

Las andanzas de María

El despacho que envía desde Madrid el corresponsal de Panorama, Armando R. Puente, pone en claro que el subdesarrollo como categoría político-cultural no es exclusivo de los países de Asia, Africa y América latina. El éxito del novelón gráfico y televisivo Simplemente María —un serial taquillero primeramente en la televisión sudamericana— arrasa ahora con el público femenino de España.

A la hora de la siesta, cuando desaparece la última imagen de los televisores, seis millones de españoles —casi la quinta parte de la población del país— conectan sus transistores con la *Supercadena 72*. Durante una hora, el ritmo de trabajo languidece en los hogares y oficinas y los seis millones señalados sueñan, lloriquean secretamente o se alegran con las melodramáticas peripecias de María, la heroína de la serie *Simplemente María*, creada por la argentina Celia Alcántara. La historia es sencilla: María es una muchachita analfabeta que emigró de la aldea a la Capital, se colocó de sirvienta y se enamoró de un estudiante tarambana de la alta burguesía, con el que tuvo un "desliz". Un tercer personaje esquemático, buen hombre, maestro, le enseñó a leer y a escribir, le ayudó a educar a su hijo natural e hizo posible que María se emancipara económicamente y se convirtiera en la más cotizada y conocida de las modistas de la gran ciudad.

Simplemente María no sólo es, por lejos, el éxito radiofónico de España. En torno a la serie se ha creado una gran industria que edita 200 mil fascículos semanales de una fotonovela con la misma María; una revista ilustrada llamada *Superinformativo Femenino María*; posters María; estampillas María y un disco cantado por el juglar de modo, Jairo, con música de Augusto Algueró.

Los fines de semana, cuando la serie hace una pausa de silencio por 48 horas, María recorre las capitales de provincia firmando autógrafos en los discos, fascículos, posters y revistas, a fin de impulsar aún más el poderoso engranaje de la floreciente industria. Así congrega en cada ciudad apasionadas muchedumbres que no es capaz de reunir ningún político de la despolitizada España, originando problemas de orden público que causan más lesionados de los que pueden producirse en las tremolinas estudiantiles.

EL MITO EN ACCION. Cuando María llegó a Sevilla, acompañada de Alberto, el estudiante tarambana, fue preciso cortar el tráfico en un radio de seis cuadras alrededor de las grandes tiendas Galerías Preciados, donde la gente acudía en demanda de autógrafos. Miles de personas, en su mayoría mujeres, asaltaron el edificio, rompieron

las vidrieras, hicieron astillas los mostradores y derribaron las estanterías. Una anciana agredió con su bastón a Fernando Serrano, el actor que interpreta el papel de Alberto, gritándole: "¡Canalla! ¿Por qué no te casas con ella, que es tan guapa?". La multitud rodeaba a María aconsejándole, a su vez, que se casara con Esteban, el maestro, "que es tan bueno el pobre". Muchas mujeres le preguntaban qué iría a hacer con Tony, su hijo. Fue necesario que una docena de patrulleros de la policía se abrieran camino hasta ella y la arrebataran del fervor del gentío. Más de treinta muchachas fueron asistidas por asfixia en las clínicas y hospitales próximos, y abundaron también los casos de histeria y lesiones varias.



MARIA DE PERFIL

Millones de españoles a sus pies

En Tenerife la epopeya se repitió puntualmente. Cuando el avión tocó tierra, la pista fue rodeada por cientos de personas llegadas en ómnibus desde todos los rincones de la isla. Un grupo avanzaba hacia el jet agitando una pancarta con la siguiente leyenda: "Manolos sólo tres: Benítez (El Cordobés), Santana y Manolete. Marias sólo dos: la Virgen y tú".

La famosa María recibe un promedio de tres mil cartas diarias; en unas le piden fotos autografiadas, en otras, ayuda económica o médica, y no faltan las jovencitas que plantean sus problemas de madres solteras, o esposas abandonadas porque sus maridos se fueron a Alemania a trabajar. También recibe cartas de hombres que, enamorados de su voz, le escriben proponiéndole matrimonio y declarándose dispuestos a olvidar y perdonar el *desliz* en el que perdió la *honra*. Para atender semejante correspondencia —la más nutrida que español alguno reciba en la actualidad— trabaja un equipo permanente de médicos y sociólogos. Naturalmente, María no tiene tiempo: entre grabar los capítulos de la radio, posar para las fotonovelas semanales,

firmar miles de fotos, hacer giras de proselitismo por las provincias y dejarse seguir por las diez afortunadas personas que una vez al mes consiguen el privilegio de pasar "un día con María", apenas si este fabuloso personaje alcanza a descansar en soledad.

PELIRROJA, OJOS AZULES. En tanto que el triunfo de María crece sin encontrar barreras, los intelectuales enrojecen de vergüenza y los sociólogos de laboratorio califican el mito de "inequívoco signo de subdesarrollo". Creían que *Simplemente María* podía ser un éxito en los países latinoamericanos, pero nunca en España, donde daban por muertos los seriales radiofónicos desde mediados de la década pasada, cuando los españoles empezaron a soñar con la televisión y el automóvil. El fenómeno popular, el auge económico y el desafío histórico se han encarnado en una muchacha pelirroja, de ojos azules, a quien muy pocos conocen por su verdadero nombre de Marisol Martínez. Como la propia María de la ficción, la Martínez llegó a Madrid en busca de trabajo. Atrás, en una aldea de León donde nació hace 24 años, quedó su madre, a la que no ha vuelto a escribir porque "ella nunca me quiso". De su padre sólo tiene un vago recuerdo de infancia: "Emigró a México hace mucho tiempo". Marisol Martínez (un metro sesenta y nueve de altura y cuarenta y nueve kilos de peso) se desempeñó como enfermera y oficinista antes de que, hace un año y medio, fuera contratada para interpretar el papel de María porque "tenía una voz dulce". Ha sido preciso que recibiera durante meses clases de dicción para convertirla en una actriz aceptable, aunque las veteranas compañeras de la radio a las que ha desplazado con su fama fulgurante dicen que "lo hace fatal, una calamidad de morirle, pero eso no importa pues lo que vale es el guión".

Los lacrimosos seriales de María, insertados en las horas muertas de la siesta, constituyeron un negocio mucho más rentable de lo que había sido meses antes en los países sudamericanos: "Aquí —dicen sus responsables refiriéndose a España— nunca se habían planteado con tanta claridad problemas como los del aborto y la marginación padecida por las madres solteras. El teleteatro lo ha hecho, metiéndose en la piel del pueblo".

Por su lado, Marisol opina que no le importaría tener un hijo soltera, como María, si estuviera enamorada. Desprecia a los españoles celosos y dice no soportar el machismo; cree, además, que con su papel ha contribuido a elevar el nivel de las mujeres españolas, "enseñándoles que pueden vivir prescindiendo de los hombres". También cree que la juventud ha dado un gran salto en los últimos cinco o seis años: "De tener que estar en casa a las nueve de la noche, ha pasado a poder llegar a las cuatro de la mañana". Ahora Marisol piensa instalar una boutique y aprovechar los destellos de su notoriedad; por lo que parece, la "hipócrita burguesía española", como ella dice, da para eso y mucho más. ♦