKE, Peter (2001). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona: Editorial Crítica.

CASTAGNA, Gustavo J. (1992) "La generación del 60: paradojas de un mito" en Wolf, S. (comp.), *Cine argentino. La otra historia*, Buenos Aires: Ediciones Buena Letra.

LE BRETON, David (2008 [1992]) *La sociología del cuerpo*, Buenos Aires: Nueva Visión.

MAZZAFERRO, Alina (2009) "De la bonita a la "nuevaolera": transformaciones en los modelos corporales femeninos de la primera televisión argentina (1951-1969)". Inédito.

MIRZOEFF, Nicholas (1998) "What is visual culture?" en *The Visual Culture Reader*, Londres y Nueva York: Routledge.

RIVERA, Jorge (1998) *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires: Atuel.

SCRIBANO, Adrián (2005) "La batalla de los cuerpos. Ensayo sobre la simbólica de la pobreza en un contexto neocolonial". En *Itinerarios de la Protesta y del Conflicto Social*. Centro de Estudios Avanzados. UNC, Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. UNVM. Córdoba: Editorial Copiar, pp. 97-110.

SPIGEL, Lynn (1997a) "Haciendo sitio a la tele", en Crowley, David y Heyer, Paul, *La comunicación en la historia. Tecnología, cultura, sociedad*, Barcelona: Bosch.

\_\_\_\_\_ (1997b) *The revolution wasn't televised. Sixties television and social conflict*, New York & London: Routledge.

TICHI, Cecilia (1991) *Electronic Hearth. Creating an American Television Culture*, Oxford University Press.

VARELA, Mirta (2005) *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna (1951-1969)*, Buenos Aires: Edhasa.

VIGARELLO, George (2009 [2004]) *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*, Buenos Aires: Nueva Visión.

VERON, Eliseo y SIGAL, Silvia (2008 [2003]) "Introducción" en *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Buenos Aires: Eudeba.

WILLIAMS, Raymond (1992) *Television. Technology and Cultural Form*, Hanover y Londres: Wesleyan University Press.

## Fuentes audiovisuales

### Programas de televisión:

MEJÍA, Ricardo (productor) y ANDRÉS, María Inés (directora) (1962). *El Club del Clan*, Buenos Aires: Canal 13.

PARISSOTTO, Horacio (director) (1964). *Todo es amor*, Buenos Aires: Canal 9.

RINALDI, Alberto (director) y MEYRIALLE, Horacio (guionista) (1967). *Gran Hotel Carrousel*, Buenos Aires: Canal 13.

SANDOR, Carlos (director) y MEYRIALLE, Horacio (guionista) (1966). *Violeta y Néstor*, Buenos Aires: Canal 13.

STIVEL, David (director y productor general) (1965). *Las chicas*, Buenos Aires: Canal 13.

### Películas:

CARRERAS, Enrique (1969). *¡Viva la vida!*, Buenos Aires: Argentina Sono Film.

CARRERAS, Enrique (1964). *El club del clan*, Buenos Aires: Argentina Sono Film.

CARRERAS, Enrique (1965). *Fiebre de primavera*, Buenos Aires: Argentina Sono Film.

DU BOIS, Alberto (1967). *Mi secretaria está loca, loca, loca...*, Buenos Aires/Lima: Emilio Spitz (productor).

GÓMEZ MURIEL, Emilio (1965). *Nacidos para cantar*, Buenos Aires: Argentina Sono Film.

GORDON, Michael (1959). *Pillow Talk [Confidencias a medianoche]*, Estados Unidos: Arwin Productions- Universal Studios.

JEWISON, Norman (1964). *Send Me No Flowers [No me mandes flores]*, Estados Unidos: Martin Melcher Productions- Universal Studios.

MANN, Delbert (1961). *Lover Come Back [Pijama para dos]*, Estados Unidos: Universal Pictures.

Fotografías:  
www.violetarivas.com.ar

**Citado.**

MAZZAFERRO, Alina (2011) "La 'Nuevaolera'. Nuevos patrones de sexualidad y belleza en la televisión argentina (1962-1969)" en: *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad - RELACES*. Nº6. Año 3. Agosto-noviembre de 2011. Córdoba. ISSN: 1852.8759. pp. 54-69. Disponible en: <http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/64/91>

**Plazos.**

Recibido: 21/06/2010. Aceptado: 18/10/2010.