

00466

L  
25



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

*"Imaginario y Telenovela en América Latina"*  
(CASO COMPARATIVO ENTRE MEXICO Y PERU)

TESIS

que para obtener el grado de Maestría en  
Ciencias de la Comunicación

Presenta

Lic. Aurora Bravo Heredia

Asesor: Dr. Rafael Reséndiz Rodríguez

México, D. F., marzo de 1996

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**Para doña Zoila Aurora Heredia Pando  
que me cultuivó la pasión por el  
conocimiento, sin la cual, esta cosecha  
hubiera sido imposible**

## INDICE

Introducción .....	1
--------------------	---

### PRIMERA PARTE

I.-Enfoque psicocultural: Desde el eje del consumo .....	14
--	----

1.- La clave del origen de la comunicación de masas.....	15
2.- Modelos y paradigmas en América latina .....	18
3.- Marco teórico y metodológico.....	30
4.- Investigación de campo.....	34
5.- categorías conceptuales.....	36

II.- Ubicación de la telenovela como objeto de estudio .....	48
--	----

1.- Mediación y matrices culturales erigidas sobre mecanismos psicológicos .....	53
2.- Influencia del teatro naturalista y del cine.....	57
3.- Vigencia de la matriz melodramática .....	61
4.- Identificación y proyección bajo la teoría de campos.....	67

III.- Constitución psicológica del receptor y el síntoma de la televisión.....	73
--	----

1.- El deseo : la madre de los temas y géneros eternos.....	78
2.- Mecanismos psicológicos.....	80
3.- El público sueña despierto.....	85
3.1.- Dinámica del consciente, preconsciente e inconsciente.....	86
4.- Relación autor - obra - receptor.....	88
4.1.- Nexos entre temporalidad creativa y existencial.....	89
5.- Las asociaciones inconscientes del receptor.....	90
6.- De lo preconsciente al imaginario.....	93

### SEGUNDA PARTE

I.- El imaginario creado por la industria cultural .....	106
--	-----

1.- Definición y etiología de imaginario.....	107
2.- El imaginario de la industria cultural.....	116
3.- Del habitus al imaginario .....	121

**II.- Sucesos históricos y formación del imaginario urbano** 126

1.- Imposición de proyectos políticos y formación del imaginario latinoamericano.....	129
1.1.- Acceso dependiente a la modernidad y masificación .....	143
1.2.- Los mitos de la informalidad.....	147
2.- Momentos sociopolíticos y expresiones culturales masivas.....	151

**III.- Imaginario y telenovela Latinoamericana**

1.- Telenovela latinoamericana, entre la estrategia comercial y la coyuntura social.....	165
1.1.- Escuelas y estilos .....	169
1.2.- Modernización de temas y enfoques.....	173
1.3.- El mito de la movilidad social .....	176
1.4.- Recursos de tratamiento.....	179
1.5.- La realidad de la ficción.....	182
1.6.- ¿De dónde surgen las innovaciones?.....	183
2.- Perfil de imaginario urbano masificado.....	185

**TERCERA PARTE**

**I.-Correspondencia entre imaginario y telenovela**

Definición del trabajo de campo.....	191
--------------------------------------	-----

<b>II.- Perfil del Imaginario Peruano</b> .....	196
- Nivel A.....	216
- Nivel B.....	224
- Nivel C.....	231
- Nivel D.....	239

<b>III.- Perfil del Imaginario Mexicano</b> .....	249
- Nivel A.....	265
- Nivel B.....	273
- Nivel C.....	281
- Nivel D.....	290

<b>IV.-Conclusiones</b> .....	298
-------------------------------	-----

<b>Anexo: Cuestionario y tablas</b> .....	312
---	-----

<b>Bibliografía</b> .....	377
---------------------------	-----

## INTRODUCCION

Mucho se ha dicho sobre la telenovela. La mayoría de veces, para satanizar este "subproducto" de la cultura de masas. El objetivo del presente estudio es ver - más allá de las consabidas razones culturalistas o aquellas ideologizantes - los motivos de su seducción y alto consumo en México y Perú. El estudio se efectúa en el campo cultural y a partir del eje de la recepción. De esta manera indagamos las formas de lectura, sentidos y apropiaciones de usos que se le da a éste género a partir de las vidas cotidianas que accionan las unidades familiares.

De acuerdo a los estudios de Alberto Cirese y Maurice Halbwachs<sup>1</sup> establecemos que la telenovela es un producto hecho especialmente para significar y que dicha significación anuda y anida en el imaginario, con la memoria colectiva.

Asimismo tenemos en cuenta la tesis de Jesús Martín-Barbero<sup>2</sup>, quien sostiene que la efectividad de un producto como la telenovela obedece a la profunda dinámica entre imaginario social y memoria colectiva.

A partir de estos enunciados deducimos que la seducción de la telenovela (programa más consumido en cuanto a horas de emisión y ratings que registra) corresponde a determinado imaginario social. En consecuencia, demostramos que la afectividad de la telenovela, corresponde al imaginario latinoamericano urbano masificado, urdido sobre una base psicológica común y las mediaciones constitutivas de lo político, social y cultural.

Creemos que si bien hay un hilo umbilical que da cierto matiz melodramático a las manifestaciones culturales de los países de Latinoamérica otorgando sentido y significado parecidos; también hay especificidades que pueden dar cuenta de una evolución simbólica del género que se ajusta y nutre de un imaginario marginal. Proceso en el cual a su vez se generan particularidades de diversos grupos culturales que obedecen a determinada coyuntura histórica.

El caso de Brasil, por ejemplo, es muy distinto, en la medida que su conquista y dominación tiene otro sello. Asimismo, la presencia significativa de la raza negra y otros factores dan por resultante una gemina cultura, que al calor de su devenir social político y cultural, ha propiciado una evolución cualitativa del género telenovela tanto a nivel de tema como de estructura y recursos narrativos.

Entre países con una cultura más ritual y con un devenir histórico similar; ubicamos a México con su correspondiente producción convencional de telenovelas sustentada básicamente en los arquetipos melodramáticos (reconocimiento de identidad familiar, herencias millonarias y amores imposibles). Un puente que media entre estos países productores es el Perú, país consumidor donde se ve más telenovelas (23 al día)<sup>3</sup> y de la más variada procedencia. Allí, la preferencia inicial por la telenovela mexicana, en los últimos años, sufre un significativo cambio que inclina la balanza hacia las brasileñas, que tratan temas más "modernos", como el ascenso social, ya no a través del matrimonio o las herencias, sino por medio del esfuerzo y la audacia individual y familiar. Metáfora que cala en una realidad social en ebullición explosiva, la cual es trastocada por un universo informal que genera una nueva dinámica cultural donde ganan presencia las clases subalternas y marginadas a través de diversas manifestaciones culturales.

Esos nuevos sectores urbanos marginados sueñan con el ascenso social. Ellos se ven en el personaje femenino de la exitosa telenovela "La Chatarra" que con audacia y trabajo se hizo millonaria y tiene en jaque a la crema y nata de la sociedad paulista. Esa metáfora parece ser la de la cenicienta latinoamericana que no tiene identidad y quiere recobrarla, quiere ser reconocida, valiéndose de todos los medios a su alcance. Deseos que remozan mitos y generan un nuevo imaginario.

Nuestra investigación estudia los sentidos de lectura de la telenovela en diversos grupos sociales y cómo estos inciden en la formación de un imaginario y la reproducción del mismo frente a determinada realidad y el reciclaje de éste por la

industria televisiva para la producción de telenovelas. La realidad que cambia el imaginario y el imaginario que transforma la realidad en una dinámica de retroalimentación infinita. Proceso que revela una serie de relaciones de correspondencia entre un perfil de imaginario moralista y conservador en términos individuales y una posición política reaccionaria.

Asimismo, demostramos que aparte de la implicancia que pueda tener la clase económica del espectador, es importante el aspecto simbólico del consumo que propicia la creación de sentidos en el momento de la recepción de acuerdo a la activación que desencadenan los mecanismos psicológicos de identificación y proyección ejercidos en determinado contexto cultural.

Aplicamos la investigación de campo desde la mediación de la unidad familiar en México y Perú, ya que ambas sociedades constituyen un microcosmos significativo para estudiar la evolución del género y sus implicancias simbólicas y de sentido que adquiere en el momento de la recepción.

Como el mosaico de temas de la telenovela giran, por lo general, en torno a las relaciones interpersonales y afectivas, la esfera del imaginario a la que nos referiremos específicamente es la correspondiente a las estructuras existenciales y amorosas.

Consideramos sumamente importante este filón, ya que los comportamientos, acciones y decisiones del ser social no sólo obedecen a motivaciones ideológicas, políticas y religiosas; sino que están impregnadas de un torrente emocional y sentimental, que ahora más que nunca -fin de las utopías- se manifiesta traspasando las visiones ortodoxas y cobrando forma en nuevos movimientos, nuevas dinámicas, nuevas demandas, nuevas formas de consumir. Para muestra baste ver la sorprendente elección del presidente Alberto Fujimori en Perú, quien desarrolló una campaña electoral casi nula, frente a la persistente y millonaria de Mario Vargas Llosa. Pareciera que el imaginario se traduce en el rechazo a los partidos tradicionales y la



fe en la imagen de un ángel oriental salvador erigido por el poder de los japoneses en el nuevo orden económico mundial.

Hoy más que nunca en latinoamérica sale a flote, la articulación entre lo objetivo y subjetivo. Las relaciones entre la Antropología, la Psicología y Sociología para el estudio de la comunicación.

El fenómeno telenovela como hecho social es complejo, permite comprender el corazón de la composición social, la parte del alma que existe en el movimiento social, la vía sentimental de la organización global de lo humano<sup>4</sup>.

En esta medida, planteamos un marco psico cultural que tiene en cuenta los aportes de Sigmund Freud (*Sigmund Freud, Obras Completas*) sobre los mecanismos de identificación, proyección y transferencia, así como la descomposición de la personalidad en las instancias de lo consciente, subconsciente e inconsciente que intervienen en el momento de la recepción. De Eric Fromm (*La aplicación del psicoanálisis humanista a la teoría de Marx*) retomamos su elaboración de categorías psicosociales, de Pierre Bourdieu la conformación del habitus, el consumo y su teoría de campos (*Sociología de la Cultura y La distinción*) así como los aportes de Edgar Morin sobre el imaginario del hombre medio (*El espíritu del Tiempo*) y de Jesús Martín Barbero sobre consumo y matriz melodramática (*De los Medios a las Mediaciones y televisión y Melodrama*).

De acuerdo con Pierre Bourdieu, conceptualizamos el consumo como espacio para la constitución de las clases y la organización de sus diferencias. Visión que concuerda con la de Jesús Martín Barbero quien (*De los medios a las mediaciones*), propone el estudio de la comunicación desde el consumo que implica el reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos. A partir de este marco analizamos las lecturas, simbologías y apropiaciones que desde las vidas

cotidianas accionan las unidades domésticas y familiares, correspondientes a cuatro clases sociales de las sociedades peruana y mexicana.

Consideramos que este esquema es ideal porque enfoca la comunicación como un proceso inmerso en una determinada dinámica que obedece a nuestro mestizaje cultural que fusiona subdesarrollo con modernidad. La perspectiva cultural, amplía el campo de estudio sesgado por el paradigma ideologista del dominador. Asimismo, rescata la no pasividad del receptor para poder investigar su seducción, complicidad, resistencia y apropiación desde los usos.

Visión donde la lectura tiene suma importancia, porque es el mecanismo a través del cual el texto adquiere un sentido y significado. Tal como lo señala Bordieu las clases se diferencian no sólo por su relación con la producción, sino también por el aspecto simbólico del consumo, o sea por la manera de usar los bienes transmutándolos en signos<sup>5</sup>.

Para analizar la efectividad de la telenovela partimos señalando que ésta se sustenta en los mecanismos psicológicos de identificación y proyección motivados por la satisfacción del deseo. Base a partir de la cual se va esbozando el perfil del imaginario moldeado por las mediaciones constitutivas de lo social, político y cultural. Donde tiene máxima importancia la acción que ejerce la comunicación masiva que con sus mensajes predominantemente melodramáticos, da partida de nacimiento al "hombre medio", al "hombre imaginario"<sup>6</sup>.

Para efectuar el análisis partimos asumiendo la no pasividad del receptor. Concepción que propicia el desplazamiento del fenómeno de la telenovela del campo ideológico al cultural, ámbito en el que se dan una serie de conflictos debido a nuestro mestizaje cultural que hace posible la vigencia de una matriz anacrónica como la melodramática.

En nuestro marco teórico resaltamos la importancia de los mecanismos psíquicos durante el momento de la percepción, porque consideramos que para analizar los efectos de los medios sobre el receptor debemos saber que éstos fueron concebidos para persuadir a las masas. Objetivo que se erigió en base a sofisticadas tácticas psicologistas que han dado efectivos resultados, porque el espectador es irremisiblemente vulnerable y, a su vez, moldeado por éstas.

Efectivamente, la producción cultural crea el público de masas, el público universal. Pero al mismo tiempo redescubre algo que permanecía subyacente: un tronco humano común al público de masas y en base a éste crea el imaginario<sup>7</sup>.

Así durante la percepción de la telenovela tiene importancia el factor psicológico, porque en ese momento entran en juego las tres instancias psicológicas del individuo: el receptor percibe el mensaje en un nivel conciente y lo reelabora mediante la profunda dinámica de lo preconciente e inconciente.

Dicho mecanismo se reproduce en un grupo cultural por lo que procedemos a una extrapolación de las instancias a sus correspondientes en el grupo: lo preconciente, al imaginario y lo inconciente a la memoria colectiva.

Nos tomamos esta licencia basados en los conceptos centrales de la psicología social planteada por Erich Fromm en la cual destaca la existencia del carácter social cimentado sobre una base psicológica y moldeado al injujo del sistema social.

Si bien psicológicamente demostramos por qué ejercen seducción universal los temas tópicos (lograr el amor imposible, fortuna, éxito o descubrir la identidad familiar) debemos tener en cuenta que en latinoamérica el nivel de consumo de telenovelas es el más alto. Creemos que existe - aparte de la política cultural y la estrategia comercial- una razón particular que explique la adicción de este grupo socio-cultural. Ello se debe a la profunda dinámica entre imaginario y memoria colectiva.

Otro hecho que sustenta la particularidad del fenómeno es el lugar de origen de este boom que ha inundado el mundo es latinoamérica. La razón del surgimiento de determinada mediación o expresión cultural está íntimamente relacionada al entorno, a los movimientos sociales, a las transformaciones en las culturas subalternas inmersas en un decurso histórico y cultural.

Esto nos remite a nuestra matriz cultural melodramática, a los contrastes maniqueos, al lenguaje directo, a la expresividad subrayada, a las reacciones cursis. Así tal vez somos todos profundamente, infantiles, pero hay culturas que han logrado reprimir este filón alcanzado cierto control de sentimientos.

Elo se comprueba en el lenguaje arcaico de la telenovela latinoamericana, es un puntapié directo al corazón, no conoce de metáforas, ni conceptos. Está destinada a pulsar el paquete de los sentimientos y las ilusiones más prosaicas. Y, despojados de un prurito culturalista, catalogamos este lenguaje masivo como una forma de expresión de las culturas subalternas, que hablan desde la masa. Lenguaje que está despojado de la economía del sentimiento impuesta por la burguesía.

Un lenguaje que nos remite al melodrama del siglo pasado que prohibido del uso de las palabras acentuó su efecto en la gesticulación de los sentimientos.

Por lo expuesto, podemos colegir que es válido referirse a un grupo específico que tiene similares características psicológicas y culturales en la medida que tiene un devenir histórico-social común que ha ido generando la formación de un imaginario social a través del cual los individuos se ven, se proyectan y esbozan lo que quisieran ser.

De acuerdo a nuestro marco psicocultural reconstruimos teóricamente la categoría de imaginario retomando los aportes de Cornelius Castoriadis (*La institución imaginaria de la sociedad*, Vol II: *El imaginario social y la*

*institución*), Pierre Ansart (*Ideología conflictos y poder*), Edgar Morin (*El Espíritu del Tiempo*) y Bordieu (*El Habitus*), de quienes recuperamos ciertos principios sobre la formación y evolución del imaginario.

De acuerdo a los autores mencionados determinamos que imaginario está compuesto por sistemas de representación a través de los cuales las sociedades designan su identidad, sus aspiraciones, fijan simbólicamente sus normas y sus valores.

El imaginario es un universo de significaciones imaginarias a través de las cuales cada grupo social plantea lo que es y no es, lo que vale y lo que no vale, lo que debe ser o no debe ser, y como es y no es, como se quiere, como se odia.

Asimismo, conceptualizamos el imaginario como una conformación y una instancia donde a veces se vislumbran rasgos perdidos de la memoria colectiva que la ubicamos en lo inconciente, la cual fue secularmente reprimida por la cultura oficial, pero que aflora - de alguna manera y entre otras causas - al influjo de la industria cultural masiva.

Por esto, la razón fundamental de la exitosa demanda de las telenovelas, se ajusta a la estructura y representaciones del imaginario latinoamericano urbano, las mismas que están presentes en la receta de la unidad mínima de comprensión: el género telenovela.

Determinada nuestra categoría conceptual pasamos a construir el imaginario latinoamericano considerando tres aspectos fundamentales: Primero, incidencia de la dinámica histórica con la consecuente imposición de patrones sociales y culturales que moldean el perfil del imaginario. Segundo, relación de momentos sociopolíticos con el surgimiento de expresiones masivas cuya constante es la matriz melodramática que tinte la programación televisiva y que alcanza su mayor expresión en la telenovela. Tercero, implicancias del mestizaje cultural urbano de las

sociedades latinoamericanas, inmersas en el proceso de homogenización y globalización. De acuerdo a estos principios construimos teóricamente el perfil del imaginario urbano masificado y los perfiles mexicano y peruano.

En segundo lugar, de acuerdo a la teoría de campos de Pierre Bourdieu y el planteamiento cualitativo de Rosa María Alfaro<sup>8</sup> para el estudio de la telenovela a partir de la cotidianidad, efectuamos nuestro trabajo de campo por medio del cual esbozamos los perfiles imaginarios peruano y mexicano que por su diferencia corresponden al consumo de tipos de telenovelas distintas, la brasileña y mexicana, respectivamente.

Consideramos importante reconstruir teóricamente y empíricamente el perfil del imaginario urbano en México y Perú a través de los sentidos que adquiere la lectura y la apropiación de los usos que se hace de éste género para afrontar la realidad. Así como el simbolismo que entreaña en el que está presente el entrecruzamiento de lógicas distintas: la del mercado y la de una matriz cultural masiva desde la que, de alguna manera habla una forma popular de sentir, de concebir la vida y el mundo.

Por ello, consideramos que existe una masa urbana que tiene un imaginario común, en la medida que hay una base psicológica que nos hace comunes a todos, una historia similar (en términos significativos), un mestizaje cultural, un proceso de masificación social que deviene en estructural y que irrumpe con fuerza en los años 30 y se afianza en los 60.

Dicho imaginario evoca ciertos elementos de la memoria colectiva, los mismos que afloran de alguna manera, en la cultura de masas, ya que las matrices culturales pese al etnocentrismo de una cultura occidental positivista no pueden ser eliminadas. Afloran de alguna manera, desdibujadas, subrayadas y esto es lo que el investigador debe aprender a leer, en su sentido y significado.

*Institución*), Pierre Ansart (*Teología conflictiva y poder*), Edgar Morin (*El Espíritu del Tiempo*) y Bordieu (*El Habitus*), de quienes recuperamos ciertos principios sobre la formación y evolución del imaginario.

De acuerdo a los autores mencionados determinamos que imaginario está compuesto por sistemas de representación a través de los cuales las sociedades designan su identidad, sus aspiraciones, fijan simbólicamente sus normas y sus valores.

El imaginario es un universo de significaciones imaginarias a través de las cuales cada grupo social plantea lo que es y no es, lo que vale y lo que no vale, lo que debe ser o no debe ser, y como es y no es, como se quiere, como se odia.

Asimismo, conceptualizamos el imaginario como una conformación y una instancia donde a veces se vislumbran rasgos perdidos de la memoria colectiva que la ubicamos en lo inconciente, la cual fue secularmente reprimida por la cultura oficial, pero que aflora - de alguna manera y entre otras causas - al influjo de la industria cultural masiva.

Por esto, la razón fundamental de la exitosa demanda de las telenovelas, se ajusta a la estructura y representaciones del imaginario latinoamericano urbano, las mismas que están presentes en la receta de la unidad mínima de comprensión: el género telenovela.

Determinada nuestra categoría conceptual pasamos a constituir el imaginario latinoamericano considerando tres aspectos fundamentales: Primero, incidencia de la dinámica histórica con la consecuente imposición de patrones sociales y culturales que moldean el perfil del imaginario. Segundo, relación de momentos sociopolíticos con el surgimiento de expresiones masivas cuya constante es la matriz melodramática que tiene la programación televisiva y que alcanza su mayor expresión en la telenovela. Tercero, implicancias del mestizaje cultural urbano de las

Tercer Capítulo.- Se aborda, desde una visión psicocultural el fenómeno de la percepción del mensaje y se establece la extrapolación de las instancias individuales a las de grupo social.

**SEGUNDA PARTE: EL IMAGINARIO CREADO POR LA INDUSTRIA CULTURAL.**

Primer capítulo.- Definición y etilogía del imaginario social. Evolución del imaginario.El imaginario que fabrica la industria cultural:recursos, mecanismos y tendencias

Segundo Capítulo.- Sucesos históricos y formación del imaginario urbano masificado: imposición de proyectos. Momentos sociopolíticos y expresiones culturales masivas. Los mitos de la telenovela y perfil de imaginario latinoamericano.

**TERCERA PARTE.- CORRESPONDENCIA ENTRE: TELENOVELA, PERFIL DE IMAGINARIO TEORICO Y PERFIL DE IMAGINARIO EMPIRICO.**

Primer capítulo.- Aplicamos en el campo la metodología de nuestra investigación consistente en determinar las lecturas y apropiaciones que desde las vidas cotidianas accionan las unidades familiares. Primer paso.- Convivencia con 16 unidades familiares en el Distrito Federal (Tres familias tipo por cada uno de los cuatro niveles socio-económicos establecidos de acuerdo al INEGI) y en Lima (cuatro niveles establecidos por la empresa APOYO S.A.) para observar las formas de ver la telenovela. A partir de esta experiencia elaboramos un cuestionario que comprende dos partes: la primera, referente a la importancia de la TLN en la vida cotidiana, formas de ver, procesos de selección y mecanismos de desición, procesos de orden moral y usos sociales. La segunda, fusiona lo cotidiano, lo real y lo imaginario a través del cumplimiento del deseo, el mismo que se torna en metáfora cultural y social. También, se evidencia la valoración moral a partir de juicios sobre personajes y situaciones, las mismas que tienen su correlato en un cuestionario



complementario que indaga la formación moral frente a sucesos y experiencias de la vida real.

A partir de la investigación de la primera parte se elaboran conclusiones referentes a formas de ver, resemanalizaciones y apropiaciones de usos. La segunda parte de la encuesta, nos sirve para elaborar el perfil del imaginario y para demostrar que las relaciones de clase tienen un correlato con las formas de ver y usar la telenovela, proceso en el cual se otorga sentido y significado simbólico a los elementos de este género.

Segundo capítulo.- Se establece la correspondencia entre telenovela, perfil del imaginario construido teóricamente y el perfil construido a través del trabajo de campo. Se plantean las conclusiones generales.

Como se puede apreciar, la presente investigación sobre la telenovela y el imaginario masivo; aborda el tema desde dos frentes: un cambio teórico y metodológico y una alternativa práctica adscrita al sistema comunicacional y a nuestra realidad. Esto es, la apropiación del género de la telenovela por que los cambios en la cultura política, pasan definitivamente por el espacio de la comunicación masiva.

<sup>1</sup> Cirese A., "Signicidad, fabrilidad, procesación", (1986), en CULTURAS CONTEMPORÁNEAS, Vol I, N°1, Universidad de Colima, México y Halbwachs M. *Collective memory*, (1980)

<sup>2</sup> Martín-Barbero J., *De los medios a las mediaciones*, (1987).

<sup>3</sup> Saavedra M., *El rating televisivo, Anuario de las audiencias televisivas*, (1993), Lima, Perú.

<sup>4</sup> Galindo J., "Lo cotidiano y lo social" en CULTURAS CONTEMPORÁNEAS, (1988), Vol II, N°4-5

<sup>5</sup> Bordieu P., "Condición de clase y posición de clase" en *Estructuralismo y Sociología*, (1973). Véase también *La Distinction* (1979), P.564.

<sup>6</sup> Morin E. *El Espíritu del tiempo*, (1966), P.56.

<sup>7</sup> Morin E. Op. cit. P. 58.

<sup>8</sup> Alfaro R., "Los usos sociales populares de las telenovelas en el mundo urbano", en *Culturas Contemporáneas*, Vol II, N° 4-5, (1988).

## PRIMERA PARTE

### *MARCO TEORICO Y METODOLOGICO*

#### I.- ENFOQUE PSICO-CULTURAL DESDE EL EJE DEL CONSUMO

Afrontar la investigación sobre la telenovela y el imaginario en latinoamérica implica un doble reto: nos encontramos ante una extraordinaria movilidad de nuestro objeto de estudio debido a su especial naturaleza adscrita a los cambios estructurales e innovaciones del sistema televisivo, inmerso, a su vez, en la dinámica cultural de nuestras sociedades, campo en el cual desarrollamos el estudio.

En este sentido, la investigación sobre la telenovela o cualquier otro fenómeno de la comunicación debe tener en cuenta el contexto en el que se da, razón por la cual no puede ser abordado unilateralmente por una teoría sociológica, semiótica o informacional; pues la complejidad que revisten éstos en el entramado conflictivo de nuestras sociedades rebasa el campo de una sólo visión teórica, exige un enfoque multidisciplinario que no sesgue la realidad y que tenga presente la importancia del factor psico-cultural.

Por otro lado, consideramos que las investigaciones influenciadas por el estructural- funcionalismo norteamericano tanto en la sociología de la comunicación de masas y de la investigación del fenómeno comunicativo, en general, no toman en cuenta diversos factores como los socioestructurales o reducen el fenómeno al aspecto ideológico, omitiendo el cultural, ámbito desde el cual se puede explicar la dinámica genuina que adquiere este proceso en los países latinoamericanos.

De acuerdo a lo expuesto, precisamos de una visión teórica que evite el individualismo, propio del conductismo y el determinismo marxista. Queremos construir a lo largo de nuestra crítica teórica y metodológica, un puente que medie entre lo individual y lo social. Los paradigmas - como afirma García Canclini -,

necesitan una colaboración más compleja de los procesos psicocociales en que se configuran las representaciones y las prácticas de los sujetos<sup>1</sup>

Para empezar partimos por analizar el origen del fenómeno de la comunicación de masas y los modelos que nos han influenciado, pues ciertos elementos constitutivos han condicionado la dinámica de la percepción donde juega un rol principal el factor psicológico. Base primigenia sobre la cual se sustenta la formación del imaginario moldeado por las mediaciones constitutivas de lo social y cultural. Asimismo, haremos una breve revisión de los paradigmas que han condicionado el estudio de la telenovela en América Latina, para sustentar nuestra opción teórica y metodológica.

## **1.- LA CLAVE DEL ORIGEN DE LA COMUNICACION DE MASAS**

Es necesario comprender el origen del pensamiento científico que viene de Estados Unidos y que parece haber inspirado la comunicación, para explicarnos por un lado, que la incidencia en aspectos psicológicos ha generado una forma de percibir moldeada por matrices culturales y la introyección de un imaginario masivo que condiciona el consumo de la telenovela. Un género que implica la unidad de lectura más breve e inteligible. Como el oxígeno es a la vida; este género melodramático es a la psique del hombre medio.

En segundo lugar, observar cómo el carácter conceptual de la comunicología, ha determinado una forma predominante de estudiar la telenovela. La visión conductista ha sido la constante en los paradigmas para el estudio de este producto, con la consecuente ceguera a determinantes socioestructurales, que obviamente no es casual.

Por otro lado, tenemos los paradigmas llamados ideologizantes y culturalistas que ponen el peso en el mensaje - desde luego en la omnipotencia de los medios - y satanizan el producto calificándolo de alienante y degradante.

¿Bullen planteamientos en esta observación? Ciertamente. Muchos que ven a través del cristal culturalista lamentan el éxito de la telenovela catalogada como un subproducto que saca al individuo de su realidad como si la telenovela fuese un documental. Sin embargo, no se repara en las razones de su masivo encanto. Existen productos edificantes, pero no hay otro en la industria cultural que tenga esa efectividad y seducción masiva.

Entonces, el problema no está en buscar todos los argumentos posibles para satanizar el género diciendo todo lo que no es, sino indagar las razones del éxito y el sentido que adquiere al ser resemanizado en determinado entorno socio - cultural que empalmado con la sed de cumplimiento del deseo psicológico, perfila un imaginario con sus aspiraciones genuinas y coyunturales. Ese es el objetivo. Desbrozar el camino para saber porqué seducen tanto las telenovelas. Qué hay atrás de la correspondencia entre producto e imaginario?

La etilogía del fenómeno de la comunicación y su constitución de acuerdo a la dinámica de una serie de factores es la brújula para diseñar un marco teórico y una metodología.

Reparar que los orígenes están marcados por la irrupción del auge industrial - con la consecuente formación de las grandes masas de desposeídos - y el objetivo de influenciar sobre estas masas de acuerdo a los principios de la psicología conductista. Asimismo, juega un rol, la situación de los Estados Unidos en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y el origen de la comunicología sustentada en la psicología y sociología.

Estos hechos constituyen factores determinantes para la formación y funcionamiento del sistema comunicacional. Los mismos que condicionan preferencias y formas de ver que nos remiten a matrices culturales inducidas y

estructuradas de acuerdo a la dinámica de ciertos fenómenos psíquicos como la proyección y la identificación.

La coyuntura propicia que los medios tengan como temática central lo que corresponde a la emergente sociedad norteamericana y posteriormente, lo que corresponde a las sociedades occidentales, adquiriendo un barniz característico en cada grupo cultural.

La concentración de las grandes masas y la elevación de los estándares de vida entre los obreros y campesinos de la floreciente nación abren las puertas hacia un universo de cierto bienestar, al ejercicio del tiempo del ocio y del consumo que antes era sólo disfrutado por la burguesía. Sin embargo, este acceso de los trabajadores y campesinos, también implica atarse a la cadena de la producción que es la que dicta el tiempo del ocio y del consumo y cómo deben ser ejercidos estos nuevos espacios.

La elevación del poder adquisitivo y la sustitución creciente del hombre por la máquina, generan un cambio cualitativo. La vida pública se constriñe al espacio de la vida privada, ya que aparecen las instituciones mediadoras que supuestamente canalizan los grandes problemas de la sociedad. La vida privada emerge con los problemas de una realización personal que cobra cada vez mayor dimensión en el tiempo de ocio.

Como señala Edgar Morin, "la modificación de las condiciones de vida bajo el efecto de las técnicas, la elevación de las posibilidades de consumo y la promoción de la vida privada, corresponden a un nuevo grado de individualización de la existencia humana"<sup>2</sup>

La cultura de masas se erige en función de las nuevas necesidades individuales que surgen. Frente a un mundo reglamentado, vacío de creatividad y creciente automatización y burocratización, los medios ofrecen un universo de

"libertad" del alma donde se puede realizar el sueño de la felicidad pasando por todos los mitos, cercanos - lejanos que disfrazan de una u otra manera las pulsiones y los deseos humanos. Ahí se genera el intercambio de lo real y lo imaginario. Se ofrecen imágenes que se acercan a la realidad y las ilusiones perfilan formas de actuar en la realidad.

El mundo real es alterado por lo imaginario y lo imaginario por la realidad. Interminable dinámica que al ser mediada por la industria cultural diseña héroes, heroínas y mitos. Debajo de esta urdimbre hormiguea la consecución del objeto deseado que cobra forma en la realización del amor a través del matrimonio convencional y un nivel de vida óptimo como camino hacia la felicidad. La estampa del amor eterno y la felicidad familiar, sustentada en el consumismo, se convierte en credo del hombre medio. Estampa que adquiere sus rasgos característicos en cada país, región o sector cultural.

Si se considera que, de hoy en adelante, el hombre occidental basa cada vez más sus preocupaciones en el bienestar y en el nivel de vida, por una parte, y el amor y la felicidad, por otra, es evidente que la cultura de masas proporciona los mitos conductores de las aspiraciones privadas de la colectividad<sup>3</sup>

Cabe destacar, entonces, la importancia del factor psicológico pues sobre un tronco antropológico común se han ido perfilando las matrices culturales recicladas por la industria cultural a través de los géneros. Todo ello, induciendo a cierta forma de consumir tendiente a homogenizar la audiencia y por tanto crear un imaginario masivo que estudiamos de acuerdo a un paradigma adecuado.

## 2.- MODELOS Y PARADIGMAS

¿Cómo legitimar el estado burgués? ¿Cómo controlar y persuadir a las masas?. Esas preguntas de alguna manera encontraron respuesta en los modelos y paradigmas para el estudio de la comunicación.

Entre estas condicionantes es decisivo el auge de la propaganda política atizada por la beligerancia de la Segunda Guerra Mundial. Los medios apuntan en el blanco preciso: poner énfasis en una estrategia que toque la vulnerabilidad de la masa para ser persuadida. Así - los primeros disparos están cargados de persuasión política. Terminada la guerra, el conocimiento se aplicó a varias áreas de la vida civil: publicidad, campañas electorales, opinión pública. Es decir, la comunicación, siempre dirigida a la gran influencia de la masa.

Como vemos la irrupción del fenómeno de la comunicación se sustenta en la efectividad de la manipulación psicológica. Base sobre la cual se edifica la industria cultural introyectando un modo de ver que condiciona la efectividad de un producto. Modo de ver que también se perfila por la acción de las mediaciones constitutivas de lo social y cultural.

Ya en la década del 20 se avizora en Estados Unidos una complementación ideológica que conforma el discurso del poder: la postura académica, la estatal y la industrial publicitaria. Visiones que desembocan en un proyecto de cultura nacional y luego transnacional: el consumismo.

Paralelamente, en el campo conceptual, el estudio fue iniciado y continuado, principalmente, por investigadores que no eran comunicólogos. La ciencia tuvo su partida de nacimiento a través de psicólogos, sociólogos, lingüistas, antropólogos y periodistas, quienes introdujeron las orientaciones ideológicas y culturales que le dieron forma.



Estos procesos suceden en una sociedad próspera, pacífica y estable, donde primaba el individualismo, frente al colectivismo; la competencia frente a la cooperación y cuyo crecimiento industrial importaba más que otros aspectos sociales.

En consecuencia tenía que prosperar más una ciencia tendiente a la continuidad que al cambio, pues la ciencia no es más que otra actividad humana que, como todas, es el producto de la vida social

Compresible y legítimamente Estados Unidos diseñó y construyó, en filosofía, objeto y método, el tipo de ciencias sociales que corresponden a sus particulares circunstancias estructurales (culturales, económicas y políticas). Ellas eran, eminentemente, ciencias para el ajuste orientadas fundamentalmente a estudiar la conformidad con las necesidades, metas, valores y normas prevalentes del orden social establecido, de tal manera que ayudaran al sistema dirigente a lograr "normalidad" y evitar los comportamientos "desviados"<sup>4</sup>

Frente a esta situación, Paul Lazarsfeld, Ulrik Katz y Wilbur Schramm, recomendaron tener en cuenta el factor social. Pese a este interés conceptual en muchos investigadores -incluso el mismo Lazarsfeld-, prevaleció la orientación psicológica conductista o de estudio de mercado. Estaban más interesados en actitudes y reacciones individuales, razón por la que surgen las encuestas y se descuida la dimensión de la relación entre fuentes y receptores que lleva a plantearse el papel de los condicionantes estructurales.

Esto queda patentizado al final de la década de los 30 cuando se crea la primera institución en estudiar la relación entre comunicación de masas y audiencia en la Universidad de Princeton, Nueva Jersey bajo la dirección de Lazarsfeld.

Dos factores de peso determinan el carácter de esta nueva disciplina. La naturaleza de los datos recolectados y el análisis de los mismos. Por un lado, la orientación empírica basada en los sondeos con fines comerciales, los mismos que en una elaboración secundaria se utilizaban con fines sociológicos.

Así, los estudios van a estar condicionados por relaciones de la academia, instituciones educacionales independientes, fundaciones filantrópicas e intereses empresariales. Condicionantes que propician una estrategia de investigación gerencial adscrita a los intereses del mercado y al establishment académico.

La comunicología hija de la psicología y de la sociología, no escapó al esquema de las ciencias hechas para "el ajuste social". Los expertos dispuestos a descubrir los mecanismos de la personalidad, se dedicaron a desarrollar estrategias para inducir comportamientos esperados. Principio que orienta la introyección de una forma de consumo, sustentada en mecanismos efectistas tendientes a pulsar el paquete de los sentimientos y emociones primarias, en unidades mínimas de lectura de fácil comprensión, es decir los géneros. Productos conformados de acuerdo a la dinámica entre matrices culturales y la estrategia comercial de la industria cultural.

Posteriormente, la influencia de la psicología social da lugar a "la investigación de actitudes" tendiente a descubrir cuál es el factor que propicia la aceptación de propuestas. Se ensayan una serie de formatos destinados a persuadir a los individuos y consecuentemente, se abandona el estudio de la fuente.

Más adelante, el conflicto social interno y los riesgos de la "guerra fría" que deterioran el equilibrio de la sociedad norteamericana, propician el enfoque intraindividual. Los investigadores, afanados por omitir la verdadera causa de la crisis, que estaba en la sociedad misma, ponen énfasis en el individuo y se olvidan de las relaciones entre fuentes y receptores.

No es gratuito el uso de variables psicológicas y lingüísticas, por medio de las cuales no se cuestiona la direccionalidad de los medios. Sólo se quedan en el análisis de contenido y en la encuesta individual. No se traspasa las fronteras hacia el terreno de las preguntas macrosociológicas donde se dá el proceso de comunicación.

El encuentro entre la concentración de grandes masas amorfas y el colorario de la omnipotencia de los medios de comunicación, cierra el círculo de una visión filosófica. Sólo faltaba deducir cómo ejercer ciertos efectos.

Esta filosofía condicionó el desarrollo de una metodología apropiada a ella. Los estudios de comunicación como parte de las Ciencias Sociales, tomaron sus métodos de análisis de disciplinas paralelas como la sociología, ciencias políticas y la psicología. Los métodos implicaron integrar supuestos ontológicos y epistemológicos de donde surge la empirista teoría de la probabilidad y esto no es novedad para la mayoría de estudiosos en Estados Unidos, el empirismo constituye la única manera de conocer minuciosamente el mundo.

Si la preocupación fundamental era saber persuadir para lograr conformidad, el estudio debía estar dirigido a comprender las aptitudes del medio y el mensaje. Y, de los mecanismos de respuesta, debía surgir una estrategia de control del comportamiento para beneficio del emisor.

En consecuencia, se diseñaron métodos de investigación apropiados a estos fines: detectar lo que contenía el mensaje o lo que sucede en los individuos. "Por tanto, derivados de las ciencias sociales progenitoras, el análisis de contenido y de la encuesta por muestreo por la vía de entrevistas estructuradas llegaron a constituirse en el arsenal metodológico básico de la mayoría de los comunicólogos". (Beltrán:1985:94).

Partiendo del supuesto de que nadie mejor que el propio receptor para responder por sí mismo, se incursionó en el método de la encuesta. Sin embargo, el encuestado no necesariamente dice la verdad ni entiende el sentido de las preguntas. Aún considerando que respondiese adecuadamente, hay un problema capital: este método saca al individuo de su contexto socio-cultural.

Así la encuesta por muestreo tiene poca utilidad cuando el investigador desea obtener información de entidades grandes como sociedades o subsistemas. La entrevista capta aspectos eminentemente individuales, pero no registra las transacciones realizadas entre ellos. Y, precisamente esas transacciones son las que hacen hablar a una sociedad, ya que poco o nada pueden decir los comportamientos aislados.

El estudio de la comunicación al poner énfasis en los métodos evidencia la invalidez de los conceptos al ser aplicados a realidades distintas. La supuesta exactitud metodológica da pasaporte a unas ciencias sociales objetivas, que en su afirmación develan una posición valorativa que delata su subjetividad.

Asimismo, otro recurso como el análisis de contenido también está condicionado por la visión filosófica funcionalista. Está limitado a describir sólo el contenido manifiesto que es útil para el estudio de mercado. En consecuencia, se omite la investigación sobre el contenido latente en cuyas estructuras profundas están las connotaciones, psicológicas, ideológicas y culturales.

La formación del paradigma hegemónico en América Latina registra dos etapas cruciales. En primer lugar, es enorme la influencia del conductismo y funcionalismo que pone énfasis en el receptor, dejando de lado el estudio del emisor y el objeto de la comunicación. El modelo de Lasswell se erige en el paradigma por excelencia y sus planteamientos provenientes de la psicología y de la sociología, ponderan el análisis individualista y el conformismo, respectivamente. En consecuencia, será un modelo vertical, unidireccional, no procesal, concentrado en

la investigación sobre el receptor, resaltando el poder de persuasión del comunicador.

En segundo lugar, cabe anotar que dicho modelo es el que más influencia ha tenido en el continente al punto que su esquema ha sido vertido en el espacio de la Semiótica Estructuralista generándose un encuentro con la investigación crítica. La omnipotencia de los medios que se atribuía en la versión lasswelliana, fue depositada en el contenido del mensaje dando lugar a la llamada corriente ideologista que preconiza el esquema del dominador y que centra su estudio en el mensaje y los códigos.

Ambos modelos, ponen acento en la automatización y la inmanencia del proceso de comunicación. El modelo funcionalista, al precisar como objeto de estudio el dispositivo del efecto y el semiótico estructuralista, el dispositivo del mensaje. Según estas lógicas el receptor es una máquina que recibe, asimila y reproduce, concediendo a los medios y el mensaje una omnipotencia que está en la estratósfera y no en el terrenal campo social y cultural donde se da este proceso.

En resumida cuenta, el comunicacionismo del primer modelo es llenado con lo ideológico. Dichas vertientes se traducen en una visión instrumentalista de los medios que anula la dimensión humana de la recepción donde entran en juego variables psicológicas, sociales y culturales.

La crisis de la intelectualidad de izquierda, marca una segunda etapa y propicia el surgimiento de la corriente cientifista, que define la comunicación como transmisión de información y cuyo paradigma se construye en base al modelo informacional proveniente del campo de la ingeniería. Ambito a partir del cual, establece su marco conceptual, pautas metodológicas y propuestas operativas.

Como vemos ninguna de las teorías es capaz de ordenar el campo y delimitar objetos de estudio, al negar la dinámica social y cultural en la que se da el proceso de comunicación

Tanto el modelo informacional como el semiótico, muestran sus limitaciones al ser confrontados con la realidad. El primer modelo por un lado, omite la cuestión de sentido, intencionalidad y poder y elimina las luchas por la hegemonía; mientras que el semiótico, no determina ni el campo ni la situación. Ambos esquemas delatan cierta complicidad: ubican en el mismo nivel al emisor y receptor como si fueran instancias homólogas.

Por su parte, el modelo informacional apoya la visión fragmentaria de la comunicación al compararla con la de transmisión de la información; mientras que el semiótico, convierte en verdad metodológica la separación entre análisis de mensaje y análisis de recepción, cuando ambos fenómenos son parte dinámica de un mismo proceso.

Finalmente, se puede establecer que estos modelos limitan los modos de acceso a los problemas, parcelan en estancos autónomos secuencias de un sólo proceso, cosifican al receptor, ven el proceso de comunicación fuera de la dinámica social y cultural y se practica el uso indiscriminado de encuestas.

Bajo estas características la comunicación valga la disociación, se convierte en un proceso estático, en el cual no hay contradicciones, intercambios ni ambigüedades y precisamente en estos aspectos se traduce la complejidad del fenómeno. Es ahí donde se vislumbra el entrecruzamiento de variables estructurales que nos permiten ver que el receptor está conformado por una base psicológica y condicionamientos sociales y culturales que van a determinar la producción de sentidos en el momento de la percepción. Visión psicocultural que posibilita un acercamiento más real para explicar las razones del masivo encanto de la telenovela y su correspondencia con el imaginario masivo latinoamericano.

Asimismo, señalar que la percepción de la telenovela, por las características propias de este género - el eje central es la vida afectiva de los personajes, su seriedad reproduce el tiempo de la cotidianidad -, propicia un intenso intercambio entre el mundo real y lo imaginario, fenómeno que incide de manera angular sobre los mecanismos psicológicos del individuo.

## 2.1 - PARADIGMAS PARA EL ESTUDIO DE LA TELENVELA

¿Cómo se refleja esto en el estudio de las telenovelas?

Obviamente hay un correlato.

De acuerdo a la investigación de Tomás López Pumarejo en su libro *Aproximación a la telenovela* se puede establecer que los primeros estudios sobre este género (soap opera) se efectuaron en Estados Unidos a partir de la salida al aire de la radionovela *Painted Dreams* (1930). Desde entonces dos tónicas han marcado estas investigaciones. Por un lado, los estudios de marketing y por otro, especulaciones de tipo sociológico-empirista que procuran detectar el protagonismo del soap opera como agente de alienación.

Asimismo, hay visiones que parten de bases culturalistas o esteticistas, las cuales tienden a catalogar al soap como paradigma del no-arte o anti-arte, en consecuencia, un producto kitch (su lógica está en el decir efectivo, subrayado y no en el sugerir como sucede con el arte).

Soap Opera denota un nombre peyorativo que implica una especie de ópera degradada destinada para las amas de casa, quienes compran aquel producto estigmatizado con espuma de ignorancia: el detergente. De esta manera la actitud acuñada hacia el público mayoritario (amas de casa) ha limitado el estudio sobre la audiencia, ya que es un público negativamente popular que se distingue de otros por sus diferencias y no por lo que tiene en común con otro tipo de audiencias. Sin

excepción alguna, los estudios sobre radionovelas y telenovelas en latinoamérica siguen esta tónica.

Ante el asombroso éxito de la radionovela en los años 40 surge el boom de las investigaciones que hacen a ésta objeto de la teoría hipodérmica que denuncia el producto como indoctrinador. La postura fue resultado de la Primera Guerra Mundial, se considera que el apoyo a la destrucción fue gracias a la prensa y la radiodifusión. Los mensajes según esta teoría, funcionan como virus inyectado en la psiquis del receptor.

La manifestación más extrema sobre el soap, fue la del psiquiatra neoyorquino Louis Bergh, quien señaló que la TLN genera estados de ansiedad severa, taquicardias y arritmias y que además se adecuaba a la finalidad de dar apoyo a la guerra. Estas aseveraciones desatan el primer boom de investigaciones y descargan sus baterías sobre el producto maléfico rearticulando un discurso científico. Las ciencias sociales en adelante se harían cargo del soap.

La teoría de hipodérmica adquiere dos vertientes opuestas: la primera, ve la relación radionovela-radioescucha como indoctrinador y manipulado. Se escandaliza porque la TLN emboya y vende detergente utilizando las mismas estrategias que se usaron en la propaganda política de la Primera Guerra Mundial. La segunda, defendida por los productores del soap, ve tal relación como la de maestro-estudiante, de esta manera se encarga de legitimar los valores sobre los cuales se sostiene la sociedad: el papel tradicional de la mujer como base de la familia.

La irrupción del conductismo en la psicología norteamericana se encargó de desacreditar la teoría hipodérmica demostrando que la comunicación no era un virus introyectado en la audiencia, sino que sus efectos dependían de las circunstancias del receptor. Se conceptualizó los mensajes como estímulos y al investigador como observador de las respuestas que a corto plazo tales estímulos provocan en los sujetos-muestra (audiencia). La visión de estímulo respuesta vigente desde los años



20 traslada el esquema a la relación soap y su audiencia. Modelo predominante en los esporádicos estudios sobre el soap.

En 1972, después de 25 años de silencio resurgen las investigaciones sobre el soap a partir de un artículo de Natan Katzman publicado el mismo año en la revista *Public Opinion Quarterly* bajo el título de *A propósito, qué ha estado pasando con la telenovela*. Dichos estudios en general parten de la visión de que la telenovela distorsiona la realidad y en consecuencia, de lo que se trata es de medir tal distorsión. El soap no es entendido como ficción que recrea la realidad afectiva de los personajes dentro de un tiempo que reproduce la cotidianidad basándose en la dinámica de las situaciones límite. El público al ver sabe que no es realidad, que no es un documental.

Una actitud tradicional parecida se nota en los estudios realizados en América Latina en esa etapa, ya que éstos se ubican entre la especulación sociológica, la semiótica y el análisis de contenido. El punto de vista legado por la crítica estética y sociológica, ve a la telenovela como un producto que aliena imponiendo ciertos patrones de vida, sin embargo no reconoce a éste como un sistema textual ni se indaga las causas de su alto consumo relacionado con el alto monto de satisfacción que produce en el público. Es decir, un objeto de placer estético.

El libro de Robert C. Allen "Speaking of Soap Operas", publicado en 1985 da un viraje sobre la óptica de los estudios anteriores. Consiste en un riguroso análisis semiótico de las relaciones texto-receptor mediante los condicionantes socio-históricos del género. Por medio de recursos de análisis literarios se trata de investigar las leyes internas del soap, a la luz de sus antecedentes, influencias artísticas y de las condiciones materiales de su producción.

Pese a que desde los años treinta se ha ido develando que la audiencia del soap no se limita al ama de casa y pese que han surgido una serie de modificaciones,

adaptaciones y sofisticaciones, hay cierto sector que sigue considerando a la telenovela sólo como un subproducto sustentado por la manipulación de la publicidad. Asimismo, se ve al público como un conjunto de personas poco ilustradas, frustradas que no les queda otra cosa que divertirse con trivialidades.

Como vemos, hay un correlato. La mayoría de estudios han sido efectuados de acuerdo a la escuela conductista y funcionalista. Posteriormente, a partir de la década de los 60 se perfila un análisis ideologista que aplica los conocimientos de la semiótica, pero que concentra toda su concepción en el contenido del mensaje.

Así resulta lógica la perspectiva de la mayoría de estudios tendientes a contestar qué no es la telenovela y cuánto daño hace, en vez de preguntarse qué es y las causas de su masivo encanto que se remiten a factores psicológicos, sociales y culturales sometidos a una dinámica peculiar que determinan los sentidos de lectura, resemantización y apropiación de los usos.

Posteriormente, en la década de los 80, hay estudios ligados a la hermenéutica y las mediaciones. Uno de ellos adquiere importancia y marca una nueva forma de acercarse al fenómeno, es el proyecto de investigación a nivel de América Latina, dirigido por Jesús Martín Barbero y coordinado por la Universidad de Colima. Estas investigaciones, si bien se remiten a diversos aspectos; tienen un eje común: estudiar la telenovela como una mediación, como un género, una unidad de lectura que se remite a las matrices culturales melodramáticas. Razón por la cual un género anacrónico (que guarda una estructuralidad de relato) tiene vigencia en el hoy. Sin embargo, debemos señalar que estos estudios han sido desactivados y ninguno tiene en cuenta la gravitación del aspecto psicológico, ni indaga sobre la categoría de imaginario. Punto clave de la teoría barberiana que tampoco es analizada por el mismo autor (*Televisión y Melodrama, De los medios a las mediaciones*) dentro de su concepción de la comunicación en la que propone investigar los procesos de constitución de lo masivo "desde las mediaciones y los

sujetos, esto es, desde la articulación entre prácticas de comunicación y movimientos sociales”<sup>5</sup>

En este contexto efectúa el seguimiento de la matriz melodramática de la telenovela. Sin embargo, la categoría de imaginario a la cual se remite para explicar la efectividad de un producto, no es profundizada conceptualmente. Sólo de manera tangencial se le relaciona con la identificación y proyección.

Los esfuerzos por esclarecer el seguimiento de la matriz melodramática, su origen y mecanismos, es lo que nos hace encontrar el extremo del hilo que urde lo psicológico, lo político y lo cultural, cuya dinámica da por resultante la conformación del imaginario. Complejo entramado que se intenta desbrozar a través del análisis teórico y metodológico, así como el estudio de campo que confirma la correspondencia entre imaginario y telenovela. Demostración de nuestra hipótesis que nos permite atisbar algunas conclusiones sobre la incidencia decisiva del imaginario que traspasa la supuesta intrascendencia del gusto y preferencias que pueden determinar decisiones políticas y sociales de una comunidad o grupo social.

### **3.- MARCO TEORICO Y METODOLOGICO**

La hipótesis central de la investigación, se basa en los estudios de Alberto Cirese<sup>6</sup> y Maurice Halbwachs<sup>7</sup>, quienes manifiestan que la telenovela es un producto hecho especialmente para significar, pero dicha significación anuda y anida en el imaginario con la memoria colectiva.

Consideramos también la aseveración de Jesús Martín- Barbero: la efectividad de un producto obedece a la profunda dinámica entre imaginario y memoria colectiva.

De lo mencionado, se desprende que la efectividad de un producto corresponde a determinado imaginario. Finalmente, concluimos que la efectividad de la telenovela (género más consumido en América Latina), obedece a la existencia del imaginario latinoamericano urbano-masificado, que es moldeado sobre la base de lo psicológico y las mediaciones constitutivas de lo social y cultural. Esta compleja dinámica adquiere corporeidad en la vigencia de la matriz melodramática que moldea lo que denominamos imaginario. El mismo que presenta rasgos específicos, tal como demostramos en los estudios de campo en México D.F. y Lima. Variantes que tienen su explicación en la incidencia de diversos hechos sociales y culturales que son abordados en la construcción teórica de los perfiles imaginarios correspondientes.

En este sentido nuestro marco teórico y metodológico intenta fusionar lo psicológico, social y cotidiano dentro del campo cultural (que es donde se da el proceso de comunicación) para explicar los aspectos simbólicos del consumo de la telenovela. Es decir, las formas de apropiarse de este producto, los usos que se le da y la incidencia que tiene en la formación del imaginario y su proyección a la realidad, desde las decisiones y actitudes sentimentales, hasta las políticas.

El marco teórico y metodológico se sustenta sobre cuatro aspectos fundamentales: el eje del estudio se efectúa desde el ámbito del consumo; el campo de análisis, es el cultural; el reconocimiento de la situación se opera desde las mediaciones y los sujetos. Específicamente de las unidades familiares.

Algunos aspectos de este esquema, están inspirados en los planteamientos de Pierre Bourdieu sobre el consumo, quien señala que las clases se diferencian no sólo por su relación con la producción, sino por el aspecto simbólico del consumo, o sea por la manera de usar los bienes transmutándolos en signos<sup>8</sup>.

Retomamos también la concepción de campo para establecer la dinámica y lucha que se da en el espacio del consumo masivo de la telenovela. Para Bourdieu la

estructura del campo es un estado de la relación de fuerzas entre los agentes y las instituciones que intervienen en la lucha por el capital específico el cual ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias ulteriores. Los que dominan el capital acumulado, fundamento del poder o de la autoridad de un campo, tienden a adoptar estrategias de conservación y ortodoxia; mientras que los otros prefieren las estrategias de subversión<sup>9</sup>.

Para que funcione un campo, es necesario que haya algo en juego y gente dispuesta a jugar, es decir que a través del habitus (nosotros aplicamos nuestra categoría de imaginario) pueda reconocer las leyes immanentes del juego.

De acuerdo a estos principios o leyes generales sobre el campo, establecemos que la dinámica de la lucha entre los detentores de los medios de comunicación y los receptores de telenovelas, genera ciertas variables secundarias que se relacionan con la creación de sentidos de la lectura y apropiaciones de usos en el momento de la recepción de acuerdo a los mecanismos de identificación y proyección.

De esta manera se puede establecer la siguiente relación: los que poseen los medios de comunicación, en este caso los canales o redes televisivas, emiten mensajes que perennizan los valores conservadores sobre el amor, la pareja y la familia, el público receptor que no posee estos medios en la realidad mantiene latentes sus deseos de herejía. Esta situación tiene su correlato en el mundo imaginario ya que para las clases poseedoras de los bienes van a predominar los mecanismos de identificación con los valores morales conservadores; mientras que en las clases bajas predominan los mecanismos de proyección en la víctima de la telenovela quien subvierte su situación de sometimiento.

Asimismo, tenemos en cuenta los aportes teóricos de Jesús Martín Barbero quien ve la comunicación más como un asunto de mediaciones que de medios, esto es ubicar el estudio de la telenovela desde las mediaciones y los sujetos, desde las

articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, remitirnos a las diferentes temporalidades <sup>10</sup> y efectuar el seguimiento de la matriz cultural de este género que se sustenta en la efectividad de ciertos mecanismos psicológicos. Los mismos que entran en juego en el momento de la percepción, propiciando los diversos sentidos que alcanza el mensaje.

## **METODOLOGIA**

La hipótesis: el éxito de la telenovela obedece al imaginario urbano masificado, es el punto de partida para una metodología que media entre lo individual y lo grupal, entre lo psicológico y lo sociocultural. Esta metodología se construye en base a un análisis crítico de los diversos paradigmas que se han utilizado en América Latina para el estudio de la comunicación. La revisión del origen de este proceso y su evolución es lo que determina dicha metodología cuyo eje de estudio opera desde el consumo y que se vertebra a partir de la construcción del concepto imaginario.

Como más adelante se explica, el imaginario es una categoría que surge de la mediación del mundo real y las inducciones de éste hacia lo simbólico y lo imaginario, las mismas que se revierten en la transformación de la realidad en una dinámica infinita. Es decir, existe una base psicológica que es moldeada por lo social, lo cultural y específicamente por los mass media que perfilan un imaginario correspondiente a la sociedad consumista.

En consecuencia, esta categoría conceptual nos hace partir de los mecanismos psicológicos en los que se sustenta la comunicación. En segundo lugar, cómo éstos son activados por las mediaciones constitutivas de lo social y cultural, al punto de conformar una instancia psicosocial que determina el comportamiento del individuo frente a una realidad dada y por tanto, su forma de consumir los productos masivos.

Ubicamos desde el lado del consumo implica, a su vez, el reconocimiento de la situación desde "las mediaciones y los sujetos, esto es, desde la articulación entre prácticas de comunicación y movimientos sociales"<sup>11</sup>.

En este sentido, de acuerdo a los estudios de Jesús Martín Barbero (*De los medios a las mediaciones, Televisión y melodrama*) y Carlos Monsiváis ("*Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX*", en *Historia General de México*, vol IV, El Colegio de México, El Colegio de México, 1976) efectuamos el seguimiento de la matriz melodramática de la telenovela, relacionando la vigencia de determinados mensajes con hechos sociales como la constitución de lo masivo en América latina. Este seguimiento así como la construcción teórica de la categoría de imaginario nos permite esbozar el perfil del imaginario urbano masificado.

En este proceso vemos cómo el discurso melodramático que articula la televisión y que se sintetiza concentradamente en la telenovela goza de una influencia y seducción que cataliza y da forma al imaginario predominante: el bienestar y el sueño de la felicidad a través del amor que cobra forma en la fórmula universal de la pareja monogámica bajo la institución del matrimonio y un status de vida confortable sustentado en el consumismo.

La investigación desde el consumo y los usos propicia un desplazamiento a los movimientos sociales. Esto en un nivel macrosocial, pero también, remite a la mediación de la unidad familiar desde la cual realizamos la investigación de campo que permite analizar las formas de ver, los sentidos y las apropiaciones de usos de la telenovela. De acuerdo a la fase cualitativa de convivencia con familias tipo y la aplicación de encuestas en la fase cuantitativa, construimos el perfil del imaginario urbano latinoamericano, a nivel general. Luego elaboramos los perfiles peruano y mexicano, así como los correspondientes a cada nivel social.

Finalmente, comprobamos la correspondencia de los imaginarios latinoamericanos: el construido teóricamente y el efectuado a través del trabajo de campo. En segundo lugar establecemos la diferencia entre los perfiles de imaginarios mexicano y peruano y su correspondencia respecto al tipo de telenovelas más consumidas. También se analiza cómo estos imaginarios tienen correlato en ciertos códigos de comportamientos sociales y morales. Situación que nos hace pensar en la unión de tramas de lo cotidiano, social y afectivo, que urdimos a través de nuestra categoría de imaginario urbano latinoamericano.

#### **4.- INVESTIGACION DE CAMPO**

De acuerdo a la propuesta del reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos podemos inferir dos alternativas para ver los modos en los que la sociedad se relaciona con la TLN. Cómo mira, lee y se apropia. La primera, una forma externa, referente a las dimensiones sociodemográficas de las relaciones sociedad - telenovela y otra, que rescata la importancia de la vida cotidiana y descifra el mismo proceso a partir de la mediación de la unidad familiar.

Optamos por la segunda alternativa - dadas las limitaciones de un trabajo de investigación individual - que rescata la importancia de la vida cotidiana en el desplazamiento del campo de estudio de la comunicación hacia el consumo, ámbito a partir del cual, determinamos las lecturas y apropiaciones que desde las vidas cotidianas accionan las unidades familiares.

Inspirados en el método de Rosa María Alfaro, la primera fase de nuestro trabajo de campo consistió en observar por espacio de dos meses a 24 familias (en ambos países tres familias pertenecientes a los cuatro sectores correspondientes: clase alta, media, baja y baja empobrecida), para determinar el peso relativo de las TLNs y su circunstancia dentro de la vida diaria de las unidades domésticas consideradas. Asimismo, esta fase cualitativa e inductiva permite determinar los



modos de construcción y reinterpretación simbólica de acuerdo a su lugar en el espacio social. Las respuestas son sistematizadas y sintetizadas para efectuar un cuestionario de preguntas cerradas.

Luego pasamos a la fase cuantitativa para indagar los modos de ver, los procesos de selección y preferencias donde entran en juego los mecanismos de identificación y proyección y apropiación de usos sociales. Así como el perfil del imaginario y el tipo de moral a través del intercambio entre la ficción y la cotidianidad. Dicho perfil que comprende una forma de vida y una visión existencial de la misma coincide con el construido teóricamente a partir de un seguimiento de los momentos socio culturales importantes en América Latina y vigencia de la matriz melodramática a través de diversos géneros populares masivos, lo cual explica el éxito de la telenovela latinoamericana.

La recuperación que del relato hace el receptor focalizado en el espacio de lectura individual-familiar y el sentido que éste adquiere en la conformación y coincidencia con su imaginario en una dinámica de retroalimentación que tiene que ver mucho con la competencia cultural, es decir con la demanda de un producto donde convive la fórmula comercial y ciertas matrices culturales.

El trabajo comprende las siguientes fases:

**PRIMERA:** Indagar los efectos de una topografía televisiva que incide en el establecimiento de una topología simbólica configurada por las formas de ver y los usos sociales. Esto es, determinar de qué manera incide el lugar que ocupa el televisor en los sentidos y apropiaciones de los usos de diversos auditorios. Asimismo, el establecimiento de una tipología de tiempos que no sólo se relaciona con el horario de la telenovela y su duración, sino con la calidad de tiempo que destina el receptor para ese fin. Dicha fase cualitativa de observación se efectúa a través de la convivencia de un mes con doce familias. En Lima determinamos cuatro barrios característicos de acuerdo a los cuatro niveles económicos establecidos por la empresa APOYO S.A.<sup>12</sup> San Isidro y La Molina (Nivel A),

Lince (Nivel B), San Martín de Porres (Nivel C) y El Pueblo Joven Héroes del Pacífico (Nivel D). En México D. F., de acuerdo al estudio nacional de censo hecho por el Instituto Nacional de Estadísticas, INEGI\*, seleccionamos los barrios de Polanco y Las Lomas (Nivel A), Coyoacán (Nivel B), Tacuba (Nivel C) y las barrancas de la Delegación Alvaro Obregón (Nivel D).

SEGUNDA: Observación de los modos de ver y apropiaciones de usos de estas veinticuatro familias de acuerdo a la topografía y tipología temporal establecidas en la fase anterior.

TERCERA: Efectuamos la fase cuantitativa de acuerdo a la frecuencia de situaciones y respuestas entre las familias tipo, las mismas que sirven para elaborar el cuestionario de las encuestas realizadas a cuarenta familias correspondientes a los cuatro niveles socioeconómicos. El cuestionario comprende dos variables generales que a su vez se subdividen en otros puntos. La primera variable general es *Formas de ver y Apropiaciones de usos*, la cual comprende: Presencia de la televisión en la vida cotidiana, formas de ver, procesos de selección y de implicación, Usos sociales. La segunda es *Perfil Imaginario Latinoamericano Urbano Masificado* y comprende: Visión existencial a través de la pantalla y Valores morales y amorosos a través de la pantalla.

## 5.- CATEGORIAS CONCEPTUALES

### CONSUMO

El desplazamiento metodológico hacia el campo cultural, genera el cambio del eje tradicional del análisis y su punto de partida: el estudio de la correspondencia entre telenovela e imaginario se efectúa desde las mediaciones y los sujetos. Lugar desde el cual se configura la materialidad y expresividad de la telenovela y lugar desde el cual también se visualiza la seducción, la complicidad, la resistencia y la apropiación de los usos del receptor.

El reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos, posibilita que la lectura adquiera su carácter gravitante como actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido. Así el receptor no sólo es un decodificador, sino un productor de resistencias y sentidos.

En la lectura de la telenovela no sólo hay reproducción de patrones de conducta o cumplimiento del deseo estándar en la piel de los protagonistas, sino producción de sentidos que cuestiona la supuesta verdad del texto, por que éste no constituye una máquina unificadora de la heterogeneidad, sino es el espacio donde se cruzan una serie de sentidos. Los mismos que son determinados por el imaginario.

Este nuevo eje de estudio está inspirado en la teoría del consumo de Pierre Bourdieu quien considera que la estructura global del mercado simbólico configura las diferencias de gustos entre clases, más esta diferencia no está determinada por estructuras macrosociales, sino por el habitus. Concepto que trata de reconstruir el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas<sup>13</sup>.

Para nosotros la forma de consumo va a estar determinada por el imaginario, categoría que construimos sobre la base de los mecanismos psicológicos y la acción de las mediaciones constitutivas de lo social y cultural<sup>14</sup>.

Para Bourdieu, la sociedad aparte de organizar la distribución de los bienes simbólicos, también organiza en los grupos y los individuos, la relación subjetiva con ellos, la conciencia de lo que cada uno puede apropiarse. En esta estructuración de la vida cotidiana se arraiga la hegemonía, no tanto en un conjunto de ideas "alienadas" sobre la dependencia o la inferioridad de los sectores populares; como en una interiorización muda de la desigualdad social, bajo la forma de disposiciones inconscientes, inscritas en el propio cuerpo, en el ordenamiento del tiempo, del espacio, en la conciencia de lo posible y de lo inalcanzable.

El habitus debe encontrar condiciones propicias para ejercerse. En consecuencia, hay una interacción dialéctica entre la estructura de las disposiciones y los obstáculos y oportunidades del presente. Si el habitus tiende a reproducir las condiciones que lo generaron, un contexto distinto, permite reorganizar las disposiciones adquiridas y producir prácticas transformadoras. Reconoce esta situación, sin embargo su teoría social remarca los procesos de reproducción, omitiendo así que el habitus puede variar según el proyecto reproductor de diferentes grupos.

Este rol pasivo que puede inferirse al receptor a través del concepto de habitus, se revierte de acuerdo a la visión de Barbero, quien rescata los modos de réplica del dominado detectando resistencias y apropiaciones desde los usos .

El espacio de la reflexión sobre consumo es el espacio de las prácticas cotidianas en cuanto lugar de interiorización nuda de la desigualdad social, desde la relación con el propio cuerpo hasta el uso del tiempo, el hábitat y la conciencia de lo posible en cada vida, de lo alcanzable e inalcanzable. Pero lugar también de la impugnación de esos límites y de expresión de los deseos, de subversión de códigos y movimientos de la pulsión y del goce. El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales<sup>15</sup>.

Esto es determinar las lecturas y apropiaciones de los usos desde las vidas cotidianas. Dicha perspectiva permite ver una serie de intercambios y fenómenos

como la seducción, complicidad, resistencia y apropiación de los usos. Así como, el punto clave de la lectura de la telenovela donde se producen los sentidos del mensaje y la importancia de la mediación (la familia) a partir de la cual se efectúa dicha lectura. El intercambio que se opera entre lo cotidiano y lo imaginario en el momento de la recepción.

Finalmente, abordar el diálogo desigual que se da entre las demandas de las culturas subalternas y cómo éstas son recicladas por la industria cultural masiva a través del género en su afán de legitimar las instancias de poder.

#### **MATRIZ MELODRAMÁTICA**

El seguimiento de la matriz melodramática de la telenovela remite a un largo proceso de mediaciones que está íntimamente ligado a la dinámica de los movimientos sociales y por tanto, a la simbología de sus componentes expresivos, los mismos que remiten a un formato donde se conjunta la fórmula comercial con elementos correspondientes a la cultura popular.

En este sentido, investigamos el éxito de la telenovela a partir de ciertas transformaciones en la cultura urbana, marcada por el proceso de transnacionalización, como por la emergencia de sujetos sociales e identidades culturales nuevas. Seguimiento que de acuerdo al estudio de Barbero, nos permite determinar la matriz cultural predominante en esta parte del continente. Sin embargo, la etiología de tal conformación y su evolución la explicamos de acuerdo a una visión psico-cultural.

Este planteamiento teórico implica el reconocimiento de la sociedad latinoamericana, su destiempo de modernidad y subdesarrollo como espacio de mediación que va a posibilitar la vigencia de una matriz anacrónica como la melodramática que adquiere vigencia a través de la telenovela.

En este marco podemos descubrir que los componentes de la telenovela no sólo obedecen a los patrones de la industria cultural; sino que en ella también perviven ciertos elementos populares que han sido reciclados por la industria cultural masiva.

### REALIDAD LATINOAMERICANA

Para instalarse en la realidad latinoamericana, es necesario tener en cuenta el fenómeno de la transnacionalización que juega un papel decisivo en la comunicación pues no implica sólo la imposición de un modelo económico, sino la internacionalización de un modelo político que anula una identidad nacional y que juega principalmente en el campo de las tecnologías de comunicación.

El campo de estudio es la nueva situación de mestizaje cultural de México D.F. y de Lima, denso entramado pluricultural donde se registran formas de consumo y de apropiaciones de usos de la telenovela, así como de imaginarios que indagamos a través de la mediación de la unidad familiar. Esto por que la televisión en América Latina tiene aún a la familia como unidad básica de audiencia. Ella representa para las mayorías la situación primordial de reconocimiento y al mismo tiempo la televisión interpela, interroga la cotidianidad familiar.

Al hablar del mestizaje de las dos sociedades, nos referimos al mestizaje cultural, que " no se remite al tradicional hecho racial del que nos originamos; sino a la trama hoy de modernidad y discontinuidades culturales, de formaciones sociales y estructuras del sentimiento, de memorias e imaginarios que revuelven lo indígena con lo rural, lo rural con lo urbano, el folklore con lo popular y lo popular con lo masivo"<sup>16</sup>.

Desplazarse del ámbito ideológico al cultural, es ubicarse en el campo estratégico donde se da el consumo de la telenovela con todas las contradicciones que conlleva este proceso. Desigual intercambio donde se establece que lo popular

no sólo habla desde las culturas indígenas o campesinas, sino desde la trama de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano y de lo masivo.

Por esta razón un producto-mediación como la telenovela, pese a conservar características arcaicas (se remite a la estructura del relato y temas primigenios pulsionales), tiene una exitosa presencia que recicla los nuevos modos de actuar, de sentir, de amar, así como, los nuevos mitos de las sociedades urbanas.

En consecuencia, la telenovela no puede ser estudiada al margen del proceso histórico de construcción de lo masivo. Si no, ver las expresiones populares antecedentes del producto-mediación en latinoamérica y relacionarlo con el proceso a través del cual las masas adquieren visibilidad social y se consolida la masificación.

Paralelamente, abordar el surgimiento de un imaginario masivo latinoamericano moldeado por los mass media, que a su vez son mediadores de las instituciones de la sociedad. Proceso inmerso en una dinámica de retroalimentación, el imaginario que fuerza la realidad y la realidad que induce a la conformación de un imaginario.

## **GENERO**

Para ubicar a la telenovela como objeto de estudio partimos de la concepción de género en la medida que para los productos masivos de comunicación la regla estética es aquella que se ajusta al género como la unidad básica de comunicación y reconocimiento del hombre medio.

En esta medida la telenovela presenta una estructura, temas y sintaxis que son atractivos y comprensibles para el público medio. Estructura y sintaxis que se remite a la matriz melodramática la cual se sustenta primigeniamente en el mecanismo del relato oral que va del desconocimiento al conocimiento de algo y la consiguiente revelación que origina la reversión de la

situación en favor de los que sufren, sobre todo la víctima. El eje que vertebra todas las acciones es la vida afectiva de los personajes.

La serialidad y porosidad de la telenovela son factores que la introducen dentro de la cotidianidad y que propician un intenso intercambio entre la realidad y lo imaginario. La serialidad que es un recurso de estructura temporal está construido imitando la vida real sobre el eje de situaciones límite que tejen un entramado entre escenas, capítulos y el ansiado final. Tiempo ficticio que recrea el existencial y que urde una trama donde convergen la cotidianidad del espectador y la temporalidad de la telenovela. La porosidad temporal característica a través de la cual se incluyen temas o situaciones coyunturales es otro poderoso factor que hace más imperceptible el hilo aún entre realidad y mundo imaginario. El mismo que se magnifica por el elemento de la afectividad que impregna el diario intercambio de escenas y deseos del espectador.

Este intenso intercambio que propicia la telenovela como producto mediación hace que se constituya en el gozne entre consumo y producción, por que la estrategia comercial accede a ciertas demandas que provienen de la audiencia para poder legitimar la cultura masiva dominante que sincretiza la del

estado, la iglesia y las instituciones, transmitiendo códigos y patrones de comportamiento, los mismos que para legitimizarse tienen que reciclar demandas del público que remozan mitos de acuerdo a la cambiante realidad del mestizaje cultural urbano.

En esta medida vemos que el género de la telenovela desde su aparición presenta diversos cambios debido a su naturaleza de producto mediador inmerso en el diálogo entre producción y consumo. Proceso que revela una efectiva estrategia de acuerdo al éxito de determinadas telenovelas que se constituyen en clásicas, porque se ajustan al imaginario vigente, el cual empalma



con el formato melodramático que remite a un mismo tronco antropológico y que a su vez contiene demandas de forma y contenido de la audiencia.

Esta situación se constata en la variación que han registrado diversos tipos de telenovelas como las brasileñas, las colombianas o las producidas en Miami, las cuales si bien tocan temas tópicos, imprimen un tratamiento más real y presentan nuevos personajes que surgen del contexto actual. Intento que retomaran los productores mexicanos del canal 13, con la telenovela *Con toda el alma*.

Así entre la lógica del sistema productivo y la lógica de los usos, media la telenovela. De acuerdo al seguimiento histórico de los sucesos sociales y el establecimiento de la matriz melodramática y el trabajo de campo, vemos que estas reglas son las que básicamente configuran los formatos y logran el reconocimiento cultural de los grupos.

#### **APROPIACION DE LOS USOS**

La implicación del televidente y la producción de sentidos en el momento de la lectura, trae consigo la apropiación de usos de la telenovela que efectúa cada tipo de público. Este mecanismo de utilizar para diversos fines determinado producto, ya sea como aliciente, como vehículo de aprendizaje o como disfrute del camp (consumo placentero de un producto cultural considerado kitch) no solamente queda relacionado al sector o clase social. Si bien hay cierta correspondencia entre las lógicas de uso y las clases sociales, vemos que esta relación no se agota en este punto.

Dicha relación también pone en evidencia además una serie de factores observables etnográficamente en la disposición del tiempo y del espacio cotidianos. Desde el lugar que ocupa el televisor en los hogares se puede establecer una topografía que tiene incidencia en la forma de ver que puede ir

desde compartida y comunicativa hasta aislada e individualista. Esta topografía posibilita el establecimiento de una topología simbólica que se configura por los usos de la telenovela que hace cada tipo de audiencia. Del mismo modo opera una tipología de los tiempos que no sólo implica el tiempo que se destina a ver telenovelas, sino el tipo de tiempo que se invierte en ello y el consiguiente provecho que se obtiene en ese proceso.

Como se se ve en estas modalidades de consumo no sólo actúa la lógica de la industria cultural, sino la distancia entre los ofrecimientos de ésta y los modos de apropiación. Punto de partida desde el cual realizamos el trabajo de campo en base a la convivencia efectuada con familias correspondientes a los cuatro niveles sociales tanto en México D.F. y Lima. Fase cualitativa que permite observar ciertas constantes que se aplican en las encuestas en una fase cuantitativa que expresa la tendencia de gusto y de lectura en cada clase y las implicancias en cada una de ellas.

## **IMAGINARIO**

El enfoque psicocultural recoge algunos principios de Sigmund Freud (Obras Completas Tomos XVI, Conferencias de Introducción al Psicoanálisis, Parte III, 1916 - 1917) que explican los mecanismos compensatorios del deseo incumplido en el receptor y la dinámica de las instancias psicológicas en el momento de percibir el mensaje. De esta manera, podemos analizar la seducción, complicidad, identificación y proyección del televidente. De acuerdo a la teoría freudiana sobre la descomposición del YO, podemos inferir que en el fenómeno de la recepción intervienen las tres instancias que conforman la psiquis del individuo. Este recibe un mensaje en el plano consciente, pero en su asimilación intervienen también las instancias de lo subconciente e inconsciente.

Para que el análisis no se quede en el terreno intraindividual, luego de explicar la dinámica a nivel personal; se extrapola el mecanismo y las categorías, al terreno grupal. Para ello nos basamos en los estudios hechos por Erich Fromm (*La Aplicación del Psicoanálisis Humanista a la Teoría de Marx*) sobre el carácter social y de Pierre Bourdieu (*Sociología y Cultura*) sobre el habitus que son acciones generadas por estructuras objetivas y prácticas individuales que generan esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción.

Sobre esa mediación entre lo objetivo y lo inconsciente, entre lo social y lo individual, construimos la categoría de imaginario latinoamericano. Para la conceptualización de esta categoría nos basamos en los estudios de Cornelius Castoriadis (*La institución imaginaria de la sociedad, Vol. II: El imaginario social y la institución*), Pierre Ansart (*Ideología, conflictos y poder*), quienes investigan el origen, la constitución y evolución del imaginario. Así como el estudio de Edgar Morin (*El espíritu del tiempo*) sobre el imaginario que crea la industria cultural.

Si a nivel individual, en el momento de la percepción intervienen las instancias de lo consciente, subconsciente e inconsciente. A nivel de grupo, podemos establecer el mismo mecanismo de acuerdo a la enunciación de Barbero, "La efectividad de un producto obedece a la profunda dinámica del imaginario y memoria colectiva". Así el correspondiente del preconsciente individual (vivencias que perviven en la penumbra, entre lo consciente y lo inconsciente), sería el imaginario social (resagos de la memoria colectiva que perviven en las matrices culturales y que son activadas por la realidad y recicladas por la industria cultural para producir los géneros) y del inconsciente individual (el lado oscuro de nuestras pulsiones reprimidas), la memoria colectiva (restos culturales casi sepultados por la represión de la cultura oficial, pero que son activados por ciertos referentes reales o de ficción).

- <sup>1</sup> García canclini N. "Introducción: La sociología de la cultura de Pierre Bordieu", en *Sociología y Cultura*, (1990), P.34.
- <sup>2</sup> Morin E., *El Espíritu del Tiempo*, (1966), P.110.
- <sup>3</sup> *Ibidem.*, P.110.
- <sup>4</sup> Beltrán L.R., "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina" en *Sociología de la Comunicación de masas*, Vol.I, Escuelas y autores (1985), p.86.
- <sup>5</sup> Martín-Barbero J., *Op. cit.* (1987), P.11.
- <sup>6</sup> "Signicidad, fabrilidad, procreación", en *Culturas Contemporáneas*, Vol.I, N°1, (1986).
- <sup>7</sup> Halbwachs M., (1980)
- <sup>8</sup> Bordieu P., *La Distinción* (1979), P.563 y ss.
- <sup>9</sup> Bordieu P., *Sociología de la Cultura*, (1990), P.135.
- <sup>10</sup> Martín-Barbero J., *Op. Cit.* 203
- <sup>11</sup> Martín-Barbero J., *Op. Cit.* P.203
- <sup>12</sup> "Estudio de Distribución de la población de Lima Metropolitana por niveles socioeconómicos" (1994), efectuado por la empresa APOYO S.A., en el cual se observa el crecimiento del nivel D, como consecuencia de la recesión, la migración del campo a la ciudad y su mayor tasa de natalidad.
- <sup>13</sup> Bordieu P., *Le sens pratique*, (1980), P.86.
- <sup>14</sup> Véase Segunda Parte: El imaginario creado por la industria cultural P.113.
- <sup>15</sup> Martín-Barbero J., *Op. Cit.* P.231.
- <sup>16</sup> *Ibidem.*, P.10.

*El fenómeno telenovela como hecho social es complejo, permite comprender el corazón de la composición social, la parte del alma que existe en el movimiento social, la vía sentimental de la organización global de lo humano.*

Jesús Galindo

## **II.- UBICACION DE LA TELENVELA COMO OBJETO DE ESTUDIO**

De acuerdo al marco teórico, consideramos a la telenovela como un producto mediación que sintetiza la evolución de diversas expresiones culturales que remiten al melodrama, pasando por la novela, el circo, la carpa, el cine, el radioteatro y la radionovela. En este sentido, el lenguaje, tema y estructura de la telenovela tiene como referencia matrices culturales arcaicas inducidas y cimentadas sobre una base psicológica, las mismas que al ser activadas por determinado contexto, dan por resultado un producto característicamente latinoamericano.

La formación y evolución de la telenovela está inmersa en el proceso de comunicación que a su vez, está atravesado por las coordenadas de las mediaciones constitutivas de lo cultural y lo político. La telenovela como mediación está sujeta a la dinámica del intercambio cultural que implica reciclar los mitos provenientes de las diversas instancias de la sociedad; así como las demandas de la cultura popular - que se manifiesta a través de la cultura de masas - bajo el emblema simbólico del mito del amor y de la felicidad, teñidos por una moral católica y un espíritu nacionalista.

La telenovela lleva marcas y constricciones desde su producción hasta su consumo. En cuanto a la producción, está sometida al diálogo entre la industria cultural y las demandas provenientes de los sectores populares que hablan a través de la cultura de masas. Del mismo modo, su lectura está condicionada por los

sentidos que pueda atribuirle el receptor de acuerdo a su forma de consumir que lo remite a determinado sector social y cultural.

La tipificación de la telenovela como mediación, nos remite a diversas temporalidades y matrices culturales que se sustentan sobre la base de un tronco antropológico común: el cumplimiento del deseo a través del modelo de representación dominante.

La telenovela, como cualquier producto masivo, media entre la institucionalidad que representa la cultura oficial: estado, iglesia, sociedad, y ciertas demandas masivas que no logran expresarse debido al dominio de las instancias de poder que rigen el ejercicio y la propiedad de los bienes culturales que se traducen en los parámetros que impone la industria cultural masiva a través de los canales de televisión.

Poder que reprime ciertas expresiones, las mismas que no logran ser destruidas ni erradicadas y que latentes, van a ese gran caudal de la memoria colectiva. Otros rasgos y rastros culturales conforman el imaginario urbano, cuyos mitos y formas aparecen en la telenovela, sobre todo en la brasileña que recicla el mito de los desposeídos - de dinero o alquimia -, quienes revierten su situación adversa por una de sometimiento a los representantes del poder y orden vigente.

Esta dinámica suena a una versión freudiana del psicoanálisis transportado al terreno de la comunicación y que de alguna manera se atisba en "El malestar en la Cultura". El yo del individuo (grupo cultural) es reprimido por El Super YO (cultura oficial), pero ese deseo reprimido es expulsado hacia lo inconciente (la memoria colectiva). Sin embargo, hay otros deseos que se mantienen en el preconciente (imaginario) y que afloran frente a un estímulo de la realidad en medio de la dinámica de intercambio entre el mundo imaginario y el real.

En este sentido, la telenovela cumple su función de gozne en el intercambio que se opera entre la estrategia comercial y la demanda de las culturas

subalternas. El resultado de este diálogo desigual es el género que no es otra cosa que la mínima unidad expresiva de fácil comprensión.

Atender las demandas culturales de la masa no obedece a ninguna esencia democrática de los mass media; simplemente las instancias de poder en su afán de legitimación recogen esas demandas a través de los mass media. Al fin y al cabo, la telenovela es un producto cultural efectista que perenniza la llamada moral a través de su arquetipo de felicidad de la pareja heterosexual monogámica bajo la institución del matrimonio. La misma que abraza los más altos ideales del nacionalismo, religión católica, moral decente y un status económico que permita el consumismo.

El efectismo de las formas melodramáticas para transmitir mensajes encuentra en la telenovela el producto por antonomasia, ya que propaga un discurso a unidades familiares todos los días y al presentarse propone objetos y guías de acción efectivas.

Dicha presentación cuasi natural de la vida consiste en la elaboración de un discurso entraña un discurso sostenido en la selección y combinación de escenas que están encadenadas emotivamente por el montaje de situaciones límite. La telenovela aparece así como una historia real sostenida en una secuencia "natural" que para dar dicha sensación es precisamente seleccionada.

Por otro lado, la cotidianidad y vida afectiva de los personajes se torna en metáfora del mundo social que al relacionarse con el mundo real adquiere sentido en lo imaginario. Más aún si tenemos en cuenta la característica de porosidad de la telenovela que permite incluir en cualquiera de sus capítulos hechos actuales que suceden o que coinciden con fechas significativas como la Navidad. Así los personajes viven también la "misma temporalidad" que vive el espectador.

Este factor temporal produce la intensificación de la identificación por una doble causa: la telenovela reproduce el tiempo y espacio cotidianos y también al

estar sujeta a la cadena de situaciones límite coincide con la cadena existencial de felicidad e infelicidad, es decir cumplimiento e incumplimiento del deseo, tensión y distensión.\*(Ver III Constitución Psicológica del Receptor y el Síntoma de la televisión)

La coincidencia de temporalidad y espacio cotidianos representan un magnético epicentro para el espectador pues de lo contrario, la telenovela sería fría y distante, equivaldría a ver un documental. Esta fusión entre lo real y lo imaginario, entre lo cotidiano y lo social, es lo que define a la telenovela.

La TLN representa a la vida cotidiana en una puesta en escena muy semejante a como ocurre la vida social en sí. De ahí la importancia de la telenovela, ya que su condición de programa más visto en Latinoamérica, se enmarca en la trascendencia del cambio cultural, ya que la conformación de una cultura política, pasa por el espacio de la información masiva.

## **1.- MEDIACION Y MATRICES CULTURALES**

### **ERIGIDAS SOBRE MECANISMOS PSICOLÓGICOS**

La vigencia de la telenovela, no puede explicarse a través de la alienación ideológica o estrategia comercial, sino de acuerdo a la dinámica de los productos mediación que nos remiten a matrices culturales primigenias como la novela burguesa y el melodrama popular, las mismas que fueron cimentadas fundamentalmente sobre los mecanismos psicológicos de identificación y proyección. Proceso dinámico donde ejercen efecto los momentos socioculturales y los adelantos tecnológicos.

De esta manera, el melodrama trasciende las condiciones de su aparición, ya que persiste en diversos formatos expresivos que surgen en relación a coyunturas socioculturales y nuevas tecnologías. El itinerario de la mediación de la telenovela se remite, en última instancia, a la fusión de la literatura seria y el melodrama



popular. A la reincidencia de convenciones del teatro naturalista y de la literatura realista que tienen incidencia en la conformación del lenguaje cinematográfico, sobre todo el melodramático. El mismo que ejerce una poderosa influencia en la televisión.

Tres autores nos pueden dar luces sobre el tema. Edgar Morin con su aporte sobre el estudio de la novela burguesa (*El Espíritu del Tiempo*), Martín Barbero con el seguimiento de la matriz melodramática (*De los medios a las mediaciones*) y Lopez Pumarejo al analizar el discurso de la televisión y la telenovela (*Aproximación a la Telenovela*).

Para fijar un punto de referencia a nuestra brújula, partimos señalando que la telenovela no ha roto con las culturas literarias. Esta es la gran mediación de la cultura occidental que surge con la irrupción de los medios masivos de comunicación. En buena cuenta, la telenovela como otros productos masivos, es la heredera del movimiento que empieza con la imprenta, que abre y prepara el camino hacia la democratización de la cultura clásica (greco-latino-cristiana), sentando las bases de la cultura burguesa. No olvidemos que el cine - precursor de la televisión - culmina el itinerario artístico que iniciado por Stendhal, pasa por Flaubert, Wagner, Balzac, Zola, el daguerrotipo y los impresionistas<sup>1</sup>.

La cultura de masas a través de varios recursos y procesos logra capitalizar el mayor público. Morin afirma que esto es posible a través de la vulgarización, que se sustenta en cuatro procesos: simplificación, maniqueísmo, actualización y modernización.

La democratización de la cultura escrita se efectúa por etapas bajo el signo de una triple correlación: a los momentos cumbres de la burguesía, corresponde la promoción de la novela y de la mujer.

Por lo general en los estudios sobre la novela en el siglo XVII, se señala como hecho significativo una doble tendencia cultural que parecía oponer la literatura aristocrática, a la nueva literatura burguesa realista o llamada naturalista.

Sin embargo, Edgar Morin en *El Espíritu del tiempo*, señala que el fenómeno no se reduce a esta contradicción. Concluye que más que una dialéctica de oposición competitiva, existe la necesidad de huir de un mismo prosaísmo real.

En realidad, la caballería está efectivamente muerta, y por ello, tanto las aristócratas soñadoras como las burguesas pretenciosas se forjan sueños novelescos en los que florece la gran mitología del amor sublime. La vida prosaica comienza y, por una parte, recurre a los grandes sueños compensadores de la Astrée y, por otra, al nuevo realismo. Ya en el siglo XVI, *El Quijote* de Cervantes planteaba mediante el segundo grado de la ironía la contradicción entre el sueño sublime y la triste realidad de este mundo<sup>2</sup>.

La novela del S. XVII está entre dos polos: de la quimera y del realismo. Pero, luego se da una síntesis que propicia el nacimiento de la novela moderna del S. XIX. Los temas de amor se toman de las novelas de caballería para ser integrados a la novela burguesa que deja de ser caricatural y clínica, permaneciendo, por otro lado, realista.

De esta doble transición que empieza en *La Princesa de Cleves*, en el campo aristocrático, y que se extiende al campo burgués, nace la moderna novela burguesa del S. XIX; novela de relaciones, conflictos y problemas de los individuos en el seno de la sociedad, donde el amor desempeña un papel esencial.

Como señala J. Habermas en *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, la vida pública se construye a la vida privada, por lo que surgen las instituciones que van a jugar el papel de mediadoras entre la opinión pública y el Estado. Momento a partir del cual la vida ya no se nutre de los grandes ideales sociales, sino de las aspiraciones individuales.

Marca un hito importante en este proceso *Madame Bovary*, la consumidora tipo de novelas, la burguesa cultivada, se convierte en heroína-tipo de la novela.

Por primera vez después de *Don Quijote*, y ahora sobre el plano femenino y burgués, el proceso de identificación que liga al lector o la lectora con el héroe o la heroína de la novela ha llegado hasta la permutación; la burguesa soñadora pasa a ser la heroína de la novela, mientras que ésta se convierte en la soñadora lectora burguesa<sup>3</sup>.

Según Morin, *Don Quijote y Emma Bovary* viven una vida híbrida, semiónirica y semirreal donde se efectúa el diálogo entre la novela moderna y sus lectores. Los delirios de estos personajes hacen nacer una nueva tragedia del mundo burgués, donde el amor ideal se acerca al amor real para transfigurarlo sin poder conseguirlo.

De esta manera Morin determina que la cultura novelesca, también plantea la existencia de la cultura de la persona privada, la cual se recrea las necesidades del alma y los deseos del amor. Una cultura que ya no se refiere a la proyección de los problemas humanos en un universo imaginario sino de identificación entre el lector y sus héroes.

Morin entiende el bovarysimo en el sentido de identificación entre lo real y lo novelesco, fenómeno que será integrado masivamente en la cultura industrial a partir de 1930, hasta convertirse en uno de sus temas fundamentales.

La corriente bovaryzante es la que integra lo real en lo imaginario y lo imaginario en lo real. La realidad induce al imaginario, transforma la realidad y la realidad nuevamente transforma el imaginario.

Este principio se ramifica en múltiples formas donde el yo del autor y del héroe se confunden. El novelista busca la transfiguración de lo real a través del recuerdo y referencia de sí mismo por y en su obra.

A lo largo del siglo XIX, la corriente más significativa de la novela burguesa tiende a crear una relación bovarysta entre obra y lector, especialmente con la lectora y al mismo tiempo aparece la novela popular.

Paralelamente a este proceso de la novela burguesa, desde el siglo XVIII, todo el bagaje de la imaginación popular - los clásicos cuentos hogareños, las historias de bandidos -, irrumpe en la imprenta. En *las novelas buhoneras* que venden los ambulantes de puerta en puerta, vienen mezclados, cuentos de hadas, leyendas, historias del folklore; en los cuales se introducen temas de *novela negra*.

En el campo de la imaginación popular es más importante lo extraordinario que lo ordinario, por lo que predominan las corrientes de proyección (de sentido positivo o negativo) sobre las de identificación<sup>4</sup>, a diferencia de la imaginación burguesa, que se desarrolla en el realismo asegurando una identificación más estrecha con el héroe.

El desarrollo de los periódicos propicia la aparición de las novelas por episodios. La imaginación popular cambia y se ve reflejada en el folletín que es la síntesis de la vertiente burguesa y la popular. Se mezclan ambas corrientes al igual que los lectores burgueses y populares. El folletín toma de la corriente burguesa los

personajes de la vida cotidiana, quienes son arrastrados por grandes aventuras, donde incluso irrumpe lo fantástico. Se consolida un extraño matrimonio entre el onirismo y el realismo de donde surgen admirables apopeyas populares como *Las memorias del Diablo* de Frédéric Soulié o *El Judío Errante* de Eugène Sue.

El folletín crea un género novelesco híbrido donde se confunden gentes del pueblo, tenderos, ricos burgueses, aristócratas y príncipes; donde la huérfanita es la desconocida hija del rey; donde los misterios del nacimiento operan extrañas permutaciones sociológicas; donde la opulencia se disfraza de miseria, y donde la miseria puede llegar hasta la opulencia<sup>5</sup>.

A principios del siglo XX se ve claramente la diferenciación entre las dos corrientes. La tendencia burguesa se inclina por el psicologismo, los conflictos de sentimientos y caracteres, y el triángulo marido-mujer adúltera-amante; mientras que la corriente popular permanece fiel a los temas melodramáticos como el misterio del nacimiento, la sustitución de hijos, los padrastos y madrastras, falsas identidades, disfraces, hermanos gemelos, acontecimientos extraordinarios, muertes falsas, persecución de la inocencia. Elementos heredados de la más antigua tradición literaria (la tragedia griega, el drama isabelino), adaptadas al cuadro urbano.

Los primeros 30 años, la industria cultural naciente como la prensa popular y el cine mudo dan forma concreta a la corriente de la imaginación popular. No hay ruptura. Los folletines y filmes folletinescos se multiplican. Efectivamente el público de los primeros decenios del cine es el mismo que el de los folletines.

A ello hay que agregar un factor de suma importancia que son las consecuencias culturales nacidas de las innovaciones técnicas: la irrupción de salas de cine en la ciudad, la aparición de las telecomunicaciones juegan un rol en el

contexto del ideal de unidad nacional que erige el estado. Los medios sirven entonces, para expandirse y unir a los territorios bajo el manto del sentimiento nacional. De esta manera, radio y televisión convierten en omnipresente a la cultura de masas.

En relación con la cultura impresa se registra una doble diferencia en extensión y en intensidad, a partir del surgimiento de una industrialización generalizada. Factor que a su vez registra un cambio cualitativo. Lo impreso es un signo abstracto; mientras que el código de la imagen reproduce la vida en su movimiento real y plantea un simbolismo que entra en una relación más estrecha e intensa con el espectador al incidir con ciertos mecanismos psicológicos de éste.

## 2- INFLUENCIA DEL TEATRO NATURALISTA Y DEL CINE

Tomas Lopez Pumarejo (*Aproximación a la telenovela*) quien hace un intento de estudiar la televisión como enunciación monolítica y planetaria, hacia la elaboración de una teoría general como sistema textual autónomo y abierto, centra su atención en la soap opera al considerar este producto como el tipo de programa predominante en la teledifusión. A partir de una discusión del sistema operativo y del análisis semiótico del discurso televisivo, intenta establecer una intertextualidad de la soap opera.

Su análisis, señala al cine como una mediación importante en la conformación del lenguaje melodramático de la telenovela. En este sentido explica que hay una reincidencia de convenciones tanto realistas como naturalistas del teatro y la literatura en el nacimiento del lenguaje cinematográfico, dentro del cual el melodrama tiene mucho que ver. De los experimentos de David Wark Griffith en la American Biograph surgen los grandes paradigmas del cine clásico y el mosaico de eternos temas.

Resalta la importancia del modelo de melodrama de finales del siglo XIX en el desarrollo del filme narrativo. Dicho melodrama surge como producto de la revolución industrial que propicia las grandes concentraciones de trabajadores y artesanos urbanos, ejenos a las tradiciones del teatro burgués.

El cine como mediación introduce elementos que intensifican la identificación y proyección del público, aquel de las barracas y las ferias, es decir el mismo que venía del folletín y el melodrama. Este antecedente y la magia de la imagen en movimiento producen una fuerte y subterránea identidad expresada en vivas al héroe. La sala oscura llevaba a su plenitud el modo de ver, que desde el melodrama de 1,800 tendía al desplazamiento de la representación y a la fusión del personaje con el actor.

Esa secreta complicidad fue el punto de partida de la explotación del star system. Se produce una nueva mediación entre el espectador y el mito que tenía un dispositivo específico: el primer plano con su capacidad de fascinación, pero también de fijación y popularización del rostro de los actores.

Fuera de pantalla el dispositivo de mediación es la prensa que traduce el mito en pautas de comportamiento cotidiano. Punto culminante que hace invisible la línea ente lo real y lo imaginario.

Otro factor apuntado por Pumarejo es que en Estados Unidos a principios del siglo, el melodrama, al igual que en Europa, es más libridado con elementos que proceden de espectáculos de índole menos narrativa como el music-hall.

Owen Davis autor melodramático que inicia su carrera en 1,902 nos da razón de ello al referir que tenía que escribir "más para el ojo que para el oído". Dos factores contribuyeron a eso: las dimensiones y la mala acústica de los teatros y la composición de la audiencia de la cual los inmigrantes representaban una cantidad significativa.

El melodrama en buena cuenta consistía en una pantomima acompañada de música, tal como en el cine mudo. Una característica del naturalismo literario: mostrar el mundo como un gran fresco dado a ver.

Por otra parte, el uso de didascalias, transiciones bruscas y eleipsis entre cuadro y cuadro, remiten a los recursos del comic de la época. El puente se establece automáticamente con los medios ya que el modelo de representación dramática dominante en la comunicación de masas tiene su base en el naturalismo. La televisión en su proceso de asentamiento absorbe toda esa experiencia que se da a través del cine, la radio, el teatro de variedades y la narrativa melodramática-sensacionalista, transformándose en el tipo de representación dramática más popular y más decodificable.

La influencia del teatro naturalista, según el estudio, no es colateral respecto a las matrices melodramáticas, tiene gran incidencia en la estructuración de un flujo televisivo y en la formación del código textual de la TLN.

Con la revolución industrial, el teatro naturalista subvierte las formas clásicas de articulación. Los personajes ya no son movidos por fuerzas extrañas o ajenas que determinan su destino; sino que esas fuerzas están integradas a la escena doméstica en una acción dramática indivisible.

A la par que en el seno de las familias se instala el control social de la vida privada; también se abre el abismo entre el ciudadano y los centros de decisión política. Contacto que, a su vez, intenta ser restablecido mediante diferentes instancias de la comunicación de masas.

De acuerdo a esta visión la televisión no hizo sino afirmar en espectáculo audiovisual una preceptiva representacional, que preñada de didactismo moral, estaba ya socialmente internalizada. Asimismo, se consagra la estética naturalista original. El drama intimista donde un grupo de personajes viven en privado un mundo público invisible.



No es gratuito en la TLN esa conformación futurista de lo dramático que incide en los mecanismos de identificación del hombre medio norteamericano. ...El énfasis en la atmósfera interior, en el conflicto interpersonal doméstico, en el crimen y la enfermedad, en el melodrama en el "close up" a las emociones, corresponden en buena medida a las apelaciones del teatro naturalista al sentimentalismo<sup>6</sup>.

Lo melodramático reviste así dentro del flujo televisivo, una doble fuerza: incide visualmente en lo que el cine se apropió del melodrama decimonónico como modelo de puesta en escena, e incide ideológica-temáticamente en telenovelas en donde se presentan patrones de comportamiento uniformes en lo que concierne a las relaciones de poder intrafamiliares, la división doméstica del trabajo, la monogamia, la relación familia-estado-iglesia-sociedad.

Las TLNs transnacionalizadas como Dallas, Dinastía, Falcon Crest, aparentemente dan cierta apertura al incluir como protagonistas madres profesionales-cabeza de familia, divorciados autosuficientes, hijos jóvenes independientes, homosexuales o concubinos. Sin embargo, la familia patriarcal y la monogamia heterosexual sigue como parámetro. Toda posibilidad alternativa debe ser justificada, de lo contrario se plantea como trauma o decadencia.

Como vemos la TLN norteamericana se sustenta básicamente sobre las corrientes burguesas de identificación del teatro naturalista, más que sobre las populares de proyección que alientan a subvertir la situación de la víctima. Razón por la cual este tipo de telenovela no ha evolucionado hacia otros horizontes temáticos.

### 3. - VIGENCIA DE LA MATRIZ MELODRAMÁTICA

El estudio que propone Martín- Barbero sobre la telenovela se ubica en el ámbito de las mediaciones, matrices y dinámicas culturales. De acuerdo a ello, establece algunas anacronías que hacen posible el éxito de la telenovela. Recursos efectistas, estructuras de narración y composición de personajes, nos remiten a una matriz melodramática que adquiere vigencia en el hoy debido a nuestro mestizaje cultural que fusiona códigos arcaicos con elementos de la modernidad.

Su interés consiste en esclarecer qué ocasiona "que ciertas matrices narrativas o escenográficas sigan vivas, esto es, conectando secretamente con la vida, los miedos y las esperanzas de la gente"<sup>7</sup>. En este sentido, hace un seguimiento de la formación de la matriz melodramática donde establece que en la estructura y lenguaje del melodrama existen mecanismos narrativos que no sólo tienen que ver con la composición sintáctica de un código efectista, sino que éste entraña una profunda significación simbólica que conecta a una forma de vida y a una estética asociada a un grupo sociocultural.

Sin embargo, en ese proceso no se pone énfasis en la importancia del factor psicológico que consideramos gravitante en la conformación de la matriz melodramática, aspecto que tratamos de rescatar

Para Barbero el reconocimiento del melodrama como género con historia propia ubicado en el ámbito de estudio de las matrices culturales, se liga a la oposición entre "relato de género" y "relato de autor", es decir al funcionamiento social de los relatos, dinámica que marca las diferencias y las discriminaciones.<sup>8</sup>

Determina que el melodrama, desde su nacimiento( Francia e Inglaterra, finales del siglo XVIII), fue un espectáculo que tuvo que ver más que con el teatro; con los espectáculos de feria ambulantes y con los temas de la literatura oral, cuentos de miedo y de misterio; así como con la representación de farsas, acróbatas títeres.

Desde ahí ve la mediación que efectúa el melodrama entre el folklor de las ferias y el espectáculo popular-masivo. Mediación que en el plano de los relatos pasa por el folletín y en el de los espectáculos, por el cine.

La transformación del melo-teatro en novela por entrega, es decir en folletín se produce a mediados del siglo XIX. Dicha situación surge por el desarrollo económico y tecnológico de la prensa, aumento del público lector y explotación del elemento novelesco.

Así el folletín nace en la hibridación del periodismo y la literatura. Se inaugura una nueva relación del lector con la escritura, un nuevo público lector, una nueva forma de lectura y nuevos dispositivos de narración: los episodios y las series.

El folletín es una narración que ya no es cuento pero tampoco novela. Como en el cuento el desarrollo del relato acompaña las aventuras del héroe, pero como en la novela la acción se dispersa y enreda en las relaciones que atraviesan la acción.

Doble relato despliega el folletín: uno progresivo que recrea el avance de la historia del héroe y otro regresivo que reconstruye la historia de los personajes que van apareciendo en el relato. Doble movimiento que tiene una misma dirección: del momento que los malos triunfan al momento que se invierte la situación: sufren, mientras los buenos gozan.

El revés sucede sucesiva y progresivamente en un largo itinerario hasta la escena primitiva donde se esconde el secreto de la maldad. Remitiéndose a los estudios de P. Brooks (*Une esthétique de l'étonnement: le mélodrame*), determina una articulación entre conflicto y dramaturgia, entre acción y lenguaje narrativo. Los efectos dramáticos obedecen a una exigencia moral. Una estética que tiene

continuidad en una ética. Característica de la estética popular que propicia la confusión entre relato y vida conectando al lector con su propia vida.

Elabora dos aproximaciones sugerentes. El folletín que es masivo, es popular en la medida que configura una experiencia literaria accesible a la gente que no tenía experiencia como lectora. Popular por la presencia de una matriz narrativa que produce una ritualización de la acción y que se construye en base al "y entonces" y no a la lógica de conclusiones. Ritualización que no sólo está ligada a unas técnicas, sino a unos arquetipos que remiten a experiencias cotidianas de sufrimiento y goce<sup>9</sup>.

Dinámica que tiene profunda relación con la teoría de las pulsiones de Freud que se sustenta sobre el principio de la energía libidinal que tiene que ser satisfecha a través del cumplimiento del deseo<sup>10</sup>. Es decir tensión y distensión, displacer y placer: la cadena existencial que rige la vida del hombre.

Estas experiencias tienen correlato con la perspectiva maniqueísta y vertical que separa a los héroes de los villanos. Recurso que revela una topografía de la experiencia que es producto del contraste de dos mundos: de la felicidad y de las tinieblas del mal.

Maniqueísmo que también pone en evidencia los mecanismos de identificación y proyección. Identificación que engarza con el deseo de ser felices en la piel de los héroes de las historias y proyección de carga negativa que recae en los villanos<sup>11</sup>.

Dicha ritualización evidencia determinada estructura llamada de género que tiene una eficacia simbólica. En esta perspectiva, los recursos técnicos no remitirán sólo a unos formatos industriales y estrategias comerciales, sino a una forma distinta de narrar que evoca la memoria del "...y entonces", que se relaciona con la pulsión del saber, del conocer, es decir la común y universal curiosidad que nos atrapa irremisiblemente hasta el momento de la revelación.

Asimismo, la referida estructura obedece a los mecanismos psicológicos del placer de la repetición. Al escindirse la frontera entre realidad y ficción tiene un fuerte efecto la acción de la ritualización ya que el espectador advierte lo que puede ocurrir por conocimiento de su propia experiencia cotidiana y de la sintaxis de género, de manera que se satisface el placer infantil del gusto por la repetición.

En su decurso el melodrama es marcado con sello de fuego de acuerdo a la embergadura de los acontecimientos históricos que tienen gravitación en la conformación de su lenguaje y simbolismos. Así la Revolución Francesa implica en el escenario, la transformación de la canalla en pueblo y su correlato, en una escenografía correspondiente que da pinceladas a la congruencia del "paisaje". De esta manera, las masas populares sensibilizadas al fin pueden ver en escena sus emociones y el escenario de las mismas: calles, plazas, mares y montañas con terremotos y volcanes.

Por otro lado, la prohibición de teatros para espectáculos de "baja estofa" como el melodrama y la prohibición de los diálogos, reservados sólo para el teatro culto; propician el encuentro con la pantomina que, a su vez, imprime otras estrategias escénicas que provocan complicidad con el público.

El gesto es fundamental, pero también tienen relevancia los carteles que contienen parlamentos, las canciones y coros que van diciendo lo que no se puede decir a través del diálogo. Así, el melodrama se apoya básicamente en la puesta en escena y en el tipo de actuación. Priman los efectos sonoros y ópticos para desplegar en el escenario acciones y grandes pasiones. La prioridad es el espectáculo, el paisaje, el escenario, canciones, pantomina, danza, trucos y fantasmagorías.

La representación visual del universo emocional es el sello característico y significativo del melodrama que lo ubica al lado de lo popular. La economía del

lenguaje en función de lo visual; en oposición a la economía de sentimientos que caracteriza a la burguesía.

El efectismo de la puesta en escena tiene su analogía en una forma peculiar de actuación basada en la correspondencia entre figura corporal y tipo moral. Lo moral se traduce en los rasgos físicos de acuerdo a una lógica que pondera lo que se ve, pero que a su vez remite a la fuerte codificación que las figuras y los gestos corporales tienen en la cultura popular. Actuación que refuerza la complicidad de clase y cultura. Las respuestas catárticas de aprobación o desaprobación del público que destruyeron escenarios y locales de teatro son una muestra de ello como dan cuenta crónicas históricas de aquella época.

Las situaciones señaladas: la complicidad con el público popular y las claves culturales, sitúan "el melodrama en el vértice mismo del proceso que lleva de lo popular a lo masivo: lugar de llegada de una memoria narrativa y gestual populares y lugar de emergencia de una escena de masa, esto es, donde lo popular comienza a ser objeto de una operación de borradura de las fronteras que arranca con la constitución de un discurso homogéneo y una imagen unificada de lo popular, primera figura de la masa" <sup>12</sup>.

En este proceso de mediación, se da la borradura de la pluralidad de huellas en los relatos y los gestos pues éstos, de alguna manera, obstruyen su demanda en otros contextos. A esta rebaja progresiva de elementos populares, acompaña la entrada de temas y formas procedentes de otra estética (novela burguesa), como el conflicto de caracteres, la búsqueda individual del éxito, y la transformación de lo heroico y maravilloso en pseudorealismo.

Otro aspecto que remite a la matriz melodramática y donde se puede apreciar con mayor claridad el peso gravitante de lo psicológico es en la estructura dramática. Cuatro sentimientos básicos: miedo, entusiasmo, lástima y risa; corresponden a cuatro tipos de situaciones que son al mismo tiempo sensaciones terribles, excitantes, tiernas y burlescas. Las mismas que son representadas por

cuatro personajes: el traidor, el justiciero, la víctima y el bobo. Estos personajes arquetípicos al juntarse propician la amalgama de cuatro géneros: novela negra, epopeya, tragedia y comedia.

La conformación y estructura del melodrama al mismo tiempo, hace visualizar el funcionamiento de dos operaciones, que aparte de ser estratagema, remiten a una matriz cultural: esquematización y polarización

La esquematización, entendida por la mayoría de los analistas como la creación de personajes desprovistos de la compleja carga psicológica, tiene otra explicación. Para tal efecto Martín-Barbero rescata la visión de Walter Benjamin ("El Narrador", en Revista de Occidente, No. 129. Madrid, 1973), quien plantea que la diferencia entre narración y novela se sustenta en la especial relación de la primera con la experiencia y la memoria. No pueden tener la misma estructura lo que es hecho para ser leído y lo que es para ser contado. El melodrama tiene gran parentesco, estructural, con la narración.

Barbero en su objetivo de esclarecer qué ocasiona "que ciertas matrices narrativas o escenográficas sigan vivas", concluye que la presencia y vigencia del melodrama está más ligada a la prohibición de la palabra - y su correspondiente necesidad del exceso del gesto - así como, a la expresividad de los sentimientos que no ha logrado ser domada por el patrón burgés<sup>13</sup>. Es decir una estética que tiene continuidad con una ética, lo cual remite a su vez a determinada clase y cultura.

Pero también es pertinente señalar como un factor gravitante el aspecto psicológico. La interrogante de Barbero nos lleva a plantear el pensamiento inverso y a concluir lo siguiente. Las matrices no son anteriores a la condición humana se generan simultáneamente en el umbral del surgimiento de la idea, del lenguaje, de la cultura. Entendiendo ésta como el estadio de lo no natural. En tal sentido, por la inducción de la realidad sobre aspectos psicológicos humanos se funda la formación de matrices culturales que adquieren un sentido y un significado de acuerdo a cada grupo y a la acción de las mediaciones constitutivas de lo social y político.

Acercándonos a nuestro campo de estudio vemos que la efectividad de los medios de comunicación se sustenta en el mecanismo de ciertos fenómenos psicológicos, sobre los cuales se consolida una cultura de masas que fusiona e hibrida los discursos dominantes de las instancias mediadoras del poder. Dicha cultura moldea a través de sus productos un imaginario, en la medida que hay ciertas demandas que han sido recicladas por la industria cultural en su afán de legitimizar el poder.

Entonces la vigencia de la matriz melodramática a través de la telenovela se sustenta en la profunda relación con una base psicológica común moldeada por cada cultura, es decir el imaginario que empalma con la estructura narrativa melodramática que como dice Benjamin tiene relación con la experiencia.

#### 4.- IDENTIFICACION Y PROYECCION BAJO LA TEORIA DE CAMPOS

Hoggart R. (*The Uses of Literacy*, Penguin, Londres, 1972) ve en los esquematismos y los estereotipos el mecanismo que permite la relación de la experiencia (de lo que uno siente) con los arquetipos. Para otros, la polarización maniquea de personajes malos y buenos revela un chantaje ideológico. J. Goimard ("*Le Melodrame: le mot et la chose*", en *Cahier de la Cinemathèque*, Perpignan, N. 28, 1980) y con quien coincidimos en parte, atribuye la causa a la regresión, mecanismo por medio del cual el individuo retorna a su niñez para introyectar el Yo de otra persona.

Esto nos remite a los mecanismos de identificación y proyección planteados por Freud (Tomo XVIII, *Psicología de las Masas y Análisis del Yo*) los cuales están en la base de toda creación cargando la relación a los personajes objeto



de identificación con el signo positivo de los bienhechores y a los personajes objeto de proyección con el signo negativo de los agresores. Dicha dinámica puede presentar modificaciones si se difuminan las líneas maniqueístas que perfilan a los personajes. Asimismo tiene importancia el contexto del espectador en el momento de la recepción lo cual genera diversos sentidos de lectura del mensaje.

Por su parte, N. Frey (*La Escritura Profana . Un estudio sobre la estructura del romance*, Monte Avila , Caracas 1980), plantea que la polarización entre personajes buenos y malos no se produce sólo en las historias de romance; sino en los relatos que dan cuenta de situaciones límite para una colectividad, lo que permite inferir que la oposición entre buenos y malos no tiene siempre un sentido "conservador" y, que de alguna manera, incluso en el melodrama contiene una forma de expresar los conflictos sociales.

El recurso de la situación límite que articula el melodrama y de manera más evidente la telenovela puede tener en esta característica de estructura semántica la revelación de una estética anexada a lo ético y emotivo. Factores componentes del habitus o de nuestra categoría de imaginario los cuales encuentran un sentido en determinado contexto.

Para Martín-Barbero la operación simbólica que vertebra el melodrama conecta con la matriz cultural que viene rastreando: la afirmación de una significación moral en un universo desacralizado. Esa afirmación habla de un lenguaje doblemente anacrónico: el de las relaciones familiares de parentesco, como estructura de las fidelidades primordiales y el del exceso.

El peso del drama se sostiene en la columna vertebral que entretienen esas fidelidades, centro donde se haya el origen de los sufrimientos. De esta manera Barbero sostiene que la existencia humana se convierte en una operación de desciframiento. Ese es el movimiento de la trama: la ida del desconocimiento al reconocimiento de la identidad, momento en el que se impone la moral.

A partir de este principio plantea la hipótesis que el enredo de las relaciones familiares que urden la trama del melodrama, sería la forma desde la cual la cultura popular comprende y aclara aquella opacidad y complejidad que revisten las nuevas relaciones sociales. La anacronía, entonces, se torna metáfora, en un modo de simbolizar lo social. Todo ello impregnado de una carga emotiva y moral.

En este punto se puede visualizar la proyección del público con los nuevos personajes exitosos del mestizaje cultural y de la economía informal quienes a punta de esfuerzo y audacia consiguen poder económico y ascenso social para revertir su situación de marginados y oprimidos.

Otro anacronismo que señala Martín-Barbero es la retórica del exceso que no es visto como una característica del mal gusto o *kitch*. Este lenguaje que está impregnado de lo moral y sentimental se presenta como un código significativo que revela una victoria contra la represión, contra una determinada economía del orden: la del ahorro y la retención.

¿Qué bulle en última instancia, en la operación simbólica del melodrama y sus mecanismos y cómo éstos cobran vigencia en la telenovela? Definitivamente tienen importancia los factores arriba mencionados. Sin embargo, la secuencia de la conformación de la matriz melodramática que pervive en la telenovela nos tiene que llevar al principio y a la síntesis de los diversos aspectos tratados.

Sobre la base de los fenómenos psíquicos - identificación, proyección, regresión, transferencia y el sueño diurno- y un saber simbólico que es patrimonio de la cultura universal; el decurso socio-cultural induce a cierta simbología que cobra forma en diversas matrices culturales que al ser reciclados por la industria cultural masiva, van conformando los llamados géneros. Pero, a su vez, se va generando un *habitus* o en nuestro caso un *imaginario* el cual determina cierta forma de consumo de los bienes culturales que adquiere sentido de acuerdo a la dinámica de oposición de contrarios dentro de un campo<sup>14</sup>.

De acuerdo a este principio, los detentores de los bienes de consumo optan por una posición conservadora, para que se mantenga el orden establecido, mientras que los desposeídos de esos bienes desarrollan estrategias de rebeldía para revertir dicha situación. Esta dinámica que se da en el campo de la realidad cobra su correlato en el mundo imaginario donde los desposeídos a través del principio del deseo esbozan un mundo ilusorio que puede servir de apoyo y estímulo para alcanzar sus sueños cambiando la realidad insatisfactoria en la que viven.

Razón por la cual un género como el de la telenovela está tan arraigado en la masa, pues se relaciona con una memoria colectiva, con una matriz melodramática que implica un lenguaje del exceso que simboliza un modo de ser, un modo de sentir y una moral que cobran forma en una estética y en una estructura narrativa.

En la perspectiva de la teoría de los campos, la dinámica entre opuestos se funda en la posesión de los bienes y la reversión de esa situación. De esta manera si en el mundo real la burguesía y los grupos de poder, son los que detentan la propiedad de los bienes; la contrapartida es de los desposeídos quienes harán todo lo posible por cambiar esa situación.

Sin embargo, qué ocurre en el mundo imaginario. Los poseedores de los bienes se sienten identificados con los mitos tradicionales de la industria cultural; mientras que los desposeídos se proyectan en la reversión de la situación al ponerse en la piel de la víctima que sufre pero que al final tiene la recompensa de su reconocimiento a través de los recursos de la fortuna, el éxito y el amor como camino a la felicidad. Es decir la posesión de los bienes que secularmente en la realidad les son negados.

Este principio dialéctico como demostraremos, tiene profunda relación con la coyuntura y la realidad cultural que circunda al receptor, ya que los mitos del ascenso y del reconocimiento social, ya no se van a remitir al prosaísmo inicial del descubrimiento de paternidades desconocidas, millonarias herencias o el amor con

el príncipe azul que sacará del fango a la joven y bella doncella víctima de una cruenta realidad.

La metáfora de reversión se va a relacionar con la coyuntura de ascensión económica de nuevos sectores informales en latinoamérica - narcos, comerciantes audaces, intermediarios inescrupulosos- que de alguna manera ingresan a la alta sociedad. Claro, padeciendo el precio de entrar por la puerta falsa, pero poniendo en jaque a toda la flora y fauna que habita esos reynos. En este punto también hay una modificación del patrón moral. La víctima vence obteniendo la misma arma de sus enemigos, el dinero (que le da poder). El antes desclazado y marginal logra vengarse y ser reconocido.

- <sup>1</sup> Gubern R., *Historia de Cine*, Vol. I, P.35.
- <sup>2</sup> Morin E., *El Espíritu del Tiempo*, (1966), P.71.
- <sup>3</sup> *Ibidem.*, P.72.
- <sup>4</sup> Véase en Primera Parte III, *Constitución psicológica del receptor y el sintoma de la televisión*, P.75 y ss.
- <sup>5</sup> *Ibidem.*, P.74.
- <sup>6</sup> Lopez-Pumarejo T., *Aproximación a la telenovela*, (1987), P.58.
- <sup>7</sup> Martín-Barbero J., *Televisión y Melodrama*, (1992), P.37.
- <sup>8</sup> *Ibidem.*, P.39.
- <sup>9</sup> Gubern R., *Mensajes icónicos en la cultura de masas*, (1974), P.74.
- <sup>10</sup> Véase amplia explicación en el siguiente capítulo III: *Constitución psicológica del receptor y el sintoma de la televisión*.
- <sup>11</sup> Véase Primera Parte III, *Constitución Psicológica del receptor y el sintoma de la televisión*, P.75 y ss.
- <sup>12</sup> *Ibidem.*, P.41.
- <sup>13</sup> Martín-Barbero J., *Op. cit.* (1992). P.45.
- <sup>14</sup> Bordieu P., *Sociología y Cultura*, (1990), P. 135 - 143.

### III.- CONSTITUCION PSICOLOGICA DEL RECEPTOR Y EL SINTOMA DE LA TELEVISION.

De acuerdo a nuestra perspectiva teórica general sabemos que el receptor no es un ente pasivo, que sólo recibe, sino que pone en juego su constitución y su historia psicocultural en la reconstrucción de lo percibido, de tal suerte que en el momento de la lectura del mensaje se producen una serie de sentidos que tienen que ver con los mecanismos de complicidad, identificación o seducción.

En consecuencia, existe una alta demanda de determinados productos masivos, por que hay receptores adictos a éstos de acuerdo a un tronco antropológico común, una base psicológica moldeada por el devenir social y cultural. Receptores adictos a éstos de acuerdo a sus factores constitucionales y su historia infantil. Receptores que gustan de determinados productos porque éstos les ofrecen la satisfacción de sus deseos inhibidos, es decir, vivir en la fantasía lo que la realidad les niega.

Para empezar debemos indicar de acuerdo a la teoría de las pulsiones de Freud<sup>1</sup>, que el hombre actúa impulsado por pulsiones eróticas y de agresión (destrucción, aniquilamiento, muerte), las cuales han determinado, en gran medida, la dinámica de su existencia que oscila entre la vida y la muerte y que, a la vez, es la razón de su felicidad y su infelicidad.

Estas pulsiones que actúan como fuerzas constantes, de acuerdo a la descomposición de la personalidad, pertenecen a la instancia del Ello ubicada en el ámbito de lo inconsciente. Es la parte oscura, inaccesible de nuestra personalidad que desde las pulsiones se llena de energía, pero no tiene ninguna organización, no concentra una voluntad global, sólo el afán de procurar satisfacción a las necesidades pulsionales con observancia del principio de placer. El Yo gobierna los accesos a la motilidad de acuerdo a los restos mnémicos de la experiencia, destronando así el principio de placer que gobierna al Ello, sustituyéndolo por el principio de la realidad, que promete más seguridad y mayor éxito. Finalmente, el

Superyó, instancia situada en el interior del Yo cuya función es la conciencia moral y la observación de sí.

Esta instancia del Yo juega un papel importante en la construcción de la cultura cuyos progenitores son Eros y Ananké, la compulsión al amor y al trabajo, respectivamente. Compulsiones externas que son interiorizadas en la línea de nuestra evolución.

Decíamos que el Superyó juega un rol importante, en la medida que es el portador del ideal del Yo, precipitado de la vieja representación de los progenitores quienes al otorgar pruebas de amor y castigo al niño generan la angustia realista que viene a ser la precursora de la conciencia moral. Así el Superyó del niño se edifica de acuerdo al Superyó de los padres que deviene en portador de la tradición de todas las valorizaciones perdurables. Este fortalecimiento del Superyó es un patrimonio psicológico de la cultura cuya edificación ha sido y continúa siendo un proceso de violencia y dominio sobre la naturaleza. El mismo que es posible en base a la renuncia de lo pulsional que implica un alto grado de insatisfacción que ahora es compensado por el consumismo de objetos y de imágenes.

El proceso cultural evidenció en primer lugar, la tendencia a limitar la vida sexual y ampliar el círculo. En su primera fase el Totemismo conllevó la prohibición del incesto por medio del tabú. Luego las leyes y las costumbres establecieron nuevas limitaciones. Sin embargo, "esta denegación cultural" del amor sensual de meta inhibida provocó nuevas relaciones de fraternidad que escapan a las limitaciones del amor genital. Asimismo, permitió la sublimación de las pulsiones generando actividades psíquicas superiores que desempeñan un papel sustantivo en la vida cultural.

Pero no podemos dejar de lado grandes reparos, ya que en el curso del desarrollo el nexo del amor con la cultura pierde su univocidad: el amor se contrapone a los intereses de la cultura, por otra, la cultura amenaza al amor con sensibles limitaciones. Incluso lo único no proscrito, el amor genital heterosexual, es

estorbado por las limitaciones de la monogamia y la legitimidad. Así la cultura implica pues, un alto grado de insatisfacción que alcanza niveles de malestar. El ser humano se vuelve neurótico, porque no puede soportar la medida de frustración que la sociedad le impone en aras de sus ideales culturales.

La religión cristiana cumple con creces ese objetivo al imponer ideales de perfección al individuo a través de sus representaciones y preceptos que constituyen piezas importantes del inventario psíquico de la cultura.

Las necesidades religiosas derivan del desvalimiento infantil y la añoranza del padre, este sentimiento es conservado duraderamente por la angustia frente al hiperpoder del destino. Pero el hombre quiere alcanzar la dicha, quiere conseguir la felicidad y mantenerla, porque el programa del principio de placer fija su vida. Sin embargo, sólo puede gozar con intensidad el contraste y muy poco el estado. Está irremisiblemente atado a la cadena de placer y displacer. Por su naturaleza y constitución la felicidad sólo es posible como un fenómeno episódico.

De tres lados amenaza el sufrimiento: desde el cuerpo propio, por su fragilidad no puede prescindir del dolor y la angustia como señales de alarma, las fuerzas destructoras de la naturaleza, de los vínculos con los otros seres humanos. Hay varios caminos para mitigar la infelicidad: la soledad, la intoxicación, el delirio, etc. El camino más adecuado sería aquel que sitúa al amor en un punto central, que espera toda satisfacción del hecho de amar y ser amado. Sin embargo, pocos por su constitución, están capacitados para ello y, por otro lado, el punto débil de esta técnica es manifiesto. "Nunca estamos menos protegidos contra las cuitas que cuando hemos perdido el objeto amado o su amor"<sup>2</sup>

Definitivamente el principio de la felicidad es irrealizable, pero uno puede acercarse a su cumplimiento. Cada persona ensayará su propio camino de acuerdo a su constitución psíquica y las circunstancias externas. Sin embargo, en el mundo occidental, la religión católica perjudica este juego de elección y adaptación al



imponer a todos el modelo del matrimonio tradicional como única vía para alcanzar la felicidad.

La efectividad de la religión reside en su técnica que se sustenta en el poder de la ilusión, en desfigurar la realidad, en deprimir el valor de la vida; lo cual supone el amedrentamiento de la inteligencia, mediante la violenta fijación de un infantilismo psíquico y la inserción de un delirio de masas<sup>3</sup>.

En consecuencia, las representaciones religiosas no son decantaciones de la experiencia ni resultados finales del pensar; son ilusiones, cumplimientos de los deseos más antiguos, más intensos, más urgentes de la humanidad. El secreto de su fuerza es la fuerza de estos deseos. Así la religión consigue ahorrar la neurosis individual.

La religión sería entonces, la neurosis obsesiva universal; como la del niño, provendría del complejo de Edipo, del vínculo con el padre. Y, de acuerdo con esta concepción cabría prever que, por el carácter inevitable y fatal de todo proceso de crecimiento, el extrañamiento respecto de la religión debe consumarse, y que ahora, justamente nos encontraríamos en medio de esa fase de desarrollo<sup>4</sup>.

La cultura es impuesta a una mayoría, por una minoría que ha sabido apropiarse de los medios de poder y compulsión y que limita, a su vez, el saber y el conocimiento de las mayorías. Sería peligroso que todos sepan - sobre todo los desposeídos - que no existe un Dios que castigará sus malas acciones, sería abrir los diques de la represión para que los individuos den rienda suelta a sus pulsiones de agresividad, magnificadas ostensiblemente por su marginación al disfrute de los bienes que produce la cultura.

Sin embargo, la vulgarización masiva del conocimiento que posibilitó la irrupción de la industria cultural masiva - con todos los reparos que se le pueda hacer -, de alguna manera ayudó a erradicar el oscurantismo. De esta manera, aquel vacío dejado por la religión, en la etapa moderna ha sido compensado por determinado tipo de mensajes. Sobre todo aquellos emitidos por el cine y la televisión, medios que por sus peculiares características se erigen como fábricas de sueños.

Al final de cuentas, la pantalla ofrece al receptor neurótico (todos lo estamos)<sup>5</sup>, un paraíso terrenal más cercano, que aquel lejano que la religión le promete en la otra vida.

No se ha hecho una encuesta en nuestro mundo occidental, pero es evidente que las dos más grandes masas de individuos la conforman los católicos y televidentes quienes (los últimos) reciben mensajes ilusorios que llevan el indeleble sello de los temas tópicos que pulsionan aquel paquete universal de los deseos incumplidos. Ello pone en evidencia el gran poder de la ilusión: una creencia que de acuerdo a su motivación, esfuerza sobre todo, el cumplimiento del deseo, prescindiendo de su nexa con la realidad efectiva. Se podría decir entonces, que quien no padece la neurosis obsesiva y universal de la religión; padece el "síntoma de la televisión".

Como vemos la adicción del receptor a determinado tipo de producto mas media está determinada por su constitución psicológica y por su historia infantil.

En esta perspectiva, de acuerdo al estudio de la neurosis podemos establecer una relación entre los síntomas y la adicción del receptor. Ambos fenómenos se remontan a la historia personal del sujeto y a sucesos que se tienen olvidados, es decir que están en el inconciente. Los síntomas son los restos y símbolos mnémicos de cierta vivencia traumática, son la representación de otra cosa, de algo que no se es conciente<sup>6</sup>.

De la misma manera, determinados mensajes son también símbolos, en tanto formas de representación indirecta y figurada de una idea, de un conflicto o de un deseo inconciente. Son pues símbolos de deseos reprimidos que el receptor vive a través de su protagonista, descargando su tensión. El boom de las telenovelas latinoamericanas en el mundo confirma la efectividad de este mecanismo de satisfacción.

Situación que a su vez, ha motivado el perfeccionamiento de la técnica de las telenovelas, las cuales han ajustado su esquema argumental a la dinámica del principio existencial que padece el hombre por imposición de la cultura: incrementar cada vez más la tensión. Posponer el final feliz capítulo tras capítulo, hasta que llega el día ansiado, día que nunca llega en la realidad, pero que el receptor puede vivir en la piel de sus personajes favoritos al identificarse con ellos.

Frente a lo expuesto y haciendo un recuento de lo señalado, tendríamos que admitir que el hombre domeñado por la cultura no ha madurado, es un niño pleno de las más caras ilusiones, un neurótico individual, un religioso neurótico obsesivo universal, un individuo- masa adicto a cierto tipo de mensajes de los mass media.

Ahora podemos comprender que nuestra vasta tipología, en última instancia es una sola: neuróticos masivos. Y, podemos comprender también porqué tienen tanto éxito los mensajes que venden las más prosaicas ilusiones.

## **1.- EL DESEO: LA MADRE DE LOS TEMAS Y GENEROS ETERNOS**

Resulta asombroso cómo la lógica del psicoanálisis cobra cereteza cuando vemos que la prohibición universal del incesto que se remonta a los albores de la humanidad; tuvo que trasladarse con arrolladora fuerza al único ámbito donde puede ser tolerada (no sin ser castigada indudablemente): lo inconciente, la fantasía, los sueños, las obras de arte. Predios en los que dicha prohibición ha sido motivo de

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

79

inspiración de las más grandes obras que han alcanzado universalidad como es el caso de Edipo Rey, de Sófocles y Hamlet, de Shakespeare.

Aparte del genio de los escritores, el poder cautivador de ambas tragedias, reside en el suceso universal del enamoramiento de la madre y los celos hacia el padre. Ambas tragedias capturan pues una compulsión que cada quien reconoce porque ha registrado en su interior la existencia de ella.

Cada uno de los oyentes fue una vez en germen y en la fantasía un Edipo así, y ante el cumplimiento del sueño traído aquí a la realidad objetiva retrocede espantado, con todo el monto de represión (esfuerzo de desalojo y suplantación) que divorcia a su estado infantil de su estado actual<sup>7</sup>.

Y, en efecto, un factor así, está contenido en la historia de Edipo. Su destino nos conmueve únicamente porque podría haber sido el nuestro, porque antes de que naciéramos el oráculo fulminó sobre nosotros esa misma maldición. Quizás a todos nos estuvo deparado dirigir la primera moción sexual hacia la madre y el primer odio y deseo violento hacia el padre, nuestros sueños nos convencen de ello. El rey Edipo, que dio muerte a su padre Layo y desposó a su madre Yocasta, no es sino el cumplimiento de deseo de nuestra infancia<sup>8</sup>.

Este enamoramiento de la madre y rivalidad contra el padre también es confirmada por su registro en los sueños, pues los sueños de muerte de los padres recaen con máxima frecuencia sobre el que tiene el mismo sexo que el soñante: vale decir que el varón sueña con la muerte del padre y la mujer con la muerte de la madre.

Ello porque desde temprana edad se registra una preferencia sexual, es como si el varón viera en el padre, y la niña en la madre, competidores en el amor, cuya desaparición no les reportaría sino ventajas.

El fenómeno nos remite a la muerte del padre primordial, cuando la hostilidad una vez consumado el crimen deviene en sentimiento de culpa. La mitología y las sagas nos traen noticia de aquellos tiempos. Cronos que devora a sus hijos. Zeus que castra al padre y lo suplanta como señor.

Cuanto mayor fue el poder del padre en la familia antigua, tanto más debió el hijo, llamado a sucederle, situarse como su enemigo y sentir la impaciencia de alcanzar la dominación por la muerte del padre. Este tema que pone en primer plano la lucha inmemorial entre padre e hijo, ha sido el tema clásico que ha discurrido en los mitos de diversas culturas. Posteriormente ha constituido tema central en el melodrama y presentado en miles de películas, radionovelas y telenovelas, las mismas que han captado millones de receptores, sobre todo en las décadas de los cincuenta y sesenta.

También contarán los conflictos entre madre e hija los cuales surgen cuando ésta última crece y encuentra en la madre la guardiana que estorba su anhelo de libertad sexual. Mientras que este momento en la hija anuncia el florecimiento de su vida sexual; a la madre le anuncia que ha llegado el tiempo que debe renunciar a cualquier reclamo sexual.

El deseo por la madre y las posteriores implicancias que se generaron a partir de este suceso, han servido de materia prima para inagotables nexos y relaciones que se pueden observar en la novela familiar que a través de una construcción imaginaria enmascara las fantasías incestuosas. Fantasías que de forma soterrada, sugerida, indirecta aparecen en escenas eufemísticas de las diversas telenovelas donde siempre será motivo de historia el origen del héroe o la heroína.

Aparte de este deseo primigenio insatisfecho, el hombre subordinado a la cultura sus reglas y prohibiciones sufre otras frustraciones que sólo pueden ser mitigadas en el reino de la fantasía, ámbito sustraído al principio de realidad donde los deseos se cumplen con la consecuente ganancia de placer.

En el hombre predominan los deseos ambiciosos y de poder, mientras que en la mujer los eróticos. Sin embargo, más allá de la aparente oposición, podemos colegir una similitud, ya que todo lo que el hombre ambiciona es para ofrecerlo a una mujer<sup>9</sup>.

Este paradigma de deseos insatisfechos en buena cuenta constituye el mosaico medular de los temas de la novela, el teatro, de cine y la televisión. El amor, el descubrimiento de la identidad, la riqueza y el poder; discurren como temas eternos capaces de pulsar los sentimientos y pasiones más ocultas. Una buena razón de su universalidad y su demanda masiva.

## 2.- MECANISMOS PSICOLOGICOS

### *TRANSFERENCIA*

El fenómeno de la transferencia de acuerdo a la teoría psicoanalítica consiste en depositar montos afectivos de fuerte carga libidinal sobre otros sujetos que no son más que sustitutos de los primigenios depositantes, es decir los padres<sup>10</sup>.

A partir del principio de este mecanismo psicológico podemos establecer un paralelo. El receptor respecto de sus personajes favoritos, al igual que el neurótico respecto de su psicoanalista; transfiere sobre sus héroes y heroínas intensos sentimientos de ternura. Toda esa proclividad del afecto, en uno y otro caso, viene de otra parte. El neurótico ya padecía el síntoma que se visualiza por medio de la transferencia con su terapeuta; lo mismo que le sucede al televidente respecto con sus personajes de su preferencia.

Así la transferencia de sentimientos que pueda establecer el receptor con su héroe no proviene de la situación presente y no está dirigida específicamente sobre el protagonista. Este es sólo un símbolo que hace saltar a flote restos mnémicos de lo que alguna vez le ocurrió al espectador.

La transferencia que aparece como un reclamo de amor o en formas más atenuadas, puede ser de signo positivo o negativo. Será una transferencia hostil si el monto de afecto es negado por el objeto depositario, el odio en buena cuenta es el amor frustrado, porque el objeto no se presta a satisfacer el deseo.

Pero, en la transferencia ya sea negativa o positiva, existe un monto libidinal que es descargado en el objeto, aspecto que magnifica la simpatía o rechazo a ciertos personajes. El receptor no accede a éstos desde su costado racional únicamente en la medida en que es capaz de investir libidinosamente objetos.

Y bien; es preciso atribuir a todos los hombres normales la capacidad de dirigir investiduras libidinosas de objeto sobre personas. La inclinación a la transferencia en el llamado neurótico no es sino un extraordinario acrecentamiento de esta propiedad universal<sup>11</sup>.

#### *IDENTIFICACION Y PROYECCION*

En la toda historia, hay un héroe o una heroína situados en el centro de interés, quienes están dotados de las mejores virtudes, desde las físicas hasta las espirituales, para poder captar todo el caudal masivo de simpatía.

Asimismo, este héroe posee una fortaleza increíble que le hace invencible transmitiendo al espectador cierto sentimiento de seguridad y complacencia. Sucede

este fenómeno por que en buena cuenta es el Yo que se erige a través de los protagonistas colmando esa vanidad egoísta que anida en cada ser humano.

Por ello, la característica de los personajes va a estar determinada de acuerdo a las relaciones con el protagonista. Los "buenos" son los auxiliares del yo devenido en héroe, y los "malos" sus enemigos y rivales. Mecanismo que obedece a los fenómenos psíquicos de proyección e identificación.

La frase de Platón es ilustrativa para poder entender el mecanismo de la conrainvestidura que opera en el fenómeno de la proyección: los buenos son los que se conforman con soñar aquello que los otros, los malos, hacen realmente.

Revisemos lo que es una investidura, la carga de energía psíquica para que determinada representación cobre forma. Entonces, conrainvestidura, es aquella carga libidinal que gasta la energía en una representación contraria que se atribuye a otro individuo.

Así el autor de la obra que a través de su héroe siente determinado deseo que es censurado al llegar a su consciente, utiliza dicha carga de energía para que la representación cobre forma contraria que es atribuida a otro individuo, es decir a un personaje malo, que es enemigo del héroe, de su yo.

Entonces, así se vería y escucharía: Yo personaje héroe estoy fascinado por aquella pérdida mujer, pero como eso es prohibido, la odio. Pero, yo no puedo ser malo; entonces ella me odia. Proceso de formación de una conrainvestidura que experimenta el espectador quien se proyecta en lo inconsciente y preconscious, pero que sanciona al personaje en un nivel consciente.



La proclividad de los individuos a identificarse con el héroe o la heroína proviene del fenómeno de la regresión. Esto sucede, porque las pulsiones de amor son desviadas de su meta originaria generándose una fijación a la etapa infantil, de tal suerte, que la identificación reemplaza a la elección de objeto mediante introyección del objeto en el yo<sup>12</sup>.

Esta sería la identificación centripeta por medio de la cual se encumbra un ideal de yo que es compartido por cada miembro de la masa .

Una masa primaria de esta índole es una multitud de individuos que han puesto un objeto, uno y el mismo, en el lugar de su ideal del yo, a consecuencia de lo cual se han identificado entre sí en su yo<sup>13</sup>.

De esta manera cada individuo tiene una doble ligazón libidinosa: con el conductor y con los otros individuos de la masa. Fórmula que ha dado millones de adeptos a la religión católica. Todos somos hechos a semejanza de Dios. El es el padre que quiere a todos sus hijos que somos iguales.

El carácter ominoso y compulsivo de la formación de masa nos remite entonces a la horda primordial. El padre primordial es el ideal de la masa que gobierna al yo en reemplazo del ideal del yo. Esa carencia es sustituida por los personajes de las telenovelas con los cuales se identifica la masa adicta a ese tipo de mensajes.

### 3.- EL PUBLICO SUEÑA DESPIERTO

*La interpretación de los sueños es en realidad la vía regia para el conocimiento de lo inconciente, el fundamento más seguro del psicoanálisis*

Sigmund Freud

Frente a nuestro adverso mundo y el fin de las utopías; el hombre lleno de frustraciones, ingresa al reino del sueño, de la fantasía, de la ficción. Ambitos en los cuales la ganancia de placer se hace independiente del principio de realidad.

En este contexto, el individuo cada noche experimenta el cumplimiento disfrazado de sus deseos reprimidos. También cada instante puede alejarse de la realidad e instalarse en el reino de la fantasía donde sus deseos se concretizan en gratas imágenes. Asimismo, puede ausentarse de la realidad y "vivir" en el universo de la ficción al entrar a la pantalla de su televisor todos los días e instalarse en su telenovela preferida. Universo donde experimenta la realización de sus más caros deseos en la piel de sus personajes favoritos.

Aparte de esta similitud, podemos anotar otra más profunda. En los tres fenómenos psíquicos (el sueño nocturno, el sueño diurno y la ficción) se pone de manifiesto una relación dialéctica entre las tres instancias psíquicas del individuo: inconciente, preconciente y conciente.

En el proceso de elaboración del sueño podemos ver que intervienen las tres instancias psíquicas<sup>14</sup>, de igual manera que entran en funcionamiento en la elaboración del sueño diurno. De acuerdo a estos principios freudianos podemos inferir que similar dinámica ocurre cuando el individuo se instala en el mundo de la ficción, es decir cuando se produce el fenómeno de la percepción de los productos

(sustitutos) de los mas media, y más en la telenovela, género que se sustenta en la columna vertebral del cumplimiento de los deseos más prosnicos y universales.

En este punto es pertinente hacer una aclaración. El nexco que articula la presente analogía se sustenta básicamente en el cumplimiento del deseo<sup>15</sup>, porque si reparamos el receptor no experimenta el proceso de crear producto mass media. Se ubica en el nivel del sueño diurno, porque está exiliado del mundo creativo. Por esta razón al abordar el fenómeno del cumplimiento del deseo en el producto sustituto lo hacemos a partir del punto de vista del receptor. La ganancia de placer del creador relacionada a la que experimenta el receptor será explicada más adelante.

### 3.1.- DINAMICA DEL CONCIENTE, INCONCIENTE Y PRECONCIENTE

El sueño es un estado intermedio entre el dormir y la vigilia. Es una reacción ante un estímulo que perturba el dormir, el cual puede ser externo o fisico, pero fundamentalmente obedece a un estímulo psíquico. De acuerdo a la teoría freudiana sustancialmente esto sería el sueño. Sin embargo, lo que más atrae nuestro interés es que el sueño es una actividad psíquica que consiste en vivenciar cosas que la realidad niega. Es el cumplimiento disfrazado de nuestros deseos (contenido onírico latente C.O.L.) que por acción del simbolismo y la censura onírica se manifiesta en forma desfigurada (contenido onírico manifiesto C.O.M)<sup>16</sup>.

En el sueño se ponen de manifiesto la interacción de las tres instancias psíquicas: el contenido onírico latente se ubica en lo inconciente, el contenido onírico manifiesto a nivel de lo conciente y los restos diurnos a nivel de lo preconciente.

A través del trabajo del sueño que transforma el C.O.L. en otro producto que es el C.O.M., se evidencia la relación dinámica de esas tres instancias. El deseo infantil (Inconciente) pone la energía pulsional; mientras que los restos diurnos (Preconciente), la materia prima para que cobren expresividad, es decir

representaciones de experiencias vividas generalmente el día anterior al sueño. En este punto se da una serie de procesos psíquicos como las condensaciones, desplazamientos, transposiciones regresivas del pensamiento que dan por resultado el contenido onírico manifiesto que es registrado a nivel de lo conciente.

De similar manera en la elaboración de los sueños diurnos se ponen de manifiesto deseos inconcientes que si bien no se vivencian, ni se alucinan; si se representan en imágenes. Por lo general estos sueños diurnos que emergen en la pubertad son escenas o circunstancias en las cuales encuentran satisfacción los afanes de ambición o de poder, o los deseos eróticos de la persona. En los hombres casi siempre prevalecen las fantasías de ambición; mientras que en las mujeres, las eróticas. Pero esta oposición sólo es aparente, pues más allá de las primigenias fantasías masculinas de poder sale a flote también la necesidad erótica: todas las hazañas heroicas y los triunfos serán ofrecidos a la mujer.

En la génesis del sueño hay dos tendencias concurrentes con el proceso de percepción del receptor. A saber, el afán de dormir que implica alejarse de la realidad y la necesidad de satisfacer un estímulo psíquico que se traduce en el cumplimiento del deseo<sup>17</sup>.

Durante el desarrollo del proceso de percepción vemos también que entran a tallar las tres instancias psicológicas. El receptor recibe el mensaje concientemente pero luego el material es sometido a un proceso de reconstrucción en el cual intervienen las instancias de lo preconciente y lo inconsciente. Así en el momento de ver la telenovela tiene gravitancia todo el material psíquico inconsciente como los restos menémicos, las fijaciones, regresiones y los fenómenos de identificación y proyección, los cuales cobran correspondencia con elementos del preconciente que remiten a representaciones de experiencias vividas o coyunturales del receptor.

Así, el televidente al efectuar la lectura, momento clave de la percepción, no sólo asimila el mensaje, sino le otorga sentidos de acuerdo a su yo individual compuesto por las tres instancias. Pero no sólo esto, como individuo instalado en

una realidad dada y perteneciente a determinado grupo sociocultural pondrá en activación su memoria colectiva, su imaginario social y su yo social<sup>18</sup>.

#### 4.- RELACION AUTOR - OBRA - RECEPTOR

De acuerdo al mecanismo del sueño diurno (mundo de las ilusiones y la fantasía), se puede afirmar que éste es la materia prima para la creación de la telenovela, ya que el guionista a partir de los elementos de sus ensoñaciones crea sus historias. Pero, el héroe del sueño diurno, en última instancia, es siempre la propia persona, ya sea directamente o por identificación con otra.

Como vemos, la fuerza pulsional del guionista proviene de su inconciente, estos elementos son trabajados en el nivel de lo preconciente (fantasías) y conciente (recursos técnicos y talento) dando por resultado una obra que está en el nivel de lo conciente. La misma que a su vez, cierra el círculo en el momento de la recepción, pues la lectura de la telenovela se da en un nivel conciente y se reelabora y adquiere sus sentidos en el intercambio con lo preconciente y lo inconciente.

En este sentido, se establece una analogía entre la dinámica de los mecanismos psíquicos del creador y el público los cuales son esbozados con el mismo objetivo: la satisfacción de los deseos. Aspecto que pone de manifiesto la importancia vital del intercambio entre mundo real e imaginario. En un proceso infinito y retroactivo. Los elementos reales induciendo la elaboración de puntos de apoyo ymagnarios y éstos a su vez actuando en la transformación de la vida real.

Esta dinámica del proceso es la que asegura la masiva demanda de los temas tópicos referentes al amor y éxito individual como camino a la felicidad, ya que el espectador psíquicamente recorre el mismo camino de identificación y proyección del autor y su héroe con la diferencia que unas personas crean y otras se satisfacen

con ver. Pero el origen de la fantasía es el mismo (deseos reprimidos) y el destino de la energía libidinal el mismo: encontrar satisfacción momentánea en un sustituto.

Situación que al circunscribirse en el campo de la comunicación guarda paralelo con la dinámica que se establece entre los productores de telenovelas y la coyuntura de las clases subalternas, pues este producto recrea un universo imaginario que recicla elementos y expresiones de la cultura urbana masiva y popular, que asociamos con el imaginario (preconsciente) y con la memoria colectiva (inconsciente).

#### 4.1.- NEXO TEMPORALIDAD CREATIVA Y EXISTENCIAL

La fantasía oscila en tres momentos de nuestro representar. El trabajo anímico se desencadena a partir de una impresión actual, ocasión que es capaz de despertar los deseos de una persona, de ahí se remonta a un estadio de la vida, generalmente el infantil, donde aquel deseo se cumplía y entonces se crea una situación referida al futuro, que se figura como el cumplimiento de ese deseo.

Vale decir, pasado, presente y futuro son como las cuentas de un collar engarzado por el deseo<sup>19</sup>.

Este derrotero donde el deseo aprovecha la ocasión del presente para proyectarse en una escena de futuro, siguiendo el modelo del pasado, es transitado por el autor de la telenovela, así como por el receptor, quien se identifica con el héroe de la historia, el mismo con quien se identificó en primera instancia el autor.

El proceso existencial es reproducido en las telenovelas. El protagonista mira su pasado a partir de un suceso presente que impide el cumplimiento del deseo que el mismo que sólo puede ser concretizado al final en las escenas de happy end. Dicho planteamiento temático cobra forma en la estructura de la telenovela que va

del desconocimiento al conocimiento. El esquema melodramático plantea una situación presente del protagonista debido a un suceso del pasado que se tiene que desentrañar para que logre la felicidad.

El planteamiento a su vez cobra forma en una temporalidad afín que vertebra la estructura efectista de la telenovela sustentada en la dinámica de la situación límite que capítulo tras capítulo va magnificando la tensión del espectador hasta que llega el ansiado final donde los deseos de los protagonistas se cumplen generando una distensión que provoca placer momentáneo. Punto en el cual converge la identificación y proyección del espectador quien vive en la piel de sus protagonistas el deseo que la realidad niega.

## **5.-LAS ASOCIACIONES INCONCIENTES DEL RECEPTOR**

Así como el soñante no tiene un saber sobre su sueño, el espectador tampoco sabe por qué determinados productos provocan su identificación. Pero tanto soñante como espectador, saben sin saber que lo saben. Es decir no tienen conciencia de su identificación que se relaciona con ciertos recuerdos o circunstancias de su vida.

De la misma manera que el elemento onírico tampoco es el justo, ya que no es más que un sustituto de otro - del genuino, que no se conoce y que se debe descubrir mediante el análisis del sueño - ; consideramos que determinadas escenas, si bien no representan el cumplimiento de un deseo genuino ubicado en lo inconciente, son un sustituto que propicia la identificación y proyección del espectador.

Ello porque en el sueño así como existen los fenómenos de desplazamiento y desfiguración por obra de la censura y del pensamiento onírico, creemos que en el ámbito de la comunicación la censura ejerce sobre los productos similar efecto que

se traduce en rodeos, sustituciones, pese a los cuales, el receptor capta el sentido de ciertos contenidos y figuraciones que establecen nexo con contenidos preconcientes e inconcientes de sí mismo.

A través del sueño también podemos constatar el universo de lo inconciente que nos gobierna. Ahí no sólo está el material de las vivencias olvidadas, sino la vida anímica infantil con todas sus características particulares, el egoísmo, la elección incestuosa del objeto amoroso, diversas mociones perversas de deseo que intervienen en el momento de la percepción y en la reconstrucción del mensaje recibido.

Pero, la regresión es doble, no sólo se convoca las peculiaridades de nuestra vida anímica primitiva, sino nuestro viejo patrimonio cultural que es la referencia simbólica<sup>20</sup>. De acuerdo a la teoría freudiana llamamos simbólica a la relación constante entre un elemento onírico y su traducción y al elemento onírico, símbolo.

En la recepción de la telenovela tiene incidencia seductora la representación simbólica de algunos contenidos que por ser un género masivo, una unidad mínima de fácil comprensión, actúa directa y efectivamente en lo más primitivo, en un tronco antropológico común. La lectura, por tanto, no es conceptual o racional, sino eminentemente emocional.

Consideramos que así como los referentes simbólicos son inconcientes para el soñante; lo son para el receptor masivo. Además este saber simbólico traspone las barreras de la experiencia individual para colocarse en el rango de un patrimonio universal.

El conocimiento del simbolismo no es conciente para el soñante, pertenece a su vida mental inconciente que sobrepasa el carácter de aspiraciones individuales para tomarse en genéricas.



Pero ahora se trata de algo más, precisamente de conocimientos inconcientes, de conexiones conceptuales, de comparaciones entre objetos diversos, que llevan a que pueda reemplazarse de manera constante uno por el otro. Estas comparaciones no se establecen como algo nuevo cada vez, sino que ya están disponibles, están listas de una vez para siempre; es lo que resulta de su concordancia en diversas personas, concordancia esta que quizá se cumple a pesar de las diferencias de idiomas<sup>21</sup>.

Sabemos ya que del mismo simbolismo se sirven los mitos y los cuentos tradicionales, el pueblo en sus proverbios o canciones, el uso lingüístico corriente y la fantasía poética. La esfera del simbolismo es enorme, el simbolismo onírico es sólo una pequeña parte de ella ... Muchos de los símbolos usuales en otros ámbitos no se presentan en el sueño o lo hacen muy raramente; muchos de los símbolos oníricos no se encuentran en todos los otros ámbitos, sino, como hemos visto, sólo aquí o allí. Se recibe la impresión de estar frente a un modo de expresión antiguo, pero desaparecido, del que en diversos ámbitos se han conservado diferentes cosas...<sup>22</sup>

Las referencias simbólicas que se presentan cada noche en nuestros sueños, también actúan cada vez que vemos una telenovela, en tanto producto sustituto, el mismo que activa la zona oscura del yo y nos remite a la infancia. Podemos colegir que lo inconciente de la vida anímica es lo infantil, que en última instancia, gobierna nuestra vida y, por consiguiente, nuestra adicción a determinado tipo de mensajes como las telenovelas.

## 6.-DE LO PRECONCIENTE AL IMAGINARIO

La oposición y ceguera de la corriente conductista y la ideologista, como vimos al plantear el marco teórico, no sólo ha sesgado la visión para afrontar el estudio de la comunicación; sino que pone en evidencia el antiguo problema de la deformación economicista-mecanicista del marxismo y el ortodoxismo de los seguidores de Freud.

Si bien la historia de las ciencias sociales, hacen ver la necesidad de recurrir a la psicología, ésta se torna imprescindible para el estudio de las ciencias de la comunicación, más aún si investigamos la demanda de un género melodramático desde el eje de la recepción. Visión que implica en primer lugar, conocer a cabalidad al receptor, es decir, abarcar los aspectos psicológico, social y cultural. En segundo lugar, la recepción de la telenovela pone el acento en el terreno afectivo, íntimamente ligado al campo psicológico, así como la efectividad del código de la imagen que nos transporta a un simbolismo primigenio que va desde los sueños, los mitos, las religiones y las ideologías hasta el imaginario que fabrica la industria cultural.

En este sentido, dirigimos nuestra atención al llamado marxismo humanista de Erich Fromm, que logra hacer discurrir ambas corrientes de pensamiento por un mismo cauce. Esta visión, partiendo de algunos principios de la teoría psicoanalítica, da el salto cualitativo hacia una psicología social que tiene en cuenta la interacción de los fenómenos sociales en el carácter del individuo.

Fromm, no se queda en el campo de las pulsiones - que provienen de la fuente libidinal ubicada en el lado oscuro de lo inconsciente y que gobiernan la vida del individuo en una cadena interminable de placer y displacer-; sino que estas fuerzas las pone en interacción con la dinámica de las sociedades.

No siempre se puede percibir estas fuerzas como tales; hay que deducirlas de los fenómenos observables, y hay que estudiarlas en sus contradicciones y transformaciones. La psicología apta para servir al pensamiento marxista debe ser aquella capaz de entender la evolución de estas fuerzas psíquicas como un proceso de interacción constante entre las necesidades del hombre y la realidad social e histórica en la cual éste participa<sup>23</sup>.

Fromm a partir del concepto freudiano de carácter que se sustenta en la teoría de la libido - energía psíquica que impulsa al individuo a actuar guiado por el "principio del placer" -, elabora la formulación del carácter social plasmado por la práctica vital en cualquier sociedad dada.

En su libro *Man for Himself* demuestra que las diversas tendencias del hombre, se desarrollan como consecuencia de su necesidad de "asimilar" (cosas) y de "socializar" (con gente), y que las formas de asimilación y socialización que constituyen sus pasiones principales, dependen de la estructura social en la cual él vive.

De esta manera, considera en este concepto al hombre como un ser caracterizado por sus tendencias pasionales hacia los objetos - hombres y naturaleza- y por su necesidad de relacionarse con el mundo.

El concepto de "carácter social" parte de una elaboración especial del concepto freudiano de carácter individual, alcanza una visión grupal que implica el carácter matriz común a un grupo (nación o clase) que determina efectivamente actos e ideas de sus miembros.

Para Freud el carácter es la manifestación de diversos géneros de tendencias de la libido, es decir energía psíquica orientada hacia determinados objetivos<sup>24</sup>. En

sus conceptos de los caracteres oral, anal y genital, presentó un nuevo modelo de carácter humano que explica el comportamiento como la expresión de nítidas tendencias pulsionales. La orientación e intensidad de estas tendencias se remiten a experiencias de la primera infancia vinculadas con las "zonas erógenas" (boca, ano, órganos genitales)<sup>25</sup>. En este proceso, el comportamiento de los padres hacia el hijo es el factor principal del desarrollo de la libido.

Fromm, señala que el concepto de carácter social, se refiere a la matriz de la estructura caracterológica común a un grupo. Determina que el factor fundamental para la formación del "carácter social" es la práctica de la vida tal como es constituida por la forma de producción y por la estratificación social resultante que ofrecen acción sobre las tendencias pasionales hacia los objetos y su necesidad de sociabilizar.

El "carácter social" es aquella estructura particular de energía psíquica que una sociedad dada plasma con el propósito de que resulte útil para el funcionamiento de esa misma sociedad dada<sup>26</sup>.

En tal sentido, la persona media debe querer hacer aquello que debe hacer para desempeñarse adecuadamente y que la sociedad utilice sus energías para sus propios fines. Señala, por ejemplo, que el capitalismo sólo funciona con hombres ávidos por trabajar, disciplinados y puntuales, cuyo mayor interés consiste en el lucro monetario, y cuyo principio fundamental en la vida reside en el beneficio económico que deriva de la producción y el cambio. Asimismo, en el siglo XIX el capitalismo necesita de hombres frenéticamente interesados en gastar y consumir.

Concluye que el carácter social "representa la forma en que se moldea la energía humana para aprovecharla como fuerza productiva en el proceso social"<sup>27</sup>.

Este carácter social es reforzado por todos los medios de influencia accesibles a una sociedad: sistema educativo, religión, literatura, canciones, chistes,

hábitos y sobre todo los métodos de formar a los niños que obedece a una matriz deseable del carácter social del hombre común que se siente satisfecho con las condiciones que le impone la sociedad.

No es sólo la base económica que crea determinado carácter social que, a su vez, genera ciertas ideas; sino que las ideas también influyen sobre el carácter social e indirectamente sobre la estructura socioeconómica. Es decir, un intermediario entre la estructura socioeconómica y las ideas y los ideales que prevalecen en una sociedad.

Así, el carácter social del siglo XX, es el del homo consumens, cuyo objetivo principal no es poseer cosas, sino consumir cada vez más, compensando así su vacuidad, pasividad, soledad y ansiedad interiores. Un hombre voraz, un lactante a perpetuidad que desea consumir más y más, y para el que todo se convierte en artículo de consumo. El carácter del homo consumens en su nivel más extremo, constituye un fenómeno psicopatológico.

La avidez por consumir (una forma extrema de lo que Freud llamó el carácter oral- receptivo) se está convirtiendo en la fuerza psíquica predominante de la sociedad industrial contemporánea.<sup>28</sup>

Y también el espíritu tiene la adicción de consumir cierto tipo de mensajes, el espíritu padece hoy la oralidad de las imágenes frívolas, violentas y melodramáticas. El hombre medio ahogado en su pasividad, prefiere vivir en la pantalla las imágenes que le venden la felicidad a través de una visión tradicional del eterno amor, como único camino a la felicidad y realización personal.

Fromm también aplica su visión social a lo que Freud llamó el inconsciente. El concepto de "inconsciente social" se refiere a aquel ámbito conformado por la represión de la realidad interior que es común a grandes grupos. Ello, porque toda sociedad se esfuerza por evitar que sus miembros (o los de una clase particular) sean

conscientes de ciertos impulsos que podrían desembocar en ideas o actos "peligrosos".

De esta manera la censura eficaz no es aquella que se manifiesta a nivel de la palabra impresa o hablada, sino aquella que se interioriza impidiendo que los pensamientos se vuelvan conscientes, reprimiendo la "sensibilidad peligrosa". El contenido del inconsciente social depende de los mecanismos represivos de la estructura social y puede implicar agresividad, rebeldía, soledad, subordinación, infelicidad, hastío, etc. Por ejemplo en algunos sistemas se reprime el amor a la vida y se cultiva en cambio el amor a la propiedad.

La represión de la que habla Fromm debido a su orientación marxista da preponderancia al sistema social como moldeador de la conciencia del hombre.

El inconsciente, lo mismo que la conciencia, es también un fenómeno social, determinado por el "filtro social" que no permite que la mayoría de las experiencias humanas auténticas ascienda del inconsciente a la conciencia. Este filtro social consiste primordialmente en: a) el lenguaje, b) la lógica y c) los tabús sociales; está cubierto por las ideologías (racionalizaciones) que se experimentan subjetivamente como ciertas, cuando en realidad no son más que ficciones socialmente producidas y compartidas<sup>29</sup>.

La sociedad está compuesta por hombres y cada hombre está dotado de un potencial de tendencias pasionales, que van desde las más arcaicas hasta las más progresistas. La suma de este potencial humano está moldeada por el conjunto de fuerzas económicas y sociales características de cada sociedad dada. Estas fuerzas del conjunto social producen un determinado inconsciente social y ciertos conflictos entre los factores represivos y las necesidades humanas dadas que son esenciales.

para el normal desempeño humano como cierto grado de libertad, estímulo, interés en la vida.

En verdad, tal como dije antes, las revoluciones se materializan como expresión, no sólo de las nuevas fuerzas productivas, sino también de la parte reprimida de la naturaleza humana, y sólo triunfan cuando se combinan las dos condiciones. La represión ya esté condicionada individual socialmente, deforma al hombre, lo fragmenta, lo priva de su humanidad total. La conciencia representa al "hombre social" determinado por una sociedad dada; el inconsciente representa al hombre universal que hay en nosotros, al bien y al mal, al hombre total...<sup>30</sup>

Podemos ver que tanto en Freud como en Fromm subyace una visión filosófica que finalmente conlleva implicancias valorativas de lo que puede llamarse lo político. Freud por un lado, plantea que el individuo debe adaptarse a la sociedad<sup>31</sup>. Por otro lado, Fromm atribuye un carácter mesiánico a la conciencia social que es el ente liberador del individuo.

Si bien Freud en su obra no se refiere a la sociedad o sistema social en el que está inmerso el individuo, permanentemente señala el papel de la cultura campo más vasto y complejo que el social y que ahora marca una nueva tendencia en el estudio de las ciencias sociales. Esto es, lo cultural que genera una política y lo político que genera una cultura, ámbito donde se produce el fenómeno de la comunicación y el de la recepción de la telenovela.

En consecuencia podemos vislumbrar en Freud el esfuerzo de llevar el proceso individual de represión y de formación del hombre, hacia un proceso grupal, cultural que se puede apreciar con suma claridad en *El Porvenir de una ilusión* y

posteriormente en *El Malestar en la Cultura*, obras de innegable carácter sociológico.

La mayoría de estas neurosis de la infancia se superan espontáneamente en el curso del crecimiento; en particular, las neurosis obsesivas de la niñez tienen ese destino... De manera en un todo parecida, cabría suponer que la humanidad en su conjunto, en el curso de su secular desarrollo, cayó en estados análogos a las neurosis, y sin duda por las mismas razones: porque en las épocas de su ignorancia y su endeblez intelectual, las renunciaciones de lo pulsional indispensables para la convivencia humana sólo podían obtenerse a través de unas fuerzas puramente afectivas. Y luego quedaron por largo tiempo adheridas a la cultura las sedimentaciones de esos procesos parecidos a una represión, acaecidos en la prehistoria. La religión sería la neurosis obsesiva humana universal; como la del niño provendría del complejo de Edipo, del vínculo con el padre<sup>32</sup>.

La analogía entre el proceso cultural y la vía evolutiva del individuo puede ampliarse en un aspecto sustantivo. Es lícito aseverar, en efecto, que también la comunidad plasma un superyo, bajo cuyo influjo se consuma el desarrollo de la cultura. Para un conocedor de las culturas humanas sería acaso una seductora tarea estudiar esta equiparación en sus detalles<sup>33</sup>.

Otro punto de concordancia es que el superyo de la cultura, en un todo como el del individuo, plantea severas exigencias ideales cuyo incumplimiento es



castigado mediante una "angustia de la conciencia moral". Más aún: se produce aquí el hecho asombroso de que los procesos anímicos correspondientes nos resultan más familiares y más accesibles a la conciencia vistas del lado de las masas que del lado del individuo. En este último, sólo las agresiones del superyó en caso de tensión se vuelven audibles como reproches, mientras que las exigencias mismas a menudo permanecen inconcientes en el trasfondo. Si se las lleva al conocimiento conciente, se demuestra que coinciden con los preceptos del superyó de la cultura respectiva. En este punto los dos procesos, el del desarrollo cultural de la multitud y el propio individuo, suelen ir pegados, por así decir. Por eso numerosas exteriorizaciones y propiedades del superyó pueden discernirse con mayor facilidad en su comportamiento dentro de la comunidad cultural que en el individuo<sup>34</sup>.

...Por eso en la tarea terapéutica nos vemos precisados muy a menudo a combatir al superyó y a rebajar sus exigencias. Objeciones en un todo semejantes podemos dirigir los reclamos éticos del superyó a la cultura. Tampoco se cuida lo bastante de los hechos de la constitución anímica de los seres humanos, proclama un mandamiento y no pregunta si podrán obedecerlo<sup>35</sup>.

Si el desarrollo cultural presenta tan amplia semejanza con el del individuo y trabaja con los mismos medios, no se está justificado a diagnosticar que muchas culturas - o épocas culturales -, y aún posiblemente la humanidad toda, ha devenido

"neurótica" bajo el influjo de las aspiraciones culturales<sup>36</sup>.

Cabe hacer la salvedad que Freud en lo que sí se mostró algo renuente - sin llegar a escéptico - fue en aplicar el psicoanálisis a la sociedad como tratamiento terapéutico<sup>37</sup>. Argumento que ha sido esgrimido por muchos ortodoxos, que descartan la posibilidad de aplicar la dinámica psicológica individual a un grupo cultural, cuando Freud fue propulsor de este propósito como acabamos de ver.

En este sentido, podemos concluir lo siguiente: descartamos la visión ortodoxa de los freudianos quienes consideran que las categorías del psicoanálisis no pueden ser aplicadas a un grupo social o cultural. En segundo lugar, descartamos el cuestionamiento de ciertos marxistas humanistas que critican la obra de Freud por "individualista, determinista y por no tener en cuenta el aspecto de lo social".

Consideramos que las categorías del psicoanálisis pueden ser extrapoladas adecuadamente (siguiendo la teoría dinámica de Freud) a un grupo social o cultural. Esto en tanto mecanismo dinámico que tiene cierta dialéctica en el funcionamiento de fenómenos, a los cuales no se puede escapar un sujeto. Quien tampoco, (como sostiene Fromm), puede evadirse de una dinámica de lo social que es donde van a adquirir sentido los fenómenos psicológicos.

De esta manera procedemos a la extrapolación de nuestras categorías. Decíamos que la hipótesis central del estudio es demostrar que la efectividad de un mensaje se debe a la profunda dinámica de imaginario y memoria colectiva.

De acuerdo a la teoría freudiana hemos demostrado que el individuo recibe el mensaje en un nivel conciente, pero que en su reelaboración intervienen las instancias de lo preconciente e inconsciente<sup>38</sup>.

Como nuestro estudio se hace desde la recepción, ubicamos al emisor en el terreno de la dinámica cultural latinoamericana. Así, la formación secular que se interioriza en cada grupo va a registrar características similares. En esta medida y de acuerdo a la descomposición de la personalidad de Freud y la conceptualización social de estas instancias de Fromm concluimos lo siguiente. El yo, ( el mediador entre el inconsciente y la realidad) en la dimensión de grupo cultural, corresponde a la categoría de carácter social. El preconsciente (rastros y rasgos que al influjo de la realidad pueden ser evocados desde el inconsciente) como preconsciente social o imaginario y el inconsciente, (el lado oscuro de donde provienen las demandas pulsionales del cumplimiento del principio del placer) como inconsciente social o memoria colectiva.

En el terreno de la cultura también se registra esta dinámica de las tres instancias tal como opera a nivel individual de acuerdo a la fuerza de la represión que trasluce la dominación y el poder.

La cultura oficial corresponde a la instancia individual del Super Yo que reprime las expresiones de las culturas subalternas o culturas populares, las mismas que no pueden ser acalladas ni destruidas, permanecen potencialmente listas para emerger frente a una situación exterior propicia, las mismas que conforman lo que se denomina la memoria colectiva (inconsciente social): rasgos y rastros culturales cuasi perdidos. Muchos de estos perviven en un nivel latente, conforman lo que se denomina imaginario (preconsciente social), el mismo que al influjo de la cultura de masas se expresa de manera desdibujada, debido al diálogo desigual que plantea la industria cultural al reciclar ciertas demandas provenientes de las culturas subalternas de acuerdo a la estrategia comercial y la necesidad de legitimación de las instancias mediadoras del poder.

De acuerdo a la hipótesis central deducimos que la telenovela nos remite a una correspondencia con determinado imaginario, el imaginario femenino urbano masificado.

Conceptualizamos el imaginario como una conformación que está ubicada en la instancia del preconsciente social, donde se vislumbran rasgos de la memoria colectiva, la cual fue secularmente reprimida por la cultura oficial, pero que aflora - de alguna manera y entre otras causas- al influjo de los productos de la industria cultural masiva.

- <sup>1</sup> Freud S., "Las dos clases de pulsiones" en *El yo y el Ello y otras obras, (1923-1925)* Vol. XIX, P.41 - 48. Léase también "32ª Conferencia. Angustia y Vida pulsional" en *Nuevas Conferencias de introducción al psicoanálisis y otras obras, (1932-1936)*, Vol. XXII, P. 75 - 103.
- <sup>2</sup> Freud S., *El malestar en la cultura*, Vol XXI, P.82.
- <sup>3</sup> Léase *El Porvenir de una ilusión, (1927-1931)* Vol. XXI, donde Freud plantea alentadoramente que el planteamiento ilusorio del cristianismo sucumbirá por otras ilusiones más reales y terrenales que se pueden sustentar en el trabajo científico, el valor humano, la razón y la experiencia.
- <sup>4</sup> Freud S. *El Porvenir de una ilusión*, Vol. XXI P. 43.
- <sup>5</sup> Freud en *El Malestar en la cultura, (1927-1931)* volumen XXI, P.39. Hace un parangón entre el super yo a nivel individual y la cultura a nivel de lo social. En este sentido señala que si el desarrollo cultural presenta tan amplia semejanza con el del individuo y trabaja con los mismos medios, será justo diagnosticar que muchas culturas o épocas culturales, y aún posiblemente la humanidad toda, han devenido "neuróticas" bajo el influjo de las aspiraciones culturales. Véase también algunas puntualizaciones sobre la misma hipótesis en *El porvenir de una ilusión, (1927)*, P.43.
- <sup>6</sup> Véase "17 Conferencia. El sentido de los síntomas" en *Conferencias de introducción al Psicoanálisis (continuación), (1916-1917)*, Vol. XVI, P.235-250.
- <sup>7</sup> Freud S., "Carta 71. Consideraciones sobre Edipo Rey" en *Publicaciones prepsicoanalíticas y manuscritos inéditos en vida de Freud, (1886-1899)*, Vol. I, P. 305-308.
- <sup>8</sup> Freud S., "Sueños Típicos" en la interpretación de los sueños (primera parte, 1910), Vol. IV, P.271.
- <sup>9</sup> Freud S. "Relación del sueño con la vida de vigilia" en *La interpretación de los sueños (Primera parte 1900)*, Vol. IV, P. 34-38.
- <sup>10</sup> Freud S. "Sobre la dinámica de la transferencia" y "Puntualizaciones sobre el amor de transferencia" en *Trabajos sobre técnica psicoanalítica, (1911-1913)*, Vol. XII, P: 93-107 y 159-175, respectivamente.
- <sup>11</sup> Freud S., "27ª Conferencia. La transferencia", en *Conferencias de Introducción al Psicoanálisis (Parte III), (1916-1917)*, Vol. XVI, P.405.
- <sup>12</sup> Freud S., "31ª Conferencia. La descomposición de la personalidad psíquica", en *Nuevas Conferencias de introducción al psicoanálisis, (1933)*, Vol. XXII, P.58.
- <sup>13</sup> Freud S., *Psicología de las masas y análisis del yo, (1921)*, Vol. XXVIII, P.110.
- <sup>14</sup> Freud S., "11ª Conferencia. El trabajo del sueño" en *Conferencias de Introducción al Psicoanálisis, Parte II El Sueño, (1916-1917)*, Vol. XV, P. 155-167.
- <sup>15</sup> Freud S. "14ª Conferencia. El cumplimiento del deseo" en op. cit. P. 195-208.
- <sup>16</sup> Freud S. "11ª Conferencia. El trabajo del sueño" en op. cit. P.155-167.
- <sup>17</sup> Freud S. "14ª Conferencia. El cumplimiento del deseo" en *Conferencias de introducción al psicoanálisis (1916-1917)*, Parte II El sueño, Vol. XV. P.195-207.
- <sup>18</sup> Este planteamiento es abordado más adelante en la Segunda parte: *El Imaginario creado por la industria cultural.*
- <sup>19</sup> Freud S. *El Creador Literario y el Fantaseo (1908)*, Vol. IX, P. 123-136.

- <sup>29</sup> Freud S., "10ª Conferencia. El simbolismo en el sueño" en *Conferencias de introducción al psicoanálisis, Parte II. El Sueño* (1916), Vol. XV, P. 136-155.
- <sup>30</sup> *Ibidem.* P. 51.
- <sup>31</sup> *Ibidem.* P. 52.
- <sup>32</sup> Fromm E. *La aplicación del psicoanálisis humanista a la teoría de Marx*, P. 251.
- <sup>33</sup> Freud S. "31ª Conferencia. La descomposición de la personalidad psíquica" en *Nuevas conferencias de introducción al psicoanálisis* (1933), Vol. XXII. P. 53-74.
- <sup>34</sup> Freud S., "La organización genital infantil" en *El Yo y el Ello y otras obras* (1923-1925), Vol. XIX, P. 141-150.
- <sup>35</sup> Fromm E., op. cit. P. 253.
- <sup>36</sup> *Ibidem.*, P. 253.
- <sup>37</sup> Fromm E., op. cit. P. 258.
- <sup>38</sup> Fromm E., op. cit. P. 263.
- <sup>39</sup> Fromm E., op. cit. P. 254.
- <sup>40</sup> Freud en la 31ª Conferencia. La descomposición de la personalidad psíquica plantea la adaptación del individuo a la sociedad. Parte de una idea del deber ser en la sociedad al referirse al proceso terapéutico sostiene que "su propósito es fortalecer al yo, hacerlo más independiente del superyó, ensanchar su campo de percepción y ampliar su organización de manera que pueda apropiarse de nuevos fragmentos del ello. Donde Ello era, Yo debo devenir", en *Nuevas conferencias de introducción al psicoanálisis y otras obras*, (1932-1936), Vol. XXII., P. 74.
- <sup>41</sup> Freud S., *El porvenir de una ilusión*, (1927-1931), Vol. XXI, P. 43.
- <sup>42</sup> Freud S., *El malestar en la cultura*, (1927-1931), Vol. XXI, P. 136.
- <sup>43</sup> Freud S., op. cit. P. 137.
- <sup>44</sup> Freud S., op. cit. P. 138.
- <sup>45</sup> *Ibidem.*, P. 139.
- <sup>46</sup> Freud en *El malestar en la cultura*, Vol. XXI, P. 139., advierte que no sabe si es disparatado transferir el psicoanálisis como terapia a una comunidad o cultura ya que es peligroso arrancar los conceptos de la esfera individual de donde han surgido, asimismo advierte: de qué serviría el análisis más certero de la neurosis social, si nada posee la autoridad para imponer una terapia masiva.
- <sup>47</sup> Véase en Primera Parte: enfoque psico-cultural.

## SEGUNDA PARTE

### *I.-EL IMAGINARIO CREADO POR LA INDUSTRIA CULTURAL*

#### I.- DEFINICION Y ETIOLOGIA DEL IMAIO

Para conceptualizar y delimitar los alcances de nuestra categoría, partiremos por definir etiológica y genéricamente lo que es el imaginario social, posteriormente la conceptualización de imaginario en la cultura de masas y en latinoamérica. Finalmente esbozaremos el aginario latinoamericano en sus estructuras sentimentales en base a la matriz cultural melodramática que ha propiciado el éxito masivo de determinadas expresiones que revelan el imaginario masivo del hombre común de la urbe latinoamericana.

Para empezar a delimitar nuestra categoría, partimos de la concepción genérica de imaginario social expuesta por Pierre Ansart sistemas de representación a través de los cuales las sociedades designan su identidad, sus aspiraciones, fijan simbólicamente sus normas y sus valores<sup>1</sup>

Este milenar imaginario social que atraviesa con su simbología los albores de la humanidad, presenta procesos evolutivos, los mismos que adquieren una especificidad de acuerdo a la historia y a la dinámica cultural de un grupo, comunidad o sociedad. Así el primer sistema simbólico que se registra es el mito, luego la religión y la ideología. Más adelante Edgar Morín notará la existencia del imaginario de la industria cultural masiva, que desde luego, fija sus significaciones en la ideología dominante del planeta: la capitalista<sup>2</sup>.

## 1.- DEFINICION Y ETIOLOGIA DEL IMAGINARIO SOCIAL

Para abordar la etilogía del imaginario social retomamos la concepción teórica y la metodológica de Cornelius Castoriadis expuesta en su obra *La Institución Imaginaria de la Sociedad*, especialmente en el segundo tomo *El imaginario social y la institución*, donde revela, en lo social - histórico, una génesis ontológica, una creación continuada, una auto-alteración que va haciéndose a sí misma como institución.

A lo que es posición, creación, dar existencia en lo histórico-social lo llamamos imaginario social<sup>3</sup>.

Esta institución, que es la de los individuos y de las cosas en el mundo y que se sustenta en la naturaleza, por lo general se conceptúa como una dimensión identitario-conjuntista basada en la lógica identitaria o de conjuntos que ha dominado el pensamiento racionalista. Sin embargo, Castoriadis señala que esta institución social es esencialmente producto de un magma de significaciones imaginarias sociales.

La denominada función identitaria está dada por lo que denomina *Legein* que es la dimensión identitaria del representar\ decir social, componente ineliminable del lenguaje y el *Teukhein* que es la dimensión identitaria funcional o instrumental del quehacer social.

En consecuencia, tanto los fines como las significaciones son postulados desde el primer momento en y por la técnica del *teukhein*, así como las significaciones son postuladas en y por el *legein*. En cierto sentido, los útiles y los instrumentos de una sociedad son significaciones, son la "materialización" de las significaciones imaginarias de la sociedad en la dimensión identitaria y funcional.



Por ejemplo, una cadena de fabricación o de montaje es ( y no puede dejar de ser como) la materialización de una multitud de significaciones imaginarias centrales del capitalismo<sup>4</sup>.

Aparte de estas instancias conformantes de lo imaginario, Castoriadis señala un estadio anterior a la imposición de la lógica identitaria lo cual denomina magma.

Un magma es aquello de lo cual se puede extraer (o, en el cual se puede construir) organizaciones conjuntistas en cantidad indefinida, pero que jamás puede ser reconstituido (idealmente) por composición conjuntista (finita ni infinita) de estas organizaciones<sup>5</sup>.

Dicho magma está compuesto por significaciones imaginarias a través de las cuales cada sociedad plantea lo que es y lo que no es, lo que vale y lo que no vale, y cómo es y no es. Es la institución de las significaciones la que instaura las condiciones y las orientaciones comunes de lo factible y de lo representable, gracias a lo cual se mantiene unida, por anticipado y - por así decirlo - por construcción, la multitud indefinida y esencialmente abierta de individuos, actos, objetos, funciones e instituciones.

Asimismo, define magma como las representaciones de un individuo en todo instante y a lo largo de toda la vida, como el flujo representativo (afectivo-intencional).

No son un conjunto de elementos definidos y distintos, y sin embargo no son lisa y llanamente caos. En ellos se puede separar o descubrir tal o cual

representación, pero esta operación es, en relación con la cosa misma, ostensiblemente transitoria (e incluso esencialmente pragmática y utilitaria), y su resultado, como tal, no es verdadero ni falso, ni correcto, ni incorrecto, da existencia - por medio del *legein* - a un fragmento, aspecto, momento, del flujo representativo como provisionalmente separado del resto, en cuanto a ... y para tal finalidad; y para hacer eso lo fija en general sobre tal o cual término del lenguaje<sup>6</sup>.

Ahora bien, la visión ontológica de la sociedad sustentada por Castoriadis plantea cómo se genera el imaginario social. Si bien el punto de partida señala la relación - que designa con el término freudiano- de apoyo entre la sociedad con lo que se ha dado en llamar primer estrato natural, su visión va más allá.

Los puntos de apoyo del mundo natural no sólo dan existencia a una instancia de lo no natural (lo representado, lo imaginario), sino que dan existencia al imaginario social que implica a su vez una toma parcial o selectiva a partir de la organización del mundo que la sociedad ha planteado en un proceso de formación-transformación presentificada por modificaciones del mundo sensible. De tal manera que aquello sobre lo cual se da el apoyo resulta alterado por la sociedad por el hecho mismo del apoyo.

...El hacer y el representar/decir de la sociedad no son dictados por un ser-así en sí e indudable del estrato natural, ni en una "libertad absoluta" relativamente a dicho estrato. Esto es evidente. Sin embargo, se ha tratado de mostrar que ya

en psicoanálisis, la idea de apoyo contiene mucho más, y otra cosa, que la posición de estos dos límites lejanos y abstractos<sup>7</sup>.

Esta relación para Castoriadis es más compleja y hasta cualitativamente distinta, pues el mundo de las significaciones instituido en cada oportunidad por la sociedad no es, evidentemente, ni un doble o calco ("reflejo") de un mundo "real", ni tampoco algo sin ninguna relación con un cierto ser así natural. La naturaleza soporta e induce a la sociedad, pero ¿qué soporta e induce y cómo?

Para el filósofo griego el principio de esta cadena de formaciones y transformaciones nace de la contradicción fundamental entre lo natural y lo natural: imaginario. El surgimiento del imaginario se sustenta en el apoyo sobre el estrato natural, de ahí se genera una "toma" parcial a partir de la concepción del mundo que elabora el grupo. Es una formación y transformación incesantes pues la institución de la sociedad registra cambios en el mundo sensible que transformado, a su vez, genera otros en la institución del imaginario.

...Y aquello en lo cual induce, la institución de la sociedad y el mundo de significaciones correlativo, emerge como el otro de la naturaleza, como creación de lo imaginario social.

Así como en el "pasaje de lo somático a lo psíquico", hay emergencia de otro nivel y otro modo de ser, y nada es en tanto psíquico si no es representación; así tampoco en el "pasaje de lo natural a lo social" hay emergencia de otro nivel y de otro modo de ser, y nada es en tanto histórico-social si no es significación,

aprehendido por y referido a un mundo de significaciones instituido. La organización de este mundo se apoya en ciertos aspectos del primer estrato natural, allí encuentra puntos de apoyo, incitaciones, inducciones. Pero no es sólo constante repetición o reproducción; también puede describirla como una "toma" parcial y selectiva.

Lo que se "toma" sólo se toma en función y a partir de

la organización del mundo que la sociedad ha planteado; sólo lo es en tanto formado y transformado en y por la institución social; y, sobre todo, esta formación-transformación es efectiva, figurada o presentificada en y por modificaciones del "mundo sensible": de tal suerte de que, finalmente, aquello sobre lo cual se da el apoyo resulta alterado por la sociedad por el hecho mismo del apoyo, lo cual no tiene ningún equivalente en el mundo psíquico. Pues la institución del mundo de las significaciones como mundo histórico-social es ipso facto "inscripción" y "encarnación" en el "mundo sensible" a partir del cual éste es históricamente transformado en su ser-asi<sup>8</sup>.

Según Castoriadis, realidad, lenguaje, valores, necesidades, trabajo de cada sociedad especifican en cada momento, en su modo de ser particular, la organización del mundo y del mundo social referida a las significaciones imaginarias sociales instituidas por la sociedad en cuestión.

Asimismo, estas significaciones también son las que se presentifican-  
figuran en la articulación interna de la sociedad, en la organización de las  
relaciones entre los sexos y la reproducción de los individuos sociales, en la  
institución de formas y de sectores específicos del hacer y de las actividades  
sociales. Participan también aquí el modo por el cual la sociedad se refiere a sí  
misma, a su propio pasado, a su presente y a su porvenir, y el modo de ser, para  
ella, de las otras necesidades.

En este proceso dinámico entendemos la formación del imaginario  
social, así pues, toda sociedad crea un conjunto coordinado de representaciones  
que conforman el imaginario a través del cual se reproduce y se identifica consigo  
mismo al grupo, distribuye las identidades y los papeles, expresa las necesidades  
colectivas y los fines a realizar.

Para Pierre Ansart tanto las sociedades modernas, como las sociedades  
sin escritura , producen estos imaginarios sociales, estos sistemas de  
representación a través de los cuales se autodesignan, fijan simbólicamente sus  
normas y sus valores.

Estos sistemas registran fases evolutivas que cobran forma en el mito,  
religión, ideología y el nuevo imaginario de la cultura de masas. Cada fase, como  
es de suponer, obedece a un momento histórico y a una intencionalidad del grupo  
privilegiado al interior de la sociedad.

En buena cuenta, estas conformaciones imaginarias, son en última  
instancia manipulaciones del aparato simbólico global activadas por la renovación  
o la transformación de las relaciones sociales.

El mito como la primera conformación del imaginario es el que "aporta la red de significaciones por medio de la cual se explica y se concibe el orden en el mundo en su totalidad; gracias al relato de los orígenes, el mundo físico encuentra su razón de ser y sus cometidos; mediante los avatares de los héroes se explica la distribución de las cosas y de los seres"<sup>9</sup>.

Pero, el mito, como toda formación mental o discursiva es también la estructura simbólica eficaz que asegura funciones permanentes de legitimación y regulación para el mantenimiento y la reproducción social. Por ende, constituye una de las fuerzas reguladoras de la vida colectiva, uno de los elementos del sistema de control de la sociedad en su conjunto cuya aceptación y obediencia se va a sustentar en la represión y la sublimación del deseo.

En tal sentido el relato mítico menciona implícitamente los fines esenciales de la vida colectiva y sitúa la finalidad suprema precisamente en la realización del mito, en la fidelidad a los modelos y la presentación renovada de su sentido colectivo mediante el rito y la ceremonia.

El mito está presente en todos los momentos de la vida: el nacimiento, la crianza, el advenimiento de las edades, la sexualidad, la muerte, trasponiéndolos en experiencias significativas.

Y de la misma manera, la experiencia mítica toma en cuenta los deseos, les provee una forma dramática y preeminente, identifica su satisfacción o su frustración como señal de lo divino, hace de la realización del sentido, del cumplimiento del rito, el modo supremo de realización del ser y sus deseos<sup>10</sup>. (Ibíd., P. 19)

Más delante cuando la religión reemplaza al mito cumple con las funciones de éste, pero dentro de otros límites y con otras modalidades. Al igual que el mito, la religión se propone dar la explicación última del orden del mundo, rendir cuentas de la existencia social y de sus razones de ser.

Además, tiende a totalizar las experiencias y esbozar las significaciones de los vínculos del hombre con el mundo, Dios y el prójimo. Dicta las normas y el sentido de éstas, distingue las buenas y malas acciones.

Los Diez mandamientos, "escritos por la mano de Dios", enuncian los principios reguladores de toda la actividad de Israel. Así mismo, y como lo efectuaba el mito, la religión indica lo deseable, ordena los actos individuales para la realización de los deseos justos, exalta las formas supremas de la realización de uno mismo. El amor a Dios es propuesto como la forma más elevada del deseo, al final de una jerarquía compatible de deseos y placeres individuales<sup>11</sup>.

Así el deseo sublimado encuentra camino a través de la identificación con los demás y con Dios, sobre todo la religión católica que cubriendo la carencia de los afectos filiales plantea una identidad con Dios padre sustentada en la semejanza, por que todos los hombres están hechos a su semejanza lo cual propicia una gran hermandad.

En la ideología, a diferencia del mito y la religión, desaparecen las garantías supra - terrestres. Abajo se viene el gran dique represivo y se desata la emergencia de los conflictos. La ideología política se constituye entonces, ya no en un campo accesible a tales conflictos; sino el lugar simbólico en el cual éstos tienen lugar.

Una ideología política se propone señalar a grandes rasgos el sentido verdadero de los actos colectivos, trazar el modelo de la sociedad legítima y de su organización, indicar simultáneamente a los detentores legítimos de la autoridad, los fines que la comunidad debe proponerse y los medios para alcanzarlos. La ideología política provee una explicación sintética en que toma sentido el hecho particular, en que los acontecimientos se coordinan en una unidad plenamente significativa. El liberalismo, el socialismo, los nacionalismos y todas las formas particulares de ideología, aspiran nada menos que a dictar los principios esenciales, las evidencias irrefutables a partir de las cuales asumen sentido y justificación los actos particulares<sup>12</sup>.

Como vemos desarrolla las mismas funciones del mito y la religión, que señalaban las acciones justas, las jerarquías, los poderes, los deberes, las identidades. En los tres aparatos simbólicos se pone en juego el mismo asunto: el sentido común, universal, que transmitirá las representaciones colectivas que conciernen a las finalidades y acciones legítimas.

Aparte de la proyección social, las finalidades y objetivos tanto de encumbrados ideales comunitarios (mito), o promesas de un mundo mejor en el más allá (religión), o la construcción de un paraíso terrenal (ideología); operan en tanto subliman el deseo y están investidas de afectividad.

El cumplimiento del deseo secularmente reprimido siempre será un caudal ávido de cobrar forma a través de los propósitos o sueños que ofrecen los



aparatos simbólicos. Esta década que marca el fin de los mitos y las ideologías ha generado un gran vacío existencial el mismo que es compensado - entre otras cosas - por los productos masivos que ofrece la industria cultural a través de un sistema de símbolos que rige la vida del "hombre medio", del "hombre universal".

## 2.- EL IMAGINARIO DE LA INDUSTRIA CULTURAL

Edgar Morin es el autor que con más certeza ha estudiado el imaginario en su relación simbiótica con la industria cultural. Para él lo imaginario es lo que complementa lo real, y lo que le da valor de existencia. Así la industria cultural masiva se constituye en un conjunto de dispositivos de intercambio cotidiano entre lo real y lo imaginario.

Compartiendo la concepción de punto de apoyo de Castoriadis, Morin plantea que en la industria cultural, hay dispositivos que dan apoyo imaginario a la vida práctica y que en ésta hay puntos de apoyo prácticos a la vida imaginaria.

Así la cultura industrial es considerada como una mediación en el intercambio de lo cotidiano con lo imaginario, la misma que va dando al individuo medio pautas de sus ilusiones, sueños, ambiciones, etc.

El individuo masa frente a la impotencia política y el anonimato social, frente a la carencia de mitos y héroes; exige productos culturales que mitiguen ese suplemento complemento que es el imaginario.

Para empezar revisaremos la visión que tiene Morin sobre el imaginario y cómo la estructura de éste guarda paralelo con la dinámica de la cultura de masas.

Lo imaginario es el más allá multiforme y multidimensional de nuestras vidas y en el cual éstas se bañan. Es el infinito surtidor virtual que acompaña a todo lo que es actual, singular, limitado y finito en el tiempo y en el espacio. Es la estructuración antagónica y complementaria de lo que llamamos lo real y sin la cual, sin duda, no existiría lo real para el hombre, o mejor, no existiría la realidad humana.

Lo imaginario empieza con la imagen-reflejo, a la que dota de un poder fantasma - la magia del "doble" - y se dilata hasta los más locos sueños, desplegando hasta el infinito las galaxias mentales. Da forma, no solamente a nuestros deseos, nuestras aspiraciones y nuestras necesidades, sino también a nuestras angustias y nuestros temores. Libera, no solamente nuestros sueños de triunfo y felicidad, sino también nuestros monstruos interiores que violan los "Tabús" y la ley, y que acarrearán la destrucción, la locura o el horror. No solamente dibuja lo posible y lo realizable, sino que crea mundos imposibles y fantásticos. Lo imaginario puede ser tímido o audaz, ya sea separándose apenas de lo real, osando apenas franquear las primeras censuras, o bien lanzándose a la embriaguez de los instintos y los sueños<sup>13</sup>.

La unidad de lo real y lo imaginario en la cultura de masas, según Morin, se produce en 1930 a través del bovarysno culminando el itinerario de la cultura novelesca, cultura del alma, de los deseos, del amor, cultura no ya de la proyección de los problemas humanos en un universo imaginario, sino de identificación entre el autor y sus héroes.

El bovarysno entendido en el sentido de identificación entre lo novelesco y lo real, es integrado masivamente en la cultura de masas, esta corriente es la que integra lo real en lo imaginario y lo imaginario en lo real.

Morin al sostener que en el mundo occidental, la cultura de masas, es una cultura en sí, está implícitamente demostrando que ésta puede propiciar la formación de un imaginario. La cultura de masas es una verdadera cultura superpuesta a las históricas, y a la vez, compendio de todas ellas, compendio sincretista, vulgarizador y, muchas veces, corrosivo.

La masa a la que ese producto va dirigido conforma y a la vez se ve conformada por él. Y, ambos lo están por los medios de difusión cuya propagación ha revolucionado las estructuras culturales, sociales y religiosas.

Para Morin, la segunda industrialización es la de las ilusiones y los sueños, una colonización que concierne al espíritu, cuyo producto es el imaginario que fabrica la industria cultural y que se adecúa según cada cultura, pero que sigue los parámetros generales que más adelante especificaremos.

La cultura de masas es verdaderamente una cultura: está constituida por un cuerpo de símbolos, mitos e imágenes que se refieren a la vida práctica y a la

vida imaginaria, un sistema específico de proyecciones e identificaciones. Es una cultura añadida a la cultura nacional, a la cultura humanista y a la cultura religiosa, y al ser añadida a dichas culturas entra en competencia con ellas mismas<sup>14</sup>.

En consecuencia, la cultura de masas no es impuesta por instituciones sociales, proviene de la industria y del comercio, soporta algunos tabús como los del estado y la religión, no crea ninguno, media entre las instancias y sectores sociales y culturales. En consecuencia, propone modelos, pero no ordena, seduce de una forma efectiva.

Así se establece entre la cultura dominante y la subalterna, la mediación de la cultura de masas que, a su vez, une los polos correspondientes de producción y consumo en un diálogo desigual, pero al fin diálogo, en cuyo trasfondo bulle la dinámica de la lógica comercial que recicla demandas de las culturas subalternas.

En este diálogo desigual, los modelos, que propone la industria cultural, obviamente van a ser confeccionados con la regla máxima de la mediación, o sea mediocrización que implica diluir la distancia entre las altas esferas y los de abajo. Esto es, proponer modelos, patrones, gustos, ilusiones y aspiraciones, por todos deseadas.

Ahora bien . ¿Quién es este "hombre medio", este "hombre universal", del cual habla Morin?. Obviamente es el hombre que engendra la sociedad de masas, la industria cultural que se desarrolla en el campo mundial y por lo tanto, tiende al sincretismo - eclecticismo y a la homogenización.

Lo que homogeniza no es el status económico, ni su accesibilidad a los servicios y bienes de consumo. Lo que homogeniza es la identidad de los valores de consumo y lo que heterogeniza, es la apropiación de los usos sobre esos productos.

El proceso de homogenización es evidente. Sin embargo, cabe aclarar la diferencia frente a dos posturas: Una que obedece al paradigma ideologizante y plantea la omnipotencia de la homogenización y otra que sostiene la imposibilidad de este proceso por la diversidad cultural. Ni una ni otra. Creemos que en América Latina hay un proceso de homogenización, pero que debido a la composición pluricultural genera diversos sentidos y situaciones.

Sin embargo, en términos generales podemos admitir que hay una homogenización que ha moldeado de alguna manera, al llamado hombre universal, en la medida que se trata de un hombre imaginario, que responde a las imágenes por proyección e identificación. En buena cuenta se trata de un hombre niño (como vimos en la Segunda Parte: del trabajo) que vive en cada individuo. Más aún en las culturas donde la represión no ha podido eliminar aquel filón infantil que se manifiesta en la curiosidad y en el placer de la repetición.

Es el hombre que dispone de un tronco común de percepción, de posibilidades de desciframiento para la lectura del lenguaje de los mass media. Especialmente de los medios audiovisuales que interactúan con mayor incidencia el tejido de lo imaginario y lo lúdico; que sobre el de la vida práctica.

Ahora bien, las fronteras que separan los reinos imaginarios son siempre más fluidas, a diferencia de las que separan los reinos terrestres. Un hombre puede más cómodamente participar de las leyendas de

una civilización ajena que adaptarse a la vida de la suya propia<sup>15</sup>.

En este sentido, señala que sobre estos fundamentos antropológicos se apoya la tendencia a la universalidad de la cultura de masas. Dicha tendencia despierta un universo primario que se sustenta en las pulsiones y deseos del hombre. Ese es el nivel donde actúa la telenovela: el reino de las ilusiones y sentimientos más primarios.

Así la industria cultural crea una nueva universalidad a partir de elementos inherentes a la civilización moderna, a la cultura norteamericana. No se trata sólo del hombre común a todos los hombres. Se trata del hombre nuevo desarrollado por una nueva civilización que tiende a la universalidad. La universalidad se funda, pues no sólo en un *anthropos* elemental, sino en la corriente dominante del centro.

La industria cultural va proyectando el imaginario sobre los ciñentos primarios, pero los contornos de su perfil se dibujan de acuerdo a la dinámica cultural en la que está inmerso ese proceso.

### **3.- DEL HABITUS AL IMAGINARIO**

En esta misma línea de pensamiento rescatamos el aporte de Pierre Bourdieu sobre el habitus en *La Distinción* y en *Le Sens Pratique* donde sostiene que si hay una homología entre el orden social y la práctica de los sujetos, no es por la influencia de los mensajes; sino por que esas acciones se insertan más que en la conciencia, en sistemas de hábitos constituidos en su mayoría desde la infancia.

La acción más decisiva para construir el poder simbólico no se efectúa en la lucha por las ideas, en los juicios de la conciencia, sino en las relaciones de sentido no conscientes que se organizan en el *habitus* y que sólo podemos conocer a través de él. Este *habitus* interiorizado por las estructuras objetivas, genera a su vez las prácticas individuales y también imprime en la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción.

El *habitus* sistematiza el conjunto de las prácticas de cada persona y cada grupo, garantiza su coherencia con el desarrollo social más que otro condicionamiento. El *habitus* delimita el consumo de los individuos y las clases, es decir aquello que van a sentir como necesario. En este sentido sostiene que lo que la estadística registra bajo la forma de sistema de necesidades, no es otra cosa que la coherencia de elecciones de un *habitus*<sup>16</sup>.

A través de la formación de *habitus*, las condiciones de existencia de cada clase van imponiendo inconscientemente un modo de clasificar y experimentar lo real, de tal suerte que, el gusto, la manifestación aparentemente más libre de los sujetos, es la forma en que la vida de cada quien se adapta a las posibilidades estilísticas ofrecidas por su condición de clase.

Como podemos observar el *habitus* es una categoría conceptual que media entre lo individual y lo social, entre lo objetivo y subjetivo, y donde el peso de lo no consciente tiene suma gravitación, ya que según el autor la construcción de lo simbólico se sustenta sobre relaciones de sentido no conscientes.

Según Bourdieu, el *habitus* es un proceso, un sistema de hábitos contruidos desde la infancia por la educación familiar y escolar y por la interiorización de las reglas sociales. Asimismo, se entiende el *habitus* como

“sistemas de disposiciones durables y transponibles, estructuras predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes”<sup>17</sup>.

De acuerdo a lo expuesto podemos concluir que Bordieu considera el habitus como el mecanismo de interiorización inconsciente así como un sistema de “estructuras estructurantes”.

En esa misma perspectiva del poder de lo inconsciente, planteamos nuestra categoría conceptual de imaginario. Es decir, una instancia, una conformación que rige nuestra conducta desde el nivel social al personal, la misma que está cimentada sobre mecanismos psicológicos, sobre un tronco antropológico común. Base sobre la cual las mediaciones constitutivas de lo social y cultural ejercen una interiorización de normas que perfilan una forma de percibir, de vivir, de elegir, de amar, de morir.

Este proceso de introyección que se inicia desde la infancia acciona en un nivel consciente pero básicamente incide y se perenniza en el inconsciente y el subconsciente. Estas instancias extrapoladas al grupo las establecemos de la siguiente manera. El yo equivale al carácter social, el nivel consciente que se relaciona con la realidad. El subconsciente social, nivel nebuloso donde se perfilan ciertos rasgos que al influjo de la realidad pueden ser evocados. Finalmente, el inconsciente social o memoria colectiva rastros y rasgos culturales casi ya perdidos<sup>18</sup> ..

Conceptualizamos el imaginario como la proyección real e imaginaria del hombre hacia la realidad, como la proyección que se recrea de la sociedad. Sistemas que determinan toda una forma de vida que abarca diversas esferas. También el imaginario es una instancia ubicada en el subconsciente, donde se vislumbran rasgos perdidos de la memoria colectiva, la cual fue reprimida



secularmente por la cultura dominante, pero que aflora frente a determinada coyuntura o acción ejercida por las mediaciones de lo social, político y cultural.

Asimismo el imaginario allora o es activado en el momento de percibir cualquier producto de la industria cultural masiva, en especial aquellos que tienen el código sugerente de la imagen y la carga emotiva del melodrama, es decir la telenovela.

- <sup>1</sup> Ansart P., *Ideología, conflictos y poder* (1983), P.17
- <sup>2</sup> Morin E., *El espíritu del tiempo*(1966),P.56
- <sup>3</sup> Castoriadis C.,*El imaginario social y la institución* (1989), VOL. II, P. 284
- <sup>4</sup> *Ibidem.*, P.315.
- <sup>5</sup> *Ibidem.*, P.288.
- <sup>6</sup> *Ibidem.*, P.253.
- <sup>7</sup> *Ibidem.*, P.304.
- <sup>8</sup> *Ibidem.*, P.305.
- <sup>9</sup> Ansart P., *Op. cit.* P.18.
- <sup>10</sup> *Ibidem.*, P.19 .
- <sup>11</sup> *Ibidem.*, P.24.
- <sup>12</sup> *Ibidem.*, P.28.
- <sup>13</sup> Morin E. *Op. cit.* P.99.
- <sup>14</sup> *Ibidem.*, P.24.
- <sup>15</sup> *Ibidem.*, P.57.
- <sup>16</sup> Bordieu P. *La Distinción*, (1988),P.437 y ss.
- <sup>17</sup> Bordieu P. *Le sens pratique*, (1980),P.86.
- <sup>18</sup> Véase Primera Parte. Enfoque psico-cultural, De lo preconsciente al imaginario

## II.- SUCESOS HISTORICOS Y FORMACION DEL IMAGINARIO URBANO

*La constitución del imaginario, se halla ligado al proceso de gestación del mercado, el Estado y la cultura nacionales y a los dispositivos que en ese proceso hacen entrar a la memoria popular en complicidad con el imaginario de masa.*

*J. Martín-Barbero*

Para construir teóricamente el perfil del imaginario, a partir del consumo de la telenovela tenemos en cuenta el campo cultural que es donde se da el proceso de comunicación. En cuanto al receptor partimos de una base psicológica común y cómo sobre ésta tiene incidencia la imposición de proyectos políticos y culturales de los grupos dominantes a lo largo de la historia.

Para definir la dinámica de nuestro campo de estudio compartimos la visión de Edgar Morin sobre cultura de masas. Consideramos a ésta como una verdadera cultura, ya que está constituida por un cuerpo de símbolos, mitos e imágenes que se refieren a la vida práctica y a la vida imaginaria, un sistema específico de proyecciones e identificaciones. Asimismo, "es una cultura añadida a la cultura nacional, a la cultura humanista y a la cultura religiosa, y al ser añadida a dichas culturas, entra en competencia con ellas mismas"<sup>1</sup>

En este contexto, para la construcción del imaginario urbano latinoamericano, consideramos tres aspectos fundamentales: Primero, incidencia de la dinámica histórica con la consecuente imposición de patrones sociales y

culturales que moldean la constitución del imaginario. Segundo, relación de momentos socio - políticos con el surgimiento de expresiones masivas cuya constante es la matriz melodramática que tiñe la programación televisiva y que alcanza su máxima expresión en la telenovela. Tercero, implicaciones del mestizaje cultural urbano de las sociedades latinoamericanas, inmersas en el proceso de homogenización y globalización.

Proceso que adquiere rasgos específicos, ya que el carácter de la homogenización depende también de la formación socio-cultural de cada grupo. En este sentido, podemos hablar de un "nuevo tipo de homogenización latinoamericana", complejo proceso, donde la telenovela (básicamente la brasileña y colombiana), en su afán de reciclar demandas provenientes de las culturas subalternas cambia y remoja los mitos tópicos de alcanzar el bienestar y la felicidad a través de una estrategia fantásticamente real, inspirada en los nuevos personajes y comportamientos de la cultura urbana.

La imposición de proyectos nacionales implica la acción de patrones culturales. Consideramos - de acuerdo a Morin- que nuestras culturas nacionales, desde la familia y la escuela nos sumergen en las experiencias míticas e históricas del pasado a través de una relación de proyección e identificación con los héroes de la patria que aunados a batallas y victorias esbozan un cuerpo maternal: la madre patria, a la cual se le jura amor y consecuencia y la figura paterna: el estado al cual se debe obediencia ciega. La cultura religiosa, occidental y cristiana también se funda en la identificación con el padre Dios sembrando lazos de fraternidad afectiva - todos somos hermanos -, bajo la figura paterno-maternal que es la iglesia.

En este sentido, podemos establecer dos principios: la cultura latinoamericana como toda cultura, constituye un sistema de normas, símbolos

mitos e imágenes que son internalizados y que estructuran las emociones, los deseos al orientar la fuerza de las pulsiones o fuente libidinal. Dicha interiorización se efectúa de acuerdo a fenómenos y procesos psicológicos que intervienen en el momento de la recepción (cumplimiento del deseo, reminiscencias infantiles, identificación, proyección) a través de símbolos, mitos e imágenes sustitutas que ofrece la telenovela

La conformación de la nacionalidad implica abarcar un vasto sector y descender a las profundidades de las clases populares. Los mass media, destinados a consolidar la legitimidad del poder, reciclan los códigos culturales de las clases subalternas, vertidos en la fórmula de la estrategia comercial. La dinámica entre emisor, receptor, inmersos en una realidad social y cultural, delinea el perfil del imaginario urbano en su estructura sentimental.

El mosaico de mitos del descubrimiento de la identidad, de las herencias millonarias, la aparición del príncipe azul y todas sus variantes; se trueca en el cumplimiento del deseo por una vía más real sustentada en el ingenio, pragmatismo y fortaleza de las heroínas frente a una adversa realidad. De la terrenal economía informal, al imaginario pragmático y audaz como expresión cultural urbana masiva. Salto cualitativo que se presenta en la telenovela brasileña y colombiana.

## 1.- IMPOSICIÓN DE PROYECTOS Y FORMACIÓN DEL IMAGINARIO LATINOAMERICANO.

*En realidad trato de mostrar que aquello que llaman lo social es historia de cabo a rabo... Todo mi esfuerzo está dirigido a descubrir la historia allí donde mejor se esconde, en los cerebros y en los pliegues del cuerpo. El inconsciente es historia. Esto se puede aplicar, por ejemplo, a categorías de pensamiento y percepción que aplicamos espontáneamente al mundo social.*

Pierre Bourdieu

De acuerdo a nuestro marco teórico y metodológico donde se fusiona lo individual y lo social; lo psicológico y lo cultural intentamos estructurar una historia psicocultural latinoamericana, donde tenga importancia la imposición de políticas sociales y culturales como elementos constitutivos que interiorizan ciertos códigos de comportamiento social que van a tener un correlato a nivel de patrones morales y códigos de conducta interpersonales que conforman el imaginario.

Así como es necesario plantear la historia infantil del individuo para explicar su constitución psicológica que determina su comportamiento en relación a su entorno social, consideramos necesario elaborar la historia psicocultural de los latinoamericanos para explicar determinadas formas de ser y de consumir.

De esta manera más que elaborar una sucesión de hechos que obedece a una conceptualización de la historia como un decurso acumulativo ascendente hacia un desarrollo, ponemos atención en la incidencia y sentidos que accionan los sucesos históricos gravitantes en la conformación del imaginario urbano. Para este fin nos remitimos al estudio de Hugo Zemelman ("La cultura y el poder", en América latina, hoy ) quien a través de su visión innovadora de la historia -como el espacio de la lucha política caracterizada por el entrecruzamiento, abandono o

imposición de los proyectos sociales <sup>2</sup>- elabora un recuento dialéctico y significativo de sucesos históricos que implican la imposición de determinados proyectos que moldean el perfil de un imaginario. En este recuento histórico se aprecia la predominancia del modelo etnocentrista del orden y el progreso que tiene su correlato en la vigencia de patrones de vida conservadores.

Esta imposición de proyectos implica la interiorización de patrones culturales dominantes que modelan el imaginario, haciéndonos parecidos a los latinoamericanos. Pero a su vez, esta imposición general del modelo occidental y cristiano adquiere rasgos específicos de acuerdo a determinada coyuntura, lo cual marca cierta diferencia entre el imaginario urbano masificado de México y de Perú. Diferenciación, que también se comprueba a través del trabajo de campo.

Aparte de hechos históricos como la conquista y dominación española, la liberación y posterior intromisión y dependencia de países intervencionistas (Francia, Inglaterra y Estados Unidos); hay hechos importantes que trazan el perfil del imaginario latinoamericano urbano masificado: la constitución histórica de lo masivo, legitimación del Estado y reconocimiento de lo popular, el mestizaje urbano de nuestras sociedades, el surgimiento de los mitos de la informalidad y nuestra falta de identidad.

De acuerdo al estudio de Zemelman el proceso de formación de las naciones de América Latina asumió un carácter esencialmente diverso al europeo. En el viejo continente la constitución de las naciones se efectuó en un largo período que excedió los mil años. En primer lugar, implicó el tránsito de una sociedad feudal a una sociedad precapitalista, la conformación de las lenguas y finalmente la aparición del mercantilismo, que culminó con la constitución de los estados nacionales y la consolidación de las relaciones capitalistas de producción. En cambio en latinoamérica, este proceso tuvo un carácter precoz, violento y de

aplastamiento de las culturas autóctonas, lo que devino en formas de integración nacional más complejas y delicadas. Entropía que propició la construcción del Estado mucho antes que la construcción de la nación.

Al término de las guerras de independencia, se inició un proceso de reordenamiento económico acompañado de una renovación ideológica, sin embargo el fenómeno que caracteriza esta época es la violencia. Si las clases medias, desplazadas por el poder español son las que inician el movimiento de independencia, imponiendo su proyecto, luego se incorporan sectores populares que plantean demandas a través de sus dirigentes. Tal es el caso en México con los decretos de Hidalgo y Morelos que, restituían tierras y abolían impuestos.

Consumada la independencia, los criollos se dieron cuenta que si bien lograron sus fines, esto no implicó un cambio real en la construcción de la sociedad, ya que su proyecto pretendía ilustración, libertad y abundancia pero era innegable la opresión, ignorancia y miseria existentes. En esta medida, fue imposible llevar a cabo el proyecto para una nueva nación.

Más aún si los esfuerzos de articulación nacional y social y de configuración de un Estado se dieron dentro de un marco de relaciones precapitalistas y se expresaron a través de los diferentes proyectos de las clases. Por una parte, los proyectos populares que proponen reivindicaciones agrarias, abolición de impuestos y alcabalas, etc; por la otra, el proyecto de las clases medias que atendía a la organización del Estado, salud y educación públicas y a la afirmación nacional.

La tarea de una óptima organización de los estados, genera una polémica intensa y creativa. No sólo se plantea la disyuntiva entre federalismo y centralismo, sino que también se habla de sistemas novedosos como el de Bolívar para el



gobierno de Bolivia y la Gran Colombia. Bolívar en su "Discurso de Angostura", (1819), plantea una serie de alternativas para la conformación de la nación de acuerdo a su idea que "sólo la democracia es susceptible de la libertad, pero ¿cómo reunir en ella poder, prosperidad y permanencia?".

Los líderes políticos e intelectuales suscribían los principios de soberanía popular y de la democracia, a partir de la idea de la Ilustración o bien de la democracia representativa norteamericana. Sin embargo, la creencia de la necesidad de un gobierno fuerte que ponga orden y la idea que la población no estaba a la altura de entender la soberanía ni de gobernarse, dieron lugar al desarrollo del concepto de unidad nacional. El mismo que fue entendido como conciliación de varios intereses oligárquicos, dejando fuera los populares. Postergación que no pudo ser contenida con el proceso de masificación y el populismo de los años 50.

Desde entonces el espíritu etnocentrista es interiorizado, ya que existe una poderosa identificación con lo europeo o norteamericano como símbolo de evolución y desarrollo; mientras que lo propio es considerado inferior y limitado, todo esto asociado a valores estéticos: lo nuestro es lo feo y atrasado y lo extranjero lo bonito y evolucionado.

El carácter restringido de la democracia, evolucionó hacia un presidencialismo o hacia la dictadura, lo cual impidió una auténtica integración política de las nacionalidades. En este período aparece un elemento que marca una característica fundamental: la adhesión teórica al principio de democracia representativa y su derogación en la práctica<sup>3</sup>.

Esquizofrenia que hasta ahora vivimos y que tiene correlato a nivel individual en la llamada doble moral o el culto a la apariencia, sustentado precisamente en la total ausencia de lo que se quiere representar.

El siglo XIX en América Latina está marcado por las luchas por la imposición de los proyectos que asumen contenidos distintos. Liberales y conservadores pugnan por imponer sus proyectos en la búsqueda de un orden no alcanzado como fruto de la independencia; mientras que suceden otros movimientos, expresados como guerras de castas o etnias que fueron el cauce para manifestar las inquietudes de grandes masas de población al margen del poder.

En gran parte de América Latina, los liberales se imponen a los conservadores que pugnan por mantener las relaciones de producción precapitalistas tradicionales, dentro de una economía que empezaba a ser penetrada cada vez en mayor medida por el capital extranjero.

La irrupción del capitalismo y el imperialismo a fines del siglo XIX tuvo como efecto un desquiciamiento del sentimiento nacional en los países latinoamericanos. Esto se dejó ver en la construcción de proyectos culturales sustitutivos de los locales enarbolados por las clases dominantes orientadas hacia el cosmopolitismo. También hizo impacto en la consolidación interna, la desvinculación de los centros urbanos del campo, clausurando las posibilidades internas de un desarrollo nacional autónomo. En este contexto aparece como predominante la filosofía positivista, que bajo la divisa de "orden y progreso" terminó justificando oligarquías y dictaduras a lo largo del continente.

La sociedad pretende ser articulada desde la cúpula, a través de un Estado centralizador y la creación de ejércitos nacionales que reprimen

movimientos populares. La existencia de una sociedad civil desarticulada, sin alternativas políticas viables y la aparición del imperialismo; fueron los motivos para que en los años veinte del presente siglo, surjan proyectos alternativos y populares de carácter nacional. Se empieza a desarrollar una nueva conciencia en las capas medias y pequeñoburguesas, así como también dentro de las capas populares, desde posiciones revolucionarias, nacionales y populares.

Los proyectos toman la forma de partidos obreros (anarquistas y socialistas) y liberales, también se manifestaron en la forma de movimientos populares con reivindicaciones agrarias. En el siglo XX, aparecen proyectos alternativos que se expresan a través de movimientos de masas armados, de carácter revolucionario y popular, que se proponen una vuelta a las propias raíces. En México este proyecto que inicialmente fue una revolución campesina, luego fue devorado por el caudillismo, la burguesía y la institucionalidad corporativa del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Sin embargo, debemos considerar que en ese entonces la situación del indio deja de ser un problema de moral y es visto como un problema social y económico cuya solución reside en el carácter de la propiedad.

El siglo XX inaugura varios procesos: por una parte el nacionalismo revolucionario (caso mexicano), por otra el nacimiento de una conciencia de las clases populares en torno a la viabilidad de sus proyectos de futuro con la experiencia que han aportado los grandes movimientos de masas de este siglo (caso peruano).

Paralelamente, se afianza la añoranza por el pasado tendencia tanto del pensamiento como de la conducta de las clases dominantes. Desde principios de

siglo se observa una reminiscencia por las creencias tradicionales en la superioridad de lo viejo-aristocrático en proceso de decadencia.

Esta ideología que desprecia lo burgués, no sólo proclama los valores tradicionales sino que erige a las familias y los sujetos de ésta como máximos ejemplos en tanto se les confiere una supuesta superioridad natural. Zemelman cita a Oliveira Vianna al fundamentar la superioridad de las viejas clases señoriales del Brasil en función de su raza o en el caso de México, cuando Bulnes descalifica a los grupos en ascenso social como "fracciones corruptas", refiriéndose a su posibilidad de acceder al poder a través de las elecciones.

En el campo intelectual esta postura también tiene un correlato. Dicha cultura se expresa justificando un sentimiento de élite. Menciona como significativo el caso de José Enrique en *Ariel*, donde se prontivió un escepticismo frente a las incipientes democracias, constituyendo la conformación de un pensamiento oligárquico-señorial que venía dominando desde la segunda mitad del siglo XIX.

Esta añoranza señorial también halló expresión en el campo de la literatura escrita por miembros de familias tradicionales, donde se recurría a la exaltación de los valores predominantes en la sociedad precapitalista. Valores como la alta expresión del amor a través del cumplimiento estricto de roles inspirados en reglas morales donde la mujer debe ser el símbolo del honor y la abnegación; mientras que el hombre puede deslizarce entre las corrientes de una doble moral: ser el caballero y padre honorable, pero también tener una amante.

Los grupos dominantes condenaban al Estado Liberal y a la civilización moderna en su conjunto, con el consentimiento de la iglesia. La oligarquía se

consideraba el cimiento de la sociedad que sólo podía ser confrontada por "los anarquistas y los improvisados".

Las luchas sociales de inicios de siglo produce el desplazamiento de esta forma de pensamiento y de su correspondiente constitución estatal. La crisis de Estado oligárquico se abre a los procesos de modernización económica que desatan un desenfrenado proceso de movilidad social.

El grupo hegemónico es asediado por las demandas económicas y políticas de las clases medias y populares en ascenso, las que logran ser escuchadas a través de la gradual extensión del sufragio universal. Se genera un grupo que mantiene su adhesión a la tradición liberal-burguesa y otro que se compromete a promover cambios desde dentro del sistema como los socialdemócratas y demócrata-cristianos. Esta polarización es producto de la irrupción de sectores medios en el grupo dominante de origen oligárquico-señorial. En muchos países de esta área se registra la presencia de las masas lideradas por dirigentes que encabezan movimientos masivos importantes como Haya de la Torre, Gétulio Vargas, Marmaduke Grove, Jorge E. Gaitán, Juan Domingo Perón y Víctor Paz Estensoro.

Frente a ello, muchas oligarquías continuaban atadas a la idea de rescatar sus remotos orígenes lo cual se proyectó en reivindicar el valor de la época colonial para buscar la fisonomía de lo nacional, es así como esta tradición hispanista se transforma en un polo del pensamiento del populismo al sostener que los fundamentos de la sociedad latinoamericana se encuentran en el mundo colonial.

Sin embargo, la fracción de la burguesía con más tendencia al cambio, es la que en el momento de las transformaciones manifiesta un comportamiento que

sacrifica sus valores democráticos y opta por recursos represivos. Esto revela que el principal obstáculo del liberalismo burgués es que el mismo sistema democrático que propone hace peligrar su proyecto de hegemonía, ya que la democracia puede tomarse en un espacio para la vigencia de proyectos alternativos.

Luego de la Primera Guerra Mundial las oligarquías liberal-burguesas se ven en la necesidad de ajustar los mecanismos de poder para asegurar un control sobre las alternativas de desarrollo posibles como consecuencia de la emergencia de nuevos actores sociales y políticos. Las fórmulas van desde conformar un frente político único, o bien la disputa de grupos, hasta la delegación del poder a un hombre fuerte (Somoza en Nicaragua, Uriburu en Argentina, Leguía en Perú). El asunto es conducir a los sectores medios y populares que empiezan a emerger en la década de los veinte y treinta.

Más adelante en los cincuentas y sesentas hay una ampliación de la democracia trascendiendo sus límites de mero instrumento político para impulsar proyectos sociales que las masas demandan. Las experiencias populistas son una clara expresión de este proceso aunque la alternativa no sea viable, pero cumplen el papel de abrir las puertas a la participación social de diversas fuerzas políticas que al ampliar su campo de acción, hacen peligrar la hegemonía del grupo de poder.

Por no ser el populismo una alternativa al proyecto oligárquico y burgués dominante ni ser tampoco capaz de establecer mecanismos de equilibrio y reproducción estable del poder, termina preparando en los cincuenta y comienzos de los sesenta las bases del militarismo de los setenta. El militarismo como el instrumento de recomposición del bloque tradicional resquebrajado durante el período desarrollista y democrático de aquellos años<sup>4</sup>.

Frente a la incorporación de estas fuerzas en el escenario político, los grupos señoriales conservan su reminiscencia de la organización paternalista como rezago de la hacienda y su proyección hacia un estado clientelístico. Incluso luego de varios años de ejercicio de la democracia liberal, sectores populares han actualizado la concepción paternalista que se manifiesta en el comunitarismo y el corporativismo que encuentran representación política en los partidos demócrata-cristianos.

El predominio de la lógica del orden, generó la restricción de la participación política que representaban proyectos alternativos de sociedad. El esfuerzo por dejar al margen a estos sectores se transformó en la pauta a seguir, aunque en determinadas coyunturas se presentan necesidades de alianzas políticas, las mismas que se dieron como instrumentos de poder, más no como espacios desde los cuales se podían generar opciones políticas distintas. En la década de los setenta y ochenta, la figura del caudillo que constituía la única fuerza de conservación social, se transforma en la figura institucional de las fuerzas armadas.

Forma autoritaria de ejercer el poder que se hace aún más necesaria, cuando en los ochenta se tiene que afrontar la crisis económica y financiera que se pretende resolver mediante estrategias neoliberales, concebidas como soluciones económicas que son propias de la democracia. Peor aún, si las nuevas fuerzas no sólo representan su inclusión en un frente amplio, sino que encarnan un peligro para la preservación de los valores culturales propios de la herencia cristiana occidental, como es, en la visión de estos grupos alternativos una propuesta de sociedad de inspiración socialista.

Dicha posición tiene correlato en el nivel cultural pues la rigidez en la concepción de la pareja y de la familia tiende a una tolerancia que admite y plantea nuevas formas de vida. La pareja se concibe en un plano más democrático, de

complementariedad y compañerismo donde se respeta cierta independencia y libertad de la mujer, quien de un rol meramente pasivo, pasa a un papel más activo y de participación. La mujer, para ciertos sectores progresistas, es vista como la compañera y no como la honorable señora que es reyna en los estrechos márgenes domésticos.

Por el contrario, la democracia liberal se identifica con los valores occidentales y cristianos, por lo que cualquier intento de transformar la economía liberal, se empieza a concebir como un atentado a los mismos valores. Así el poder no sólo cumple con su función de preservar el orden público, sino de conservar su identidad ideológica y cultural, muchas veces asociada a la tradición de hispanidad.

A la recuperación del pasado hispano colonial se agréga la búsqueda de las esencias nacionales contra las que atentan las posturas de pensamiento revolucionario anexo a la idea de extranjerizante o antinacional. De la misma manera se ponderan los valores morales y familiares enmarcados en un acendrado sentimiento nacional donde lo extranjero significa el desarraigo y la pérdida de raíces y sentimientos primordiales.

El proceso de derechización va de comparsa con la crisis económica registrada a fines de la década del setenta que derrumba el mito del Estado benefactor, propiciando una vuelta a la derecha en la década de los ochenta. La crisis económica "precipita el surgimiento de bloques políticos en el poder mucho más ligados al capital monopólico y transnacional; lo que significa que son sectores políticos mucho más dependientes de los centros económicos y políticos extranjeros, y por ello más sensibles a las tendencias políticas que tienen lugar en esos países, especialmente Estados Unidos"<sup>45</sup>.



Para Zemelman, la transnacionalización de la vida nacional de un país es el marco de la pérdida de su capacidad de decisión, lo que equivale a la derechización política, social y cultural que se relaciona con la cultura del poder impuesta por Reagan desde 1981. Así, las derechas de hoy son básicamente cosmopolitas, pero esto no sólo está ligado al fenómeno de la transnacionalización, sino al de globalización cultural que implica la irradiación de valores del centro los cuales transmiten expectativas de conducta que marcan comportamientos de los grupos sociales, especialmente los jóvenes, por el consumismo y el individualismo.

Estos procesos de redemocratización, se reafirman en la inserción de los países en el esquema de una economía mundial como fuente de recursos más que en una condición de de inversión lo cual retroalimenta las políticas de orden autoritario porque los cuestionamientos sobre la crisis no abordan la causa fundamental que se sustenta en el orden conservador. Por el contrario, se registra una reivindicación expresa del autoritarismo de derecha por amplios sectores medios y populares que frente al malestar de la crisis y el caos aspiran la imposición de un orden que permita una recuperación económica, cierta estabilidad y el funcionamiento aceptable de los servicios públicos. Esta posición también registra cierta actitud inclinada al consumismo.

El resurgimiento del pensamiento conservador, ligado a estrategias neoliberales de desarrollo, plantea el problema de la democracia. El reacomodo actual de la burguesía cosmopolita exportadora, pretende culminar con la eliminación de la democracia liberal en virtud que pone en riesgo su proyecto, ya que la democracia abre el juego político de diversos proyectos que pueden llegar a ser contradictorios con sus intereses

El proyecto neoconservador puede recurrir a mecanismos más sutiles, sin necesidad de llegar a extremos como en Chile, pero alcanzando los mismos

objetivos mediante la transformación del Estado en un instrumento funcional para los proyectos de corte neoliberal, es decir su neutralización para cualquier recambio a la estrategia neoconservadora liberal.

Se trata de crear todos los obstáculos posibles a cualquier política que se proponga detener el proceso iniciado por el gran capital transnacional por transformar el dualismo en una estrategia de desarrollo, esto es, conformar sociedades con un sector moderno, altamente concentrador de todos los beneficios económicos, políticos, y culturales, protegido por las fuerzas armadas del resto de la sociedad convertida en una masa marginada<sup>6</sup>

Esta masa marginada encuentra formas de agrupación y organización, tendientes a sobrellevar la drástica crisis económica. Como están descartados a tener acceso a la economía formal (identificaciones, créditos y capital), incursionan con ingenio y pragmatismo en el comercio o en el rubro de servicios. No es una incursión individualista, sino que está inspirada en formas comunitarias ancestrales de organización en el trabajo y que tienen vigencia en la modernidad. Por ejemplo los comerciantes de inmensos mercados como "Polvos Azules" y "Polvos Rosados" o los microbuseros que cubren el 75% de la demanda de transporte en Lima<sup>7</sup> o los pobladores del barrio de Tepito en el Distrito Federal, quienes en su mayoría se dedican al comercio y otros negocios.

Si bien estos grupos aunados a otros de la sociedad como amas de casa, universitarios, pobladores de cordones de pobreza, representan un sector creativo y potencialmente innovador, aún su proyecto no cobra forma ni fuerza como para erigirse en una posibilidad real de campo, pero si se podría decir que han surgido nuevos personajes - mito que sustentados en el pragmatismo, sus lazos familiares y otros ancestrales se las ingenian para sobrevivir y salir adelante.

En consecuencia la forma de estructuración predominante de la sociedad se rige de acuerdo a la idea de orden del proyecto dominante que tiene como eje el constante rescate de la tradición.

Para Hugo Zemelman, la tradición, en efecto, cumple la función de un verdadero sistema de valores que articula las distintas instancias en que tiene lugar la identificación de los sujetos, en un espacio determinado como el político, donde por ejemplo surge una figura o algún rasgo ideológico como el supuesto constitucionalismo de las fuerzas armadas.

En el campo cultural, podemos ver la vigencia de la tradición familiar que se funda en ciertos esquemas y valores sustentados como verdad incuestionable y como única forma de vida y desarrollo del individuo.

La interiorización de estas formas se efectúan por medio del eje predominante del ejercicio del poder que implica la interiorización de códigos de conducta interpersonal moldeados por la cultura dominante de acuerdo a los cuales se asume como verdad absoluta y como algo natural la concepción melodramática del amor de sacrificio que asigna roles al hombre y la mujer.

En el ejercicio del poder está todo lo que se quiere y lo que se rechaza, lo que se legitima y lo que se marginaliza, lo posible y lo absurdo de creerse y menos de hacerse, lo que se concibe como auténtico y lo peligroso y lo extraño, que debe ser destruido<sup>8</sup>. Así el hombre es visualizado como la fuerza, la autoridad y la solvencia económica, mientras la mujer corresponde a la imagen del honor, la femineidad, la abnegación y el sacrificio.

Dicho ejercicio del poder cierra las posibilidades de horizonte histórico, por ello la lógica del accionar político es más de orden que de creatividad. Esto

tiene repercusiones en los sujetos sociales, pues la gravitación dominante de la lógica del orden lleva hacia una desarticulación de las identidades culturales que no se ajustan a sus exigencias; asimismo, lleva a socializar a los sujetos subordinados en los patrones ideológicos y tecnológicos familiares. De esta manera se facilita que lo nacional (que como espacio de varios proyectos) se identifique con orden, o bien que el orden (como decíamos no es más que el contenido del proyecto dominante en su forma de ejercitar su capacidad de reproducción) sea el contenido de lo nacional<sup>9</sup>. Orden que tiene su correlato en la estructura y autoridad de la unidad familiar.

### 1.1.- ACCESO DEPENDIENTE A LA MODERNIDAD Y MASIFICACIÓN

El acceso dependiente a la modernidad hace visible no sólo "el desarrollo desigual", la desigualdad en que se apoya el desarrollo del capitalismo; sino la "discontinuidad simultánea" desde la que América Latina vive y lleva a cabo su modernización. Es decir, sobre estructuras anacrónicas a veces semi feudales se erige la ficción de una epidérmica modernidad. Esquizofrenia que activa la emergencia y permanencia de formas de vida y sentimientos que se aferran al pasado. Razón de la vigencia de la matriz melodramática en latinoamérica.

Esta discontinuidad según Martín Barbero se sustenta en tres aspectos: el destiempo entre estado y nación; el modo desviado como las clases populares se incorporan al sistema político y al proceso de formación de los estados; y, finalmente, el papel no sólo ideológico sino político que los medios de comunicación desempeñan en la nacionalización de las masas populares.

Luego del proceso de reorganización de las economías y de readecuación de las estructuras políticas (años 20) surge la visión de un nacionalismo nuevo, basado en la idea de una cultura nacional que sería la síntesis de la particularidad

cultural y la generalidad política, de la que las diferentes culturas étnicas o regionales serían expresiones. La multiplicidad de deseos de diferentes culturas se transforman en un único deseo: participar del sentimiento nacional y en ésta, la unidad de la nación. Hacerla una, trabajar para superar las fragmentaciones regionales o federales y propiciar la comunicación de las ciudades con la capital.

Así la estructura política se configura a partir del auge del centralismo y del rol protagónico asumido por el Estado. El Estado encarna a la ficticia nación e impone el acceso político y económico de las masas populares a los beneficios de la industrialización.

Se quería ser nación para lograr una identidad que estaría traducida al discurso modernizador de los países hegemónicos y bajo la lógica del desarrollismo, pero todo fue más un movimiento de adaptación económico y cultural, que de profundización de la independencia, y por ende, de una verdadera identidad nacional.

El populismo (de los 30 a los 60) es la estrategia política que marca, con mayor o menor intensidad la lucha en casi todas las sociedades latinoamericanas. El punto de partida es la presencia caótica de las masas, fenómeno que propicia la constitución de las clases populares en actores sociales sin seguir el rumbo clásico; sino a través de la crisis política que acompaña a los procesos de industrialización, crisis que pone a las masas en relación directa con el Estado llevándolas a penetrar en el juego político, antes de haberse constituido como clase.

La década del 50 es clave en América Latina por la modernización de las estructuras económicas, y en lo político, por la irrupción de las masas. En la primera etapa, la ausencia de una clase que asuma la dirección de la sociedad, llevará a muchos Estados a buscar en las masas su legitimación nacional. El

populismo será entonces, la forma de un Estado que dice fundar su legitimidad en la asunción de las aspiraciones populares.

El populismo registra una serie de características:

- Una organización del poder que da forma al compromiso entre masa y Estado.
- La emigración, produce una hibridación de clases populares.
- La crisis de los 30 desencadena una ofensiva del campo a la ciudad y una recomposición de los grupos sociales.
- Con la formación de las masas urbanas no sólo se genera un acrecentamiento del conjunto de las clases populares, sino la aparición de un nuevo modo de existencia de lo popular.

En este sentido, la presencia de las masas fue adquiriendo rasgos más marcados. Déficit de vivienda y transporte. Nuevo modo de habitar la ciudad, de comportarse. Aparición de barrios en la penferie. Ruptura de las normas de urbanidad en la ciudad. Las masas demandan sus necesidades básicas: vivienda, trabajo, educación y salud. Se masifica todo propiciando la integración de las clases populares y la aceptación de la sociedad al derecho de las masas.

Se puede afirmar que las experiencias democráticas y desarrollistas de estos años excedieron las potencialidades de la burguesía. Su estrategia de hegemonía que permanecía subyacente, terminó por poner límite a las posibilidades históricas a las cuales había contribuido, como elevación del nivel medio de educación, fortalecimiento del movimiento sindical, implantación de mecanismos de participación. La apertura del horizonte histórico se cerró: la lógica del orden se impuso sobre la del desarrollo y cambio.

Esquizofrenia que se visualiza en el manejo de los mass media. Como el proceso significó para las masas su posibilidad de acceso y ascenso cultural, el Estado para legitimarse, a través de la cultura de masas recicla sus formas básicas de ver el mundo, de sentirlo, pero siempre conservando el esquema del orden y la tradición, que tiene su correspondiente en ciertos códigos morales y religiosos cuya representación máxima es la familia tradicional que ama a su patria.

Lo masivo es hibridación de lo nacional y lo extranjero, del patetismo popular y la preocupación por el ascenso, y de dos tipos básicos: los que sin ser ricos lo aparentan, los que imitan las formas eternas que caracterizan a aquellos, y su más opuesto, los desgarrados tipos del suburbio y el hampa. Una cultura, en fin, esencialmente urbana, que "corrige" su marcado materialismo - lo que importa, lo que tiene valor es lo económico y lo que significa ascenso social - con el desborde de lo sentimental y lo pasional<sup>10</sup>.

Como el proceso de masificación tiene un móvil de dominio político y cultural; los detentores de los medios de comunicación por estos mismos intereses se ven obligados a descender a las masas para generar su demanda y aceptación.

No es un diálogo de igual a igual. La lógica del arbitrario cultural dominante es la que hegemoniza, pero también accede a la demanda de ciertos formatos que las clases subalternas reclaman, de acuerdo a su matriz cultural y su imaginario.

Por esto, si el populismo apela a las tradiciones populares y a la construcción de una cultura nacional, los medios de comunicación asumen ese rol y "construyen un discurso en base a la continuidad del imaginario de masa con la memoria narrativa, escénica e iconográfica popular en la propuesta de una imagería y una sensibilidad nacional"<sup>11</sup>.

La telenovela que surge a la sombra del populismo, sintetiza todo este proceso y por tanto, su demanda - entre otras causas - obedece a la coincidencia de un imaginario que fue moldeado sistemáticamente durante el proceso de masificación.

Los mismos que coinciden con la vigencia de una matriz melodramática, cuya historia se desplaza desde el folletín, el cine mexicano, el bolero, las radionovelas y la telenovela. Todas estas expresiones median entre ellas, en tanto son decurso de un sólo proceso que tiene un punto de referencia original: el auge de la novela burguesa que se introduce a la cultura industrial a través de la llamada literatura de cordel en España y del colportage en Francia y que tienen sus correspondientes en América latina sobre todo en Brasil.

En conclusión, existe un imaginario latinoamericano urbano masificado, en la medida que tenemos una historia similar, un mestizaje común, un proceso de masificación social. El mismo que deviene en estructural y que irrumpe con fuerza en los años 30 y se afianza en los 60 generando una homogenización y mestizaje cultural acentuado por la llegada de la modernidad. Complejo entramado donde lo popular habla desde la masa y se identifica con ciertos productos que se ajustan a su imaginario social como la telenovela.

## **1.2.- LOS MITOS DE LA INFORMALIDAD**

La economía informal es una de las maneras de cómo determinados grupos enfrentan ciertas opciones que constituyen una experiencia real, por tanto ya no pueden ser consideradas como pura anacronía, sino como residuo de una utopía aún vigente (lo mismo que la telenovela como metáfora de nuestra falta de identidad). "Puede darse el caso de que, a pesar de la modernidad del capitalismo,



subsistan formas de conciencia y ejercicio de prácticas que permitan pensar que el ámbito de la política puede ensanchar su esfera más allá del espacio definido por cierto tipo de estructuras como el partido"<sup>12</sup>.

Ello porque existe una inserción de la lucha en los ámbitos de la vida cotidiana, que induce a pensar en una sociedad más amplia, menos dividida.

En países sometidos al desgarramiento de la marginalidad, asedio policial y terror estatal; se ve la pérdida de vigencia de los partidos de izquierda y de todos los tradicionales, en general. Como contraparte, surge un sector de la economía informal y se propicia la emergencia de organizaciones alternativas ya sean religiosas, barriales o regionales, que canalizan reivindicaciones asociadas a la cotidianidad y que no son escuchadas por los partidos tradicionales.

Experiencia que abre nuevos canales a la expresión de la población civil y nuevas posibilidades de lucha. Así como, una nueva sensibilidad que anexa el pragmatismo y genera mitos urbanos, inspirados en la aparición de nuevos personajes del universo de la economía informal, como el "rey de los limones", "el rey de los microbuses" o "la reyna del ceviche", etc.

Cabe señalar que la lucha contra la imposición del proyecto burgués y las fuerzas conservadoras no es una disputa en el terreno de los principios generales ideológicos y políticos, sino - como lo demuestra la sociedad civil-, está el terreno de la práctica diaria. Por eso los acontecimientos en América Latina están eliminando el divorcio entre la política y los problemas concretos del pueblo.

El problema es que las izquierdas han tendido a dar preeminencia a la sociedad política, ya que el pensamiento guiado por la lógica del poder termina por identificarse con la forma estatal de poder. Por esto su proyecto constructor de la

sociedad se sustenta en el Estado, dejando de lado el hecho que una hegemonía se va constituyendo todos los días y en todos los planos de la vida social.

La incorporación de la sociedad civil a la lucha política por el poder, se está dando más en el contexto definido por la cultura, la idiosincracia, las costumbres, el pasado, la experiencia y la sociología de la gente, aspectos que se pueden urdir en la categoría de imaginario social. (destitución de Collor de Melo o de Carlos Andrés Pérez o la participación de diversos sectores en México para evitar el enfrentamiento entre el las Fuerzas Armadas y el Ejército Zapatista de Liberación Nacional)

Las acciones de estos sectores implica la apertura de nuevos espacios hacia la conformación de un poder alternativo que por su naturaleza y dinámica se opone al poder de Estado autoritario. La realidad establece que ningún proyecto puede reducirse a las prácticas que son propias de la sociedad política, sino que se tienen que rescatar las raíces que están arraigadas en la sociedad civil. Las mismas que tienen su manifestación en nuevos códigos y formas alternativas de comportamiento interpersonal. En estos sectores, hay una moral más tolerante y la fórmula del matrimonio tradicional se erosiona frente a otras formas de convivencia en pareja.

En la última década el sector político más dinámico no siempre ha sido la clase obrera, sino agrupamientos más amplios y heterogéneos que se definen más por su identidad sociocultural que por su estructura económica. Son sectores de subempleados, estudiantes, profesionales, empleados del Estado, amas de casa y mujeres en general, artistas, universitarios etc.

Existe heterogeneidad de fuerzas que se expresan en diferentes ámbitos de la realidad. Aquí destaca la importancia de la comunidad campesina en

latinoamérica como Perú, es una condición preexistente de las organizaciones populares cuyo papel es decisivo en los procesos de democratización. La crisis económica ha servido de catalizador para la emergencia de sujetos colectivos heterogéneos, pero éstos no siempre son capaces de representar proyectos de sociedad, pero sí crear mitos que son alternativos al dominante.

El sector informal comprende una serie de categorías ocupacionales no todas con experiencia en formas colectivas y organizadas de lucha social. Hay riquezas en sus dinanismos y potencialidades, pero por el momento es difícil que éstos se concreten en procesos de cambio.

Los nuevos movimientos sociales en latinoamérica por ejemplo hablan de una posibilidad política que desborda las fronteras del orden tradicional convirtiéndose en un caudal potencial de cambio, pues la cultura popular como toda cultura tiene una proyección del futuro. Así los nuevos movimientos barriales, regionales, constituyen una innovación en la formulación de nuevas demandas que no son atendidas ni enarboladas por los partidos tradicionales. Si bien estos movimientos surgen en las estructuras tradicionales de expresión sus prácticas y contenidos se deciden en otros espacios. Ya no es más el ámbito estatal o el de la institucionalidad "democrática". El reclamo, la demanda se dan en el terreno de lo cotidiano.

Es decir, plantean una reformulación de las relaciones entre lo público y lo privado, estableciendo nuevas articulaciones entre las reglas políticas y el sentido básico de la vida cotidiana. Si bien no hay objetivos fijamente preestablecidos, se hacen presentes dimensiones de la vida y la organización social oscurecidas. Las mismas que representan una vía frente a la lógica utópica del orden y la tradición dominantes y que plantean el punto angular del problema: estatización de la sociedad civil versus civilidad del Estado.

Se produce, por consiguiente, la mutación del sueño y la esperanza en politicidad, o sea, en realidad moldeable, a través de opciones en cuya sucesión se entrecruzan todos los tiempos: pasado y futuro en el presente<sup>13</sup>.

En el nivel emotivo el orden de la familia tradicional y ciertos roles inalterables, se quiebran al surgir, propiciados por la realidad, nuevos lazos afectivos y composición de familias no tradicionales que aperturan nuevos códigos morales donde se fusiona (ver trabajo de campo) el pragmatismo con los sentimientos como una forma de actuar frente a la realidad. Ya no se cree que ante todo hay que anteponer los sentimientos, sino que hay que ser pragmáticos y audaces para triunfar, sin dejar de lado los sentimientos.

## **2.- MOMENTOS SOCIOPOLITICOS Y EXPRESIONES CULTURALES MASIVAS**

Para abordar la incidencia de los hechos sociales en el surgimiento de las expresiones populares, nos basamos en *Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX*, de Carlos Monsivais, quien intenta concretar un panorama, "no exhaustivo, sino significativo", de algunos de los más notorios procesos culturales de México en este siglo. Si bien el trabajo centra su atención en la descripción de procesos de la alta cultura; también traza indirectamente, los hitos de la historia y el mapa de las transformaciones fundamentales sufridas por lo popular urbano desde comienzos de siglo.

Dicha investigación, permite la visualización del proceso y su dinámica. Es decir, el papel de los medios masivos para reciclar los comportamientos del

pueblo bajo la bandera de una nacionalidad que tiende a legitimizar al estado, la nación y el poder.

Aunque la historia es mexicana, ésta contiene los rasgos fundamentales y las líneas de desarrollo de lo popular urbano en América Latina. En un doble sentido: el proceso de masificación en términos generales y sustanciales presenta los mismos rasgos en la mayoría de países latinoamericanos. En segundo lugar, el público latinoamericano, especialmente el sudamericano resiente las expresiones mexicanas populares post revolucionarias ( la canción y el cine); de un modo parecido a cómo las perciben los mexicanos. En términos sustanciales, se produce identificación y proyección con los personajes emblema de una nacionalidad y una forma de sentir que les atañe. En el caso, de las expresiones foráneas como el rock, los ecos llegan traducidos a través del tamiz de la cultura masiva mexicana.

Monsivais en su estudio, establece los movimientos sociales como la revolución mexicana y su proyección en la cotidianidad a través de dispositivos generales y peculiares.

El concepto de Revolución Mexicana, a su entender, implica varios elementos. En primer lugar, la perspectiva unificadora fundada en un dictum: el Estado es la entidad que está más allá de las clases y de la lucha entre éstas. En segundo término, las líneas de conducta individuales y sociales que las clases dominantes aceptan como ejemplares y de validez universal. Y, complementariamente, la visión ideológica en torno a la cultura y la sociedad que, formulada o no de modo explícito, ofrece y/o acepta el Estado.

Como punto central del análisis cabe destacar la función legitimadora de la cultura al régimen de turno, aportando una atmósfera flexible y adaptable a las diversas circunstancias políticas. Este rol se da en el contraste: por un lado, el

estado proclama el nacionalismo que debe cohesionar a la unidad, y por otro, no se enfrenta a la proliferación de la cultura neocolonial ni mantiene una actitud crítica frente a lo que significa la "alta cultura". En términos sustanciales, los países latinoamericanos, pertenecen incondicionalmente a la cultura occidental. A pesar de algunas etapas innovadoras ( en el caso de México), el nacionalismo cultural, ha desembocado no en un rechazo a la cultura de las metrópolis y sus variantes locales, sino en la petición de reconocimiento de existencia<sup>14</sup>.

Entre las primeras expresiones masivas, se destaca el papel de la canción mexicana que urde elementos de nostalgia campesina con los nuevos modos de sentir ciudadanos, y por otro enfrentando la pasión descarnada, haciendo palidecer a un moralismo y decencia urbanas. Esto se refleja en la cotidianidad a través de comportamientos y formas de vida: caminar, vestir, comer, amar, etc.

Las clases subalternas se manifiestan en diversos espacios urbanos y sociales, donde enfrentando la pasión, dan rienda suelta a lo que sienten. Así el salón de baile, la cantina, son lugares de despliegue de la otra dimensión de lo popular.

...expresividad del tumulto, hecho de carcajada  
y de relajo, de silbidos y ruidos obscenos, de groserías a  
través de las cuales se liberan mezcladas la rebeldía  
política y la energía erótica<sup>15</sup>.

Señala una segunda etapa entrados los 30, que registra ciertas diferencias en toda América Latina caracterizada por la irrupción de la industrialización dependiente, por las grandes migraciones hacia la ciudad y la hegemonía de la industria cultural a través de la radio y el cine. El populismo en la cultura se

convierte en nacionalismo y va a encontrar en el cine, sobre todo en el mexicano y el argentino, su mejor medio de expresión y difusión.

Las películas mexicanas resultan muy significativas para el público que comparte entusiasmos y catarsis, integrado a una nación. El universo que ofrece el cine pronto se trastoca en realidad con sus códigos y comportamientos otorgando roles femeninos y masculinos.

Clásicamente, el cine mexicano- que durante esta etapa sojuzga y desvasta los mercados nacionales y de habla hispana - se manifiesta como way of live, puerta de acceso no al arte o al entretenimiento sino a los moldes vitales, a la posible variedad o uniformidad de los comportamientos.

... Se establecen los "reflejos condicionados" ante los que se muestran "hechos fundamentales del ser humano": la maternidad, el adulterio, el trato varonil, la pobreza sobrellevada con honradez, la desgracia sumida como pobreza<sup>16</sup>.

El cine mexicano permite visualizar los mecanismos de poder de la clase dominante que ha moldeado una cultura popular y ha ofrecido a la vez, una interpretación del mundo y una manera adecuada de ser. Pero a pesar de todo esto, esa cultura popular manipulada supo describir enriquecedoramente la realidad. Es más, vislumbrar ciertos elementos de identidad que no pudieron ser totalmente desvirtuados.

El cine desde 1919 (*La banda del automóvil gris* de Enrique Rosas) da fe de la presencia del melodrama como vertebración de cualquier tema. Asimismo, el mosaico de temas no escapa al estricto respeto de la santa trinidad: la familia, la

propiedad privada y el Estado, que para Monsivais se concreta de diversas maneras:

- caporales ennoblecidos por la obediencia.
- afirmaciones de la nacionalidad / afirmaciones de la localidad.
- incestos rectificadas por la tragedia.
- identificación de la maternidad con sacrificio y redención de la ingratitud por medio del perdón póstumo.
- familias cuya suprema unidad es el final feliz desde el principio de la película.
- prostitutas que negocian su alma mientras reservan (púdicas) su cuerpo.
- galanes immaculados que restauran con su puño las facciones inarmónicas del villano.
- damitas jóvenes tan lejanas de la vocalización inteligible como próximas al devaneo de las cejas y al estremecimiento de la mano sobre los labios.
- mujeres cuya abnegación dicta el estilo de usar rebozo.

Otra característica a resaltar es la exaltación de la moral tradicional, no como tema, sino como trasfondo que vertebra las historias. Santa (1931) de Antonio Moreno, la pasión de una prostituta goza de un éxito inusitado.

Engaño y honestidad al mismo tiempo: la insistencia en la culpa como la atmósfera que respiramos, la moraleja recae sobre quien transgrede ... y acude la visión complacida y satisfecha de las oportunidades del pecado. El melodrama viene a ser el continuo agente de las relaciones públicas de la virtud y el vicio ( de la épica nacional y el drama íntimo), teatralización infatigable de los sentimientos y halago de las respuestas instintivas<sup>17</sup>.

En esta dinámica de la distorsión ideológica, del mismo modo, el cine adopta una versión costumbrista y folklórica del movimiento armado que diluye la



carga política. A finales de los treinta, el comercialismo ya ha desplazado del cine al precario nacionalismo revolucionario. Para vender el cine apuesta a los productos más difundibles, de seguro impacto. La revolución se resuelve en algunas imágenes shock. Esto es válido para la década del cuarenta donde la revolución se convierte en un ámbito dramático y un tema estético. De esta manera, la "Revolución, deviene en acontecimiento filmico"<sup>18</sup>.

La burguesía y la clase media abandonan la idea de encontrar en la Revolución un pasado que les otorgue responsabilidad. Intentos que obedecen a esta pretensión son la comedia ranchera y el género de la "nostalgia porfiriana" cuya intención es desacreditar las razones de la Revolución y otorgar a la clase media un pasado mirífico.

El cine desciende hasta el límite de la comedia ranchera y se sostiene en los modales latifundistas de Jorge Negrete, paralelamente un contexto adecuado: impulso del régimen cardenista, lección del muralismo y, sobre todo, la urgencia de productos nacionales que colmen o satisfagan el orgullo de la clase media, el apoyo paternalista de la crítica extranjera.

En 1936 México inunda el mercado latinoamericano con *Allá en el Rancho Grande de Fernando de Fuentes*, simbólica respuesta a la Reforma Agraria cardenista.

Un Edén aún intacto, la figura simpática y humana del hacendado, el gracioso servilismo de los peones, la ronda incansable de palenques y guitarras. La hacienda porfirista como eterno rancho grande. De entre las fantasías clasistas que ha urdido el cine mexicano, la comedia ranchera es la más ortodoxa, la visualización del sueño de los patrones, siempre a contracorriente ya no de la

realidad campesina ( concedámosle su pretension de comedia), sino de cualquier verificación elemental<sup>19</sup>.

En medio de este paisaje la figura del charro se erige como un remanente del feudalismo modernizado que es encarnado por Tito Gúizar, Jorge Negrete, Pedro Infante, Luis Aguilar o Demetrio Gonzáles. Esta figura simbólicamente cobra fuerza en latinoamérica, justo en la década de los cuarenta donde se acrecenta la dependencia de estos países. Posteriormente, el homenaje a la hacienda cobra forma con el machismo de music hall. Su máxima expresión es *Ay, Jalisco no te rajes* (1941) de Joselito Rodríguez.

El machismo del personaje de Jorge Negrete no se concibe como brutalidad: más bien, indica una aspiración de refinamiento. Humilde paradoja: al acrecentarse la dependencia de México, se exalta a un símbolo funambulesco de la hombría. Así, en última instancia, el machismo de la comedia ranchera, resulta la parodia de un nacionalismo cultural.

...símbolos auténticos de México", acaban llorando en la cantina, sollozando en el hombro del enemigo o soportando los malos tratos de la endina. Los hombres no lloran pero los machos sí<sup>20</sup>.

Por su parte, las películas del Indio Fernández marcan el clímax del nacionalismo patentizado en los rostros de Pedro Armendariz, Roberto Cañedo, Dolores del Río, Columba Domínguez o Ninon Sevilla, quienes a través de sus personajes, develan el secreto de su nacionalidad al mostrar el destino irremediable de los amantes.

En filmes como *María Candelaria* (1943), *Bugambilia* (1944), *Las Abandonadas* (1944), *Encamorada* (1946), *Río Escondido* (1946), *Salón México* (1948), *Maclovio* (1948), *La malquerida* (1950), *Islas Marias* (1950) y *Una cita de amor* (1956); queda evidenciado el propósito de Fernández de rescatar una verdad nacional, "expresar el alma y la voz de seres y paisajes rurales y urbanos"<sup>21</sup>

El público se estremece frente a la condición redentora de sus héroes, a las vidas desgarradas. Se reconoce en sus diversas manifestaciones, sentimientos y destino. Los objetos, frases, actitudes, lugares, atmósferas, adquieren significado de la tradición.

Se mitifica el pasado, la vida provinciana, la realidad urbana de la prostitución. Ahí reside la "secreta personalidad" de México, su razón primordial, la fuerza generadora. Asimismo, en la división del trabajo, "al campo le corresponde la reciedumbre y a la ciudad, el debilitamiento que engendra la disipación"<sup>22</sup>.

El papel de la mujer oscila entre santa y prostituta, es decir madre y prostituta. La doble moral se desenvuelve entre la madre Sara García y la prostituta Ninon Sevilla,

El cine de los cuarentas registra tres grandes vertientes: el populismo de barriada, el género de las cabareteras y el género del amor familiar en peligro. Blanco Ayala señala que no es casual que en el régimen alemanista proliferen los melodramas arrabaleros, en 1950 de 124 películas, cuarenta pertenecen a este género.

Durante el alemanismo que es una etapa considerada de corrupción sin contención, la prostituta (enemiga y salvadora de la familia) se instala como

alegoría entrañable. Santa alcanza la transfiguración: se levanta del polvo y del lecho de muerte y recorre las calles ... y llega al cabaret y baila manbo o rumba y es asaltada por el "cinturita" y contempla aterrada el pleito entre el hombre bueno que la quiere rescatar y el gánster que la persigue.

La corrupción social del sexenio se procura un vertedero. Y la ciudad de México se aprovisiona de mitologías románticas. El apogeo de la callejera, la pecadora, la señora tentación, quiere decir la jactancia de una sociedad machista/ la urgencia de burlar el tabú en la encarnación física del deseo / la comodidad de un discurso ejemplarizante: eso (al rodar por las calles, el oprobio de que es víctima) sucede cuando se transgreden las leyes de Dios y las leyes sociales. Ninon Sevilla o Meche Barba o Leticia Palma o María Antonieta Pons o Rosa Carmina o Emilia Gulu son, como se les quiera ver, el primer rompimiento masivo con el portirismo moral. No porque sus acciones (sus caninatas) carezcan de consecuencias en la trama o discrepen del modelo aleccionador judeocristiano, sino porque en su caso la provocación supera a la amonestación<sup>21</sup>.

Así el ámbito melodramático acaba por ser el disfraz, pues la verdadera identificación del público no está en la moraleja, sino en el gesto mismo que toca las fibras del erotismo, de la sexualidad reprimidas. El sexo deja de ser un intocable tabú. El poder, a través de su afán aleccionador termina por aceptar la existencia de la lujuria.

#### EDUCACION SENTIMENTAL

Por medio del cine el público conoce lo que es el amor pasión que llega hasta la muerte. Jorge Negrete y María Félix en *El Peñón de las Animas de Miguel Zacarías* o *Jorge Negrete y Gloria Marín en Historia de un gran amor* (1942) de Julio Bracho o Arturo de Córdova y Gloria Marín en *Crepúsculo*

(1944) de Julio Bracho o Pedro Infante y Blanca Estela Pavón en *Nosotros los pobres* de Ismael Rodríguez o Pedro Armendáriz y Andrea Palma en *Distinto Amanecer* (1943) de Julio Bacho, revelan una etapa de aducción sentimental. Así se ama, se sufre, se apasiona, se muere...

El romanticismo es el abandono y el ánimo febril y la perfección de la mirada de entrega. El esquema del modo de relación deriva por completo de Hollywood pero se va adecuando, gracias al vestuario y la música, a las circunstancias nacionales.

La presencia de Pedro Infante es significativa. En los filmes de su etapa consagratoria - *Pepe el Toro*, *Ustedes los Ricos*, *Los Tres García*, *Vuelven los García*, *Los tres Huastecos*, *La Oveja negra*, *Los tres Huastecos*, *La Oveja Negra*, *A toda Máquina*, *¿Qué te ha dado esa mujer?* - sus personajes alcanzan el perfil de una fuerza social.

#### CUARENTAS

En los cuarentas cuando de manera incipiente se manifiesta la migración hacia la ciudad, aparece la comedia urbana, la crónica de un Distrito Federal manejado y diseñado como rancho, donde Galindo se propone erigir una imagen ideal: el Buen Salvaje con voz de peladito, la inocencia y la bondad en medio de los dancing- clubes y la perversidad de la gran urbe.

Para Galindo, si los lazos familiares se preservan, la integridad moral se mantiene y se nulifica la conjura del exterior. En esto obedece a la legislación cardinal de Hollywood que el cine mexicano adoptó: la unidad es el mayor bien ideológico y, como se apunta en *Los Fernández de Peralvilla*, la huida y negación de los orígenes (la traición al barrio) precipita la catástrofe. El barrio (el quinto

patio) sustituye a la provincia como refugio de los tiernos y sólidos valores de la convivencia que la ciudad, en su rencor y estrépito, mancilla<sup>24</sup>.

En este sentido, el público mexicano y el latinoamericano no percibieron el cine como un fenómeno artístico o industrial, sino como un vehículo de identidad nacional. La gente va al cine a aprender, porque no sólo se reconoce pasivamente, sino transforma lo que recibe: no sólo hay consuelo, hay revancha.

En esos primeros años (que se prolongan hasta la década del cuarenta), el público mexicano y el latinoamericano no resintieron al cine como fenómeno específico, artístico o industrial. La razón generativa del éxito fue estructural, vital; en el cine, este público vio la posibilidad de experimentar, de adoptar nuevos hábitos y de ver reiterados (y dramatizados, con las voces que le gustaría tener y oír) códigos de costumbres. No se acudió al cine a soñar: se fue a aprender. A través de los estilos de los artistas o de los géneros de moda, el público se fue reconociendo y transformando, se apaciguó y se resignó y se encumbró secretamente<sup>25</sup>.

Para lograr ese efecto el cine mexicano, como producto mass media, sufrió un proceso de degradación. Para que el pueblo pueda verse tuvo que descender bien abajo y presentar actitudes y gestos. Lo irresponsable, sentimental, borracho, el fanatismo religioso y el machismo como emblemas de la nacionalidad.

El cine da voz e imagen a las identidades nacionales. Es un cine que funda el nacionalismo en el melodrama, un género capaz de abordar cualquier tema, evocar mitos y masificar comportamientos.

El cine y la radio gestan la integración musical latinoamericana que se apoyará en la popularidad del bolero, la ranchera y el tango y en la mitificación de

los ídolos, generando una vivencia colectiva que no es ajena a los hechos sociales de poder y explotación, sino que se traduce en una peculiar homogenización que adquiere diversos sentidos e intensidades de acuerdo a los sectores urbanos y sociales de la emergente sociedad de masa.

Hay un sólo decreto ( conocido eufemísticamente como "gusto popular") que dictamina las manifestaciones concretas del chantaje sentimental, de la exaltación demagógica, del reto al mundo, del relajo con los cuates, de la última noche que pasé contigo, del rencor apasionado. El cine y la radio van distribuyendo los reflejos condicionados, la exacta y obediente salvación<sup>26</sup>.

A partir de 1954, la clase media se va desconociendo en los filmes mexicanos a medida que toma fuerza el snobismo cultural. En el período comprendido entre 1954 y 1965, que corresponde a una crisis de credibilidad externa y pérdida de confianza interna; surgen subgéneros que oscilan entre películas nudistas y juveniles.

Si los "desnudos estéticos" quieren reemplazar a las cabareteras y ven en el pecado un reto corporal, el cine de "rebeldes sin causa a la mexicana" procede a capitalizar un nuevo mercado, apuntala las nociones de orden y respeto e inventa una edad - la adolescencia como azoro redimible o la juventud como vaile en nevería - como antes había inventado clases sociales felices (el proletrariado o el campesinado)<sup>27</sup>.

En los años 60 la propuesta cultural de la televisión se sustenta en la acción tecnológica e incitación al consumo, homogenización de estilos de vida, el factor nacional es arminconado. En contraposición, se efectúa la incorporación a los espectáculos de los viejos contenidos sociales, culturales y religiosos.

Como se puede apreciar en este seguimiento se constata el papel de mediación del cine mexicano, cuyos géneros se relacionan íntimamente con el momento sociopolítico y el papel del estado, que a través de los medios de comunicación erige el emblema de la unidad nacional. Estrategia encaminada a lograr la legitimación del estado a través de la idea de la nación.

En esta perspectiva los medios reciclan los comportamientos de los sectores populares. El cine mexicano desciende a los bajos fondos de los barrios y las pasiones, como un gran fresco melodramático dado a ver. Soterradamente se despliega una intención moralista y aleccionadora donde la seducción de la imagen vence y termina en la complacencia del público. Se erige la oscilación de la imagen de la mujer entre santa y prostituta y la del hombre machista y protector. Códigos de comportamiento en los cuales el pueblo se ve y se confronta.



- <sup>1</sup> Morin E., *El espíritu del tiempo*, (1966), P.22.
- <sup>2</sup> Zemelman H., "La cultura y el poder" en *América Latina, hoy*, (1990), P.189
- <sup>3</sup> Halperin-Donghi T., *Historia de América Latina*, (1975), P.178.
- <sup>4</sup> Zemelman ., Op. cit. P.207.
- <sup>5</sup> Ibidem., P.202.
- <sup>6</sup> Zemelmam., op cit. P. 204.
- <sup>7</sup> Soto H., *El otro Sendero*, (1990)
- <sup>8</sup> Ibidem., P.182.
- <sup>9</sup> Ibidem., P.182.
- <sup>10</sup> Barbero J.M., *De los medios a las mediaciones*, P173.
- <sup>11</sup> Ibidem., P.
- <sup>12</sup> Zemelman H., Op. cit. P.173.
- <sup>13</sup> Ibidem., P.179.
- <sup>14</sup> Monsivais C., *NOTas sobre la cultura mexicana del siglo XX*, ( ) P.308.
- <sup>15</sup> Ibidem., P 211.
- <sup>16</sup> Ibidem., P.435.
- <sup>17</sup> Ibidem., P.436.
- <sup>18</sup> Ibidem., P.440.
- <sup>19</sup> Ibidem., P.42.
- <sup>20</sup> Ibidem., P.440.
- <sup>21</sup> Ibidem., P.445.
- <sup>22</sup> Ibidem., P.445.
- <sup>23</sup> Ibidem., P.450.
- <sup>24</sup> Ibidem., P.455.
- <sup>25</sup> Ibidem., P.446.
- <sup>26</sup> Ibidem., P.447.
- <sup>27</sup> Ibidem., P.457.

### III.- IMAGINARIO Y TELENVELA LATINOAMERICANA

#### I.- TELENVELA LATINOAMERICANA, ENTRE LA ESTRATEGIA COMERCIAL Y LA COYUNTURA SOCIAL

La telenovela latinoamericana en su calidad de programa más consumido y surgido en un tipo de sociedad cambiante, es el género por antonomasia a través del cual se ilustra gráficamente el diálogo entre la estrategia comercial y demandas culturales masivas perfiladas de acuerdo a la efervescente coyuntura que intensifica el intercambio entre mundo cotidiano y fantástico al punto de asumir que en lo cotidiano vive la ficción, en la medida que los mitos (de cierto tipo de novelas) se acercan a la realidad como el de la movilidad social.

En este sentido, llama la atención que un género de poca vida haya podido registrar tantos cambios al punto que ciertos estilos (brasileña y colombiana) han dado un salto cualitativo en cuanto a recurso y discurso hasta constituirse en productos con un contenido y lenguaje nuevos.

De acuerdo al seguimiento y esclarecimiento de los mecanismos de la matriz melodramática que hemos efectuado en el acápite anterior podemos establecer que la telenovela latinoamericana tiene un itinerario de conformación de la matriz melodramática que más se relaciona con el fenómeno europeo del folletín donde se puede apreciar el peso de la cultura popular para la formación de un formato narrativo y una estética del exceso sustentada en lo emotivo y moral. Ello, porque existe una coincidencia histórica entre el período de la Revolución Francesa y la severa crisis económica y política que sacudió al continente latinoamericano a fines del siglo XXVIII.

El caso de conformación del soap opera en Estados Unidos es diverso por que en la hibridación del melodrama con otras manifestaciones creativas populares como el music hall, predominó el formato del teatro naturalista que se sostiene en las relaciones intimistas y familiares.

En cambio, el folletín en latinoamérica al igual que en Europa, es el punto de convergencia entre la escritura urbana y el relato oral. Argentina como país latinoamericano abierto a la influencia de la cultura europea es el primer lugar donde se publica la novela por entregas. Desde 1780 en el periódico *La Patria Argentina*, Eduardo Gutiérrez escribe por entregas *Juan Moreira*, *El Tigre de Quequén*, *Horniga Negra*, folletines que funden lo rural y lo urbano y constituyen una clave del imaginario nacional popular. Los personajes vienen de los payadores y archivos judiciales. Mundo que da cuenta de los cambios que introduce la modernidad en Argentina a finales del siglo XVIII.

Este tipo de historias establece cierta complicidad: algunos héroes rompen el paradigma narrativo europeo al sucumbir víctimas de un sistema social injusto. Ello da cuenta de una mediación de la industria cultural frente a la seria crisis económica que atravezaba dicho país en ese entonces.

El verdadero desarrollo del folletín encuentra su medio en la radio, que convoca desde sus inicios al mundo oral de las canciones y los recitadores. Hubieron dos mediadores: el circo (Argentina) y la lectura colectiva de las fábricas de tabaco (Cuba).

El circo criollo fue la expresión cultural mediadora por excelencia al juntar bajo la misma carpa pista, escenario, acrobacia y presentación dramática. En Argentina se recoge la memoria y la mitología gaucha, al llevar a escena las historias de *Juan Moreira*, *de Santos Vega* o *Martín Fierro*.

El circo criollo fusiona la tradición narrativa del folletín con la escena de los cómicos ambulantes. Es la mezcla de comicidad circense y drama popular la que dio origen al radioteatro. El teatro popular nació en el circo de los Podestá, creció en las giras de las carpas criollas y se alojó en compañías de radioteatro que recorrían las provincias para que la gente viera lo que escuchaba.

Desde finales del siglo XIX los talleres de las tabaquerías son escenario de la lectura en voz alta tanto de libros como de relatos folletinescos que aportan temas y modos a la radionovela. Dicha práctica oriunda de los conventos y cárceles europeas es introducida, según Fernando Ortiz, en las galeras de El Arsenal de La Habana donde los presos trabajaban de orcedores de tabaco<sup>1</sup>.

El lector y el relato escuchado conviven en las tabaquerías hasta que irrumpe la radiofonía. En este sentido, la radio incorpora diversos recursos y mecanismos que se dan en el intercambio entre lector y escucha, los mismos que son asimilados para la conformación de un lenguaje propio que se sustenta en el sonido. Así la radionovela desarrolla un código cuyos principios son la expresividad sonora y la exploración de tonos y ritmos para introducir en los relatos los modos de escuchar.

Bermúdez M.<sup>2</sup>, determina que junto al sustrato folletinesco europeo y la forma de lectura cubana en las tabaquerías, se mezclan otros elementos populares procedentes de las personalidades que se hacen célebres a través de la prensa diaria así como del mundo del consultorio sentimental. También se suma a ello la tradición latinoamericana de cuentos y canciones de miedo y de misterio, en los que están en juego el enigma del parentesco. Una mediación interesante entre el relato hablado y escrito es la presencia de las hojas sueltas en Brasil, las mismas que son cantadas y leídas por plazas y calles.

Otro factor de importancia dentro de la conformación de la telenovela es la influencia del cine en el melodrama, ya que aporta los cimientos de un nuevo código sustentado en la imagen lo cual propicia un tratamiento propio tanto en lenguaje como en estructura. El cine convierte al melodrama en el espectáculo popular que moviliza grandes masas, asimismo, lo enriquece y aporta diversos recursos expresivos que propician una complicidad e identificación con el público.

En este sentido se puede sostener que hay una convergencia importante entre cine y melodrama ya sea en cuanto a formas narrativas y escenográficas, así como valoración moral, arquetipos y el poder de seducción sobre el público. Factores que han constituido al cine en una fuente inagotable de propuestas estéticas y políticas, que eran impensables en la época de su aparición cuando fue considerado, peyorativamente, un espectáculo plebeyo de las barracas, de la misma manera que muchos pueden catalogar hoy a la telenovela como un producto frívolo y degradado.

Sin embargo, lo que podríamos llamar la apropiación del género en el cine dio sus frutos. Pues a partir de los primeros filmes melodramáticos de Griffith vemos que este género ha tenido propuestas valiosas como las de Visconti, Ettore Scola o Buñuel.

El nexo cine melodrama en latinoamérica es más pronunciado, ya que el público ve en este espectáculo la posibilidad de experimentar, de adoptar nuevos hábitos y ver reiterados códigos de comportamiento que son reciclados por la industria cultural con el fin de legitimizar el naciente estado anexado a la idea de nacionalidad..

Según Monsiváis el cine mexicano mayoritariamente melodramático mediará vital y socialmente en la constitución de la cultura popular urbana. Esto a través de tres dispositivos. Teatralización, el cine como puesta en escena y

legitimación de gestos, peculiaridades del habla y paradigmas sentimentales. Degradación recurso por medio del cual el cine desciende a formas simples para que el pueblo pueda verse. Esta forma de aproximación construye un perfil donde se combina el cariño filial, lo holgazán, lo borracho, lo sentimental, la humillación de la mujer, el fanatismo religioso. Finalmente la modernización por medio de la cual se remozan los mitos, se introducen costumbres y modalidades nuevas, dando acceso a nuevos lenguajes<sup>3</sup>.

El melodrama se constituye en la estructura que va urdiendo el tejido de las imágenes cinematográficas de cualquier tema. A partir del ámbito familiar o barrial se expresa la polarización del mundo social. El drama familiar se convierte en metáfora del gran drama social. Así el cine enlaza la épica nacional con el drama íntimo. Similar proceso de evolución que hoy registra la telenovela brasileña (*Pantanal, Roque santeiro*) y la colombiana (*Café con Aroma de Mujer* y *Por la Puerta Grande*).

#### 1.1.- ESCUELAS Y ESTILOS

Para quienes veían en la telenovela sólo un estratagema comercial, les sorprenderá las variaciones que ha cobrado este género en su corta vida, al punto que bien se podría hablar de estilos y escuelas casi consolidadas. Nos referimos a la telenovela mexicana, brasileña, venezolana, argentina, colombiana y la de hispanos en Miami.

Su anacronía expresiva no sólo funciona como arcaísmo, ni la relación del relato con el formato se agota en la receta efectista, ya que en ella se entrecruzan factores de la lógica comercial y demandas que provienen del imaginario de la audiencia y que de alguna manera son recicladas de acuerdo a ciertas dinámicas culturales que trataremos de esbozar.

A partir de la radionovela cubana se da forma a un género serio y dramático en extremo donde prima el desgarramiento trágico. Su sistema de base se cimenta en pulsiones y sentimientos primarios. Excluye del espacio dramático toda ambigüedad o contextualización histórica o social borrando o neutralizando las referencias a los lugares y los tiempos.

Este esquema constituye la fórmula de éxito de la telenovela mexicana desde *El derecho de Nacer, pasando por Los ricos también lloran* hasta *Marimar*. El único caso excepcional es *Cuna de Lobos*, del dramaturgo Carlos Olmo, quien rompe el paradigma maniqueo de los buenos y malos al presentar personajes de profunda complejidad, así como el radical cambio del consabido final feliz, por uno abierto.

Sin embargo, la tónica general es que las telenovelas mexicanas se sostienen en los conflictos sentimentales. El mosaico de temas está compuesto por tres temas tópicos (el mito de la cenicienta y el príncipe azul, el descubrimiento de la identidad y las herencias millonarias) que pulsán las fibras más sensibles de ese paquete universal que son los sentimientos y deseos primarios.

También es marcada la presencia de una doble moral que se traduce en un comportamiento del hombre que tiene dos familias como un hecho cuasi natural. Los roles femeninos están marcados por una aura de sufrimiento lastimero que se renova con una fámélica dignidad tradicional. Culpa y vergüenza se el complemento de estos personajes que como única parcela de desfogue tienen el gusto por lo tormentosamente prohibido.

El amor así esboza los perfiles de un amor al extremo melodramático basado en el sufrimiento, el tormento y el engaño. Todo sostenido en códigos del comportamiento renuente y santificado de las protagonistas, actitud de inocencia y sufrimiento que encandila al protagonista varón.

Aparte de los temas tópicos, la estructura tradicional y el maniqueísmo de los personajes, resaltan entre otros elementos: escenografía barroca, decoración recargada, lujosa, lo mismo que el vestuario y el maquillaje. También se puede percibir cierta modernización de escenario y aligeramiento del ritmo audiovisual.

Por su parte, la telenovela venezolana en cuanto a tema también se podría ubicar en esta corriente, pues trabaja sobre los mismos mitos vaste hacer un recorrido desde *Lucecita*, pasando por la gama de nombres de piedras preciosas, *Esmeralda*, *Rubi* y *Topacio* hasta *Cristal o Celeste*. Todas ellas giran sobre el eje de paternidades descubiertas, herencias millonarias y príncipes azules.

En cuanto a estructura dramática se puede observar que es la misma, salvo el período de prolongada duración de este tipo de telenovela. Respecto a los recursos expresivos se puede notar una austeridad escenográfica y visual resuelta a través de una oralidad primaria que remite a la radionovela, pues la mayoría de cosas se saben porque los personajes las cuentan.

Sin embargo, esta elementalidad es compensada con recursos de modernización que dan por resultado un producto atractivo que ha logrado éxito sobre todo el público juvenil, ya que el tema del amor y las relaciones interfamiliares e interpersonales tienen un enfoque liberal con toques de modernidad. Asimismo, cierta crudeza estridente de las bajas pasiones que resulta contradictoria. Por un lado se explota el sexo, la violencia cotidiana, el poder y las drogas al censurar estos aspectos, pero vence el gusto por lo morboso. El imán por un universo conflictivo y desgarrado que cobra ribetes de macabro en muchos casos.

Al lado de estas tendencias esencialmente folletinescas y melodramáticas vemos otras como la brasileña y colombiana que han evolucionado hacia la



construcción de un tipo de telenovela que conservando su naturaleza expresiva, ha dado un salto cualitativo dando vida a un género nuevo en su recurso y discurso.

El estreno de la telenovela *Beto Rockefeller* en 1968, inicia en Brasil la construcción de un modelo diferente. Sin romper el esquema melodramático tradicional incorpora un realismo que permite la cotidianización de la narrativa y el encuentro con la cultura de ese país.

La popularidad se inició cuando las novelas descubrieron la realidad brasileña y la revelaron al público. Mismo paso que prosiguió la colombiana tiempo después. Este contacto antes sólo se daba a través de los teleteatros con tinte erudito que eran inaccesibles al gusto y la comprensión de la mayoría. El gran público quedó fascinado con la posibilidad de ejercitar su fantasía cotidiana, que traspasaba la identificación y proyección de ilusiones etéreas y lejanas a la interpelación, al reconocimiento en fantasías más cercanas a su realidad.

El salto cualitativo de este tipo de telenovela se debe a que trasciende la forma original melodramática para convertirse en un producto más sofisticado. El cambio está relacionado con innovaciones tanto a nivel de temas y enfoques, así como recursos de tratamiento a nivel de estructura, lenguaje, escenografía y actuación. Factores que logran una ficción huérfana de recursos fantásticamente acartonados, al proponer con realismo y naturalismo mitos coyunturales que propician una fuerte identificación y proyección.

Estos recursos son indicadores de modernización del relato y los temas apuntan hacia una nueva propuesta cuya materia dramática no se halla anclada en un pasado que determina fatalmente el futuro. Se trata de una TLN abierta a la actualidad que propone nuevos mitos donde se difuminan los grandes símbolos del bien y el mal y surgen otros valores post modernos como el

pragmatismo y la audacia, que van a determinar el futuro de los personajes. Todo ello retomando los recursos originarios del género pero con una sofisticación y equilibrio atractivos.

## 1.2.- MODERNIZACION DE TEMAS Y ENFOQUES

El acercamiento a la realidad propicia una complejidad y ambigüedad que rompe con el eje clásico de los buenos contra los malos. Esta contraposición se va a sostener en en otro vértice los personajes reales, justos y libertarios frente a los falsos, injustos y represivos. Otro eje importante es el amor vital, festivo, constructivo frente al tradicional, posesivo y castrador. La dicotomía de bien y mal se quita la máscara y aparece una existencialidad más profunda, una cosmovisión vital y liberadora frente a otra tanática que se ahoga en la hiel de la frustración y del odio.

El recurso básico del desconocimiento del origen de una situación que genera toda la trama para ir al conocimiento de la misma se mantiene. Sin embargo, este secreto no sólo se esconde en una maldad hecha por el verdugo de la telenovela, sino que traspasa el reyno de las fidelidades y odios primordiales al universo complejo de la metáfora existencial, social e histórica como en el caso de *Roque Santeiro*.

Roque es un sacristán que roba por hacer realidad su sueño de recorrer el mundo. Una serie de coincidencias propician la creación del mito. Roque, se supone, murió defendiendo la iglesia por lo que se constituye en santo. La vida pobre del pueblo cambia con la afluencia de turistas por la fama milagrosa de Roque Santeiro. Cuando Roque regresa nadie reconoce su identidad, pero él se queda asombrado al ver que todos los políticos y comerciantes han hecho el negocio de su vida a partir del mito. Ahí están el prefecto, el hacendado, el comerciante, un cura conservador, el juez... etc, quienes hacen todo lo posible por

ocultar la verdad ya que ésta hace peligrar sus intereses. Entonces Roque junto con un cura de la teología de la liberación, se enfrenta a ellos. ¿Qué metáfora más vigente para América Latina en estos tiempos? Sólo que Roque no andaba encapuchado

También tienen una presencia notoria aquellas novelas que simbolizan un nuevo tipo de visión y sensibilidad alternativa que cuestiona el poder en defensa de la ecología y el amor urdiendo todo en una búsqueda de identidad que recurre a mitos y recursos propios del realismo mágico. Así como un nuevo código moral donde hasta un crimen, se justifica si es en defensa del amor y la vida. Este tipo de mensaje emitido en una nueva estructura narrativa, escenarios naturales y diálogos significativos. Fusión de elementos de contenido y forma que pintan una sugerente cosmogonía que se traduce en amor a la vida y la libertad cobrando ribetes épicos.

Es el caso de *Pantanal* que parte de un romance entre una salvaje y un ciudadano millonario y amplía su horizonte cuestionando la idea de civilización occidental, la ambición, el poder, hasta convertirse en un canto al amor a la naturaleza y a la sabiduría de la memoria colectiva. Se puede percibir claramente en este tipo de telenovela, la influencia del realismo mágico de la novela latinoamericana anexado a elementos post-modernos.

Otro elemento es la visión innovadora sobre la familia. La centralidad ocupada por las relaciones tradicionales de familia y una rígida figura de las jerarquías sociales, que era la que convertía el triunfo colectivo en victoria de amor, ha sido ampliamente superada. Ahora se hace complejo el tejido social de las jerarquías, las sumisiones, las rebeliones, las complicidades y triunfos. La familia tradicional como punto de solidaridades primordiales y conflictos centrales, ya no es más. En la telenovela brasileña - como es el caso de la exitosa *Tietta* - es extraño ver una familia "normal".

Tietta es una heroína que es arrojada del pueblo en la adolescencia por haber tenido un amante que prácticamente la viola. Al paso del tiempo Tietta, gracias a su audacia, inteligencia y belleza, se convierte en una proxeneta millonaria y con poder, pero su naturalidad y frescura no se pierden. Luego ella regresa a vengarse de todos los que la humillaron, quienes terminan reconociendo que es una persona respetable por su extraordinaria calidad humana. Si alguien quiso ver en la víctima de las telenovelas a Latinoamérica, Tietta resulta una metáfora alentadora.

La mayoría de personajes de esta telenovela viven solos, con amigos y de algunos jamás tenemos referencia de su hogar. Amorcito, Yadira, Caro, Eleonora, Shalita, Arturito, Ascaño son personajes que viven solos o no tienen familia. De Osnar ni remotamente sabemos dónde vive. La única familia tradicionalmente constituida con amante y todo es la de *Cu Cu*.

El enfoque del amor también abarca la complejidad y ambigüedad de este sentimiento. Se trasciende la imagen romántica del príncipe azul (guapo y afortunado) frente a la virtuosa víctima (hermosa y pobre), así como el amor convencional que plantea el matrimonio tradicional como único camino hacia la felicidad.

La telenovela brasileña presenta las mil caras de este indescifrable sentimiento. Sus tonalidades y variaciones de acuerdo a las circunstancias de la realidad tal como ocurre en la vida. Así vemos el amor adolescente, la ilusión del primer amor, el amor juvenil, el maduro, las amistades erotizadas, los acercamientos sexuales, la alegría burbujeante del amor de aventura, el amor contenido que se transforma en ternura, el amor incestuoso. Un amor donde la barrera clásica se desdibuja y se perfila la densidad y complejidad de las relaciones afectivas.

### 1.3.- EL MITO DE LA MOVILIDAD SOCIAL

El éxito de las TLNs latinoamericanas reside en la urdimbre de una narrativa arcaica y la irrupción de propuestas modernizadoras de algunos aspectos de la vida actual donde prima el mito de la movilidad social. Es decir, un puente entre una memoria narrativa y un imaginario actual.

En la medida que la telenovela trasciende las relaciones primordiales y se va acercando a la realidad el universo se complejiza pues las jerarquías que se desmoronan a un nivel cotidiando y familiar tienen un correlato en las otras esferas de la vida como el trabajo, las relaciones económicas y sociales hasta llegar a las ecológicas y explicitar el papel del poder en estos campos.

El acercamiento a las tramas de lo económico y lo social en nuestra cambiante sociedad latinoamericana propicia el replanteamiento del mito del ascenso social del héroe o la heroína. Este mecanismo que repuntó su efectismo a partir del proceso de urbanización y masificación de la década del 60 se ha intensificado y ha cambiado su enfoque convencional por uno alternativo. El matrimonio y las herencias millonarias como vía de acceso a un mejor status social ha sido superada. La heroína de este nuevo tipo de telenovelas tiene recursos más reales y liberadores para lograr su deseo.

La crisis económica, social y política que sacude a los países de América Latina y que pone el sello característico del fenómeno de la economía informal propicia el surgimiento de personajes, situaciones y circunstancias variadas e inimaginables. El trabajo ya no es un factor de relleno del personaje, éste determina formas de relación social, contradicciones, barreras culturales. Desencadena odios, pasiones, venganzas que trazan la línea dramática y la

renuevan. Dinámica de retroalimentación entre innovación de la estrategia comercial y de imaginarios coyunturales.

La importancia del fenómeno de la economía informal en la sociedad latinoamericana reside en el surgimiento de nuevos grupos sociales y culturales que trastocan la división clasista tradicional, para colocarnos frente a un mosaico de diversos sectores que a través de su acceso desviado a la economía aspiran un ascenso social y un reconocimiento.

En esa coyuntura, se generan dinámicas e intercambios nuevos en las relaciones de grupos sociales e interpersonales, que se reflejan en las concesiones y negociaciones del campo emocional y sentimental. "La moral doméstica" tradicional cambiará sus ejes. Frente a la resignación y el sufrimiento; surge la audacia, el pragmatismo, el triunfo sustentado en las fuerzas personales, el desquite, la estrategia para saber dar el golpe certero que consuma la venganza por la burla del amor y la pureza de sentimientos. Como en el caso de *El Dueño del Mundo* donde la antes ingenua protagonista Marcia logra vengarse del cínico y famoso cirujano estético que la desvirgó jurándole amor eterno, cuando en realidad para él sólo se trataba de un juego que le permitía ganar una apuesta.

Se registra un movimiento de transformación y diversificación de la telenovela que ha ido introduciendo nuevos contenidos, temáticas y dimensiones que trastocan anacrónicas formas de vida y plantean situaciones y problemas nuevos. Aparecen oficios y profesiones que condicionan comportamientos y relaciones.

El surgimiento de nuevos héroes o heroínas pierde el leit motiv del enfrentamiento entre buenos y malos y la espera paciente y sufrida de la reversión de la situación como premio al sacrificio. Las fuerzas destinales cobran realismo al poner como valor máximo la enseñanza de la experiencia, el pragmatismo, el

esfuerzo y la audacia para lograr lo que se quiere, es decir la inversión de la situación de víctima.

Línea argumental que acaba en el reconocimiento de las heroínas y víctimas. Tal como ocurre en la telenovela *Doña Bella*, donde la protagonista del mismo nombre cambia su situación de mujer raptada, sometida y mancillada por el Comendador al rebelarse y vengarse de todos los que la condenaron por cortesana. Con poder y fortuna logra la obsecuencia y reconocimiento de los poderosos que no se resisten a sus encantos y temperamento indomable.

Otro ejemplo vemos en *Tietta*, heroína sensual y atrevida que es censurada y arrojada del pueblo aún de adolescente por el delito de tener un amante a tan temprana edad. Tietta jura vengarse. Con el tiempo se convierte en una manager de la prostitución y retoma a su pueblo bajo la decente figura de viuda de un comendador, quien supuestamente le ha dejado apellido y fortuna. Tietta regresa a su pueblo y se empieza a vengar, hasta que todos terminan por reconocer sus obras y acciones en favor de la comunidad y su espíritu justiciero.

En la *Reyna de la Chatarra*, se vuelve a repetir el mito contextualizado en la actual sociedad paulista. La Chatarra, que viene de los bajos fondos gracias al informal negocio de su padre que arregla y vende carros, logra a punta de audacia y esfuerzo, amasar una importante fortuna que le abre las puertas de la alta sociedad de alcurnia venida a menos al influjo de la movilización social. Así la Chatarra logra tener poder y apellido poniendo en jaque a toda la crema y nata de la sociedad paulista.

En este sentido, los personajes traspasan la simbología maniqueísta, se hacen más reales al inscribirse en su entorno, región, momentos históricos, su cultura y su cotidianidad.

#### 1.4.-RECURSOS DE TRATAMIENTO

En cuanto a la innovación de recursos de tratamiento la gran influencia del Cinema Novo queda plasmada en los modos de representación, el manejo de exteriores y los movimientos de cámara. Asimismo, se registra un naturalismo en la actuación. Dicho estilo se remite a la forma de filmar en el cine pues el uso de la alternancia de exteriores e interiores es bastante dinámica, así como las búsquedas expresivas que vienen a destrozarse también el esquema unitario y lineal del melodrama tradicional. Doble ruptura que implica para los directores reformulación de los patrones de conducción del trabajo y de los actores, una forma especial de apropiarse del sentido de sus personajes.

La innovación permanente del lenguaje que fusiona una nueva sensibilidad, la exigencia de forma que imprimen las historias y personajes, elementos del lenguaje cinematográfico. Todo ello fusionado con las innumerables posibilidades del video-tape que magnifican la seducción de la imagen.

Aparte de estos factores, también tiene suma importancia la nueva visión y sensibilidad de los cineastas brasileños que desterrados del cine en la época de la dictadura de Goulart incursionaron en el género de la telenovela aportando toda la experiencia que tenían. Esta situación posibilitó un cambio cualitativo de la telenovela como género que a nivel de tema y tratamiento cobró una nueva dimensión. Esto es, que el mito del amor ya no se agota en sí mismo, sino que alcanza a constituirse como metáfora histórica, social y política. Las relaciones entre los personajes alcanzan una simbología que fusiona lo cotidiano, lo sentimental con lo social y lo histórico.

Además de esta vertiente innovadora, la estrategia comercial también aporta lo suyo. Las estrategias comerciales de Globo aducen tres ingredientes



que impresionan a los telespectadores: las escenas exteriores, la naturalidad de los actores y la trama en suspenso. Factores que han propiciado la conquista de mercados. En cuanto a la competencia mexicana se puede ver que ésta tiene una composición sumamente melodramática y no maneja exteriores; frente al realismo y la presencia significativa de exteriores en las TLNs brasileñas.

Otro factor a tenerse en cuenta es cierto equilibrio en la construcción dramática emprendida por los novelistas brasileños que "combina el conflicto y la violencia con el humor, la simplicidad y la afectividad. Todo bien dosificado con el fin de retener la atención de los telespectadores, seducirlos para acompañar la historia hasta su final"<sup>4</sup>.

Se podría decir que es una mezcla perfecta que la diferencia de los otros tipos de TLN. Por ejemplo en *Dallas* el leit motiv es el poder y el dinero y por lo tanto, las relaciones son pulsadas por la competencia. En *Roque Santeiro* si bien, en última instancia, la metáfora trata sobre el ejercicio del poder de un grupo sustentado en la ignorancia de un pueblo (que cree en la santidad de Roque, que en realidad es un ser humano con todas sus virtudes y defectos), la historia es matizada con situaciones jocosas, chispeantes, tiernas, ingenuas.

Si hablamos de las mexicanas en éstas predomina el esquema clásico del melodrama que muchas veces se inclina al sufrimiento extremo de la víctima. Las venezolanas también cargan la balanza hacia el mismo lado, pero con un toque más estridente, aspecto propio de la idiosincracia caribeña que coincide con el desenfado con el que se abordan ciertas situaciones de las relaciones interpersonales donde se deja sentir a su vez un toque de cierta modernidad.

Modernidad que cobra mayor perfil en las telenovelas producidas por hispanos en Miami las cuales plantean temas actuales y de cierta complejidad sobre la migración de los latinos en Estados Unidos y que han tratado de imitar la

dosificación brasileña, hasta ahora con ciertos resultados. En *El Magnate* podemos ver cierto equilibrio, una buena dosis de sentido del humor combinada con situaciones tiernas y violentas.

Parte de este mismo equipo también ha intentado la misma fórmula en Televisión Azteca (*Con toda el Alma*), pero la proclividad al esquema melodramático tradicional, la vigencia de una doble moral, la actuación subrayada y los escenarios recargados han diluido las intenciones de incursionar en un nuevo tipo de telenovela. Lo único que se ha logrado es presentar ciertos elementos de formato y de contenido similares a las telenovelas brasileñas y colombianas, pero no están articulados en una unidad de estilo.

En fin, si comparamos la TLN mexicana o venezolana con la brasileña, vemos que las dos primeras presentan estructuras, temas tópicos y formas de narración antiguas, casi anacrónicas; mientras que las producciones de O' Globo son realistas y tienen elementos de modernidad.

La perspectiva de Morin<sup>5</sup> sobre la dinámica de la industria cultural masiva cobra el peso de categórica verdad. Aparte del mecanismo de standardización que utiliza la industria cultural es necesario que la fórmula de la estrategia comercial, se insufe con ciertos aires de creatividad y cambio, de lo contrario la fórmula se agota.

Dicha concepción es ilustrada por el crítico Artur de Távola quien al referirse a la telenovela brasileña afirma: "en relación a las series norteamericanas, las nuestras tienen una ventaja: la complejidad y el no agotamiento de la fórmula. Las series norteamericanas se detuvieron en la dirección del entretenimiento directo, simple y lineal, funcionan en términos de consumo diario e intensivo. Las nuestras funcionan extensivamente, su valor está en lo peculiar, en otro lenguaje, en su dinámica y problemática diferentes. En las series norteamericanas los

problemas de la sociedad entran como parte de la acción. Se ven embrujados en la historia y sujetos al imperio de la acción. Las nuestras son dominadas por la problemática social y psicológica que engendra la acción y determina la historia. Los americanos exportan sus formas de solucionar los problemas. Nosotros exportamos nuestra complejidad (...) El estilo norteamericano de cine y televisión ya rebasó al gran público internacional y nada nuevo les ofrece. Después, la dinámica es siempre la misma, sólo variando la tipología"<sup>6</sup>.

### 1.5.- LA REALIDAD DE LA FICCION

La continuidad de lo imaginario con lo cotidiano o como llaman los brasileños la convivencia de lo ficticio y lo cotidiano, de esta dicotomía en la que se sustenta la industria cultural, surge un "cotidiano novelesco" que crea la sensación que lo ficticio vive con lo cotidiano.

Fenómeno que se magnifica por la cualidad de porosidad coyuntural que tiene este género, así las telenovelas ofrecen una "realidad" sustentada en la construcción precisa de un cotidiano novelado que coincide exactamente con el nuestro: nosotros celebramos las navidades y Año Nuevo junto con nuestros personajes o también padecemos ciertas desgracias coyunturales como falta de servicios, crisis económicas y contaminación del medio ambiente.

Un buen ejemplo fue la novela *Roda de Fogo*, exhibida en Brasil, cuya historia se refiere al capitalismo despiadado en ese país, caracterizado por la corrupción de empresarios conchabados con personajes del régimen militar, entre los cuales está un general retirado y un conocido torturador.

Pero esta metáfora no sólo atañe a los brasileños sino que entra en relación con los demás países de latinoamérica donde los sucesos económicos, sociales, políticos y culturales no se dan aisladamente, sino que obedecen a cierto

correlato de la política internacional. En este sentido, este tipo de temas calan en el imaginario del público latinoamericano.

#### 1.6.- ¿DE DONDE SURGEN LAS INNOVACIONES?

Fueron las transformaciones expresivas o el acercamiento a la realidad la clave de la innovación de este género. Creemos que diversas circunstancias se urden. El género como tal debido a las condiciones de producción y la influencia de cineastas ha marcado una nueva forma de trabajo, que a su vez ha revertido en el trastocamiento de estructuras narrativas y nuevas situaciones. Por otra, la sociedad latinoamericana vive un intenso proceso de mestizaje cultural donde se disuelven las categorías clasistas y aparecen otro tipo de sectores humanos, así como nuevos personajes y oficios con sus correspondientes formas de vida y visiones de la misma.

Como en la producción de las TLNs no sólo prima la estrategia comercial. Al lado de la fórmula efectista también la industria comercial busca ciertas innovaciones que aseguren una buena demanda. Esto propicia la apertura de productores a propuestas nuevas que retoman elementos actuales que conforman o coinciden con el imaginario coyuntural del latinoamericano medio.

Este proceso de intercambio entre emisor y público, es decir el diálogo entre industria cultural y audiencia, sobrepasa el criterio de la investigación cuantitativa del rating. Por ejemplo, las empresas televisivas de Brasil cuentan ahora con un grupo de investigadores sociales para saber qué es lo que quiere ver el público de acuerdo a los cambios socioculturales y coyunturales que surgen.

Por ejemplo Red O' Globo, por medio de una "mediación profesional" busca conocer las aspiraciones del público, lo que podríamos llamar el imaginario coyuntural del momento y ofrecerlo en el campo de lo fantaseoso. Dicha empresa

trabaja con un departamento de investigaciones y análisis de mercado, cuya función es mediar en el proceso de creación - consumo. Este equipo de especialistas realizan estudios sobre la configuración cultural y las expectativas de la gente. Esa información sirve a los guionistas para realizar la composición y perfil de sus personajes, así como la dinámica que surge entre ellos pulsada por el objetivo de lograr sus deseos o aspiraciones, pero desde luego siempre respetando los valores enraizados en el público. Es decir, la integridad y la moral sustentada en la primacía de los sentimientos.

Homero Sánchez, creador de este servicio de investigación, trabajó también con "grupos de discusión de las telenovelas" que obedecían a muestras representativas de la composición de la audiencia, por segmentos socioeconómicos y grupos de edad. Las discusiones son grabadas en video-tape y transcritas en textos. Esa información fue fundamental para el éxito de las telenovelas. Sánchez afirma: el público sabe más de novela que el autor, el director y los actores juntos.

El paso seguido será dar forma adecuada a esas demandas de deseos y emociones de los telespectadores. Y estos son mucho más magnificados respecto de lo que ocurren en la vida cotidiana. En consecuencia se recrea un mundo llamado realista, pero a éste se le añaden hechos exagerados, como fortunas inimaginables, minas de piedras preciosas. O también niveles de sufrimiento intenso que motivan al espectador a acompañar a su heroína en el terrible via crucis de su vida.

Situación que se suma a la presencia de un importante equipo de artesanos de la escuela del Cinema Novol, quienes no sólo aportan innovaciones en cuanto a recursos expresivos, sino imprimen una nueva sensibilidad que propicia la introducción de nuevos temas, una forma distinta de acercarse a ellos y una visión existencial moldeada por factores del mestizaje cultural y el post-modernismo.

Vértice donde se fusionan corrientes alternativas, vitales, ecológicas, pragmáticas y una nueva moral que echa por tierra mitos como el de la virginidad, la monogamia o la sexualidad reproductiva.

La telenovela latinoamericana de acuerdo al cambio cualitativo que sufre, ha sobrepasado su carácter de mero producto evasivo que sólo obedece a la estrategia de la industria cultural que perenniza un imaginario consumista, tradicional o conservador. Ahora este género y este imaginario, se han transformado en el intercambio diario del consumo. El público ahora ya no se conforma con la fórmula agotada de los temas tópicos, se avizora la emergencia de una nueva sensibilidad, de un nuevo imaginario que traspasa los valores impuestos en busca de unos más reales y existenciales.

He aquí la razón del creciente éxito del nuevo tipo de telenovela latinoamericana, porque en última instancia se proponen valores universales en los enfoques dramáticos y en el comportamiento de los personajes. Aparte del amor, la nueva telenovela tiene la virtud de presentar el deseo de libertad y de reconocimiento, inherente a todo ser humano y que traspasa las barreras de cualquier fórmula convencional que sólo sirve de epidérmico aliciente, más no de una satisfacción existencial más intensa.

## **2.- PERFIL DE IMAGINARIO CONSTRUIDO TEORICAMENTE**

Podemos afirmar de antemano que una cultura constituye un cuerpo complejo de normas, símbolos, mitos e imágenes que penetran dentro de la intimidad del individuo, estructuran sus pulsiones y orientan sus emociones. Esta penetración se efectúa con arreglo a procesos mentales de proyección e identificación polarizados sobre los símbolos, mitos e imágenes de la cultura, así como sobre las personalidades míticas o reales que

encarnan sus "valores" (los antepasados, los héroes, los dioses). Una cultura proporciona puntos de apoyo imaginarios a la vida práctica y puntos de apoyo práctico a la vida imaginaria; alimenta a ese ser semi-real y semi-imaginario que cada uno de nosotros siente vivir en el interior de sí mismo y en el cual se envuelve (la personalidad)<sup>7</sup>.

Como vemos la cultura latinoamericana, de acuerdo a la imposición de proyectos políticos y culturales ha orientado y desarrollado ciertas virtualidades humanas y ha prohibido y olvidado otras. Este proceso se efectivizó a partir de la masificación y el papel de los medios a través de formatos enraizados en la población los cuales remiten a una matriz melodramática como la telenovela.

Así surge el imaginario del hombre que reivindica sus sentimientos y moral frente a su pobreza material y una mujer abnegada cuyo deber es apoyar y cuidar al varón y los hijos hasta el fin de sus días. Para ambos el único camino hacia la felicidad se logra a través del amor dramático y de sacrificio que es devorado por la cotidianidad y que les hace asumir esa forma de vida como algo "natural".

El perfil del hombre imaginario latinoamericano es machista, protector, posesivo, y celoso (psicológicamente un niño). A la vez, reivindica su nacionalidad, se siente orgulloso de ella y de su riqueza moral. La mujer es ante todo, la abnegación, la dignidad, el respeto sustentado en la limitación del ejercicio de su sexualidad, es la buena hija, la madre sacrificada y su forma natural de ascenso social es a través del matrimonio.

En este sentido, el imaginario común entre hombres y mujeres es lograr la felicidad a través del matrimonio tradicional y la familia. Sin embargo, esta idílica imagen se erosiona con el peso gris de una cotidianidad

automatizada - por la urgencia y la vegetación - y esencialmente por el carácter de ficción de la imagen de la perfecta pareja que contrasta con la situación real de una compleja existencialidad que no encuentra fácilmente la felicidad ni la satisfacción de sus más caros deseos. Esta sed de satisfacción propicia el acrecentamiento del consumo de bienes de la cultura masiva que venden las más prosaicas ilusiones.

La telenovela con su barniz moderno satisface esta sed del espectador latinoamericano, cubre las aspiraciones y fantasías de su imaginario. Como la estampita de la felicidad ideal, obviamente, no se da en la realidad, el receptor es presa fácil de la adicción de las imágenes que calman su sed compulsiva y avasiva, mas no la existencial. El público masivo prefiere pues vivir en la pantallita que salir y enfrentar la dureza y aventura de la vida real. Duda y duda sobre su vida, mejor "vivir" la de sus héroes y heroínas sin riesgos "inútiles" en la tranquilidad de su hogar.

En este diario intercambio de lo real y lo imaginario se va estructurando el perfil del imaginario concerniente a un grupo cultural de acuerdo al influjo de ciertos arquetipos. Así existen unos modelos-patrones del espíritu que ordenan y clasifican los sueños racionalizados, que vienen a ser los temas novelescos y míticos. Aspecto que fue aprovechado por el populismo. Momento en el que la sociedad latinoamericana se masifica y el estado para legitimar plantea el imaginario de la unidad y la cultura nacional. Mecanismo por medio del cual, recicla los modos culturales de las clases subalternas en su afán de legitimación.

Este imaginario se sustenta en los mecanismos de identificación y proyección. De esta manera la burguesía neoconservadora y la clase media alta, se identifican con una moral tradicional que se funda en el orden. A los sectores políticos conservadores como el Partido Acción Nacional y el



Partido Revolucionario Institucional y el Partido de Acción Popular y el Popular Cristiano en Lima; corresponde una visión moralista de la vida que conserva los mitos religiosos como el de la virginidad y otros tabúes. Esta visión que se funda en la tradición, asigna roles al hombre y la mujer, sustentados en el código de una doble moral que al hombre le permite todo; mientras que a la mujer se le exige ser la corporeización del honor de la familia. Comportamientos que se fundan más en la forma que en la sustancialidad de los sentimientos y la existencialidad humana.

A los sectores comprendidos entre la clase media empobrecida y clases bajas - representadas en diversas organizaciones populares-, corresponde un imaginario fundado en la proyección que busca la reversión de la actual situación. Estos sectores que cada vez más se amplían y disminuyen su capacidad adquisitiva; se sostienen en base a un pragmatismo e ingenio para vivir. Una audacia pragmática que quiere lograr el triunfo y el reconocimiento. Una visión que cada vez cree menos en los valores morales tradicionales.

Si bien a partir del populismo la matriz melodramática a través de diversas expresiones como la canción popular y el cine, encumbran como máximo valor el respeto de los sentimientos ante todo; ahora la nueva sensibilidad se funda en un pragmatismo y audacia para salir adelante. La cultura del sentimiento anexada a las circunstancias de la vida. Se respetan los lazos familiares y primordiales, se respetan los sentimientos, pero también se sabe que es necesario la audacia y utilizar las mismas armas de los poderosos para revertir su situación de marginación de los bienes de consumo.

Como la realidad va minando la efectividad de las instituciones y como se constata diariamente la negación al disfrute de los bienes materiales y culturales de la sociedad, se genera un escepticismo de las instituciones

existentes y se opta por la incursión a nuevas expresiones y espacios desde los cuales se pueda avanzar en la consecución de los mínimos bienes que mejoren la calidad de vida. En este contexto surge el mito del triunfo, pero ya no sustentado en elementos tradicionales como el descubrimiento de la identidad, las herencias y los matrimonios millonarios; sino en el ingenio y pragmatismo personales.

Insertados en el esquema de Bordieu<sup>8</sup> sobre la teoría de los campos que determina la existencia de dos elementos: un capital común y la lucha por su apropiación. Quienes detentan los bienes materiales y culturales luchan por perennizar dicha situación; mientras los otros aspiran a poseerlo. Este principio que determina la existencia de un campo lo aplicamos al campo cultural del consumo masivo de la telenovela.

En esta perspectiva podemos determinar: quienes, en este caso, detentan los bienes de la industria cultural, tienden a adoptar estrategias de ortodoxia y dominio, que perennizan dicha situación a través de la exitosa demanda de sus telenovelas de contenido conservador; mientras los desposeídos, prefieren las estrategias de subversión o de herejía que se manifiestan en la creación de sentidos al momento de la recepción.

En esta línea podemos establecer que en los sectores altos que detentan la posesión de los bienes culturales prima la identificación con los valores tradicionales; mientras que los receptores (en ese diálogo desigual) optan por estrategias de resistencia o de oposición que se manifiestan en la creación de sentidos de la lectura y formas de consumo. La situación de dominado o subalterno se trastoca en metáfora que revierte el orden real en el mundo imaginario a través de la proyección con la víctima de la telenovela.

<sup>1</sup> Ortiz F. Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar, (1973), P.43.

<sup>2</sup> Bermúdez M., "La radionovela: una semiosis entre el pecado y la redención", en revista VIDEO-FORUM<sup>o</sup>2., (1979), P.88, Caracas.

<sup>3</sup> Monsiváis C., "Cultura urbana y creación intelectual" en Casa de las Américas N<sup>o</sup>116, P.86.

<sup>4</sup> Ibidem., P.270.

<sup>5</sup> Morin E. El Espíritu del Tiempo, (1966). P.34 y ss.

<sup>6</sup> Távola A., "O experimentalismo na TV, Avancos e recuos na produção dos seriados", en Jornal de Brasília, 07/05/82.

<sup>7</sup> Morin. E., P.21.

<sup>8</sup> Bordieu P., Sociología y cultura, (1990). P.135-142.

## TERCERA PARTE

### *CORRESPONDENCIA ENTRE IMAGINARIO Y TELENOVELA*

#### *(ENCUESTA Y OBSERVACION)*

#### 1.- DEFINICION DEL TRABAJO DE CAMPO

En el marco de la hipótesis fundamental de la investigación que es demostrar la correspondencia entre imaginario y telenovela desde el ámbito del consumo, nuestro trabajo de campo toma como eje la mediación de la unidad familiar a partir de la cual se configura la expresividad cultural de la telenovela de acuerdo a los sentidos que el televidente crea en el momento de la recepción.

Proceso dialéctico de retroalimentación que se establece entre imaginario y telenovela, mediante el diálogo desigual entre industria cultural y público. Los productores y guionistas que reciclan ciertos elementos del imaginario urbano vigente para la creación de telenovelas. Asimismo la inclusión de otros, que obedecen al esquema de la estrategia comercial, los mismos que son asimilados y recreados por el público que interioriza estos códigos en un imaginario que es reciclado por la maquinaria de la producción masiva, en un proceso *ad infinitum*.

De acuerdo a esta relación entre producto e imaginario que pone de manifiesto el intercambio entre ficción y cotidianidad que a su vez perfila el intercambio de puntos de apoyo imaginarios para hacer frente a la realidad y realidades que generan ciertos apoyos imaginarios, tratamos de esbozar el imaginario teniendo en cuenta las apropiaciones de usos y los sentidos que adquiere la lectura propiciados por la mediación de la unidad familiar y la ubicación en determinado nivel socioeconómico.

En este sentido, nuestro método de investigación de campo fusiona el análisis cualitativo y el cuantitativo, para analizar el sentido que adquiere la

telenovela de acuerdo a ciertas formas de ver. Si sólo se hubiera aplicado una encuesta conductista cuantitativa de marketing podríamos haber logrado precisión en las cifras, pero de qué serviría si lo que otorga significado a los datos es el contexto donde se generan.

Para analizar el consumo que se acciona desde las unidades familiares, es decir la producción de sentidos, las apropiaciones de usos para la coincidencia y formación del imaginario nos remitimos a los mecanismos psicológicos de identificación y proyección que son planteados por Freud (Primera parte, III Constitución Psicológica del receptor. Pág. 12). Los mismos que son retomados por Morin (Primera parte. II: Ubicación de la TLN como objeto de estudio) en su análisis sobre la novela burguesa donde analiza el folletín como producto angular de la matriz melodramática en la que convergen elementos de los relatos populares en los cuales predominan los mecanismos de proyección, así como la novela burguesa, donde predominan mecanismos de identificación.

De acuerdo a los autores mencionados, entendemos la identificación como el mecanismo psicológico a través del cual el televidente introyecta el yo de su protagonista preferido. Es decir, "yo quiero ser como él o ella". Mientras que la proyección es el proceso por medio del cual el público se ve en el personaje. Es decir, "El o ella son como yo, sufren como yo". La proyección puede ser de carga positiva, cuando uno se proyecta en la víctima o de carga negativa, cuando uno se proyecta en el villano.

La dinámica entre imaginario, telenovela y cotidianidad se analiza en el marco de la teoría de campos de Pierre Bourdieu (Algunas propiedades de los campos, en Sociología de la Cultura, Págs. 136-139) según la cual un campo se constituye por la presencia de dos elementos: la existencia de un capital común y la lucha por su apropiación.

Quienes dominan el capital o el bien, fundamento del poder o de la autoridad de un campo, tienden a adoptar estrategias de conservación y ortodoxia, en tanto los más desprovistos del capital o bien; prefieren las estrategias de subversión, de heregía.

Podemos afirmar entonces, que dicha situación grafica se reproduce en el consumo de los bienes culturales, placenteros y amorosos, los cuales básicamente pueden ser disfrutados en condiciones más favorables por las clases de poder. En este sentido, a las clases bajas sólo les queda las estrategias de subversión, que al ser reprimidas en la realidad, afloran en el mundo imaginario a través de la proyección en la víctima, quien más tarde revertirá la situación de injusticia. En cambio, la clase de poder pretende perennizar dicha situación a través de la identificación con los personajes exitosos.

Asimismo, podemos establecer que a medida que se constriñe el campo de la realidad para satisfacer el deseo de las clases bajas, aumenta el nivel de proyección en la víctima alentando la ilusión satisfactoria de la reversión de la injusta situación. Paralelamente también se recurre a la apropiación de usos de la telenovela, uno de los pocos bienes de la cultura masiva al cual tienen acceso gratis.

Por ello, las cifras de las encuestas adquieren sentido ubicadas en su contexto. No es lo mismo determinado indicador porcentual de una variable en uno y otro caso. Por ejemplo en el nivel A y el nivel D la imprescindibilidad del televisor como objeto en el hogar registra los más altos índices, sin embargo la razón de ese fenómeno en cada caso es diversa. Esto es, cada índice adquiere su sentido de acuerdo al nivel socioeconómico que encuentra correspondencia con el tipo unidad familiar, micro universo desde el cual se efectúa la observación a través de un proceso de convivencia y según el cual se ha sistematizado la información y se ha procedido a la elaboración del cuestionario de la encuesta.

Asimismo en la construcción de los perfiles generales mexicano y peruano los índices porcentuales tampoco tienen el carácter de indicadores absolutos, sino que se trata de ver la dinámica que adquieren en relación a los otros índices de otros niveles. que en su contraste, paralelo o similitud revelan los rasgos de un imaginario que puede guardar contradicciones de acuerdo al lugar que el televidente ocupa en la sociedad, pero que a nivel de grupo sociocultural presenta rasgos generales.

La primera fase de nuestro trabajo consistió en escoger 24 familias, 12 pertenecientes a México D.F. y 12 a Lima. De estos grupos, tres familias corresponden a su vez, a cuatro grupos sociales establecidos de acuerdo a los estudios del INEGI en el caso de México y en el caso de Perú de acuerdo a la empresa de encuestas DATUM. Los cuatro niveles establecidos son: clase alta (Nivel A), clase media (Nivel B), clase baja (Nivel C) y clase empobrecida o marginada (Nivel D).

Luego se procedió a la fase del trabajo de carácter cualitativo e inductivo consistente en la observación y convivencia con cada familia para determinar cómo se fusiona la cotidianidad y los hábitos con la percepción de la telenovela. A partir de dicha fase, se pudo determinar la presencia del televisor en la vida cotidiana, las formas de ver, los procesos de selección y de implicación, así como la apropiación de los usos que efectúa el público de cada nivel con el género en referencia.

La segunda fase consistió en urdir la visión de la telenovela latinoamericana a través de sus símbolos y valores y cómo éstos tienen correlato con la visión de la realidad.

De acuerdo a estas fases se elaboró un cuestionario de preguntas abiertas que cubría los aspectos mencionados. De los 24 cuestionarios se sistematizó la información para hacer un cuestionario de preguntas cerradas el mismo que se aplicó a 40 familias correspondientes a cada nivel tanto en México D.F. y en Lima.

El cuestionario comprende seis variables: presencia de la televisión, formas de ver, procesos de selección y de implicación, usos sociales, perfil imaginario y valores morales y amorosos a través de la telenovela.

## **VARIABLES**

### **A.-FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USO**

**1.- PRESENCIA DE LA TELEVISION.-** La presencia de la televisión y su ubicación topográfica en el hogar, tiene incidencia en las formas de ver la telenovela. Así se establecen ambientes aislantes/individualistas y ambientes integradores/grupales.

**2.- FORMAS DE VER.-** De acuerdo a la topografía televisiva se establecen formas de ver que oscilan entre una individualista/ comunicada y otra, compartida /dialogante, respectivamente.

**3.- PROCESOS DE SELECCIÓN Y DE IMPLICACION .-** Estas formas de ver a su vez tienen correlato con los niveles de implicación que son activados por los procesos de identificación y proyección, los mismos que dan por resultante una forma de ver distanciada e implicada, la misma que tiene incidencia en los procesos de selección.

**4.- USOS SOCIALES.-** La apropiación de usos de la telenovela está determinada por la utilidad que la familia le da a este producto masivo que a su vez tiene relación con el nivel de implicación que hace oscilar entre una forma de ver utilitaria (mayor apropiación de usos) y una forma de ver inutilitaria distanciada (menor apropiación de usos).

### **B.-PERFIL IMAGINARIO**



## B.-PERFIL IMAGINARIO

1.- **VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA PANTALLA.-** A través de la necesidad dramática de los protagonistas, de sus aspiraciones y actitudes y la preferencia de arquetipos que están urdidos con variables de proyección a la realidad; descubrimos la visión existencial del espectador que comprende su apreciación y ubicación en la vida y su forma de realización personal que oscila entre un perfil alternativo/pragmático y otro conservador/ tradicional.

2.- **VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TLN**  
.-El cuestionario se propone perfilar los valores en torno a la pareja y el amor que para determinar el grado de conservadurismo o de alternatividad, ya que también comprende el enfoque sobre los mitos y tabúes de la sociedad occidental.

## II.- PERFIL DEL IMAGINARIO PERUANO

### PERFIL GENERAL

#### A.- FORMAS DE VER Y PROPIACIONES DE USOS

##### 1.- PRESENCIA DE LA TELEVISION EN LA VIDA COTIDIANA

Se puede establecer que tanto la clase más alta ( Nivel A: 78%) como la más baja ( Nivel D: 69%), son las que menos pueden prescindir de la televisión. Los extremos se unen, caracterizados por un nivel mayor de dependencia de la televisión que obedece a distintas causas.

Tanto en el caso del nivel A y el nivel D, de acuerdo al perfil de imaginario, se puede establecer que esta dependencia se deriva por un mecanismo de evasión motivada por diversas causas. En el primer caso (Nivel A), obedece a una forma de matar el ocio a través de la diversión; mientras que en el nivel D, la causa es la necesidad de escape frente a una realidad adversa en la cual el producto telenovela juega el papel de catalizador de las ilusiones y deseos que no se dan en la realidad.

De acuerdo al trabajo de observación, vemos que la topografía televisiva - el lugar que ocupa el televisor en el hogar limeño - es uno de los elementos que tiene gran incidencia y relación en las formas de ver y los usos que cada tipo de audiencia le da a la telenovela. En los hogares de nivel A, la combinación de ambientes donde está ubicado el televisor es la sala de TV. y el dormitorio que da lugar a una forma de ver más individualista. En el nivel B, la combinación mayoritaria es sala y comedor, ambos ambientes asimismo se relacionan con la presencia del dormitorio. Combinación que corresponde a una forma de ver más compartida la cual propicia calidez y una atmósfera aparente para la confidencia.

En los niveles más bajos, C y D, la combinación más común es sala y dormitorio, También ocasiona una forma de ver más compartida. Por lo general la familia se reúne para ver la telenovela en el dormitorio de los padres. Sin embargo, para el nivel D (39%) la ubicación predominante del televisor está en el llamado cuarto - ambiente único que sirve de sala, cocina, dormitorio y comedor-, ámbito que propicia una forma de vida compartida al cien por ciento, que a su vez incide en una forma de ver compartida y dialogante.

En el nivel D lo más común es tener un televisor y de éstos casi la mitad son en blanco y negro. En el nivel C, dos televisores. De éstos, en su mayoría, uno es en blanco y negro. En el nivel B, lo más frecuente es tener dos televisores y en el nivel A, tres televisores, todos a color. Situación de acceso al artefacto que aunado a la disposición de ambientes en el hogar, da por resultante una forma de ver determinada.

Así se puede concluir que a un mayor número de televisores en la familia y una mayor disposición de ambientes personales, corresponde una forma de ver más individualista y menos dialogante.

## 2.- FORMAS DE VER

En los niveles A (56%) y B (59%), frente a tres alternativas, se registra una tendencia a ver solos la telenovela, pero en los niveles más populares C (41%) y D (46%), prefieren ver acompañados. Esta forma de ver, si bien tiene relación con los espacios donde está el televisor; también revela sensibilidades distintas de convivencia cotidiana. Así las familias de los niveles más bajos, tienen una forma de ver compartida y dialogante. A la hora de la telenovela, por lo general, se reúnen la madre y los hijos, a veces las vecinas, sólo en algunos casos el padre. En cambio, en los niveles A y B predomina levemente una forma de ver individualista.

Se puede determinar entonces, la siguiente relación: a mayor nivel social, menor la tendencia de ver acompañado la telenovela y a menor nivel, mayor la tendencia de ver acompañado.

En cuanto a formas de ver estable o interrumpida se percibe cierta tendencia. El público del nivel A (61%) es el que más interrumpe en los comerciales, en segundo lugar el nivel B (55%) , en tercero el C (47%) y luego el D (46%). De acuerdo a las cifras se puede establecer la siguiente relación.

A mayor nivel social, corresponde un mayor porcentaje de interrupción en el momento de ver la telenovela.

Dicha conclusión posiblemente sorprenda ya que algunos estudios (1), señalan que la forma de ver en los sectores populares es la más interrumpida. Sin embargo, de acuerdo a nuestro estudio tanto cualitativo como cuantitativo determinamos lo contrario. Ello obedece a que el público de las clases altas tiene una forma de ver más distanciada por que considera la TLN como un producto vanal cuya percepción causa culpa (100%). Razón por la cual, se la ve "con un ojo" y siempre se combina con otras actividades relacionadas al arreglo personal.

En este aspecto, el público del sector B, registra un comportamiento muy particular que la diferencia de los demás niveles. Hay una actitud perceptiva más activa. Se manipula el televisor con más autonomía y un carácter selectivo que motiva a cambiar permanentemente de canal (54%). En este sector integrado en su mayoría por profesionistas y estudiantes, se observó que cobra cierta naturalidad ver la telenovela y otro programa a la vez, aprovechando la alternancia del período de comerciales entre uno y otro.

Sin embargo, más allá de la modalidad en la forma de ver, se puede decir que la mayoría (promedio 75%) tiene un seguimiento de la historia (sea interrumpida en el mismo capítulo o dejando de ver varios), lo cual demuestra que la telenovela tiene una estructura y una sintaxis que es conocida por el público. Más aún si se trata de telenovelas venezolanas o mexicanas, por que éstas por lo general tratan temas tópicos ( la pobre víctima que encuentra al príncipe azul, descubrimiento de la identidad familiar o el tema de las herencias millonarias) y a su vez, tienen una estructura narrativa más sencilla y los personajes son planos. Situación distinta a la TLN brasileña que sí requiere una mayor concentración, ya que las historias son simbólicas, los personajes complejos y la estructura narrativa más complicada.

En este sentido, la mayoría de todos los niveles ( promedio 59%), sostiene que si hay que hacer algo, se conforman con escuchar. Este tipo de seguimiento es como una lectura de inter-escenas o inter-capítulos pues ya se conoce la sintaxis de cada capítulo y la estructura de la historia que se plantea en los primeros capítulos donde se presenta el desconocimiento de una situación vertebral la cual conforme avanza la historia va hacia el conocimiento, el descubrimiento de la causa de determinada situación.

El nivel B (73%) y D (54%) modifican el horario de sus actividades de acuerdo a la hora de emisión de su telenovela favorita. En el primer caso porque el público del nivel medio es el que más actividades combina cuando ve telenovelas, sobre todo comer, de tal suerte que se hace coincidir estas dos actividades. En el

caso del nivel D, por lo general el televisor está en la combinación de sala y dormitorio, en segundo lugar, en el llamado cuarto - ambiente único donde se hace todo- lo cual propicia que el ver la telenovela se combine con otras actividades cotidianas.

Los niveles A (15%) y C (12%) modifican ínfimamente el horario de sus actividades. En el primer caso porque el tiempo de ocio es mayor y en consecuencia no hay una economía de tiempo que induzca a combinar actividades de quehacer doméstico. En el segundo, ver la TLN se considera un premio merecido en el día, por lo tanto no hay necesidad de justificar este tiempo de ocio modificando el horario para lograr la coincidencia con otro tipo de actividad.

Se registra una diversidad de actividades que se efectúan mientras se ve la TLN, las cuales tienen un sentido significativo de asociación respecto de los diversos niveles. El público del nivel A (54%) que dispone mayor tiempo para el ocio y que está liberado de las tareas domésticas, ve TLNs. realizando actividades de arreglo personal, vestirse, maquillarse, peinarse. El público del nivel B que (mayoritariamente) trabaja o estudia, realiza algún trabajo (28%), come (36%), estudia (23%) y realiza actividades de arreglo personal (13%). En los niveles más bajos C y D, la mayoría (62%) efectúa algún trabajo manual relacionado a las tareas del hogar, por lo general tejer.

Se puede decir que las diversas actividades que se efectúan en la hora de la telenovela; están marcadas por el nivel social. A las clases más altas, les corresponde actividades sencillas y gratificantes; a las medias actividades relativas a su ocupación o estudio y a las bajas, actividades manuales que aportan ayuda y bienestar a la familia.

Al público de todos los niveles (promedio 64%) le gusta conversar cuando ve TLNs, principalmente durante los comerciales. En los niveles extremos, A y D, a

más de la mitad (54%) le gusta comentar mientras ve la TLN; en los niveles intermedios - B(73%) y C (76%)- el nivel es mayor.

La totalidad del público del nivel A, experimenta culpa cuando ve la telenovela, porque considera este programa como un subproducto estigmatizado de vanal y alienante. En el caso de los niveles B (19%),C (29%) y D (38%) se experimenta un sentimiento de culpa mínimo (promedio: 29%). Ello porque, para el nivel B la TLN brasileña no es considerada un subproducto, sino un programa de cierto nivel que tranquilamente puede ser tema de conversación como lo es una película. Similar visión tiene el auditorio de los niveles C y D sobre el producto en general. Asimismo, para los niveles C y D, la hora de la telenovela es la hora de distracción merecida.

Aparte de la valoración sobre la telenovela, los niveles B,C y D no experimentan culpa de perder el tiempo porque la hora de la telenovela también se aprovecha para realizar otra actividad simultánea que es necesaria para el hogar. .

Todo el público del nivel A ve la telenovela con distanciamiento, no llega a introducirse en la historia y por lo tanto su nivel de implicación es nulo. Sin embargo, conforme se va descendiendo de nivel social, también decrece dicho distanciamiento ( A:81%, B:71%, D:63%) y aumenta en relación proporcional el nivel de involucramiento con la telenovela: nivel B (19%), nivel C (29%) y nivel D (38%).

Se puede establecer entonces, a mayor el nivel socioeconómico, mayor el distanciamiento con que se ve la telenovela y a menor nivel, mayor el involucramiento.

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y MECANISMOS DE IMPLICACION

El público limeño en general ( A:92%, B:95%, D:54% y C:29.5%. Promedio 79%), prefiere la TLN brasileña. En segundo lugar la mexicana (A:8%, C:29.5%, D:38%. Promedio 28%). Y, en tercer lugar la venezolana (B:5%, C:41%, D:16%. Promedio 27%) con un escaso margen de diferencia.

La razón de la preferencia de la TLN brasileña (niveles: B,C y D) es porque se relaciona con su realidad...¿Y en qué medida se relaciona con su realidad?. Las historias de la telenovela brasileña por lo común, son una metáfora sobre el cuestionamiento del poder, visualizada en un microcosmos: un pequeño poblado, donde los personajes simbolizan al pueblo y a los poderosos. No fue gratuita la masiva preferencia por *Tietta* o *Roque Santeiro*<sup>1</sup>.

La preferencia por la TLN brasileña denota pues un imaginario que obedece a los nuevos mitos generados por el el mestizaje urbano y la cultura de la informalidad en América Latina en la décadas de los ochenta y noventa . Frente a una nueva realidad los temas tópicos tradicionales de la telenovela mexicana o venezolana pierden vigencia. No se trata ya del sueño de la pobre sacrificada que encuentra al príncipe azul millonario que la saca del fango de su mísera condición, ni del descubrimiento de la identidad que en la mayoría de casos, va acompañada de grandes fortunas.

Los mitos son más reales de acuerdo a los cambios que ha sufrido la sociedad peruana drásticamente empobrecida. Las historias giran en torno al poder en la sociedad y los personajes arquetípicos que representan a ésta (*Roque Santeiro*, *El Dueño del Mundo*, *Todo Vale*). Asimismo, se nota la aparición de nuevas heroínas que con pragmatismo, audacia y fortaleza logran ascendencia, poniendo en jaque a toda la sociedad como en el caso de *Tietta* y *La Reyna de la Chatarra*. O la venganza de los débiles que de tanto sufrimiento aprenden a responder a los

poderosos con los mismos o peores recursos que éstos usan como *El Dueño del mundo y Todo Vale*.

Aparte de este elemento de proyección hay otras variables de implicación. La mayoría comenta más sobre la trama (A:58% y D:50%) y sobre los personajes (B:45% y C:42%), que sobre el aspecto de la actuación que obedece a un nivel de lectura más sofisticado. Este aspecto se comprueba también por que más de la mitad, valora personajes de acuerdo a experiencias vividas o conocidas (promedio 57.7%).

Sin embargo, se observa que el nivel de implicación del sector A es menor respecto de los otros. Casi la mitad del público de este grupo socioeconómico (54%), le molesta que el mal gane terreno, mientras que en los otros niveles B,C y D se alcanza un porcentaje mayor (promedio 77%).

Asimismo, los niveles B,C y D (promedio 73%), acompañan sus comentarios con otro tipo de manifestaciones expresivas; mientras que una minoría del nivel A (33%) actúa de esta manera.

En conclusión, se puede establecer la relación: a mayor clase social, corresponde menor nivel de implicación y, por tanto, de manifestación expresiva. Explicamos este tipo de comportamiento por dos razones. En primer lugar, existe en el nivel A una forma de ser de la burguesía que se rige por una economía sentimental y emotiva. En segundo lugar, este aspecto tiene correlato en los códigos de comportamiento pues se puede sentir algo, pero no se comunica. Ello queda demostrado cuando a la siguiente pregunta del cuestionario se interroga cuando se producen ese tipo de manifestaciones expresivas (exclamaciones u otro tipo de reacciones) y cerca de la mitad (42%) responde cuando desean que los protagonistas superen las dificultades.



La mitad del público de los niveles B y D, experimentan manifestaciones expresivas frente a escenas absurdas o de excesivo sufrimiento para la víctima. La clase C, reacciona de esa manera cuando desea que se aclaren los conflictos.

El menor grado de implicación del nivel A, también queda confirmado, porque una minoría (31%) comenta sobre los personajes como si los conociera; mientras que en los niveles B, C y D, la mayoría (promedio 66%) efectúa ese tipo de comentario.

Buena parte del público de los niveles C y D (promedio 72%) desea vivir como la protagonista, por que frente a una situación adversa y de poco acceso de los bienes de la sociedad, se magnifica la ilusión que se vive en la piel de los protagonistas.

#### **4.- USOS SOCIALES**

De acuerdo al menor grado de implicación en el nivel A, debido a una forma interiorizada de sentir que se manifiesta en ciertos códigos de comportamiento, vemos que en este tipo de público tampoco aplica usos a la telenovela.

Sólo una minoría de este sector (23%) afirma que la TLN enseña a afrontar la vida. En los otros niveles B (68%), C (71%) y D (92%), progresivamente se registra un porcentaje mayor de público que considera la TLN un programa del cual se puede aprender.

De la misma manera, sólo una minoría (23%) del público del nivel A afirma que sus valores morales son reafirmados por la TLN. En cambio, las televidentes de los otros niveles B, C y D (Promedio 75%) manifiestan que sus valores morales son reforzados por la TLN, sobre todo la brasileña, que en promedio es la telenovela que más se ve.

En los niveles más bajos C y D, la mayoría (promedio 71%) aprende comportamientos de la TLN; mientras que una minoría en los niveles A (15%) y B (45%). Dos razones explican esta actitud. Por un lado, el público del nivel A, no necesita aprender comportamientos porque existe una interiorización temprana de ciertos modales y formas de ser. Por otro, el público del nivel B es más esclarecido en su forma de actuar por lo que no recurre a la TLN para aprender. En segundo lugar, estas clases si aprendieran comportamientos, como suele suceder de acuerdo a la observación, es difícil que lo acepten abiertamente.

Asimismo, en el nivel A(15%) y B(23%) una minoría ve a la TLN como un medio que refuerza los lazos familiares; mientras que en los niveles más bajos C y D (promedio 73.5 %), se reconoce a este programa como elemento de integración para la unidad familiar por la forma grupal de compartir diversas actividades.

Menos de la mitad en el nivel A (46%) considera que las tareas son más agradables mientras ve la telenovela, porque la mayoría no realiza una actividad o trabajo paralelo; mientras que en los otros niveles B,C y D (promedio 58%) las tareas se hacen más agradables viendo telenovelas.

En esta perspectiva, la mayoría del público del nivel A (67%), considera que la telenovela comunica, debido a la forma individualista de ver. Por lo general (de acuerdo al trabajo de observación) se prefiere no comentar y en algunos casos no se tolera que algún miembro de la familia hable interrumpiendo.

En cambio, en los otros niveles B,C y D (promedio 87%), el público sostiene que la telenovela es un medio que propicia la comunicación, porque existe una forma compartida de ver que propicia el diálogo o el comentario.

En este sentido, sólo una minoría del nivel A (38%), discute sus problemas a partir de la telenovela. En cambio, en los niveles B, C y D más de la mitad del público (Promedio 52%) experimenta una proclividad para hablar sobre su vida.

Siguiendo la misma tendencia, en el nivel A es ínfimo el porcentaje (15%) de personas que generan vínculos de amistad a partir de ver telenovelas; mientras que los niveles B,C y D (Promedio 60%), los comentarios sobre la telenovela preferida propician relaciones interpersonales.

En términos generales podemos concluir que existe una constante. En el nivel A el grado de apropiaciones de usos casi es nulo, mientras que en los otros niveles conforme se va descendiendo del B al D; se experimenta una forma de ver dinámica que llega casi al cien por ciento en la aplicación de las apropiaciones de usos.

## **B.- PERFIL IMAGINARIO**

### **1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENOVELA**

El imaginario peruano en términos generales, presenta un perfil alternativo, realista, politizado, pragmático y de confrontación. De acuerdo a los mecanismos de proyección con la telenovela y el intercambio entre el mundo real y de ficción se puede determinar que este imaginario presenta una arista realista, que tiende a la confrontación y resolución de las situaciones. Tienen peso gravitante en la vida, los sentimientos, los principios y un pragmatismo para afrontar la realidad. Como vía de realización personal se manifiesta el amor y el trabajo, pero a su vez la justicia social. Hay cierta visión sobre la complejidad ser humano pues no se cree que sea bueno y malo como en las telenovelas, pero sí se proyecta estas dos fuerzas en los sectores de la sociedad. A excepción del nivel más alto, la mayoría de los otros niveles (B,C y D) considera al pueblo como la personificación del bien y a los políticos y poderosos como la del mal.

Otro rasgo es una moral humanista y tolerante. También se visualiza una tendencia realista porque de cinco posibilidades, la mayoría (promedio 41%) opta

por temas actuales y realistas desplazando a un ínfimo porcentaje los temas tópicos y tradicionales como el descubrimiento de la identidad familiar (promedio 15%).

Los niveles A (42%) y C (47%) prefieren los temas actuales; el nivel B (36%), los sociales y el D presenta una visión especial, porque prefiere en igual porcentaje (38%) los temas románticos y los sociales. Hay una concepción que tiende a fusionar estos dos aspectos en uno sólo, una nueva sensibilidad, un nuevo imaginario donde se urden los sentimientos y el objetivo de la justicia social.

Los niveles de proyección, por lo general, más inciden en los niveles C (41%) y D (54%) que, frente a tres alternativas, prefieren las escenas donde se resuelven los conflictos; mientras que los niveles A (39%) y B (36%), optan por las de confrontación. En el primer caso, la proyección se dibuja claramente: desear que se revierta la situación de la víctima, que a nivel social, son ellos mismos. En el segundo, podemos señalar que un rasgo cultural significativo del imaginario peruano es la confrontación (tal como vimos en el seguimiento histórico) un claro síntoma de ello son las polémicas políticas intensas que alcanzaron su cúspide con Gonzáles Prada, Agustín Haya de la Torre y José Carlos Mariátegui.

En cuanto a la vía de realización del protagonista, los niveles extremos se juntan, tanto el nivel A (77%) como el D (62%), desean que sea a través del amor. Ello revela cierta identificación que está de acuerdo a la forma convencional de ver el matrimonio y la familia como único camino hacia la felicidad. En caso del público del nivel D, esta identificación además tiene que ver con la adversa situación que les rodea que acrecienta su necesidad de creer en los mitos que le vende la industria cultural.

En los niveles intermedios B(50%) y C (47%), casi la mitad desea que los protagonistas se realicen a través del amor y del trabajo. Está enraizado el mito del amor, pero dichas clases por su capacidad crítica y de deseo de superación, ven en el

trabajo una forma de alcanzar la realización. En ambos sectores las mujeres trabajan. En el sector B, porque la mujer quiere cierta independencia económica y en el sector C, la mayoría se dedica a la actividad del comercio informal.

Formas de vida que empatan con los mitos que vende la TLN brasileña, por ejemplo *La Reyna de la Chatarra*, donde la protagonista por medio de trabajo y audacia erige un poderoso negocio de venta y compostura de coches que le permite amasar una fortuna para poder enfrentarse a la crema y nata de la sociedad paulista. Ella entra por la puerta falsa, pero todos aprenden a reconocerla y respetarla, por que su conducta es regida por el pragmatismo de la realidad.

Respecto de un código moral, el nivel A se guía por una economía del sentimiento, pues menos de la mitad (46%) señala que ante todo deben prevalecer los sentimientos; mientras que en los niveles B,C y D la mayoría (promedio 86%) está de acuerdo con ese principio. En términos generales se puede sostener que existe una preeminencia mayoritaria de valoración de los sentimientos (promedio general 66%)

Si bien se resguardan los sentimientos como un importante eje en la vida, al contraponerlos con los principios y la audacia para triunfar, la mayoría de los cuatro niveles (promedio 68.5%), opta por la segunda alternativa. Esto nos perfila una sensibilidad postmoderna que fusiona los sentimientos, el pragmatismo y los principios para triunfar.

En cuanto a solidaridad con la víctima se ve la misma línea. Del nivel A sólo una minoría (33%) afirma que le sucede eso; mientras que en los sectores B y C más de la mitad siente solidaridad por ella (promedio 54%). En el nivel D, obviamente, todas las mujeres sienten solidaridad con la protagonista, debido al alto grado de proyección por revertir la situación de sufrimiento y adversidad que ellas confrontan diariamente.

En consecuencia, en los niveles inferiores B, C y D se experimenta solidaridad con la víctima (promedio 77%), por que en los sectores medios también existe ese tipo de proyección, ya que es una clase empobrecida. Cabe señalar que la proyección mayoritaria del público peruano es con la víctima de la telenovela brasileña que es un personaje más realista.

En cuanto a la proyección de los valores que debe tener el protagonista, se opta en general por una alternativa de moral y sensibilidad post modernas. La mayoría (promedio 81%) se decide por un prototipo trabajador, que haga lo que le guste y triunfe en la vida. El mismo tipo de características (82%) se decide para la heroína de la telenovela.

El nivel de proyección también se confirma por que a la mayoría (promedio 87%) le produce satisfacción que el bien sea premiado y el mal castigado, por que es justo (67%).

Sin embargo, en general, hay una visión realista porque más de la mitad (promedio 59%) considera que así no sucede en la vida. En este sentido, la mayoría del público de los niveles A, B, y D (promedio 62%) sostiene que las personas no son buenas y malas como en la telenovela. Se considera que bien y mal conviven en el individuo, pero a nivel de la sociedad, sí se establece la relación de proyección de las fuerzas del mal y del bien.

El nivel C (59%) constituye la excepción sobre esta visión, ya que el auditorio considera que las personas son buenas y malas como en las telenovelas. La excepción solitaria de este nivel llama la atención pues el sector D, también podría asumir esta visión maniquea sobre el ser humano, sin embargo es necesario tener en cuenta una razón cualitativa. Las mayoría de las mujeres que viven en los pueblos jóvenes tienen una participación activa de la vida de la comunidad urbana, lo cual amplía su visión sobre la vida.

En este sentido, al adscribir el esquema de buenos y malos en la sociedad cada nivel realiza la proyección que su situación la condiciona. Los buenos para el nivel A (62%) son los justos; para los niveles B (55%), C (45%) y D (62%) están personificados por el pueblo. En los niveles más bajos C y D, es lógica la elección, en el nivel B se explica por ser una clase media empobrecida y con cierto nivel de esclarecimiento social y político.

Dicho perfil se dibuja con más claridad en la proyección de los malos en la sociedad, pues la mayoría del nivel A (46%) - entre cuatro alternativas- señala a los terroristas; mientras que los niveles B, C y D, indican como los malos a los poderosos y políticos.

En general (73%), hay una moral flexiva con cierta complejidad pues se considera que el malo puede cambiar y viceversa (70%). Sin embargo, es necesario anotar que los niveles extremos A (73%) y D (92%) son los que más alto porcentaje registran. En el primer caso, se considera una situación alcanzada por mayor información, educación y en la segundo, una experiencia vital, cotidiana que demuestra la complejidad de los comportamiento de las personas.

Hay una moral humanista, la mayoría sostiene que los malos tienen derecho al perdón (promedio 73%). En esta situación también se vuelve a repetir que los niveles extremos, son los de más alto porcentaje.

## **2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENOVELA**

En términos generales el imaginario que abarca esta esfera de la vida registra un perfil alternativo que fusiona la justicia social y el amor como aspiración. La moral en términos generales se muestra tolerante y solidaria con la mujer casada, pero tiene ribetes conservadores cuando se proyecta a la conservación de la unidad familiar. hay cierto pragmatismo que borra los mitos de la paternidad como

necesidad general y la fidelidad como máximo valor para conservar la pareja. Se opta por valores más alternativos como la comprensión y la comunicación .

Se puede observar que en cuanto a realización personal y visión moral sobre la pareja hay cierta coincidencia entre el nivel A y B, pero en cuanto a valores de proyección social se registra mayor coincidencia entre el nivel B y D, ya que ambos sectores son más politizados. El nivel C en algunos casos, cuando se refiere a la concepción de la relación hombre- mujer coincide con el nivel A. En cambio, los niveles más bajos coinciden en su visión moral sobre la mujer, por ejemplo el aborto.

El perfil moral se podría definir en un 69% alternativo, sobre todo en los niveles B, C y D que optan por una visión más social y política que una moral tradicional individual que prevalece en ciertos aspectos en el nivel A.

En este sentido se puede apreciar, la elección del nivel A (38%) por el grupo de valores más tradicionales como la familia, el hogar y las creencias religiosas, frente a otras dos opciones. El nivel B (68%) elige el grupo de dignidad, justicia y libertad; mientras que los niveles C (47% / 41%) y D (38% / 38%, respectivamente), deciden casi con el mismo porcentaje, por el grupo de la justicia, pero también por el del amor, la amistad y la verdad.

Estos resultados revelan una nueva visión y sensibilidad de los niveles más bajos que fusiona la realización del amor con la justicia social. Concepción de la vida que en las décadas de ideologización ( los sesentas y setentas), se consideraban como ejes existenciales opuestos: el bienestar personal en el más amplio sentido de la vida se reducía al individualismo que era patrimonio de la reacción; mientras que el deber social y político sepultaba todo rasgo creativo y personal. Polarizaciones simplificadoras y dogmáticas que son ahora revertidas por una compleja realidad de mestizaje urbano en ebullición.



La mitad del nivel A sostiene que la telenovela refuerza esos valores; mientras que los niveles B, C y D, señalan (promedio 77%) que la telenovela brasileña si refuerza esos valores.

Los niveles A, C y D (promedio 72%) consideran cursis a las parejas de la TLN; mientras que en la clase B más de la mitad (52%), considera que éstas son reales, porque casi el cien por ciento sólo ve telenovelas brasileñas, donde el tema del amor es tratado con realismo y complejidad.

En los niveles B, C y D, aunque la mayoría sostiene que las parejas de las telenovelas son cursis, la mayoría (promedio 65%) confiesa que así le ha sucedido o sucede con su pareja. En cambio, en el nivel A una ostensible minoría (17%) admite esta situación.

En esta misma tendencia, sólo una minoría del nivel A (23%) desea vivir un romance como el de la TLN; mientras que en los niveles B (52%), C (56%) y D (85%), más de la mitad (promedio 61%) tiene ese deseo.

Se presenta el mismo caso en el deseo de tener un novio como el galán de la TLN. Una notoria minoría del nivel A (23%) admite esta ilusión. En los niveles B (50%), C (65%) y D (69%) la mayoría (promedio 61%) quisiera tener una pareja como la heroína de la telenovela.

En esta serie de preguntas sobre la protagonista podemos determinar cierta tendencia. El público del sector A demuestra que el nivel de proyección con la heroína de la TLN es ínfimo en relación a las otras clases. Se puede establecer dos razones el nivel más alto de la sociedad tiene la posibilidad de acceso a los bienes gratificantes que ofrece la sociedad. En segundo lugar, la formación interiorizada en este nivel evita el ridículo de confesar que quiere ser como la protagonista.

En este sentido podemos ver que al referirnos al deseo de vivir un romance o tener un galán como en la TLN, el nivel de proyección se acrecienta en la medida que se desciende en el sector socioeconómico. En el nivel alto se registra una identificación tan estrecha que no se aspira a esa forma de vida (si yo vivo así no añoro eso). de acuerdo a esto podemos establecer entonces la siguiente relación:

A mayor nivel social, mayor la identificación con la protagonista, cuanto a su forma de vida es satisfactoria y exitosa, mientras que a menor nivel social se registra un grado mayor de proyección con la víctima que logra revertir su situación y lograr la felicidad.

La mayoría (promedio 69%), permite un desliz a sus personajes casados o comprometidos. El nivel de tolerancia es más alto en los sectores A y B (promedio 85%) que en los niveles C y D (promedio 54%). Los niveles A y C admiten la infidelidad de sus personajes cuando existe una justificación moral, es decir cuando existe verdadero amor en la pareja futura; mientras que los niveles B y D se justifica por la lógica de lo que sucede.

Por este tipo de apreciación podemos establecer que en cuanto a moral individual o sobre la pareja tanto el nivel A como el D presentan rasgos de una moral de matiz conservador; mientras que los niveles B y D presentan una moral más alternativa. Ello se debe a que las mujeres de ambos niveles tienen un sentido de la realidad más pragmático de admitir las situaciones de acuerdo a la lógica con que desencadenan los hechos, asimismo estas mujeres son más esclarecidas. Las del nivel B por que en su mayoría son profesionistas o estudiantes y en el nivel D, porque su participación social y política en organizaciones barriales, les da otro tipo de visión más pragmática y esclarecida.

Se nota una moral conservadora en los niveles más bajos (promedio 61%), porque sienten reehazo cuando ven escenas de infidelidad; mientras que en los sectores A y B sólo una minoría (promedio 31%) tiene esa actitud pues la mayoría

(promedio 43.5%) comprende a los personajes femeninos que cometen infidelidad y al resto, les produce indiferencia.

Se perfila cierto revanchismo en los niveles A (53% a 70%) y C (de 31 a 46%), porque un porcentaje mayor, rechaza las escenas de infidelidad masculina, en referencia a las femeninas.

Los sectores A Y B se muestran tolerantes pues la mayoría (74%) comprende a los amantes; mientras que en los niveles C Y D, la mayoría (67%), los rechaza. En términos generales, se detectó cierta incomodidad para hablar del tema y aunque en la complicidad no dicha o en broma se comprenda a los amantes, es difícil aceptar esta situación en la realidad, es como desnudar la vida moral de la persona encuestada. Asimismo, en los niveles más altos, ya sea por oportunidades de realización o una mayor información e independencia económica, existe mayor tolerancia. En cambio en los niveles más bajos, se ve la vigencia de una moral más conservadora y machista interiorizada por las mujeres. Se puede decir en términos de participación económica o social, las mujeres han avanzado en esos sectores, pero en cuanto a su vida de pareja aún prevalecen los principios convencionales, más aún entre las casadas quienes temen la aparición de una segunda mujer más joven que puede poner en peligro la integridad familiar.

La mayoría de los cuatro niveles (67%), sostiene que más importante que el matrimonio, es la realización personal de acuerdo a la vocación que se tenga. Los porcentajes mayores se registran en los niveles más informados A (69%) y B (90%). El nivel alcanzado en el sector B nos revela una clase media esclarecida y politizada, ya no en el sentido convencional de adscripción a un partido tradicional; sino una posición frente a la realidad, a la vida.

Un alto porcentaje (82%), manifiesta que no todos tienen vocación de ser padres. Este universo en el cual la mayoría son mujeres casadas (78%); revela que la

misma experiencia del matrimonio y los hijos hace que tengan una visión más realista frente a la maternidad o paternidad.

También hay que tener en cuenta la incidencia que pueden tener las vivencias, circunstancias o situaciones de la vida que condicionan el punto de vista. Si bien teóricamente, la mayoría decide por la realización personal, paso seguido, los niveles B,C y D (promedio 76%), afirman que el matrimonio es lo más importante. Sólo el nivel B mantiene su posición, más de la mitad (67%) no considera que el matrimonio sea lo más importante.

La mayoría (77%) decide por valores alternativos (honestidad, comprensión y comunicación) para que una pareja perdure. Los niveles más bajos C (88%) y D (92%) son los que registran más alto porcentaje. Más que una elaboración mental, es una opción enseñada por la realidad. Asimismo, una gran mayoría (promedio 94%) sostiene que el divorcio es una buena solución cuando no hay amor, pues muchas enfrentan o han enfrentado esa situación.

El mito de la virginidad, ha perdido bastante credibilidad, para la mayoría de los niveles B,C y D (promedio 65%), carece de importancia. El nivel A, mantiene la posición más convencional al respecto, pese a presentar una visión más tolerante en el terreno de la fidelidad. Ello, por que en este sector la virginidad significa un medio de gran valor que permite lograr un buen matrimonio, es decir un ascenso socioeconómico.

La mayoría de las mujeres de los niveles A y B (promedio 70%) están de acuerdo con el aborto, en los niveles C y D sólo se admite esta situación (promedio 43 %) en caso de violación. Sólo una minoría lo acepta (19%), las demás lo rechazan.

## NIVEL A

### A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

#### 1.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

Para la mayoría (78%) la televisión se convierte en un instrumento imprescindible. Un ínfimo porcentaje integrado básicamente por jóvenes, prefiere la radio (7%).

Dado el nivel económico y la disposición de espacios dentro de la casa, el lugar preferido para ver televisión es el dormitorio, que se combina con otras habitaciones de la casa, principalmente la sala de TV. También se presenta la combinación, menos frecuente, con el comedor y la sala ya que en cierta forma es de mal gusto tener este artefacto en la sala u otro ambiente donde se reciben visitas.

En este nivel, existen familias que en igual porcentaje tienen seis, cinco o cuatro televisores. Lo más común es tres televisores a color que representa la mitad de este universo.

Aparte del factor económico que propicia la disposición de varios televisores, se registra un rasgo cultural en la actividad de ver el televisor que tiende a la privacidad y la individualidad.

#### 2.- FORMAS DE VER

Como observamos la ubicación del televisor, condiciona la forma de ver. Un alto porcentaje (90%) como primer impulso intencional, de acuerdo a la encuesta, prefiere ver la telenovela a solas. Es un comportamiento cultural interiorizado que luego entra en contradicción con el deseo de comunicarse, de socializar, ya que si este tipo de público femenino ve la telenovela acompañado, más de la mitad (54%) reconoce que le agrada comentar sobre lo que está sucediendo en el programa.

La forma de ver no es interrumpida por la cotidianidad o socialidad, sino por que se prefiere cambiar de canal en los comerciales, dicho rasgo se presenta más en la población joven.

La mayoría (85%) no modifica el horario de sus actividades en función de la telenovela, si ésta se puede ver bien, sino también. Como la disposición de tiempo para el ocio es mayor, no se realiza ninguna otra actividad manual o de trabajo mientras se ve la telenovela, pero si se efectúa otro tipo de actividades como alistarse, vestirse y maquillarse (31%).

Se puede concluir que en general, hay una tendencia individualista de ver telenovelas y una forma distanciada que no interacciona con la cotidianidad. La emoción de ver la telenovela y vivir emociones en la piel de los protagonistas, no es un momento esperado en el día, en tanto no forma parte de la vida. Es sólo un momento de diversión que no modifica las actividades del día.

### **3.-PROCESOS DE SELECCIÓN Y DE IMPLICACIÓN**

En términos generales y de acuerdo a las variables, se registra un nivel de implicación del 50% de acuerdo a los mecanismos de selección donde actúan fuerzas de identificación más que de proyección.

La mayoría (92%), prefiere ver la telenovela brasileña, porque es más emocionante (100%). Este elemento de selección plantea una forma de ver desprovista de afectividad, ya que no hay un referente que conecte la elección con la vida de la televidente.

Esta forma de recepción queda confirmada cuando la totalidad sostiene que ver la telenovela sólo les distrae, pero no se introducen en la historia, no la viven. El

nivel de proyección es casi nulo porque su necesidad de satisfacción a través de un sustituto imaginario es menor, debido a su capacidad de acceso a otros bienes materiales y culturales.

Otra de las razones es que las clases altas tienen un prejuicio elitista frente a la telenovela, ya que consideran este programa como un subproducto, razón por la cual genera culpa (100%) el hecho de destinar un tiempo exclusivamente para ello. Esta visión culturalista condicionada por su acceso a otros espectáculos propicia una forma de lectura más elaborada de las telenovelas, ya que los comentarios de este tipo de auditorio no se refieren -primariamente- a los protagonistas u otros personajes, sino a la trama (58%) y a la actuación (30%).

En esta misma línea se puede ver que los índices de implicación, son bajos en relación a los otros niveles: más de la mitad (54%) valora a los personajes de acuerdo a experiencias vividas o conocidas.

Este distanciamiento propio de clase, se diluye cuando más de la mitad (54%) manifiesta que le molesta que los personajes de carga negativa ganen terreno. Dicha elección, obedece a la dualidad maniquea de la cultura occidental, más que la proyección que se pueda dar con los buenos y pobres que sufren, hasta que se revierte la situación.

Asimismo, su comportamiento moldeado por la economía afectiva hace que la mayoría declare de dientes para afuera (77%) que no tiene manifestaciones expresivas frente a determinada escena o comportamiento de los protagonistas.

El pequeño universo que sí tiene reacciones emotivas (33%), dirige éstas casi en el mismo porcentaje hacia tres situaciones: que el protagonista supere las dificultades, que los conflictos se aclaren y cuando las situaciones son absurdas porque se inflinge demasiados sufrimientos a la víctima. No se registra una notoria

mayoría hacia una opción que podría perfilar un nivel mayor de proyección o identificación.

La forma distanciada de ver se confirma cuando la mayoría (69%) sostiene que no critica a sus personajes como si los conociera. Así la frontera entre mundo imaginario y cotidianidad es muy marcada.

#### 4.- USOS SOCIALES

La forma distanciada de ver la telenovela en este sector, obviamente condiciona que un alto porcentaje (89%) no efectúe apropiaciones de uso. Simplemente la TLN es un catalizador, una cadena evasiva para olvidar las tensiones diarias, mas no un elemento de gratificación emocional.

En este sentido, la TLN no es vista ni usada como un vehículo de socialización o comunicación. Por el contrario, la mayoría (67%), expresa que éstas incomunican. Como no existe el hábito de comentar o ver en grupo, quien ve la TLN no debe ser interrumpido, de tal manera que para los hijos significa silencio absoluto. Así, la mayoría (85%) niega que este tipo de programa refuerce los lazos familiares.

En consecuencia, tampoco sirve para realimar las creencias morales (sólo el 23%), ni aprender comportamientos (infimo 15%). Si en el hogar la telenovela no constituye un elemento de comunicación tampoco lo es fuera: no se generan amistades a partir de ver TLNs (85%) y tampoco se discuten los problemas propios a partir de un comentario sobre situaciones vistas (62%).

Sólo cerca de la mitad (46%), sobre todo las jóvenes, señalan que las tareas escolares se hacen más agradables viendo TLNs.



## B.- PERFIL IMAGINARIO

### 1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVÉS DE LA TELENVELA

Los valores morales, gustos y preferencias que vertebran este imaginario se sostienen en elementos de la postmodernidad e individualidad. Se ve el matrimonio como camino hacia la felicidad y realización.

Si bien anteriormente (segunda parte del cuestionario) todos afirmaron que perciben la telenovela sin introducirse en la historia, es decir una forma de ver despojada de emotividad, a medida que el encuestado se introduce en las preguntas, va admitiendo que está implicado emotivamente.

De cinco opciones, cerca de la mitad (42%) prefiere los temas actuales y de cuatro opciones, la mayoría (39%) desea que la protagonista se realice a través del amor. Razón por la cual se considera el matrimonio (77%) como una vía para alcanzar la felicidad.

De tres opciones, la mayor parte de este auditorio (39%) prefiere las escenas de confrontación. Se puede deducir que la mayoría prefiere ver la realidad actual y que el elemento de realización predominante es a través del matrimonio y para tal fin el camino es la confrontación.

Frente a la importancia de los sentimientos en la vida la mitad opta por la primacía de los sentimientos, mientras que la otra, prefiere decidir de acuerdo a la situación. En consecuencia hay cierto pragmatismo que después se vislumbra cuando la mayoría (77%) considera que lo más importante en la vida no son los sentimientos, sino tener principios y audacia para triunfar.

En cuanto a los valores ideales que deben tener los protagonistas, tanto hombre (62%) como mujer (69%), se decide por una especie de postmodernismo pragmático. Los protagonistas deben ser justos, hacer lo que quieren y triunfar.

Dado que es el nivel más alto, el grado de proyección con la víctima es bajo, ya que sólo una minoría (33.3%) se solidariza con ésta, porque no se desea la reversión de la situación que en la realidad significa que ellos estarían abajo y los pobres en el reino de disfrute de los bienes que ofrece la sociedad.

En cambio, la proyección se intensifica cuando a la mayoría (85%) le produce satisfacción que el bien sea premiado y que el mal sea castigado, porque se considera (62%) que es justo. Dado que este nivel es el que está anexado al poder y posee los bienes sociales y culturales, menos de la mitad (46%) admite que esto no sucede en la realidad. Ello porque (como ya señalamos) de acuerdo a la teoría de campos de Bordieu quien posee los bienes tiene una actitud de perennizar dicha situación, frente a los desposeídos que intentan revertirla.

Más de la mitad (52%) no cree que las personas sean buenas y malas como en las TLNs. Sin embargo, su grado de proyección (de signo negativo) hace que identifiquen a los malos con los narcotraficantes (39%) y los terroristas (46%). Esto es: yo no soy malo, por tanto yo no hago daño en la sociedad, entonces quienes lo hacen deben ser los que no pertenecen a mi clase.

Hay una tolerancia moral que relativiza las fronteras entre el bien y el mal. Se considera que el malo puede cambiar (73%) y viceversa (69%) de acuerdo a las circunstancias de la vida. Asimismo, hay un sentido humanista, la mayoría (85%) considera que los malos tienen derecho al perdón.

## 2.-VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVÉS DE LA TLN

Se puede decir que en términos generales se perfila una moral tolerante como fruto de la experiencia cotidiana. Pero, frente a la sociedad y las instituciones hay una visión más rígida que se proyecta hacia las mujeres jóvenes al sostener que es importante la virginidad.

La mayoría (38%) opta por valores tradicionales como familia, moral y religión; mientras que las dos terceras partes restantes, se deciden (31%) por valores sociales: dignidad, justicia, libertad y por valores humanistas (31%) como amor, amistad y verdad. La mitad responde que la TLN brasileña enseña esos valores.

La proyección de la pareja y el matrimonio como camino hacia la felicidad tal como se plantea en la telenovela, no es anhelado por este sector de mujeres, que considera (85%) cursis a las parejas de la TLN. Una notoria minoría (17%) refiere que le sucede así en la vida real. De la misma manera un ínfimo porcentaje (23%) desea vivir un romance como en la TLN. La mayoría (85%) tampoco desea vivir como la protagonista o tener un galán como el de la TLN (77%).

Como este nivel tiene acceso a los bienes materiales, culturales y emocionales; la intensidad de sus deseos son menores. En consecuencia, la identificación y proyección del mundo imaginario reduce su campo. La realidad les permite el cumplimiento de sus sueños.

Una gran mayoría (84%) permite un desliz a las parejas o matrimonios en las telenovelas. Ello se justifica si en la nueva pareja hay verdadero amor. Es decir, la infidelidad se justifica por algo moral (60%), no por la dinámica con la cual los hechos se desencadenan.

Aparte de una moral tolerante respecto de las escenas de infidelidad se registra una leve solidaridad con las mujeres. Un 46% muestra una actitud

comprensiva a la protagonista amante, pero cerca de la mitad (47%) rechaza al protagonista infiel. Esta visión en el mundo imaginario tiene su correlato en la realidad ya que también se perfila una moral tolerante ya que más de la mitad (62%) comprende a los amantes.

Sobre el rol de la mujer, se decide por la opción de una realización personal (69%), pero esta visión alternativa de tolerancia cambia cuando se considera a la institución del matrimonio como lo más importante (67%) en la vida y que este compromiso es para siempre. Sin embargo, como las casadas tienen que afrontar lo que significa una relación de pareja, su experiencia las lleva a sostener que el divorcio es una buena solución cuando no hay amor (100%).

Se puede decir, que hay una dualidad de opiniones que revela la fuerza de la moral interiorizada frente a la experiencia de la vida que les hace constatar lo contrario. Por esto, para que una pareja perdure se plantean valores más reales (62%) como la comunicación, comprensión y honestidad frente a la fidelidad el respeto y los principios religiosos.

Contradictoriamente a la posición de tolerancia con la mujer casada, la mitad sostiene que la mujer debe llegar virgen al matrimonio. Asimismo, la mayoría (54%) censuran el aborto.

**NIVEL B****A.-FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS****1- PRESENCIA DE LA TELEVISION**

A diferencia de los otros sectores, sólo para más de la mitad de este auditorio (59%) la televisión constituye un medio imprescindible. Un porcentaje significativo (23%) considera el uso de la radio como una buena alternativa, ya que la mayoría de mujeres que trabajan pertenecen a este sector. Esto es, un universo más informado, razón por la cual prefieren la radio frente al televisor por considerar a éste medio parametrado. Asimismo, llama la atención que un 18% de este público considere prescindibles ambos medios, ya que ven en la prensa escrita una alternativa adecuada.

El lugar preferido para la ubicación del televisor es el dormitorio, y la combinación más común, con el comedor. Disposición topográfica que tiene incidencia en la forma especial que tiene este público de ver la telenovela: casi siempre la hora de la telenovela se asocia con el trabajo, estudio o comer.

La existencia de dos televisores es lo más común en este tipo de hogares que los últimos años han registrado un descenso ostensible de su capacidad adquisitiva.

**2- FORMAS DE VER**

Más de las mitad de mujeres de este auditorio (59%) prefieren ver la TLN solas. Sin embargo si se da el caso de estar acompañadas, a la mayoría le gusta (73%) conversar. Es decir, se disfruta mucho viendo la TLN en silencio, pero también produce mucha satisfacción comentar durante los comerciales.

La forma de ver estable representa un porcentaje ínfimo (5%). La mayoría (54%) cambia de canal en los comerciales, sobre todo los jóvenes, mientras que el resto (41%) interrumpe en los comerciales

Pese a esta forma tan interrumpida de ver, la mayoría (81%) manifiesta que existe un seguimiento de la trama de la TLN, ya que se conoce la sintaxis de la telenovela, aunque la brasileña presenta una estructura y situaciones más complejas. Sin embargo, más de la mitad (55%) se conforma con escuchar cuando se tiene que hacer algo.

Así, más de un tercio come mientras ve su telenovela favorita (36%), otra parte de este auditorio en su mayoría amas de casa realizan algún tipo de trabajo manual (28%), mientras que las más jóvenes (23%) se dedican a estudiar o hacer los deberes de la escuela. Finalmente el resto (13%) mira la telenovela mientras se viste y se arregla.

En consecuencia, este es el público que más asocia la telenovela con el hecho de comer y la que más actividades realiza mientras ve el capítulo de su preferencia.

Esta modalidad de ver libera de culpa al espectador. Sólo el 36% siente esa sensación, ya que la gran mayoría paralelamente desarrolla otra actividad que justifica la inversión de su tiempo.

En esta medida la hora de emisión de la telenovela tiene incidencia en el cambio de horario de ciertas actividades (73%), pues se trata de hacer coincidir, preferentemente, la hora del café o la cena con la telenovela del momento, ya que la mayoría de telenovelas brasileñas son emitidas en el horario de la noche.

### 3.-PROCESOS DE SELECCION Y MECANISMOS DE IMPLICACION

En términos generales hay un nivel de implicación del cien por ciento, ya que las variables de selección son accionadas por identificación o proyección.

Una gran mayoría (95%) prefiere la telenovela brasileña y el resto (5%), la venezolana. Hay dos poderosas razones para esta elección: la telenovela brasileña se relaciona más con la realidad y presenta mejores temas y actuación (82%).

El nivel de implicación se confirma en diversas variables: la mayoría (45%) prefiere comentar sobre los personajes que sobre la trama (27.5%) o la actuación (27.5%). Asimismo, la mayoría (59%) valora personajes de acuerdo a experiencias vividas o conocidas.

En esta misma línea vemos que a la mayoría (77%) le molesta que el mal gane terreno. La identificación con los personajes propicia que la mayoría (71%) acompañe sus comentarios con algún tipo de manifestación que pone énfasis emotivo a su reacción, sobre todo cuando las escenas son absurdas por los exagerados suplicios que se infringe a la víctima (53%).

### 4.-USOS SOCIALES

Para la mayoría de este auditorio, la telenovela (brasileña) es considerada como un medio de aprendizaje, ya que ésta trasciende las fronteras de un formato típicamente folletinesco porque aborda temas más complejos y reales, desde la visión innovadora del amor hasta temas ecológicos. Por ello, la mayoría (68%), sostiene que la TLN enseña a afrontar la vida. En esta medida se reconoce la telenovela refuerza los valores (68%) y también de ella se aprenden comportamientos(45%).

Asimismo, es un vehículo de comunicación entre las personas, porque se generan vínculos y amistades a partir de ver o comentar telenovelas (54%). De la misma manera la hora de la telenovela sirve para reunir a la familia, incluso al jefe del hogar que gusta de la TLN brasileña, por esto la mayoría de este auditorio manifiesta que este programa sirve para reforzar los lazos familiares (77%).

En este sentido la TLN se convierte en un vehículo de comunicación (88%), pues a partir de ciertos personajes o escenas se habla sobre situaciones de la vida real (50%)

En resumen, la telenovela cumple el papel de comunicador y catalizador ya que la mayoría (80%) olvida sus tensiones y problemas cuando ve telenovelas.

## **B-PERFIL IMAGINARIO**

### **1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TLN**

Se percibe una moral alternativa cuyo peso gravita en la justicia social. Sin embargo, como algo prioritario, se tiene en cuenta el aspecto emotivo y sentimental. A su vez, se registra cierta proyección en el aspecto social más que en el individual. Se puede hablar de un perfil realista, pragmático y humanista.

En este sentido, la mayoría de este auditorio prefiere los temas sociales (36%) y los actuales (32%). La identificación y proyección también se apuntala hacia esta dirección, ya que se prefieren las escenas de confrontación (36%), frente a las románticas (14), divertidas (27%) o cuando se resuelven los conflictos (23%).

Este resultado revela un espíritu contestatario y cuestionador que busca la confrontación como forma de esclarecimiento frente a una situación dada. Del



mismo modo, se refleja cuando la mitad opta como forma de realización el amor y la otra, el trabajo.

Hay una moral alternativa, sustentada en el respeto a los sentimientos y la justicia. La mayoría (73%) sostiene que ante todo deben prevalecer los sentimientos. Al especificar si los sentimientos o los principios son más importantes, la mayoría (68%) opta por los principios y tener audacia para triunfar. De esta manera se perfila un imaginario que fusiona lo social, lo sentimental, pero también el pragmatismo y el soporte ético de los principios para triunfar.

En cuanto a los valores morales de los protagonistas (hombre y mujer), se opta por virtudes o valores alternativos como ser justo, buscar su realización y triunfar. Asimismo, a la mayoría (86%) le satisface que el bien sea premiado y el mal castigado, porque es justo (70%).

Sin embargo, sale a flote una visión realista frente a la situación, pues la mayoría (77%) sostiene que así no sucede en la realidad. Al mismo tiempo se sobrepasa la visión maniquea de buenos y malos, la mayoría del público de este nivel (64%), considera que no hay personas buenas y malas como en las telenovelas.

Pese a ello, si proyectan esta dicotomía en una visión simbólica de la sociedad. Los buenos están representados por el pueblo (55%) y los malos, por los poderosos (36%) y los políticos (18%).

Dicha visión luego se relativiza al afirmar (68%) que el malo puede cambiar y que el bueno ídem (61%). Se perfila un sentido humanista. La mitad señala que los malos tienen derecho al perdón, mientras que el resto dice que depende de la situación. En resumidas cuentas, si hay una actitud humanista y de tolerancia, pues ninguna persona niega el perdón.

## 2.-VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENOVELA

Por ser este tipo de auditorio el que casi en su totalidad (95%) prefiere la telenovela brasileña, se puede percibir un perfil moral progresista y alternativo a nivel social (85%) que no entra en contradicción con la aspiración de lograr la felicidad a través del amor, pero un amor más realista como el que propone el referido tipo de telenovela .

Se vislumbra una clase media crítica y esclarecida debido a la crisis económica y los problemas sociales y de violencia que confronta cotidianamente. Este nivel medio empobrecido, se ha despojado de valores tradicionales, arribistas y consumistas. En cambio tiene como proyección la justicia social, básicamente en los sectores de profesionales y estudiantes.

En este sentido la mayoría (68%), opta por valores políticos y sociales como dignidad, justicia y libertad. Más de la mitad (54%), afirma que esos valores infunde la TLN brasileña.

En cuanto a la proyección individual sobre la felicidad a través de un amor más realista que presenta la telenovela brasileña también se registra una proyección. Más de la mitad (52%) en tono de broma manifiesta que aspira vivir un romance como el de los protagonistas. En la misma línea, la mitad quisiera tener un galán, como el de la telenovela.

Como este sector prefiere mayoritariamente la telenovela brasileña, más de la mitad considera (52%) que las parejas son reales. Sin embargo, un ínfimo porcentaje reconoce que le suceden (23%) situaciones románticas como en la TLN.

La mayoría de mujeres de este nivel (86%) permite un desliz a sus personajes casados o comprometidos, para que suceda dicha situación, no es

necesario que exista una justificación moral; sino que esté de acuerdo a la lógica con que se desencadenan las situaciones (83%)

Hay un código moral de tolerancia, ya que la mayoría (41%) - frente al rechazo (23%) o la indiferencia (36%)-, siente comprensión cuando ve escenas de infidelidad femenina; mientras que siente indiferencia en el mismo porcentaje cuando ve escenas de infidelidad masculina .

Sorpresivamente esta tolerancia se acrecienta en la realidad ya que una gran mayoría (85%), expresa una actitud de comprensión hacia los amantes, porque la vida cotidiana les hace experimentar la complejidad de la realidad en las relaciones interpersonales.

Una gran mayoría (90%) afirma que lo más importante en la vida es la realización personal. En este sentido, sólo menos de la mitad (46%) piensa que el matrimonio es lo más importante. Un ínfimo porcentaje (10%) sostiene que todos tienen vocación para ser padres. Sin embargo, contradictoriamente más de la mitad (59%), cree que el matrimonio es para toda la vida.

En cuanto a la pareja, ya no existe aquella figura tradicional pues para el avance o conservación de ésta se plantea la vigencia de valores alternativos como la honestidad, comprensión y comunicación frente a los valores tradicionales de fidelidad, respeto y el ser buenos católicos.

En esta misma línea, la mayoría (86%) afirma que el divorcio es una buena solución cuando ya no existe amor. Sólo una minoría (23%) considera que existe la fidelidad absoluta, mientras que otra minoría (27%) sostiene que no. La mitad (50%) señala que sólo a veces existe la fidelidad absoluta.

Sólo una notoria minoría (12%) considera que la mujer debe llegar virgen al matrimonio y más de la mitad (61%) está de acuerdo con el aborto.

## NIVEL C

### A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

#### 1.-PRESENCIA DE LA TELEVISIÓN

Para una leve mayoría (65%) el televisor adquiere el carácter de imprescindible. Llama la atención que la tercera parte de este auditorio (35%) pueda pasar por alto la necesidad de la televisión, ya que la mitad de ellas ve una alternativa en la radio, mientras que el resto puede prescindir de ambos medios.

La combinación de sala y dormitorio (41%) es la opción de preferencia para ver el televisor. En segundo lugar, la opción de comedor y dormitorio (29.5%) a la par que la de dormitorio (29.%).

En esta combinación de ambientes hay una constante: el dormitorio que por lo general es el de los padres, ambiente que propicia una forma más integradora y dialogante de ver la telenovela.

Por otro lado, esta constante del televisor en el dormitorio asu vez revela otra constante en los hogares peruanos de este nivel socioeconómico. De acuerdo a la observación de campo constatamos que se produce la situación en la cual varias personas comparten una casa debido a la drástica crisis económica y por la migración masiva intensificada por la violencia social.

Otra causa es que muchas mujeres pertenecientes a este nivel trabajan como empleadas domésticas a tiempo completo, condición que les permite acceder a una habitación de servicio y a un televisor por lo general en blanco y negro. Lo más común en este nivel es tener dos televisores (53%). Por lo general, uno a color y otro blanco y negro.

## 2.- FORMAS DE VER

La forma de ver predominante es compartida y dialogante (41%). Hay quienes prefieren ver solas la TLN (35 %), mientras que al resto (24%) le es indiferente. Existe proclividad a la sociabilidad, por esto, si se ve acompañada, a la mayoría (76%) le gusta comentar la telenovela en los comerciales.

Se puede decir que en términos generales existe una forma de recepción mas o menos estable ya que la mayoría (76%) ve sin interrupciones, salvo los comerciales (47%). Una minoría (24%) cambia de canal, sobre todo las más jóvenes. Estas interrupciones no alteran (82%) el seguimiento de la TLN.

Las mujeres de este nivel, siempre tienen que hacer, debido a su triple papel de trabajadoras informales, madres y amas de casa. La falta de acceso a otro tipo de espectáculos y diversiones debido al bajo nivel económico, hace que este público considere a la TLN como una buena distracción por lo que la mayoría (82%) no siente culpa al ver este programa.

Estas razones hacen que la hora de la telenovela sea considerada como el descanso merecido del día. Por eso, sólo una leve mayoría (59%) se conforma con escuchar cuando tiene algo que hacer. El resto (41%), prefiere no hacer nada, porque ver la TLN tranquila es el premio frente a las agobiantes tareas cotidianas.

En este sentido, no se alteran las actividades del día en función del horario de la TLN, pues no existe el interés de hacer coincidir la hora de ver la TLN con otra actividad, por que no existe la culpa que lleva a justificar el hecho de perder tiempo. Por el contrario, la hora de la telenovela es la gratificación merecida del día, al punto que los hijos y los maridos de muchos hogares respetan ese relax de la ama de casa .

Sin embargo, existe el hábito de hacer algún trabajo manual (62%) como tejer, coser. Los mismos que se realizan con naturalidad como actos condicionados

al hecho de ver la TLN. Casi la tercera parte (31%) come mientras ve la telenovela. Un ínfimo porcentaje hace coincidir la telenovela con el hecho de arreglarse o vestirse.

### 3.- PROCESOS DE SELECCIÓN Y MECANISMOS DE IMPLICACIÓN

Los niveles de implicación alcanzan el cien por ciento, ya que hay una fuerte tendencia de identificación y proyección con la matriz melodramática de la telenovela venezolana .

El público de este sector representa la excepción en cuanto a preferencia de tipo de telenovela, ya que en primer lugar, se elige la telenovela venezolana (41%). En segundo lugar (59%), se opta equitativamente entre la mexicana y la brasileña. El argumento de esta preferencia se sustenta en el tratamiento de temas acordes con su realidad (47%), seguido de mejores temas (34%) y finalmente, porque es más emocionante (22%).

Dicha elección se explica por las características especiales que presenta la composición de este sector que inicialmente fue el que dio origen a la economía informal debido a la intensa migración que se registró hacia Lima en los últimos 20 años debido al centralismo que alienta el sueño de la gran capital de oportunidades. Este sector que no es politizado, sino que sueña con el mito de la movilidad social se proyecta con el tipo de telenovela como *Cristal, Esmeralda o Rubí* que presentan una heroína sufrida, o los sempiternos temas del descubrimiento de la identidad, herencias millonarias y el príncipe azul con la cenicienta. Estas historias tópicas están remozadas con barniz de cierta moral audaz y moderna que plantea el escándalo y las reacciones magnificadas como elemento de desfogue en el espectador. Aspecto que coincide con una estética de lo acentuado y que a su vez tiene relación con la explotación del sentimiento frente a la miseria material.

Como el elemento predominante para definir la preferencia por la telenovela venezolana es la identificación con una realidad melodramática, los aspectos sobre los que más se comenta son los personajes (42%) y las tramas de las historias (36%). En consecuencia la mayoría de este auditorio (59%), comenta sobre el personaje como si realmente lo conociera. Es decir se fisiona el nivel de lo cotidiano con lo imaginario.

Siguiendo esta misma línea de implicación, más de la mitad (56%) valora a los personajes de acuerdo a una experiencia vivida o conocida. Asimismo el nivel de proyección es alto, a la mayoría (76%) le molesta que el mal gane terreno.

Se evidencia con mayor nitidez el nivel de implicación cuando una mayoría (79%) refiere que acompaña sus comentarios con manifestaciones enfáticas, las mismas que se producen cuando: se desea que se aclaren los conflictos (45%), que el protagonista supere las dificultades (31%), escenas demasiado absurdas, de extremo sufrimiento para la víctima (24%). La preferencia por que se aclaren los conflictos y se supere las dificultades es la proyección de su situación en el contexto social que se proyecta en lo cotidiano y se impregna de emotividad.

Como el nivel de proyección es alto, más de la mitad (59%), quisiera vivir como vive la protagonista. Asimismo, respecto de las otras clases, un ínfimo porcentaje considera el extremo sufrimiento de la víctima, lo cual demuestra que en su apreciación hay identificación, pues la situación adversa de este sector condiciona que este exceso, no sea percibido como tal dentro de la escala de adversidades y dificultades que les toca afrontar.

#### **4.- USOS SOCIALES**

El auditorio femenino de este sector dada su situación socioeconómica y por tanto, la ausencia de otros referentes institucionales y culturales; ve en la telenovela un medio aparente para aprender a desenvolverse en la realidad. En este sentido, el nivel de apropiación de los usos alcanza el cien por ciento.

Así una ostensible mayoría (88%) usa la telenovela como un medio que enseña a afrontar la vida (70%). En esta misma línea la TLN refuerza los valores morales (71%) y enseña comportamientos (65%) como vestir, comer, hablar, etc.

En menor porcentaje (59%) se considera a la telenovela como un elemento propiciador de amistad. En el mismo porcentaje también se perfila como un medio gratificante en la medida que hace más agradables las tareas del hogar.

Para la mayoría (88%) la TLN sirve como un catalizador que les hace olvidar sus problemas y refuerza los lazos familiares (65%), ya que la experiencia de ver en grupo propicia el diálogo y la reunión de la familia alrededor de la pantalla. Por esto, más de la mitad (47%) suele hablar de sus propios problemas a partir de las escenas que ve.

## **B.- PERFIL IMAGINARIO**

### **1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENOVELA**

Este nivel tiene una visión alternativa y humanista, es decir se respetan los sentimientos, pero estos no se anteponen a ojo cerrado, sino que se fusionan con cierto pragmatismo para afrontar la vida. En esa medida, de cinco alternativas sobre la preferencia de temas, cerca de la mitad (47%) elige los actuales y reales. En segundo lugar, se opta por el descubrimiento de la identidad del protagonista (24%) y finalmente por la realización a través del amor (18%).

Cerca de la mitad (41%) tiene preferencia por las escenas donde se resuelven los conflictos, en segundo lugar las escenas románticas (29%). Se registra una proyección en el deseo que se resuelvan los conflictos, pero a su vez que se



realice el amor. Esta visión anexa lo social, el entorno y el amor como realización en una realidad distinta.

Dicha visión se ve reforzada al elegir en el mismo rango el amor (47%) y el trabajo (47%) como forma de realización del protagonista. Sólo un ínfimo porcentaje (16%) opta por el dinero como camino a la felicidad.

Casi todos (94%) manifiestan que ante todo deben prevalecer los sentimientos, revelando una moral que se sustenta en el sentir y no en otro tipo de interés. Pero a su vez, sale a flote una visión pragmática: más importante que los sentimientos, son los principios y tener audacia para triunfar (64%). Eso enseña la vida cotidiana donde se percibe diariamente el peso de la desigualdad social y cultural. De esta manera se puede ver una moral que fusiona estos aspectos con aquellos de la moral tradicional.

También se percibe una posición alternativa cuando la mayoría señala como valores ideales de los protagonistas (82%) que sean justos, hagan lo que les gusta y triunfar.

Hay una fuerte proyección, a la mayoría (88%) le satisface que el bien sea premiado y que el mal sea castigado, por que es justo (56%). Se registra una visión realista al señalar que no sucede así en la realidad.

Una leve mayoría (59%) cree que las personas son buenas y malas como en las telenovelas y la proyección (de carga positiva) cobra evidencia a nivel de lo social. La mayoría manifiesta que el papel del bueno corresponde al pueblo (45%) y como segunda opción las madres (29%), sectores representados por ellas mismas.

El papel de los malos corresponde a los ricos y poderosos (41%) seguido de los terroristas (24%), ya que la población de este nivel en la vida cotidiana, se enfrenta a esos dos grupos, por el encarecimiento traumático del costo de vida y la

violencia desencadenada por el grupo radical Sendero Luminoso y la represión de las fuerzas armadas.

Más allá de esta proyección de bien y mal en la sociedad, se puede ver cierta relatividad ya que se espresa que el malo y el bueno pueden cambiar. A su vez, hay un matiz humanista (47%), se considera que el malo tiene derecho al perdón; otro sector considera que depende de las circunstancias (35%); sólo un pequeño porcentaje niega el perdón (18%).

## **2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVÉS DE LA TELENOVELA**

En términos generales se puede percibir un perfil alternativo (57%). Asimismo, se observa que la moral general o social está disociada de la individual. Mientras en la primera se manifiesta una tendencia alternativa, la segunda, en ciertos casos, adquiere un matiz conservador.

Así entre tres grupos de valores morales, se perfila una posición alternativa. La mayoría (76%), opta por los sociales: dignidad, justicia y libertad (38%) y humanistas -afectivos: amor, amistad, verdad (38%). Una minoría opta por valores tradicionales: familia, religión y decencia. Más de la mitad (53%) sostiene que esos valores son reafirmados por la telenovela.

Este sector que prefiere las TLNs. venezolanas, en su visión del amor señala que las parejas son cursis (76%). Sin embargo, las encuestadas (70%) admiten que les ocurre o les ha ocurrido situaciones similares, ya que el nivel de identificación en esta esfera del romanticismo es grande pues la única forma de amar que conocen es aquella que existe en la telenovela: el amor melodramático y de sacrificio cuya intensidad reside en la imposibilidad del mismo en la realidad, pero que se cumple con un monto de satisfacción estimable en la pantalla.

En este sentido, sólo algo más de la mitad (56%) desea vivir un romance como el de la telenovela que también tiene su correlato en el deseo de un novio como el que tiene la protagonista (65%). Así el hilo entre el mundo real y el imaginario se hace imperceptible por que cada quien vive su propia telenovela, sobre todo en lo que se refiere a la esfera del amor y lo afectivo.

Más de la mitad permite un desliz a sus personajes, siempre y cuando éste se justifique por una razón moral o afectiva, es decir que la actual pareja haya fracasado en su proyecto y se luche por el verdadero amor de la pareja futura, lo cual revela el alto nivel de identificación al que nos referíamos, pues no existe un juicio más distanciado que opte como razón la lógica de los hechos.

Esta posición toma más certeza cuando se pasa de la ficción a la realidad. En cuanto a la visión moral de la relación amorosa existe una posición conservadora y revanchista así más de la mitad (53%) rechaza a la mujer amante; mientras que la mayoría (70%) lo hace contra el hombre.

Como gran parte de este auditorio de mujeres trabaja en el comercio ambulatorio o en talleres a destajo. más de la mitad (53%) sostiene que es importante la realización personal, pero inmediatamente - como su condición es de mujeres casadas y por tanto, tienen una forma interiorizada de su rol - afirman que lo más importante en la vida es el matrimonio (76%) y que éste es para toda la vida (56%).

Sin embargo, su experiencia les hace reconocer que todos no tienen vocación para ser padres (82%). Asimismo, en cuanto a las características que se eligen para que una pareja perdure, se opta por valores más alternativos. Frente a la fidelidad, respeto y ser católico, se prefiere la honestidad, comprensión y comunicación (88%).

El divorcio se considera una buena solución cuando no hay amor (88%) y más de la mitad (59%) no cree en el mito de la virginidad.

El público femenino de este sector como depende de la presencia del marido, sostiene (77%) que existe la fidelidad absoluta. Al momento de responder se nota la dificultad que hay para admitir que es distinta la realidad. Asimismo, la (65%), comprende a los amantes. El aborto sólo se admite en caso de violación (47%).

## **NIVEL D**

### **A.- FORMAS DE VER Y PROPIACIONES DE USOS**

#### **1.- PRESENCIA DE LA TELEVISIÓN.**

Para la mayoría (69%) el televisor es imprescindible, pero es significativo que un porcentaje estimable (30%) señale como una buena alternativa la radio. Ello porque este auditorio que vive en los pueblos jóvenes es más politizado tiene cierta resistencia al uso de la televisión por considerar a este medio como parametrado. La radio les permite estar informadas y trabajar. Asimismo, en estas poblaciones existen radios locales en las cuales a veces participan las mujeres.

La combinación más común de ubicación del televisor es el llamado cuarto (39%) que es el ambiente principal y en muchos casos único por lo que sirve de sala, cocina y dormitorios. En segundo lugar - por un leve margen- la combinación de sala y dormitorio. Finalmente la combinación de dormitorio y comedor. En estas dos últimas opciones el dormitorio donde se reúne la familia para ver la telenovela es el de los padres.

Lo más común es tener un televisor (46%); en segundo lugar, los que tienen dos (38%) y finalmente, los que tienen tres (16%). De la cantidad de televisores en

general, la mitad de la muestra posee TV en blanco y negro. Cifras que dan a conocer el bajo poder adquisitivo de este sector así como la ubicación, la forma de ver que es grupal.

## 2.- FORMAS DE VER

La disposición de ambientes donde está el televisor propicia una forma de ver grupal y compartida y en términos generales, la permanencia frente a la telenovela es estable, ya que las mujeres de este sector ven en este programa el descanso merecido del día, por lo que preparan todo el ambiente para no ser perturbadas en esa hora clave. Incluso muchas madres han hecho entender a sus hijos y maridos que no deben interrumpirlas en ese momento.

La mayoría de mujeres de este nivel socioeconómico prefieren ver las telenovelas acompañadas (46%), en segundo lugar se ubican las que gustan disfrutar de la telenovela solas (38%). Finalmente, una minoría a la cual le es indiferente (16%) cualquiera de las dos modalidades mencionadas.

La forma predominante de ver la TLN (46%), es estable ya que el mismo porcentaje de público (46%) interrumpe la percepción de la telenovela sólo en los comerciales. Una notoria minoría (8%), cambia de canal.

Esta forma estable de ver se conjuga con una cotidianidad en la cual la hora de la telenovela es esperada por la familia que se prepara para el momento gratificante de distracción merecida. Es un alto a la rutina y problemas diarios, es la hora de ingresar a una vida imaginaria que es "vívida" cada día a la misma hora.

La mayoría (77%) logra un seguimiento de la historia, pese a que la estructura narrativa de la telenovela brasileña es más complicada que de la mexicana o venezolana. Aparte de la complejidad de situaciones, personajes y diálogos.

Esto se debe a que este sector de mujeres que viven en los pueblos jóvenes (cordones de miseria), al enfrentarse a la realidad y participar socialmente en las organizaciones vecinales, adquieren un nivel de información e independencia que supera a las del nivel C. que tienen formas de vida más individualistas y conservadoras.

En este sentido su forma de ver es algo distanciada ya que sólo una minoría (38%) manifiesta que se introduce en la historia. Ello por que el sentido de la realidad es tan contundente que abre otras posibilidades gratificantes y de realización - como lograr la organización de guarderías, casas cuna y cocinas populares - que la ilusión del deseo cumplido en la ficción.

Como el televisor casi siempre está en el área principal y se ve en familia, se registra una tendencia a variar los horarios cotidianos en función de la telenovela. Pero, cuando se tiene que hacer alguna tarea necesaria, la mayoría se conforma con escuchar (62%).

La ubicación topográfica del televisor y la forma de compartir de este tipo de familia; generan una forma "de ver sin ver". La misma que se confirma cuando la mayoría (62%) afirma que realiza un trabajo manual mientras ve la TLN como un hecho natural anexo a la acción de ver el televisor, mas no como una justificación frente a la valoración de perder el tiempo con un programa que en algunos sectores se considera vanal.

Por esto, la mayoría (77%) sostiene que no experimenta culpa cuando ve telenovelas. La forma de ver grupal y dialogante también queda confirmada, ya que a más de la mitad de este auditorio (55%) le gusta comentar mientras ve su TLN favorita..

### 3.- PROCESOS DE SELECCIÓN Y DE IMPLICACIÓN

En términos generales hay un nivel de implicación del cien por ciento de acuerdo a las variables por proyección o identificación. La mayoría prefiere la TLN brasileña (54%); en segundo lugar, la venezolana (38%) y en último lugar la mexicana (8%). La razón fundamental de esta preferencia es que la TLN brasileña se relaciona más con su realidad (77%).

Se registra una forma de lectuta que evidencia un nivel de implicación. A la mitad le gusta comentar sobre la trama de la telenovela, ocupan un segundo lugar (35%) los comentarios sobre los personajes. Una minoría (15%) habla sobre la actuación de los artistas aspecto que implica un nivel de lectura mas distanciado.

Siguiendo en esta línea, la mayoría (62%) valora a los personajes de acuerdo a experiencias vividas o conocidas borrando la brumosa división entre lo cotidiano y lo imaginario.

Existe un alto nivel de proyección ya que a la mayoría (77%), le molesta que el mal gane terreno. Asimismo, el cien por ciento se solidariza con la víctima y la mayoría (67%) acompaña sus comentarios con otro tipo de manifestaciones expresivas .

Dichas manifestaciones se producen cuando las escenas de sufrimiento para la víctima son excesivas (55%). Este nivel que virtualmente es el que más se debería proyectar con la víctima sin sentir el exceso, reacciona contra éste por que su formación más real y social le permite ver la telenovela con cierto nivel crítico.

El alto nivel de implicación queda confirmado ya que se menta sobre los personajes como si efectivamente se les conociera (75%)

#### 4.- USOS SOCIALES

Este sector que está relegado al acceso a otros bienes culturales, no considera la telenovela como un subproducto. Su valoración está exenta de la carga peyorativa endilgada al género por lo que no existe culpa de perder el tiempo en una vanalidad. En consecuencia, las apropiaciones de usos que este universo de mujeres se asigna a la telenovela, registra el cien por ciento.

Cuando aparece la telenovela en la pantalla, la escuela de la vida abre sus puertas. Así, una gran mayoría (92%), afirma que la TLN le enseña a enfrentar diversas situaciones que se presentan en la vida. También es como un decálogo moral, pues la mayoría (85%) manifiesta que los valores que se difunden a través de los personajes, refuerzan los suyos también se aprende (77%) otro tipo de comportamientos como vestirse, hablar, comer, etc.

El comentario sobre los personajes de la telenovela del momento se convierte en tema frecuente de conversación, al punto de generarse amistades (62%) a partir de hacer comentarios sobre las TLNs. En este sentido, casi todas (92%), consideran a la telenovela como un producto que propicia la comunicación.

Otro de los usos fundamentales de la TLN. es que sirve como catalizador: la gran mayoría (92%) olvida sus problemas y preocupaciones. Asimismo, las tareas se hacen más agradables viendo TLNs (54%).

Como la forma de ver en este nivel es grupal y dialogante compartida, la hora de la TLN, se torna como un elemento que refuerza los lazos familiares (82%). Sirve además como elemento que propicia la confianza, por que discuten sus propios problemas a partir de escenas análogas que ve (58%).



## B.- PERFIL IMAGINARIO

### I.- VISIÓN EXISTENCIAL A TRAVÉS DE LA TELENOVELA

Se aprecia un perfil donde se fusionan elementos que ponderan el amor, el sentimiento, una sensibilidad social frente a la realidad y pragmatismo para afrontarla. Los valores morales están guiados hacia un horizonte alternativo que está alejado de los valores tradicionales. En cuanto a la visión sobre el hombre y la mujer, se opta por la libertad y la concreción de su realización. Sin embargo, se nota cierto matiz conservador al referirse a la imagen de la mujer. En términos generales predomina una visión realista y humanista sobre la vida.

En este sentido, los temas preferidos son los románticos (38%) y los sociales (38%). Se fusiona una visión que sueña como realización el amor a través del matrimonio. Sin embargo, no es recurso escapista de la realidad como siempre se ha señalado, sino que hay una sensibilidad emergente que fusiona los dos aspectos como formas de lograr la felicidad.

En consecuencia, las escenas que más gustan son las románticas (54%) y aquellas donde se resuelven los conflictos (31%). También la mayoría (62%) prefiere que la protagonista se realice a través del amor; mientras que el resto (38%), opta por el trabajo. Nadie, plantea el dinero como posibilidad de realización.

Lo anterior revela una moral y una visión de la vida sustentada en la afectividad, en el sentir, más que en el tener o el triunfo personal. Consecuentemente, la mayoría (92%) manifiesta que ante todo deben prevalecer los sentimientos.

Sin embargo, si se coloca en la disyuntiva de decidir entre los sentimientos frente a los principios y audacia para triunfar, se opta por la segunda alternativa

(61%). esto quiere decir, que el aspecto afectivo es importante, pero el pragmatismo también.

Este nuevo tipo de visión que fusiona lo afectivo con lo social y lo pragmático conlleva la asunción de valores morales alternativos. Como valores preferentes para el protagonista, se considera (85%) ser justo, pragmático hacer lo que le gusta y triunfar, frente a otros más conservadores. En el caso de la protagonista mujer, se sigue el mismo patrón, sin embargo se registra un descenso porcentual (77%). Esto nos hace constatar que frente a la visión del modelo de mujer, aún prevalecen ciertos valores más tradicionales como un atributo cuasi natural como ser católica, virtuosa y abnegada.

El alto nivel de proyección, empata con una visión realista de la situación que les rodea. En este sentido, a la mayoría (92%) le satisface que el mal sea castigado y el bien premiado, porque se considera justo (75%). Al mismo tiempo se manifiesta (69%) que esto no sucede así en la realidad, ya que la gente no es buena y mala como en las telenovelas.

Como el nivel de proyección es alto, al momento de elegir la representación de los buenos en la sociedad, el pueblo es el grupo indicado (62%). Los malos se representan así: políticos (31%), terroristas (23%), narcotraficantes (23%) y poderosos (23%).

Hay una visión de relatividad sobre la vida, al manifestar que tanto el malo como el bueno pueden cambiar (92%) y un toque humanista al señalar que los malos tienen derecho al perdón (62%).

## 2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVÉS DE LA TELENOVELA

Se registra un perfil que fusiona la justicia social y la realización del amor como cuestiones fundamentales en la vida. La forma de amar obedece al modelo romántico y melodramático que se sustenta en la posesión de la persona, pues la mayoría rechaza la infidelidad ya sea en el nivel real o imaginario. Esta visión tradicional con matices alternativos se explica por dos razones. En primer lugar las mujeres de este nivel que tienen cierto nivel de esclarecimiento político y social a un nivel de discurso consciente optan por formas de vida más alternativas o progresistas, sin embargo, su situación de mujeres casadas hace que defiendan su posición y la conservación de su familia. Por otro lado, algunos matices alternativos, se expresan en función de la experiencia cotidiana: como sostener que más importante que la fidelidad es la comprensión y comunicación o que todos no tienen vocación de ser padres o que el divorcio es una buena solución cuando ya no existe amor.

En cuanto a la visión de pareja se considera que las de la telenovela son cursis (54%). Pero como el nivel de identificación en este aspecto es alto, la mayoría (67%) confiesa que así le sucede con su pareja en la realidad. Ello porque la forma de amar obedece a la imagen romántica planteada por la matriz melodramática. Forma que hace invisible el hilo entre realidad e imaginario, más aún en estos sectores donde la insatisfacción de diversos aspectos conduce a la exacerbación de la ilusión del romance, que al darse, es vivido como la heroína de la TLN.

La identificación con la protagonista es alta. La mayoría (85%) desea un romance como el de la TLN. El mismo porcentaje también quiere vivir como la protagonista, mientras que un porcentaje menor (69%) desea tener un galán como el protagonista.

Más de la mitad permite un desliz (54%) a sus protagonistas casados o comprometidos. Sorprendentemente, este desliz se admite (60%), no por una

justificación moral, sino de acuerdo a la lógica de lo que sucede. Este tipo de apreciación revela un nivel de lectura sobre la sintaxis de la TLN y una valoración que está más anexada al sentido pragmático, a la lógica de la vida.

Pero cuando entra en juego la proyección sobre los personajes, su valoración moral sobre la pareja, se torna conservadora. La mayoría (69%) rechaza las escenas de infidelidad femenina como la masculina, por que en su condición de casadas, protegen la conservación de su familia y el marido. En esta medida, cuando se instalan en el terreno de la realidad, la mayoría (69%) rechaza a los amantes.

Más de la mitad (54%) considera que el objetivo en la vida es la realización personal y no el matrimonio, pero ( como son casadas) inmediatamente afirman que el matrimonio es lo más importante en la vida (85%). Esto se explica como una forma de dar sentido a su existencia. Por ello, además sostienen que el matrimonio es para siempre (62%).

La experiencia de vida les hace afirmar que no todos tienen vocación de ser padres (85%) y que los valores que pueden hacer perdurar una pareja más que la tradicional fidelidad tienen que ver con la comprensión y la comunicación (92%). Asimismo, todo el auditorio sostiene que el divorcio es una buena solución cuando en la pareja ya no existe amor. Finalmente (entre tres alternativas), la mayoría censura el aborto (46%), este recurso, es aceptado sólo en caso de violación (39%); mientras que la minoría (15%) lo rechaza.

<sup>1</sup> Véase Segunda Parte, III Imaginario y telenovela latinoamericana, P.156 y ss.

### **III.- PERFIL GENERAL DEL IMAGINARIO MEXICANO**

#### **A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS**

##### **I.- PRESENCIA DE LA TELEVISIÓN**

La televisión tiene el carácter de medio imprescindible esencialmente para el nivel A. En los otros niveles, la radio puede ser una alternativa, sobre todo para las mujeres jóvenes, quienes dicen estar más informadas acerca de las novedades musicales y otras actividades de diversión juvenil.

Para las televidentes del nivel A, no existe la alternativa de la radio, si tienen que prescindir del televisor, simplemente recurren a otro tipo de pasatiempo. Ello condicionado por su situación económica que les permite tener acceso a otro tipo de espectáculos o diversiones.

Este mismo nivel presenta un rasgo muy especial en la combinación de ambientes que ocupa la televisión, ya que su correspondiente peruano no registra este rasgo. Es la inclusión de la cocina (78%) como espacio donde se puede ver la televisión. Ello se debe a la presencia constante e ineludible de la mujer mexicana en la cocina. Aún si hay personal de servicio, su supervisión es constante. Asimismo, tiene relación con la inclusión del desayunador, ambiente integrado o contiguo a la cocina. Nombre de este ambiente que revela la importancia del desayuno en la cultura mexicana que adquiere el rango de ritual cotidiano anexo a la unión familiar, a compartir la amistad, al trabajo o los negocios.

En este nivel como existe la disposición de espacios y aparatos para cada miembro de la familia, se perfila una forma de ver individualista que tiende a la incomunicación. Asimismo, se ve la telenovela con cierto distanciamiento e indiferencia, porque en el fondo la consideran inverosímil. De manera que no se registra un nivel de implicación.

En los niveles B (50%) y C (66%), la combinación más común es la de la sala o estancia y el dormitorio. En esta alternativa siempre el televisor ocupa un lugar desde el cual se puede ver comiendo. Lo que diferencia a estos dos niveles socioeconómicos es la capacidad adquisitiva del B que le posibilita tener acceso a tres aparatos. Situación que propicia una forma de ver más cerrada e individualista, ya que cada miembro de la familia se recluye en su dormitorio a ver su programa favorito.

En cambio como en el nivel C el número de televisores por familia son dos hay una tendencia mayor a compartir. En casi la mitad de hogares uno de los televisores es en blanco y negro, ello ocasiona que la familia se concentre frente al de colores, mientras el blanco y negro - que por lo general está en el dormitorio de los hijos o los padres - queda como último recurso para un televidente solitario que no está de acuerdo con la preferencia de la mayoría.

En los hogares del nivel D, la presencia del cuarto, ambiente único, propicia una forma de ver más compartida y dialogante entre los miembros de la familia, ya que lo más común es tener un televisor.

En general se puede establecer que a más ambientes y televisores corresponde una forma de ver menos compartida.

## **1.- FORMAS DE VER**

A la mayoría de mujeres de todos los niveles les es indiferente ver la telenovela solas o acompañadas. Los niveles A y B (promedio 56%) presentan una especial forma de ver, ya que estos auditorios manipulan constantemente la televisión con autonomía, al punto de establecer una nueva forma de ver que omite los comerciales, es decir una percepción simultánea de dos programas al

mismo tiempo: dos telenovelas, la telenovela y una película o el noticiero. Los niveles C y D interrumpen en los comerciales para hacer algo (promedio 65%).

Pese a este tipo de interrupciones, para una gran mayoría (97%) hay seguimiento de la historia, ya que la telenovela mexicana y venezolana por lo general tratan temas tópicos que no implican complejidad ni en contenido, personajes o recursos narrativos. Sólo se trata de una historia lineal que va del desconocimiento al conocimiento de algo que ha causado una injusta situación contra la víctima. En esta medida la lectura de intercapítulos o escenas no perjudica la comprensión de la historia de la cual ya se conoce el final. Este fórmula es la que se repite desde *El Derecho de Nacer* hasta la popular *Mari Mar*. Las excepciones son raras como la clásica *Cuna de Lobos* que en historia, personajes y recursos narrativos marcó un hito en la historia de la telenovela mexicana.

El auditorio de los niveles A y B (promedio 71%) señalan que no modifican el horario de sus actividades en función de la telenovela. En el primer caso por que hay mayor disponibilidad de tiempo para el ocio y en el caso del nivel B por que asume como algo natural realizar sus actividades mientras ve telenovelas.

En los niveles C y D (promedio 62%) las mujeres, modifican el horario de sus actividades. Dado su doble rol de amas de casa, madres y a veces triple (trabajadoras del hogar) tienen que ingeniárselas para adelantar la hora de la comida o la cena, pues ellas tienen que atender al marido y a los hijos. Después dejar todo limpio y ordenado para ver "tranquilas" su telenovela, es decir muchas veces planchando.

Las mujeres de los niveles A C y D se conforman (promedio 67%) con escuchar si tienen algo que hacer, en cambio las del nivel B (81%), se les hace natural ver la telenovela haciendo otra cosa ya sea , comer o estudiar.



En cuanto a las actividades paralelas que se efectúan en el momento de ver la telenovela se perfilan dos actividades significativas. De cuatro alternativas, el auditorio de los niveles A y B acostumbra ver telenovelas comiendo (promedio 58%); mientras que en los niveles C y D hacen trabajos manuales (promedio 55%). Asimismo se puede anotar que un porcentaje de la audiencia del nivel A sencillamente no hace nada (28%), mientras que el resto se dedica a tareas de arreglo personal.

De ello se puede establecer que a mayor nivel social las actividades paralelas que se efectúan viendo la telenovela son satisfactorias y gratificantes; mientras que a menor nivel social son actividades relacionadas a los quehaceres del hogar.

La mayoría de todos los niveles (promedio 70%) conversan cuando ven telenovelas. En términos generales existe una inercia al comentario que se retrae cuando existe cierto indicio de comprometer la vida personal o privada. (véase en la próxima variable).

Un alto porcentaje en los niveles A B Y C manifiesta no introducirse en la historia (promedio 89%). Sin embargo, luego con las variables de implicación y visión existencial y valores morales a través de la TLN, confirmamos lo contrario. Sobre todo en los niveles B y C, lo cual revela que hay cierto recato o vergüenza de admitir que se implican con la historia de las telenovelas.

En cambio las mujeres del nivel D, admiten que se introducen en la historia sin ningún problema, por que no tienen el prejuicio de que este género es un subproducto, al contrario valoran la TLN en la medida de los usos que le asignan y por que además es una distracción gratuita a la cual tienen acceso todos los días.

En este sentido, estas mujeres de este auditorio, no sienten culpa de ver telenovelas (62%), por que además ven dicha hora como la merecida recompensa por la dura jornada diaria. Las del nivel A también están exentas de culpa (82%), sin embargo el motivo es distinto. Estas mujeres no viven presionadas por la economía del tiempo y además tienen acceso a otro tipo de diversiones que no las convierte en un auditorio dependiente de la TLN. Si la ven bien, sino también.

### 3- PROCESOS DE SELECCIÓN Y DE IMPLICACIÓN

En términos generales se puede decir que existe identificación con la telenovela mexicana porque su esquema se ajusta a la matriz melodramática que ha ido mediando en una serie de productos masivos como el cine o el bolero. Sin embargo, esta implicación que determina la elección se comprueba en los niveles más bajos ( C y D) en los cuales el intercambio entre lo imaginario y la realidad es más intenso, hasta fusionarse la historia de la TLN con la cotidianidad de este tipo de familias. Intercambio que se da en menor escala en los niveles A y B y que disminuye aún más por el prejuicio de admitir dicha situación y por que existe un recelo de implicarse cuando este intercambio toca su vida personal o privada.

Asimismo, también se puede entrever cierta ambivalencia por que se prefiere la telenovela mexicana, pero a su vez la exacerbación melodramática hace que se consuma este producto de una manera distanciada, donde se pierde el hilo de la ingenuidad que conecta con la identificación y proyección.

La mayoría (83%) de los cuatro niveles prefiere la TLN mexicana por que tiene mejores historias (A y C, de cuatro alternativas, promedio 45%) y por que se relaciona con su realidad (B y D, promedio 61%). Las historias que trata la telenovela mexicana en general giran en torno a tres temas tópicos: descubrimiento de la identidad, las herencias millonarias y el mito de la cenicienta y el príncipe azul que logran la felicidad a través del matrimonio tradicional.

Paralelamente, la visión predominante es el amor de sacrificio por lo que la víctima o heroína de la historia es el vivo monumento a la abnegación y el sufrimiento. Dichas historias provocan identificación y se relacionan con su realidad, por que la matriz melodramática ha hecho interiorizar a las mujeres el rol de sufrimiento en el amor. (Véase Segunda Parte: Momentos sociopolíticos y expresiones culturales masivas). Sin embargo, hay cierto tipo de auditorio, sobre todo las jóvenes que dan un salto y ven este tipo de telenovela reconociendo su maniqueísmo.

Las mujeres del nivel A manifiestan que no les incomoda que el mal gane terreno (54%), debido a su forma indiferente y distanciada de ver, incluso muchas jóvenes ven la TLN disfrutándola como producto *Kitch* (producto cultural que en la acentuación de su apariencia raya en la estridencia. La regla que define el *kitch* es el mayor efecto al menor costo). Es decir se rompe el nexo de ingenuidad y se disfruta en un nivel algo sofisticado produciéndose el fenómeno *camp* (disfrute del producto *kitch*). En cambio, el auditorio de los niveles B, C y D ( promedio 88%) si le inquieta que el mal gane terreno.

La forma distanciada de ver la telenovela expresada por el auditorio del nivel A, luego entra en contradicción pues su respuesta sobre la lectura del género revela cierto nivel de implicación, lo mismo que los niveles C y D. De tres alternativas, el auditorio del nivel A(38%) y C (45%) señalan que sus comentarios se refieren a los personajes, situación que delata cierto nivel de implicación que contrasta con una forma más elaborada de ver tal como ocurre con las televidentes del nivel B (50%) que hablan sobre la actuación, mientras que en el nivel D (74%) los comentarios se dirigen sobre la trama de la telenovela.

En todos los niveles, se acompañan los comentarios con otro tipo de manifestaciones expresivas (promedio 73%). La mayoría (niveles A,C y D) refiere que estas se producen cuando ven escenas absurdas de extremo sufrimiento para

la víctima. Sólo el nivel B tiene un motivo diferente: cuando se desea que la protagonista supere las dificultades.

Como se puede ver pese a existir una preferencia por la telenovela mexicana el nivel de implicación tiene una esencia contradictoria pues las reacciones y manifestaciones expresivas no se producen por identificación o proyección, sino por rechazo a los extremos sufrimientos de la víctima.

Los niveles más altos (A y B) no valoran situaciones de acuerdo a experiencias propias o conocidas (promedio 60.5%), ni tampoco hablan de los personajes como si realmente los conocieran (promedio 74.5%); pese a que en ambos niveles a las mujeres les gusta comentar. En este sentido concluimos que existe celo en aceptar dos situaciones. Por un lado que existe un mundo imaginario en ellas que las hace ingresar al universo de la telenovela y por otra, cuando los comentarios van a tocar su privacidad, sale a flote la muralla china.

En contraposición, en los niveles más bajos C y D un alto porcentaje (promedio 84.5%) si valora las situaciones de acuerdo a experiencias vividas y conocidas, incluso en el mismo momento de la escena se dice con toda naturalidad "igual me pasó o le pasó a fulana". Asimismo, se habla con mucha familiaridad sobre los personajes de la TLN, como si fueran amigos o conocidos (promedio 70.5%).

Este grado de implicación, se hace extensivo al nivel B (75%), ya que la mayoría de los tres niveles (C, D) desean (promedio 77%) vivir como la protagonista. Nuevamente el nivel A se excluye de esta identificación. Este auditorio confiesa tener una forma de ver como si estuviera por encima de todo eso.

En este sentido podemos concluir que a menor nivel social mayor implicación que se relaciona con una identificación contradictoria.

#### 4- USOS SOCIALES

Los auditorios de los sectores C y D en el proceso de percepción de la telenovela, operan un significativo nivel de apropiaciones de usos que llega al cien por ciento; mientras que en el nivel B llega casi al cincuenta por ciento (44%) es menor. En el sector A este mecanismo registra un ínfimo índice (22%).

Así para los niveles B,C y D (promedio 60%) la telenovela mexicana enseña a afrontar la vida. El nivel A se excluye de este aprendizaje (33%), pues tiene acceso a otros medios para este fin y se reprime de admitir dicha situación porque a la siguiente pregunta entra en contradicción. .

Para los niveles A (62%), C (60%) y D (60%) la telenovela reafirma los valores morales . El nivel B se mantiene al margen.

Se puede establecer que en los niveles A y B existe una actitud ambivalente frente a la telenovela por un lado se sostiene que refuerza los valores morales, pero por otro se niega que pueda enseñar a afrontar la vida.

En cambio en los niveles más bajos C y D se puede establecer una constante. La apropiación de usos de estos auditorios se registra en los siguientes aspectos: se aprende comportamientos (promedio 59%). Se generan vínculos y amistades a partir de ver y comentar las TLNs. (promedio 61.5%). se refuerzan los lazos familiares (promedio 78%) y se propicia el diálogo (promedio 92%).

En otro tipo de usos el nivel B, también participa: La telenovela hace más agradables las tareas (promedio 67%) y permite discutir los problemas personales (promedio 74%).

El único uso en el cual las espectadoras del nivel A se incluyen es que la telenovela constituye un catalizador gratificante que hace olvidar las preocupaciones y problemas (promedio 66%). Respuesta que revela una forma de ver distanciada, ya que no hay identificación ni proyección admitidas es una diversión y punto.

Como se puede ver a mayor nivel socioeconómico, mayor apropiación de usos de la TLN. Ello por que en los niveles A y B existe un prejuicio de considerar a la TLN como un subproducto. Asimismo, estos niveles tienen la posibilidad de poder acceder a otro tipo de diversiones o entretenimientos

En este sentido se puede establecer lo siguiente: a menor nivel socioeconómico, mayor apropiación de usos de la telenovela y a mayor nivel socioeconómico más prejuicio de considerar a la telenovela como un producto cultural del cual se puede aprender

## **B.-PERFIL IMAGINARIO MEXICANO**

### **1- VISION EXISTENCIAL A TRAVÉS DE LA TELENOVELA**

Se registra una constante en una serie de variables que hacen vislumbrar un perfil parejo que puede abarcar a las mujeres de los distintos niveles. El perfil se cimenta sobre el tradicionalismo que encumbra como ideales máximos de realización el matrimonio y la familia. El predominio de los sentimientos como eje condutor de la vida es otro factor de importancia. Existe una cierta aspiración general de ser modernos anexado a la idea de éxito. Hay una visión maniquea sobre las personas, éstas son buenas o malas como en las telenovelas. También se observa un elemento contemporizador o mediatizador que evade la confrontación y que en consecuencia, encuentra satisfacción cuando se resuelven los conflictos.

El imaginario del nivel D es el que pone el toque de diferencia. Su proyección hacia la sociedad, dado el lugar marginal que ocupan en diversos aspectos. Las mujeres de este sector son las únicas que proyectan la imagen de los buenos con el pueblo y los pobres y a los malos con los poderosos y ricos.

El amor como camino hacia la felicidad y la realización representa el mito deseado por los auditorios de las diversas clases sociales (promedio 67%). Dicho mito se relaciona con la asignación de roles interiorizado en este tipo de sociedad machista y conservadora. La vida no tiene sentido para un hombre ni para una mujer si a cierta edad no se han casado o han tenido hijos, ya que ese es el único modelo que se ofrece como fórmula natural y normal de vida, quien se escapa de ello, es visto como ser extraño y marginado.

En este sentido la preeminencia del factor sentimental es el centro que conduce la vida de todas, dicha forma de ser está más interiorizada en los niveles más bajos. Si bien todas sostienen que ante todo deben prevalecer los sentimientos (promedio 62%), si se anteponen los principios y la audacia, las clases A y B optan por esta segunda alternativa (promedio 67%). Los niveles B y C persisten en los sentimientos (promedio 78%).

Todas las mujeres sienten solidaridad por la víctima ya que se proyectan en ella esperando secretamente la reversión de la situación que las somete. Los más altos porcentajes obviamente se registran en las mujeres de los niveles C y D, (promedio 97.5%) quienes más que las otras sienten la doble marginación por su condición de marginalidad social y por estar sometidas al machismo de los hombres.

Como hay una visión maniquea de la realidad a todas les satisface (promedio 95%) que el bien sea premiado y el mal castigado, la diferencia se presenta en la proyección de estas dos fuerzas en la sociedad. Por un lado los

auditorios de los niveles A B y C señalan que los buenos en la sociedad son los justos, mientras que las mujeres del nivel D, indican que el pueblo y los pobres.

Tal vez donde se registra más la diferencia es cuando se representan a los malos en la sociedad. El nivel A (50%) señala a los terroristas (proyección inversa de carga negativa: como yo no reconozco que puedo causar daño, atribuyo esta característica al otro). B (50%) y C (38%) sindicán a los políticos; mientras que el nivel D (32%) señala a los poderosos y ricos.

En lo que todos los niveles están de acuerdo es en sostener que el bien debe ser premiado y el mal castigado por que es justo (promedio 80%). Si vemos que las proyecciones no son las mismas, obviamente hay distintos intereses y posiciones, pero estos se diluyen al recurrir a las mismas respuestas cuando esencialmente se pueden estar refiriendo a lo contrario. Situación que revela un doble discurso que produce contradicciones.

Así por ejemplo al preguntar si se hace justicia en la realidad las mujeres del nivel A (46%) señalan que sí y contradictoriamente las del nivel D (48%) también, pero ambas respuestas tienen esencialmente sentidos opuestos. Para el auditorio del nivel A que tiene una posición de privilegio en la sociedad, obviamente se hace justicia, para el auditorio del nivel D que vive la marginación debería ser *no se hace justicia*.

Sin embargo, las mujeres del nivel D en la visión y el imaginario que interiorizan de la telenovela: tarde o temprano el bueno será premiado y el malo castigado. Entonces, en el sentido de la reversión de la situación y de la realidad: quien siembra vientos, cosecha tempestades. Los niveles intermedios B y C significativamente dan una respuesta intermedia a veces se hace justicia en la realidad (promedio 58%).



En cuanto al arquetipo de persona, en la piel de sus protagonistas, se elige (promedio 78%) aquellos que tienen características alternativas como ser justos, hacer lo que les gusta y triunfar. El elemento del triunfo resulta sugestivo ya que se anexa a un elemento del ser moderno.

Finalmente, hay una visión relativista que se relaciona con un sentimiento religioso de redención (como vimos en la preferencia de valores) al considerar que las personas pueden cambiar, la misma que coincide con la visión maniquea de buenos y malos. En todos los niveles (promedio 85%) se considera que una persona mala puede cambiar o viceversa (promedio 85%). Asimismo, se sostiene que los malos tienen derecho al perdón. Esta visión humanista y relativa sobre el individuo más obedece a un sentimiento religioso que a una visión alternativa como se podrá comprobar en el siguiente acápite.

## **2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENOVELA**

Hay una tendencia conservadora y tradicional. Los niveles A (50%), B(62%) y C (56%) manifiestan que en la vida ante todo se deben respetar los sentimientos, la familia, religión y moral. El nivel D (38%), opta por la dignidad, justicia y libertad. Cabe señalar que la otra mitad del nivel A se identifica con los valores humanistas como el amor, la amistad y la verdad

En este sentido, podemos establecer que las mujeres del nivel D presentan un perfil alternativo en cuanto a su posición frente a la sociedad, por que en este sector priman los mecanismos de proyección con la víctima, por que profundamente ellas también quieren revertir su situación de sometimiento y marginación social. Sin embargo, esta apertura se constriñe cuando la proyección toca la esfera de la vida privada, la moral o la pareja.

A un nivel consciente todos los sectores coinciden al calificar de cursis a las parejas de las telenovelas (promedio 64%). Sin embargo, el nivel de identificación saca a luz la forma cómo se ama. Así el auditorio de los niveles A y B (promedio 71%, de tres alternativas) manifiesta que ellas no viven el amor como los protagonistas de la TLN. En cambio, en los niveles C y D (de tres alternativas, promedio 50%) la mayoría sostiene que así le sucede con su pareja.

En esta misma línea, la mayoría (71%) de los niveles B (63%) C (66%) y D (86%) desean vivir un romance como el de la TLN.; mientras que más de la mitad del nivel A (52%) no tiene esa ilusión. En esta ocasión vemos que el deseo de identificarse con la forma de amor de la pareja de la TLN genera una relación. El grado de identificación se va acrecentando progresivamente conforme se desciende de nivel social.

De acuerdo a lo expuesto podemos establecer que a menor nivel social predominan los mecanismos de proyección sobre la víctima de la telenovela en cuanto se aspira revertir la situación de sometimiento lo cual tiene proyección en el campo social. Pero, priman los mecanismos de identificación en cuanto a la esfera afectiva y romántica de la protagonista.

Asimismo, a la mayoría de los niveles B C y D les gustaría (promedio 72%) tener un novio como el de la protagonista, mientras que a las del nivel A no le interesa. Ello nos permite señalar: A mayor nivel social menor identificación con la vida amorosa de la protagonista y menor el grado de proyección con la víctima.

Las mujeres de todos los niveles, permiten un desliz a sus personajes casados o comprometidos. Las razones son distintas. Para la mayoría de los niveles B C y D (promedio 68%) dicha situación se justifica por que existe amor en la pareja futura. En cambio para el nivel A, se justifica de acuerdo a la lógica de lo que se ve. Un tipo de lectura que se centra en la decodificación del género

debido a la forma distanciada de ver, excenta de intensidad en intercambio entre el mundo cotidiano y el imaginario.

Por ello, para este nivel, las escenas de infidelidad femenina producen indiferencia. En los sectores B (52%) y C (44%), despiertan comprensión, mientras que para el público del nivel D (48%) genera rechazo. Como vemos en este último sector, se exagera el conservadurismo en cuanto a la moral individual y de pareja.

En el auditorio de los cuatro niveles socioeconómicos se registra un notorio revanchismo ya que la mayoría expresa su rechazo a las escenas de infidelidad masculina (de tres alternativas, promedio 49%).

En cambio, frente a las escenas de infidelidad femenina se expresa una posición variada. Para el nivel A (42%) estas escenas generan una respuesta de indiferencia. Los niveles B( 52%) y C (44%), las comprenden, pero el auditorio del nivel D las rechaza. Nuevamente la mayoría del nivel D (48% de tres alternativas) revela su posición tradicionalista respecto a la mujer.

Pasando a la realidad, se produce cierta coincidencia, los niveles B(75%) C (54%) y D (52%) rechazan a los amantes, mientras que el nivel A (64%), comprende a los amantes como cierto rasgo de liberalismo moderno.

Frente a la necesidad existencial de dar un sentido a la vida la mayoría (promedio 65%) de los niveles A y B señalan como alternativa realizarse en términos personales, ya que las mujeres de estos sectores trabajan o estudian. En contraposición, en los niveles más bajos C (55%) y D (71%), optan por el matrimonio y la familia.

Sin embargo, esta aparente contradicción llega a concordancia en la siguiente pregunta, pues la mayoría de los cuatro niveles (promedio 88%) expresa

que lo más importante es el matrimonio y la familia. También hay consenso al sostener que el matrimonio es para toda la vida (74%).

Esta forma de concebir el amor y el sentido existencial que sólo se justifica a través del matrimonio y los hijos, es muy interiorizada. Sin embargo, la experiencia cotidiana les hace ver otros aspectos que entran en contradicción con lo señalado. Así la mayoría de los cuatro niveles (promedio 71%), considera que todos no tienen vocación para ser padres, reconociendo que la fórmula de la familia para algunos puede funcionar y para otros no. También el matrimonio no es eterno, por que los cuatro niveles manifiestan que el divorcio (promedio 80%) es una buena solución cuando no hay amor.

Finalmente, los cuatro niveles creen que lo esencial para que una pareja se conserve es la existencia de valores alternativos como la comprensión y comunicación, más que la trillada fidelidad absoluta. Por ello la mayoría (A C y D) refiere que la fidelidad absoluta sólo existe a veces; mientras que las mujeres del nivel B no creen que ésta exista.

Respecto a la moral que deben mantener las mujeres más jóvenes, sale a flote el perfil conservador pues todos los niveles consideran que la mujer debe llegar virgen al matrimonio, ya que éste adquiere un valor dentro de la sociedad, el mismo que le permitirá a la mujer acceder a un buen matrimonio que significa ascender de status económico.

En consecuencia, se puede concluir que cuanto más bajo sea el sector social el nivel de proyección hacia la sociedad presenta rasgos alternativos y de subversión; mientras que en lo individual se acrecientan las fuerzas de identificación con la moral conservadora dominante.

En relación a cómo se vive el amor, también predominan las fuerzas de identificación, al punto de hacer imperceptible la frontera entre realidad y ficción

pues el imaginario condiciona amar romántica y melodramáticamente como en la TLN. Esto es, cuanto más se constriñe el campo de la satisfacción individual para disfrutar de los bienes culturales, tanto más se acrecienta el intercambio entre cotidianidad y lo imaginario al punto de vivir como en la TLN, donde este factor sentimental ocupa todo el espacio existencial hasta tocar los bordes de vida o muerte.

## NIVEL A

### A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

#### I.- PRESENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA VIDA COTIDIANA

Casi la totalidad (92%) de este nivel no puede prescindir de la televisión. La presencia de este aparato está completamente asinilida a la vida, ya que la radio no es una alternativa de diversión o de información. El ínfimo público restante (8%), puede prescindir de los dos medios porque tiene otras alternativas de diversión o de acceso a la cultura.

Dos nuevos espacios adquieren importancia para ver la televisión en este nivel, la sala de estar y la cocina. Así la combinación más frecuente es la sala de estar, cocina y dormitorio (38%) de la misma manera que la sala de TV y dormitorio (38%).

La ubicación del televisor en este tipo de hogares, genera cierta proclividad a la forma individualista de ver, ya que cada miembro de la familia dispone de un aparato y de un ambiente para hacerlo. Cada quien prefiere ver la TV. en su dormitorio, sólo se comparte si hay algún acontecimiento especial como un clásico de fútbol, la final de tenis o cuando hay visitas. La presencia de la TV. en la cocina, revela la presencia constante de la mujer mexicana en este ambiente de la casa.

La capacidad adquisitiva que facilita la disposición de ambientes y de televisores - la mayoría (38%) tiene cinco televisores o cuatro (24%) -, propicia esta forma individualista e incommunicada de ver la telenovela.

## 2.- FORMAS DE VER

En general hay una forma de ver distanciada impregnada de cierta indiferencia. Es una distracción, una diversión que se puede disfrutar o dejar de lado. Por tanto, no se perfilan con claridad mecanismos de implicación. Pese a todo esto, llama la atención que a este tipo de público le guste comentar.

Por ello, a la mayoría de este nivel (69%) le es indiferente ver la telenovela acompañada o sola. No hay una disposición marcada frente al ritual de ver la TLN por que no representa algo especial para ellas. Incluso, de acuerdo a la convivencia de observación se nota, que si la ven bien, sino también.

En este sentido, la hora de la telenovela es interrumpida básicamente por que se cambia de canal (62%). Existe la costumbre bastante interiorizada de ver la telenovela y otro programa paralelamente.

Pese a esto, el cien por ciento afirma que hay un seguimiento de la telenovela aún si se dejan de ver algunos capítulos, ello porque existe el conocimiento de la estructura en general y de la sintaxis de cada capítulo.

La mayoría (62%) no modifica el horario de sus actividades en función de la telenovela, pues es un sector que dispone de tiempo para el ocio, entonces no está motivado a organizar sus actividades de acuerdo a una economía del tiempo. Así un significativo porcentaje (28%) no hace nada cuando se dedica a disfrutar su telenovela, mientras el resto se dedica a comer (61%) o a efectuar tareas de arreglo personal (11%).

Como ver la telenovela no representa algo gratificante que despierte sumo interés; la mayoría (62%) se conforma con escucharla si es que tiene que hacer algo.

El cien por ciento ve con distanciamiento la TLN, no se introduce en la historia, pese a ello y a que les es indiferente ver la TLN acompañadas; la mayoría comenta (69%). De acuerdo a la convivencia y observación en este tipo de unidad familiar, el sentido de este rasgo - como obviamente no corresponde a una forma de ver más compartida - obedece a cierta inercia de comentar sucesos externos por comentar, es difícil que se produzca silencios o un tipo de comunicación que comprometa la intimidad personal.

El aire de indiferencia que caracteriza a este tipo de público, hace que pase por alto una valoración a la telenovela por lo que no causa culpa (82%) invertir el tiempo en esta actividad..

### **3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION**

Existe un nivel de implicación de casi el cincuenta por ciento que resulta significativo, ya que de acuerdo a las variables se encuentra una actitud muy dual que de acuerdo a la observación cobra sentido: existe una forma de ver indiferente que adquiere matices de una lectura implicada, por que hay cierta disposición al comentario.

Casi el total del auditorio (92%), prefiere la telenovela mexicana porque se considera que tiene mejores historias (46%) y porque se relaciona más con su realidad (38%).

La forma individualista y distanciada de ver, entra en contradicción con los aspectos de apreciación que denotan implicación, ya que se prefiere comentar sobre los personajes (38%) y la trama de la historia (37%), más que sobre la actuación que revela una forma de ver más elaborada. Entonces vemos que el distanciamiento más obedece a cierta forma indiferente y desapasionada de ser, que a una decodificación del género.



Así, más de la mitad del auditorio (54%) tampoco les inquieta que el mal gane terreno. se perfila una forma de ver que está por encima del melodrama.

Siguiendo esta misma línea, no valora las escenas y personajes de acuerdo a experiencias propias o conocidas (46%), ni se habla de los personajes como si se les conociera(62%). Esto por que existe una especie de reparo o recato a ser tocados en su vida personal o privada .

La mayoría (62%) acompaña sus comentarios con manifestaciones expresivas, las cuales se producen cuando se ven escenas absurdas donde se infringen demasiados sufrimientos a la víctima (78%).

Otro aspecto, es que la mayoría (58%) no desea vivir como la protagonista. La ilusión emerge en un campo donde no se tiene el acceso a una serie de bienes. Como este sector no carece de esas posibilidades el nivel de deseo disminuye.

#### **4.- APROPIACIONES DE USOS**

Se registra un bajo nivel de apropiación de los usos(22%), ya que se considera a la telenovela como un subproducto del cual no se tiene que aprender nada. Asimismo, como este nivel tiene acceso a otro tipo de espectáculos y diversiones el papel de la telenovela dentro de su cotidianidad es casi nulo.

En este sentido la TLN cumple el papel de una simple distracción que ayuda a olvidar los problemas y tensiones (62%). Asimismo, sólo a veces (62%) refuerza los valores morales .

Por otro lado, no tiene ninguna utilidad para el público de este alto nivel porque: una gran mayoría (92%) no aprende comportamientos de los personajes;

no se generan vínculos o amistades a partir de ver o comentar sobre las TLNs; tampoco sirve como un elemento que une a la familia, ya que no existe el hábito de ver la televisión en grupo .

Asimismo, como se come o no se realiza ninguna actividad mientras se ve la TLN.; la mayoría a (62%) sostiene que las tareas no se hacen más agradables viendo las TLNs, ya que su disposición del tiempo para el ocio no les ha generado el hábito de ver haciendo paralelamente otra actividad , salvo comer o el arreglo personal.

Como no se comparte el hecho de ver la TLN., y es más, muchas madres obligan a permanecer en silencio a la hora de su TLN preferida, se sostiene que este género no incide en propiciar el diálogo. Por lo tanto, tampoco crea la atmósfera adecuada para discutir los problemas personales.

## **B.-PERFIL IMAGINARIO**

### **1.- VISIÓN EXISTENCIAL A TRAVÉS DE LA TELENOVELA**

En este auditorio predomina un perfil conservador con un barniz de modernidad que concibe este aspecto como valor ético y existencial lo moderno anexándolo con lo exitoso y lo actual. En esa atmósfera, se aspira como realización el amor. Hay una especie de doble discurso. Se define una moral que premie a los buenos y castigue a los malos por que es justo. Ellas se identifican en el grupo de los buenos y sostienen que se hace justicia en la realidad. En esta medida, la proyección con la víctima es casi nula en relación a otros niveles.

La mayoría prefiere temas actuales (43%) y que la protagonista se realice a través del amor (33%). Hay cierta fusión entre el elemento de actualidad y modernidad unido al deseo de realización a través del amor.

Se afirma que ante todo deben prevalecer los sentimientos (67%), pero frente a la disyuntiva de elegir entre éstos y los principios y la audacia para triunfar se elige la segunda opción (69%). El éxito y el triunfo personales son valores muy acendrados en este sector.

Hay una visión moderna sobre la concepción de lo que debe ser un hombre y una mujer, a partir de la identificación con los protagonistas, se prefiere que éstos sean justos, hagan lo que les gusta y que triunfen (55%).

Sólo una leve mayoría (en relación a los otros niveles) se solidariza con la víctima (46%), ya que en este tipo de público más predominan los procesos de identificación que los de proyección, pues no se ven en la víctima porque no existe ninguna necesidad de revertir esa situación.

A casi la totalidad (92%) le satisface que el bien sea premiado y el mal castigado, por que consideran que es justo (67%). Obviamente a partir de su situación de privilegio, sostienen que así ocurre en la realidad (46%).

En esta línea de pensamiento manifiestan que las personas son buenas y malas como en las TLNs. Esta visión se proyecta a la sociedad de una manera reveladora. Se representa a los buenos por el grupo de los justos (54%) y las madres (46%) grupo en el cual ellas se consideran incluidas.

El grupo de los malos en la sociedad está integrado por los terroristas (50%) y los narcotraficantes (33%). Es decir grupos estigmatizados como la reencarnación del mal, por que en el fondo representan opciones de respuesta marginales y violentas hacia la sociedad establecida.

Hay cierta tolerancia que más se anexa al sentimiento religioso, católico. Se considera que una persona mala puede cambiar y viceversa. Asimismo se sostiene que todos tienen derecho al perdón.

## 2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENOVELA

Hay un perfil tradicional matizado con elementos de modernidad como cierta tolerancia hacia los amantes o la realización personal como objetivo en la vida, sin embargo esta posición se diluye al acercarnos a situaciones que les incumbe como la conservación del matrimonio para toda la vida o creer en el mito de la virginidad y sólo admitir el aborto en caso de violación.

La mitad de esta auditorio opta por valores tradicionales como familia, religión y moral, mientras que la otra se decide por valores más humanistas como amor, amistad y verdad. Sostienen que la telenovela (mexicana) no reafirma esos valores (42%).

Se consideran cursis (75%) a las parejas de las telenovelas. En consecuencia, afirman que así no les sucede con su novio o esposo (67%). En esta misma línea, tampoco se desea vivir un romance como el de la telenovela ni se aspira a tener un galán como el de la protagonista.

Como un toque de modernidad se permite un desliz a los personajes casados o comprometidos (75%) y esto se justifica por la lógica de lo que sucede (75). No se justifica por un aspecto moral sino por una lectura a nivel de código del género. La respuesta asimismo, omite el aspecto valorativo moral porque hay cierto liberalismo moderno que genera comprensión hacia los amantes en la vida real (64%). Se registra cierto revanchismo contra el hombre. Las escenas de infidelidad femenina producen indiferencia (42%); mientras que las masculinas producen rechazo (50%). Es decir hay cierta actitud de comprensión hacia la mujer y de censura hacia el hombre.

La mayoría sostiene (75%) que lo más importante en la vida es realizarse en términos personales, pero frente a la alternativa del matrimonio y la familia

sostienen que esto es lo más importante. Esta desición obedece a que una buena parte de las encuestadas son casadas y por otro lado, ese es un requisito imprescindible que justifica la existencia de la mujer en la sociedad. Por esto manifiestan (75%) que el matrimonio es para toda la vida.

Sin embargo, la experiencia les lleva al convencimiento que el divorcio es una buena solución cuando no hay amor (92%). Asimismo, se llega al convencimiento que todos no tienen vocación para ser padres (75%) y que para que una pareja perdure no es importante la fidelidad absoluta sino valores más alternativos como la comunicación y comprensión (75%).

Hay cierto barniz de moral conservadora al señalar (58%) que una mujer debe llegar virgen (58%) al matrimonio, además sólo se acepta el aborto en caso de violación.

**NIVEL B****A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS****I.- PRESENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA VIDA COTIDIANA**

Este nivel integrado en gran porcentaje por profesionistas y estudiantes registra una forma particular de apreciar la televisión dentro del hogar, ya que es una de las que más puede prescindir de la televisión. A su vez, para las mujeres más jóvenes la radio es una buena alternativa (15%).

La ubicación predominante del televisor es el dormitorio ya que la combinación más frecuente es sala con dormitorio (50%) y también sólo el dormitorio (25%). Se prefiere ver la TV. en el dormitorio lo cual revela cierta disposición a la privacidad para ver la televisión. En la mayoría de casos el televisor está en la sala, pero en una ubicación que permite ver el televisor desde el comedor.

Lo más frecuente en este nivel es tener tres y dos televisores por la capacidad económica y por que en general es difícil hallar coincidencia en el auditorio familiar. Es marcada la preferencia a distinto tipo de programas entre la madre, el padre y los hijos de acuerdo a lo que se pudo apreciar en la convivencia con familias tipo de este sector. Así que se establece una fórmula de concordia: un televisor en la sala- comedor, uno pequeño para cada hijo o para los hijos y otro en la recámara de los padres.

**2.- FORMAS DE VER**

A la totalidad de este auditorio le da lo mismo ver la telenovela sola o acompañada. Como en el caso del Perú, esta clase es la que maneja con más autonomía la televisión, al punto de haber encontrado una forma de ver que evita los comerciales y empalma la telenovela con otro programa de su interés.

La mayoría (50%) cambia de canal en los comerciales, existe el hábito muy frecuente de ver la telenovela y otro programa paralelamente. Sin embargo, todo el público sigue la historia, por que se conoce la sintaxis, los recursos y tema de las TLNs.

No se modifica (88%) el horario de actividades en función de la telenovela. se prefiere terminar con las tareas del hogar y atender a la familia para luego poder ver tranquilas la TLN. Por lo mismo, no se conforman sólo con escuchar (57%).

Como actividad paralela que se efectúa mientras se ve la telenovela, más de la mitad de este auditorio (55%) se dedica a comer, mientras que una tercera parte (35%) realiza algún trabajo. El resto (10%) efectúa actividades de arreglo personal como vestirse.

Aunque manifiestan que les es indiferente ver la TLN solas o acompañadas, admiten luego que le gusta comentar (75%).

### **3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION**

El auditorio de mujeres de sector registra un alto nivel de implicación (70%), fusionado con una lectura de los mecanismos y recursos del género. La identificación y proyección se contrae cuando dichos mecanismos tienden a propiciar la apertura de su vida emocional o privada a través de comentarios sobre los personajes de la TLN que remiten a la experiencia personal.

La gran mayoría del público femenino de este nivel (82%) prefiere ver la telenovela mexicana, es más se afirma desconocer las otras. La elección obedece a

que se relaciona con su realidad (43%) y por que presenta (29%) mejores historias.

Este nivel tiene una forma de ver que fusiona una lectura que decodifica el género, pero que a su vez se implica emocionalmente. Así revela un grado de implicación ya que ( de tres alternativas) la mitad prefiere comentar sobre los personajes; mientras que la otra, habla sobre la trama de la historia.

El nivel de identificación se revela por que a la mayoría (75%) le gustaría vivir como la protagonista. Asimismo les molesta (63%) que el mal gane terreno. En este sentido, acompaña (52%) sus comentarios con otro tipo de manifestaciones enfáticas, cuando desea que el personaje supere las dificultades.

Si bien existe un alto nivel de implicación en las otras variables se registra cierta reверva a penetrar al mundo personal (75%), pues no se valora las situaciones de los personajes de acuerdo a experiencias vividas o conocidas, tampoco se habla de los mismos como si se les conociera (87%). De acuerdo a la convivencia, vemos que en este nivel hay una reserva muy acentrada de lo que se considera vida personal o privada.

#### **4.- USOS SOCIALES**

Debido a la actitud dual de los sectores más altos, las mujeres de este auditorio consideran que es un producto vanal por lo que les provoca culpa verla. En este sentido declaran que pocos usos le asignan. Sin embargo, esta actitud entra en contradicción, ya que declaran que la TLN propicia una atmósfera que incita a conversar de sus propios problemas.

De tres alternativas, la mayoría (50%) sostiene que las telenovelas si enseñan a afrontar la vida. Sin embargo, como el público de este nivel tiene un



prejuicio frente a la telenovela, (le da culpa verla) manifiesta que ésta no enseña a afrontar la vida. En esta medida, al género no se le asigna usos de una manera reconocida.

Así, la mayoría (50%, de tres alternativas) señala que no aprende comportamientos de los personajes; no se generan vínculos (57%) a partir de ver o conversar sobre las TLNs. Tampoco se refuerzan los lazos familiares (63%), pues como vimos para la mayoría del público de este nivel, el hecho de ver la televisión implica cierta privacidad.

Como la experiencia de ver la telenovela no se comparte con la familia, la presencia de ésta no tiene incidencia (57%) en la comunicación que se pueda desencadenar del hecho de comentar sobre situaciones que presenta la TLN.

La telenovela, en cambio si es asumida como un producto gratificante, ya que en el momento de verla el público de este nivel (63%) olvida sus problemas y tensiones y genera una atmósfera propicia para discutir sus propios problemas (62%).

## **B.- PERFIL IMAGINARIO**

### **1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENVELA**

Se aprecia un perfil sustentado en valores tradicionales que anhela la realización del mito del amor como camino hacia la felicidad que se fusiona con lo moderno, actual y exitoso. La visión sobre el hombre y mujer ideales se plasman a través del arquetipo de los personajes ideales. Se prefiere que estos tengan valores alternativos como hacer lo que les gusta y triunfar, sin embargo existe una visión más tradicional sobre la mujer. Muchas mujeres se proyectan en la víctima de la TLN, por que es un modelo de mujer sacrificada y sumisa que esperan, revierta

esa situación. Hay una visión maniquea se considera que las personas en la realidad son buenas y malas como en la TLN. También existe cierta tendencia a contemporizar pues se considera que en la sociedad a veces se hace justicia y al desear que se resuelvan los conflictos.

La mayoría (52%) prefiere las telenovelas en las que la protagonista se realiza a través del amor y aquellas que tratan temas actuales (38%).

En este sentido, prefiere las escenas románticas (43%) y que la protagonista (88%) se realice a través del amor, pues resulta notorio el alto grado de identificación respecto del matrimonio como camino hacia la felicidad, ya que casi todas las telenovelas mexicanas tienen ese final como punto culminante de la felicidad.

Por ello se manifiesta que ante todo deben prevalecer los sentimientos (63%). Sin embargo, cuando estos se confrontan con los principios y la audacia (65%) se decide por la segunda opción.

Como proyección en los protagonistas el arquetipo de éstos obedece al conjunto de valores alternativos. Se quiere que el protagonista (87%) sea justo, que haga lo que quiere y triunfe, para la mujer se desea lo mismo pero en menor porcentaje (70%), ya que hay cierto componente de tradicionalismo al ver las cualidades que debe tener la mujer.

Se registra un nivel de proyección con la víctima, ya que la mayoría (75%) siente solidaridad por ella debido a su situación de dependencia con el marido que recorta su libertad, además de la atención a los hijos, sobre todo los varones. También los procesos de identificación y proyección se manifiestan de una manera notoria, ya que a todas les satisface que el bien sea premiado y el mal castigado, por que es justo (75%) y sostienen que a veces (50% de tres opciones) sucede así en la realidad. Ello denota una visión algo alejada de la realidad.

Se sostiene que las personas son buenas y malas como en las telenovelas (62%). Se considera que los buenos en la sociedad son los justos y los religiosos (48%). Los malos, corresponden a los políticos y narcos.

Pese a considerar que las personas son buenas y malas como en la TLN se cree que éstas pueden cambiar. Asimismo, se piensa que los malos tienen derecho al perdón. Visión que relativiza lo anteriormente expresado, lo cual nos hace atribuir esta posición a un sentimiento religioso.

## **2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVÉS DE LA TELENOVELA**

Las mujeres de este nivel presentan un perfil conservador, con cierto aire de tolerancia ligado a la modernidad. En este sentido, el objetivo en la vida es la realización a través de matrimonio y la familia como camino a la felicidad.

Sin embargo, también hay elementos de una visión alternativa moldeada a través de la experiencia de convivencia matrimonial que hace descubrir valores más reales para la conservación de la pareja así como reconocer que todos no tienen vocación para ser padres.

La mayoría de mujeres de este nivel opta por valores tradicionales (62%) como familia, religión y moral. Señalan que la TLN (mexicana) enseña eso (88%).

Respecto a la visión del amor que presenta la TLN, manifiestan que las parejas que se ven (63%) son cursis por lo que no sucede así con su pareja en la realidad.

Como la imagen del amor que se tiene está en relación con la que transmiten los medios, la mayoría (63%) afirma que le gustaría vivir un romance

como en la TLN. Asimismo también desean tener un galán como el que tiene la protagonista (75%).

Hay una moral tolerante relacionada con el deseo de ser modernas, por esto admiten (62%) un desliz o aventura a sus personajes casados o novios. Eso se justifica por un condicionante moral: siempre y cuando exista verdadero amor en la pareja futura (55%). Pasando a la realidad se mantiene la misma posición, la mayoría (75%) comprende a los amantes.

Hay un sentir revanchista. Las escenas de infidelidad masculina producen rechazo (48%); mientras que las femeninas, generan comprensión (52%).

Por escaso margen se decide que lo más importante en la vida es realizarse en términos personales (55%), pero frente al matrimonio se sostiene que este y la familia son lo más importante en la vida (87%). Ello se debe a dos razones. Por un lado debido a la experiencia del trabajo o el estudio, la mujer amplía su visión y descubre que es importante la realización personal, sin embargo hay patrones de roles interiorizados que prevalecen. Asimismo, como la mayoría son casadas reivindican esa situación como una forma de dar sentido a su vida.

Sin embargo, la experiencia les hace dar cuenta que el objetivo supremo de la familia entra en contradicción con otras necesidades y aspiraciones existenciales, por lo que afirman que (62%) no todos tienen vocación para ser padres.

De la misma manera se descubre que el mito de la fidelidad no tiene importancia para la conservación de la pareja, pues todas se deciden por valores más alternativos como la comunicación y la comprensión. También llegan a experimentar que el matrimonio no es para toda la vida, ya que el divorcio es una buena solución cuando ya no existe amor (65%). Siguiendo esta misma línea una mayoría (75%) considera que no existe la fidelidad absoluta.

Dijimos que existía cierta tolerancia o liberalismo frente a los amantes como un elemento de querer ser modernas. Tolerancia que por la misma razón, frente a otras situaciones se retrae, porque la mayoría sostiene (54%) que una mujer debe llegar virgen al matrimonio. Asimismo, no se acepta el aborto (57%)

## **NIVEL C**

### **A.-FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS**

#### **1.- PRESENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA VIDA COTIDIANA**

Las mujeres de este nivel son las que más pueden prescindir de la presencia de la televisión (66%); mientras que la preferencia por la radio registra un nivel estimable (33%), ya que las jóvenes ven en este medio la posibilidad de enterarse de una serie de mensajes que están relacionados con su realidad y que en la televisión no tienen acceso.

La combinación predominante de ambientes para la ubicación del televisor es la sala y el dormitorio. El de la sala por lo general es a color y más grande, es el que ven todos cuando quieren compartir algún programa. El otro, está ubicado en el dormitorio de los padres y puede ser en blanco y negro.

En los hogares de este nivel socioeconómico, lo más común (55%) es tener dos televisores. Por lo general, el jefe de familia en uno de ellos se dedica a ver su programa favorito y en el otro las hijas y la madre acostumbran ver la telenovela.

#### **2.- FORMAS DE VER**

Para el público femenino de este nivel le resulta indiferente ver la telenovela sola o acompañada (44%). La mayoría (78%) interrumpe en los comerciales para hacer alguna labor del hogar. Sin embargo, hay un seguimiento de la historia (39%).

El horario de algunas actividades se adelanta o atrasa en función de la telenovela (67%). Por lo general, se adelanta la hora de la comida y se atiende

rápido a los hijos y el marido para quedar libres temprano por las tarde y así poder ver la telenovela con cierta tranquilidad, en la noche se hace la misma operación con la cena.

Si no se han podido resolver las tareas del hogar, las mujeres de este nivel se conforman con escuchar (67%) mientras van limpiando o planchando. Por esto, la mayoría (44%) realiza algún trabajo manual (plancha o teje) mientras ve su telenovela. También estilan (33%) comer. Un mínimo porcentaje (23%) no hace nada, es el merecido descanso del día,

A la mayoría (67%) le gusta comentar sobre las situaciones que les ocurren a los personajes. Esta forma de ver compartida y dialogante a veces cruza las fronteras de la familia y pasa a la vecindad, pues muchas amigas o comadres se juntan en una casa para ver juntas la telenovela. Es un escape a la rutina y el hogar.

Asimismo, hay muchos maridos que no les agrada que sus esposas vean telenovelas razón por la cual también van a la casa de la vecina a disfrutar su programa con tranquilidad.

El grado de implicación aumenta en relación a los otros niveles, pues la mayoría de mujeres (67%) refieren que se introducen en la historia de la telenovela de su preferencia ..

Finalmente, manifiestan que (56%) hay culpa de ver la telenovela, por que en general los hijos y los esposos constantemente las censuran por el hecho de ver ese tipo de programas que consideran una pérdida de tiempo, pues la dedicación de esa hora para ver televisión, significa dejar de estar pendientes de ellos.

### 3.-PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

En este nivel se registra un nivel del cien por ciento de implicación. Ello por que la línea entre la realidad y la pantalla cada vez se hace menos perceptible. Así se prefiere la telenovela mexicana y la venezolana por la fuerte carga melodramática de ambas que presentan el amor de la pareja como un paraíso de felicidad o el infierno cuando éste es imposible. Intensidad que coincide con el nivel de deseo que activa los mecanismos de proyección e identificación frente a una realidad que niega toda satisfacción.

Este auditorio prefiere la telenovela mexicana (56%), por que tiene mejores historias que pese a ser de temas tópicos causan emoción y un alto grado de identificación y de proyección .

También se registra una alta preferencia por la venezolana (44%) que en los últimos tiempos ha capitalizado el público femenino de los sectores bajos a partir de las clásicas heroínas cenicientas con nombres de piedras preciosas: *Esmeralda*, *Topacio* y *Rubi*. Asimismo, por los temas juveniles y el estridente realismo amarillista del lado oscuro de las bajas pasiones .

El nivel de implicación se evidencia por que la mayoría (86%) comenta sobre los personajes (45%) y sobre la trama de la historia (41), aspectos de lectura que tocan más con una forma de ver implicada de este tipo de auditorio, que con una modalidad de lectura elaborada o distanciada de la telenovela.

La mayor parte de este auditorio (67%) valora situaciones de acuerdo a experiencias propias o conocidas. A la totalidad le causa inquietud que el mal gane terreno. Como el nivel de implicación es alto, una ostensible mayoría (89%) acompaña sus comentarios con otro tipo de manifestaciones. Este tipo de reacción se origina mayormente (50% de tres alternativas) cuando hay escenas que resultan



absurdas porque a la víctima se le infringen demasiados sufrimientos. Exceso que llega a molestar a espectador.

La línea entre la imaginario y la realidad se hace imperceptible por el alto grado de implicación. En este sentido, se habla como si se conociera directamente a los personajes (67%) con la familiaridad y cercanía como se tratara de un amigo o un vecino. También la mayoría de mujeres, quieren vivir como la protagonista (78%).

#### 4.- USOS SOCIALES

Dado que las mujeres de este nivel no tienen acceso a otro tipo de diversión y por que en su mayoría son amas de casa que tienen que permanecer casi siempre en el hogar; para ellas la telenovela constituye un medio de sociabilizar y aprender. En este sentido, se registra una apropiación de los usos del cien por ciento.

La hora de la telenovela es considerada como una escuela de la vida que abarca diversos aspectos. En primer lugar, consideran (66%) que viendo la de su preferencia se aprende a enfrentar la vida. Además expresan que las historias de ven reafirman los valores morales (60%).

Asimismo la telenovela se convierte en un manual de buenas costumbres y modales pues se, aprende comportamientos de los personajes (56%), como vestir, como hablar, caminar ...etc.

La telenovela también juega el papel de motivador de sociabilidad. Así, (56%) se generan vínculos y amistades a partir de ver y hacer comentarios sobre la telenovela del momento. Los lazos familiares se refuerzan (78%) por el hecho de

tener un motivo o tema a partir del cual se dialoga (100%). Y, no sólo esto, sino que se propicia una atmósfera que invita a dialogar sobre situaciones personales (78%), sobretodo entre las madres y las hijas. Abordar un tema personal o delicado directamente es muy difícil, en este impase la telenovela se convierte en un puente de comunicación.

También la telenovela cumple el papel de un gran catalizador (78%) de las preocupaciones y problemas, así como un medio gratificante que hace que las tareas sean más agradables viendo la telenovela.

## **B.- PERFIL IMAGINARIO**

### **1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVÉS DE LA TELENVELA**

Hay un perfil existencial y conservador que tiende a contemporizar las contradicciones. Un imaginario que se sostiene sobre la piedra angular de los sentimientos y el amor. Ejes que conducen la vida urdidos con una visión maniquea de la realidad (buenos versus malos) y con un sentimiento religioso de resignación y redención. Asimismo, hay una fuerte proyección con la víctima en la misma intensidad con que se desea que su situación en el hogar sea revertida.

El tema preferido de la telenovela (34%) es el del descubrimiento de la identidad familiar, en segundo (33%) lugar, el que trata sobre historias actuales. Esta elección que encuentra satisfacción en el descubrimiento de quienes son los padres de la protagonista, nos remite a un universo que ellas cotidianamente confrontan, ya que los hombres de este nivel tienen hijos en varias mujeres.

De acuerdo a la observación, hay una tendencia de las mujeres de este nivel a contemporizar diversas situaciones. La madre es la gran mediadora entre el padre y los hijos, entre el padre y su entorno en general, por esto satisface las escenas (56%) cuando se resuelven los conflictos .

Como objetivo de realización para la protagonista, la mayoría (67%) prefiere que sea a través del amor frente a la alternativa del trabajo o el dinero, ya que su condición de dependencia del marido es bastante asentuada .

Este nivel de mujeres da suma importancia al factor sentimental en su ubicación frente a la vida ya que una ostensible mayoría (89%) señala que ante todo deben prevalecer los sentimientos. Esta tendencia es fuerte pues al contraponer dicha alternativa con los principios y la audacia, nuevamente la mayoría opta por los sentimientos (89%).

Como arquetipos para hombre y mujer a través de los protagonistas, se decide por componentes alternativos: ser justos, hacer lo que le gusta y triunfar. Llama la atención que al referirse al hombre el porcentaje sea menor (89%) respecto de la mujer (95%). Dado el papel de sumisión y anulación de ésta en la realidad, su proyección como realización personal en el mundo imaginario se acrecienta.

En este sentido el cien por ciento de este auditorio se solidariza con la víctima revelando un grado de proyección alto, debido obviamente, al doble sometimiento en el que se encuentran: la situación socioeconómica y el marido

Por esto, le satisface (88%) que el bien sea premiado y el mal castigado porque es justo (88%). Pero, como hay un ánimo contemporizador se sostiene que a veces se hace justicia en la realidad (66%).

La visión maniquea alcanza el cien por ciento. Todas consideran que las personas son buenas y malas como en las telenovelas. Al proyectar esta visión a la realidad se sostiene que los buenos en la sociedad son los justos y que los malos son los políticos (85%) y los ricos y poderosos (38%)

Pese a la visión maniquea de buenos y malos, todas manifiestan que una persona mala puede cambiar o viceversa. Esta relatividad de la condición humana de acuerdo a las respuestas anteriores no proviene de una visión de complejidad sobre el individuo, sino que más está asociada a un espíritu de redención bastante acendrado en los niveles bajos de la sociedad mexicana .

Una muestra de ello es que una gran mayoría (80%) sostiene que los malos tienen derecho al perdón.

## **2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENOVELA**

El perfil que presenta la mujer de este nivel está determinado por un tradicionalismo que hace considerar como lo más importante la familia, religión y la moral. Hay un romanticismo melodramático que se identifica con la forma de amar de las parejas de la telenovela, el mismo que hace invisible el hilo que separa a la realidad y al mundo imaginario. Respecto a la misma mujer hay una actitud de celo que propicia el sentir de que todas deben respetar ciertos valores como el de llegar vírgenes al matrimonio.

La mayoría opta por los valores tradicionales: familia, religión y moral, los mismos que son reforzados por las telenovelas que produce Televisa S.A. (76%),

y que son las que tienen una presencia significativa dentro de la diaria programación.

Hay un nivel de romanticismo melodramático que no dista mucho de la imagen que ofrece la telenovela. Por ello no se consideran cursis (56%) a las parejas que aparecen en la pantalla. Es más se afirma que así les sucede o les ha sucedido (52%) en la realidad. Por esto, la mayoría (66%) desea avivir un romance de TLN. De la misma manera se desea un galán (66%) como el que tiene la protagonista.

Se permite un desliz a sus personajes casados o comprometidos (56%). La aventura debe tener una justificación moral, procede si en la pareja futura existe verdadero amor (74%).

Hay cierto revanchismo. Las escenas de infidelidad femenina - entre tres alternativas- provocan comprensión (46%) e indiferencia (42%); mientras que las masculinas rechazo (46%) e indiferencia (42%).

Más de la mitad (55%) sostiene que la realización personal es menos importante que casarse y tener familia. Por ello la mayoría afirma (88%) que el matrimonio y la familia es lo más importante, por lo que este compromiso es para toda la vida (66%).

Sin embargo, su misma experiencia de casadas las lleva a reconocer que todos no tienen vocación para ser padres (78%) y que la pareja para que perdure, más que respetar valores tradicionales como la fidelidad, debe ser comunicativa y comprensiva (66%). Asimismo, el divorcio se considera una buena solución cuando no hay amor (88%), hechando por tierra así la creencia que el matrimonio es para la eternidad.

Este saber a través de la experiencia personal, también les hace afirmar que la fidelidad absoluta sólo existe a veces (66%), por lo que la mitad comprende a los amantes en la realidad.

En términos generales, hay una dualidad, por un lado la realidad puede hacer ver que la vida no se ajusta a los moldes impuestos por la cultura, pero asimismo hay valores interiorizados que se defienden más aún si se ve en peligro aquello que les hace ocupar un rol en la sociedad.

En esta medida la moral sobre la mujer presenta cierta rigidez, sobre todo para las jóvenes que representan un peligro a la estabilidad de los hogares. A la mujer separada o divorciada se le permiten mucho más licencias que a una soltera que debe observar una imagen intachable. En este sentido, la mayoría de este auditorio (62%) sostiene que la mujer debe llegar virgen al matrimonio y sólo se acepta el aborto en caso de violación.

## **NIVEL D**

### **A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS**

#### **1.- PRESENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA VIDA COTIDIANA**

Para la mayoría de mujeres (86%) la televisión es un objeto imprescindible, mientras que para el resto (24%) de este universo, integrado mayormente por mujeres jóvenes estudiantes, prefieren la radio porque les permite estar informadas de las novedades musicales y otras actividades de su interés.

Debido a las adversas condiciones de vida, la presencia de un sólo ambiente en este tipo de familia presenta un factor que incidirá de manera decisiva en las formas de ver, ya que el llamado cuarto que cobija a todos propicia una relación grupal de la familia para compartir el momento de ver la televisión.

Lo más común en este nivel es tener un televisor, de los que raramente tienen dos por lo general uno es en blanco y negro. Este televisor por lo común ocupa un rincón ya que el de colores ocupa el lugar preferencial del cuarto que hace las veces de sala, lugar a la entrada donde hay algunas sillas o bancas para recibir a las visitas. El televisor y ambiente únicos propicia el comentario permanente.

#### **2.- FORMAS DE VER**

El auditorio femenino de este nivel presenta una forma de ver compartida y dialogante, ya que el hecho de tener un sólo cuarto de vivienda hace que diversas actividades como ver televisión se realicen en grupo, lo cual se asume como un hecho natural. En esta medida, les resulta indiferente ver la telenovela solas o acompañadas, por que todos circulan y se detienen en ese ambiente.

Más de la mitad de mujeres de este nivel (52%), interrumpe la recepción de la telenovela durante los comerciales, sin embargo todas logran un seguimiento de la historia por la abrumadora preferencia de la telenovela mexicana que no exige un nivel de atención por su tema y estructura sencillas.

La mayoría (57%) modifica levemente (sin que se de cuenta el marido) el horario de sus actividades en el hogar. Por lo común adelantan y aceleran la hora de comer o de cenar, para atender a los hijos y al marido y poder dejar todo ordenado.

Por eso cuando tienen que hacer se conforman con escuchar (81%). O si ven la TLN, realizan algún trabajo manual (55%), por lo general, planchar ropa. Otras tejen o cosen.

Algunas mujeres que viven en vecindades o ciudades perdidas, acabando sus tareas prefieren ir donde los familiares o vecinas para poder ver tranquilas su telenovela, sin que el marido y los hijos varones las molesten. Por esto tienen el hábito de comentar (86%) mientras ven.

Debido a la vida adversa que llevan sujetas a los rigores de la crisis y la presencia represiva del marido, cuando ven TLNs, la mayoría se introduce en la historia (67%) como una forma de romper con la rutina agobiante, por lo que no existe culpa de disfrutar su programa preferido (62%). En buen romance, es el merecido descanso y distracción luego de una jornada pesada.



### 3.- PROCESOS DE SELECCIÓN Y MECANISMOS DE IMPLICACIÓN

El nivel de implicación de este tipo de público llega al cien por ciento, debido a la realidad adversa que les rodea y que les impide lograr sus deseos y aspiraciones. La constricción del espacio real genera un crecimiento geométrico del espacio imaginario. Frente a la pobreza de la realidad, los puntos de apoyo imaginarios se multiplican.

La gran mayoría (95%) prefiere la TLN mexicana, por que se relaciona con su realidad (65%). Otro tipo de telenovela les parece difícil de entender, es más muchas desconocen que existen novelas colombianas o brasileñas.

Como el nivel de implicación es alto, la mayoría (74%) comenta sobre la trama de la historia. Se dialoga sobre ésta como un universo anexado al de su vida cotidiana. La frontera entre ficción y realidad se pierde al punto que el cien por ciento, valora situaciones de acuerdo a experiencias propias o ajenas.

De la misma manera, a todas les molesta que el mal gane terreno, al punto de odiar al personaje que representa al villano. En este sentido habla de los personajes como si realmente los conociera (76%), los critica, censura o justifica con mucha familiaridad como si lo estuviera haciendo con un miembro de la familia o vecino. Siguiendo esta misma línea de identificación, la mayoría quiere (78%) vivir como la protagonista.

Sus comentarios sobre los personajes de la TLN los acompaña con manifestaciones enfáticas de enojo (90%), por que las escenas de sufrimiento para la víctima le parecen excesivas.

#### 4.- APROPIACION DE USOS

Se registra un nivel de apropiación de los usos del cien por ciento, ya que el público de este nivel no tiene ningún prejuicio sobre la telenovela. Ello condicionado por obvia falta de acceso a otro tipo de diversión. En este sentido la TLN, programa diario que puede ser visto por toda la familia viene a cumplir una diversidad de roles.

Para empezar, la telenovela ayuda a afrontar la vida (63%). También sirve para reafirmar los valores morales (60%) como el honor y la integridad de la familia.

Aparte la telenovela también es como una academia de buenos modales y formas de portarse en sociedad, así la mayoría (62%) aprende comportamientos de sus personajes favoritos: como comen, caminan, conversan o visten.

Asimismo, las mujeres de este nivel expresan que la telenovela propicia la comunicación y sociabilización. La mayoría de mujeres (78%) sostiene que este programa refuerza los lazos familiares. También propicia el diálogo (84%) porque, entre otras cosas genera, un ambiente adecuado para discutir los problemas personales (82%).

Finalmente, la TLN es un catalizador gratificante, ya que una gran mayoría (94%) se olvida sus preocupaciones y problemas; mientras que las tareas del hogar u otras se hacen más agradables viendo telenovelas.

## A.-PERFIL IMAGINARIO

### I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVÉS DE TELENOVELA

Se vislumbra un perfil imaginario tradicionalista cuyo eje importante son los sentimientos los cuales determinan el comportamiento de las mujeres de este nivel. Hay una visión maniquea de la realidad se considera que las personas son buenas y mala. Dicha visión se da por el alto grado de proyección que se tiene, el mismo que es avivado por una incipiente fuerza liberadora que desea revertir la situación de injusticia que agobia a la víctima encarnada en las mujeres de este nivel. Como formas de realización se ve el trabajo y el amor.

La mayoría prefiere las telenovelas que tratan temas actuales (38%) y cuando la protagonista se realiza a través del trabajo (32%). Su situación de absoluta dependencia al marido que no les permite ejercer cierta libertad, hace que su identificación se magnifique frente a la heroína que logra el éxito a través de su trabajo como sucede en la clásica *Simplemente María*, que en su quinta edición aún sigue conquistando público. En este sentido, la mitad desea que la protagonista se realice a través del trabajo. La otra, decide que sea a través del amor.

Hay una valoración del aspecto sentimental bastante enraizada. Manifiestan que ante todo deben prevalecer los sentimientos (56%). Dicha posición se mantiene cuando se contraponen esta alternativa a los principios y la audacia. Se persiste: lo más importante en la vida son los sentimientos (68%).

En cuanto a los prototipos de hombre y mujer en la piel de sus protagonistas, se deciden por características alternativas, es decir que sean justos, hagan lo que les gusta y triunfen. Un dato que sorprende es que en el caso de la mujer el porcentaje (95%) es mayor que en el del hombre (82%). Su situación de dependencia del marido hace que las fuerzas de proyección se magnifiquen, como deseo liberador.

En este sentido, una gran mayoría (95%) se solidariza con la víctima. El nivel de proyección, de verse en ella es tan grande como grande el deseo que se revierta su situación. Por ello, a la totalidad le satisface que el bien sea premiado y el mal castigado. Todo esto, por que es justo (90%).

Sorpresivamente ( entre tres alternativas) se responde que así sucede en la realidad (48%). Puede desconcertar esta respuesta en la medida que si padecen una situación adversa, cómo es que señalan que hay justicia en la realidad. Su visión va más allá. Tienen la esperanza que así será, que los malos tienen tarde o temprano que pagarla y que los buenos tarde o temprano serán gratificados.

Hay cierta visión maniquea de la realidad. Se sostiene (90%) que las personas son buenas y malas como en las telenovelas. Al proyectarse esta visión en la realidad se tiene que los buenos son el pueblo (33%) y los pobres (33%). Los malos, corresponde a los poderosos y ricos (52%).

Se registra una relatividad al ver la condición humana se sostiene que una persona mala puede cambiar o viceversa (76%). Asimismo hay un ánimo humanista al considerar que los malos tienen derecho al perdón (48%).

## **2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVÉS DE LA TELENOVELA**

Se vislumbra el perfil de una visión alternativa hacia la sociedad. Sin embargo, esa apertura se contrae al establecer códigos morales conservadores a nivel personal. Esta moral tradicional se explica por el afán de proteger su hogar y familia que es lo que le dá sentido a su vida, pues desconocen otras posibilidades. Así su visión es moralista pues rechazan la infidelidad, más si es masculina que

revela un sentimiento revanchista contra el hombre. Sin embargo, este perfil también presenta ciertos rasgos alternativos, producto de la experiencia cotidiana.

En términos generales, hay una dualidad y ambivalencia que oscila entre los códigos interiorizados y lo que la experiencia les hace ver. La visión del amor corresponde a la pareja romántica y melodramática de la TLN. No hay otro modelo de amor en una realidad que constriñe las posibilidades de felicidad y satisfacción. Entonces, el modelo de la TLN se erige como la máxima ilusión que borra fronteras con la realidad y las lleva a vivir en la realidad las historias románticas de sus protagonistas preferidas.

Las mujeres de este nivel son las únicas que (tres opciones), optan por valores más alternativos como dignidad, justicia y libertad. Afirman (58%) que la telenovela a veces enseña eso.

Hay cierto punto de vista realista que pronto se diluye. Sostienen (62%) que las parejas de las telenovelas son cursis, sin embargo inmediatamente manifiestan (48%) que así les ocurre con su pareja. En nivel de proyección con el sueño de la felicidad a través del amor se acrecienta al punto de borrarse las fronteras entre realidad y ficción. Un imaginario que intenta y a veces logra vivir un romance con el tono exacerbado y melodramático de la pantalla. Así este sentido una ostensible mayoría (86%) desea vivir un romance de TLN y tener un novio como el galán de la protagonista (76%).

Si bien en el aspecto social hay ciertos rasgos de una visión alternativa, en cuanto a moral individual el conservadurismo se exagera. En este sentido, la mayoría rechaza las escenas de infidelidad en general y se expresa revanchismo pues más se rechaza la infidelidad de los hombres (52%) con respecto a las de las mujeres (48%).

Los niveles de proyección en cuanto tocan aspectos relacionados a la independencia de la mujer, se retraen en la realidad. Si bien este auditorio como segunda opción de realización plantea el trabajo para la protagonista, (ver visión existencial) en la realidad un mayor porcentaje considera que una mujer debe realizarse a través del matrimonio y la familia. Ratifican su posición al señalar todas que el matrimonio y la familia son lo más importante en la vida.

Hay cierta actitud de recelo en proteger su situación de mujeres casadas y señoras de su hogar, pues sostienen (52%) que el matrimonio es para toda la vida. Por lo que rechazan a los amantes (52%).

En esta misma línea moral manifiestan (62%) que la mujer debe llegar virgen al matrimonio y sólo se acepta el aborto en caso de violación (52%).

Sin embargo, su experiencia de vida les hace reconocer después que el divorcio (76%) es una buena opción cuando no hay amor. Asimismo, admiten que todos no tienen vocación para ser padres (67%) y que la pareja para que perdure debe respetar valores alternativos como la comprensión, la comunicación y honestidad, más que la tradicional fidelidad, la misma que sólo existe a veces (57%).

#### **IV.- CONCLUSIONES**

De acuerdo a la hipótesis central de la investigación: la efectividad de la telenovela corresponde al imaginario latinoamericano urbano, propusimos la construcción del mismo en dos niveles: uno elaborado teóricamente y otro con base en el trabajo de campo

El referido imaginario teórico fue construido teniendo en cuenta tres aspectos fundamentales: incidencia de la dinámica histórica con la consecuente imposición de patrones sociales y culturales que moldean dicho imaginario. Relación de momentos sociopolíticos con el surgimiento de expresiones masivas cuya constante es la matriz melodramática la cual alcanza su máxima expresión en la telenovela. Y, finalmente implicancias del mestizaje cultural urbano.

El seguimiento histórico para la conformación del imaginario fue construido teniendo en cuenta la teoría de campos de P. Bordieu y la visión de H. Zelman sobre la historia como espacio de lucha caracterizada por el abandono o imposición de los de los proyectos políticos. Los mismos que implican la interiorización de patrones culturales dominantes, que moldean el imaginario, haciéndonos parecidos a los latinoamericanos<sup>1</sup>.

Como rasgos esenciales de este imaginario señalamos una moral tradicional que se funda en el orden, la misma que nos remite a los códigos etnocentristas de la oligarquía nacional de principios de siglo que se identifica con la reminiscencia de formas de ser tradicionales y aristocráticas. Este barniz glamoroso para la exportación, por que existe una doble moral política personal. Es bien visto que un honorable hombre tenga dos familias.

Códigos remozados con liberalismo y democracia por la burguesía neoconservadora y la clase media alta , pero que conservan sustancialmente su carácter conservador con una máscara de modernidad que propicia una esquizofrenia a nivel político y a nivel de códigos de relación interpersonal. Elementos que el estado burgués en su afán de legitimación anexa a la idea de la unidad nacional que a su vez recicla los comportamientos de los sectores populares. Esta acción imprime a todo este entrecruzamiento de comportamientos una unidireccionalidad que se funda en el respeto por la patria y la autoridad . Es decir, el respeto a la autoridad que representa el hombre en el hogar.

En esta perspectiva, el hombre imaginario que se perfila en medio de este proceso es aquel que reivindica sus sentimientos, nacionalidad y moral, frente a su pobreza material y una mujer honorable, dócil y abnegada que lo tiene que apoyar hasta que la muerte los separe.

Para ambos la felicidad y la realización de la vida se fundamenta en el amor melodramático de sacrificio que plantea códigos de comportamientos dramáticos . Todo ello adscrito al papel de ciudadanos que respetan las buenas costumbres, las instituciones y la moral.

El amor melodramático radica en la posesividad ciega del ser amado, aspecto que colma toda la existencialidad de los hombres y mujeres por lo que la pérdida del ser amado significa sencillamente el fin de todo. Ahí los chantajes, los tejes y manejes por conservar y excluir al ser amado de todos los posibles peligros, ya que de él se espera la absoluta fidelidad. Aspecto que determina la continuidad o ruptura de una relación, alcanzando una importancia soberana frente a los otros condicionantes humanos de máyor trascendencia en una relación.



Este imaginario como vimos, presenta nuevos rasgos, sobre todo en las clases bajas donde las mediaciones constitutivas de una economía y cultura informales han generado ciertos patrones de realización personal como la lucha por el éxito individual. Esta estrategia sostenida en la base de principios morales enaxados a un pragmatismo y audacia que generan un accionar que sobrepasa las tonalidades del pentagrama de la oficialidad y la institucionalidad.

En este sentido se observa que el orden se está resquebrajando en la medida que se van cerrando las posibilidades de concreción del modelo impuesto. la felicidad de la familia en base a un aceptable nivel de status económico que posibilite el consumismo.

Este hombre imaginario si bien no tiene un proyecto concreto de realización como ser social, muestra una nueva sensibilidad que desacredita a las instituciones sociales oficiales y a los partidos políticos. Su futuro está sustentado en la fortaleza que le insuflan los lazos familiares, vecinales y comunitarios que se activan en el universo de la cotidianidad y que abarcan a sectores más bastos como regionales y culturales que ahora emergen a través de una serie de organizaciones de carácter civil.

Este perfil de imaginario urbano construido teóricamente<sup>2</sup> y que presenta rasgos generales, guarda similitud con los los perfiles de imaginarios esbozados por medio del del trabajo de campo<sup>3</sup> de acuerdo a la aplicación de las variables que propiciaron el intercambio entre la realidad cotidiana y la ficción del universo de la telenovela. Intensa dinámica activada por los mecanismos psicológicos de identificación y proyección.

En segundo lugar, demostramos la diferencia de los imaginarios peruano y mexicano de acuerdo a la preferencia que tiene cada auditorio por

un tipo de telenovela. Al imaginario mexicano urbano masificado, corresponde el tipo de telenovela producida por televisa. Al imaginario peruano urbano masificado, corresponde la telenovela brasileña, básicamente la producida por red O' Globo.

#### **I.- CORRESPONDENCIA ENTRE IMAGINARIO PERUANO Y TELENOVELA BRASILEÑA**

En el caso del Perú, el perfil del imaginario muestra una sensibilidad fundada en valores sociales, existenciales como la libertad, la justicia anexados a la amistad, el amor y cierto pragmatismo. Para este imaginario, la brújula más importante en la vida no son los sentimientos, sino el respeto a ciertos principios y la audacia para triunfar y ser reconocido.

Este imaginario, al mismo tiempo, presenta una arista realista que tiende a la confrontación y resolución de las situaciones. Como vía de realización se considera el amor y el trabajo, pero, a su vez, también se quiere justicia social.

Se aprecia una visión de cierta complejidad sobre el ser humano pues no se cree que éste sea bueno o malo como son los personajes de las telenovelas, pero al extrapolar esta dicotomía a la sociedad se establece al pueblo como la personificación del bien y a los políticos y poderosos como la reencarnación del mal.

Esta visión alternativa se extiende a otras consideraciones socializadas sobre la pareja, como en el caso del aborto que es aceptado. Problema que cotidianamente se afronta frente a una incipiente educación sexual.

Sin embargo la visión sobre la pareja no registra cambios en este sentido, por que se considera el matrimonio y la familia como lo más importante en la vida y como vía de realización personal.

Este imaginario urbano masivo fusiona elementos de visiones ideológicas antagónicas que se traducen en el hecho de ser una persona de derecha o de izquierda. El comunismo y socialismo de los años sesenta enarbolaban la idea del cumplimiento del rol social disociado de lo que se podría considerar intrascendente, cursi o frívolo. Por otro lado el liberalismo de derecha pondera el individualismo y la competencia, dejando de lado el mundo de las solidaridades sociales y humanas.

Ahora lo que tiene vigencia es una sensibilidad post-moderna que anexa elementos de las corrientes dominantes. Se piensa y se actúa muchas veces guiado por la justicia social, pero a su vez la gente quiere superarse, mejorar sus niveles de vida en base al esfuerzo personal, familiar o comunitario y en base también a cierto pragmatismo, ingenio y audacia que permite usar ciertos recursos no santos que sólo eran patrimonio de las clases altas y poderosas. Es como saber jugar con las cartas marcadas si la situación lo exige. Todo este despliegue de acción es motivado por la urgencia de lo cercano, de lo cotidiano que tiende a metamorfosearse en lo barrial, vecinal y regional, así como en la organización civil como alternativa de sociabilización, pero partiendo de la experiencia real y no por la imposición de un credo dogmático.

Así las peruanas agobiadas por la adversidad de la crisis económica y de la violencia, participan activamente en la sociedad, pero tampoco descuidan los llamados del corazón. Ellas quieren enamorarse como se enamoran sus heroínas en las telenovelas. El individuo ya no está

desintegrado en estancos emotivo sociales, hay una saludable revoltura: se quiere amar, tener amistades, realizarse en alguna actividad y tener audacia.

Este imaginario de los años 90, cobra realidad en un pragmatismo acendrado por lograr el bienestar personal y familiar. Una poderosa catapulta cimentada en el esfuerzo y audacia que trata de sobrepasar una adversa realidad, traspasar las fronteras de la cultura oficial para aterrizar en el campo de la informalidad y la alternatividad. Mito que coincide con la emergencia de nuevos personajes de éxito económico, sobre todo aquellos que se dedican al comercio ambulante y los servicios informales. En este punto, la historia real se liga a la fantástica realidad de las telenovelas brasileñas.

El otrora mito de la víctima que - de acuerdo a ciertas explicaciones simbólicas representaba a la cenicienta latinoamérica que busca su identidad - ha cambiado el carácter sustancial de su pasiva metáfora. Ahora la víctima de la telenovela brasileña no asume el rol pasivo de esperar la voluntad de los dioses, del destino, de los héroes, los justicieros, el príncipe azul, las madrinas y las herencias millonarias. No, ahora la víctima revierte la situación por su esfuerzo, por su rebeldía y audacia. Por ese saber dar el golpe preciso en el momento preciso, valor de la estrategia temporal para quien no tiene el privilegio de equivocarse con frecuencia.

En este universo no vale regodearse en la autocompación. El tiempo de espera por la recompensa celestial no tiene sentido. Tienen sentido los objetivos, los principios y los logros. La sufrida y pasiva víctima se transforma en una luchadora y luego en la vencedora como las protagonistas de las telenovelas *Tieta*, *El Dueño del mundo*, *Todo vale*, *La reina de la chatarra* o *Mujeres de arena*. Nuevas heroínas que emergen de la pobreza, de su adversa situación social o emocional, pulsadas por la fortaleza y la

experiencia pulida en el sufrimiento. Oscuro tránsito hacia el conocimiento y madurez que se constituyen en armas invencibles para revertir la situación adversa que las sometía y lograr ser reconocidas por los que antes las marginaron y sometieron.

En este nexo entre una realidad cambiante y las nuevas propuesta de las telenovelas brasileñas, vemos que los mecanismos de identificación y de proyección ya no se ajustan a la polaridad maniquea de los buenos contra los malos. Los de arriba contra los de abajo. Los de arriba con su individualismo despiadado y su indiferencia a los problemas sociales, los sin sentimiento, explotadores y conservadores. Y, por otro lado, los pobres resignados y pasivos, regodeándose de su riqueza de sentimiento frente a su extrema pobreza material.

Existe en cierta forma esta contradicción primigenia, pero la trascendencia de este principio cobra ribetes sociales, históricos y épicos que horadan el vértice de una oposición realista. La lucha de contrarios se esquematiza por una opción de vida alternativa que aspira realización y reconocimiento pero que utiliza nuevas estrategias para lograr su objetivo; frente a una opción de vida sustentada en falsos valores como el dinero y el poder. La ubicuidad de los personajes en uno u otro frente, obedece a las circunstancias de la vida, las mismas que podrán hacer caminar a los personajes diletantes en ambos campos y al borde de la línea.

Realidad telenovelesca que empatiza con un imaginario que permite avizorar cierta sensibilidad postmoderna y pragmática atravesada por las mediaciones constitutivas de una economía y cultura urbanas informales.

## 2.-CORRESPONDENCIA ENTRE IMAGINARIO MEXICANO Y TELENOVELA MEXICANA

Este imaginario urbano presenta un perfil melodramático moldeado por una serie de mediaciones culturales como el cine de la edad de oro, el bolero hasta llegar a las telenovelas. En este sentido uno de los rasgos generales es cierto tradicionalismo que encumbra como máximos valores la familia, la religión católica y la moral. Todo ello como la única fórmula para lograr la realización, que pasa por la idea del triunfo personal y la aspiración de una imagen de modernidad.

Otro componente importante es la preponderancia de los sentimientos como ejes conductores de la vida, sobre todo en los niveles bajos. Aspecto íntimamente ligado a la visión maniquea sobre la condición humana que considera la existencia de personas buenas y malas como en las telenovelas. Sin embargo, este imaginario a su vez proyecta un factor de comportamiento contemporizador que evita a toda costa la confrontación dando lugar a cierto código de la apariencia y los enredos que se convierten en el leit motiv de la existencia .

Como el centro de gravitación en la vida es la realización a través del matrimonio y la familia, este espacio se convierte en un campo fundamental de la vida que desplaza a otros aspectos de la misma. La institución familiar se erige como un fuerte cerrado a la marea de una sociedad en convulsión. En este sentido, tienen poderosa significación los lazos sentimentales entre hijos y padres, la dinámica de las relaciones interfamiliares reproduce el melodrama de las telenovelas y se transforma el motor que mueve la vida cotidiana.

En esta línea la vida cotidiana se convierte en la prolongación de la realísima pantalla en la cual la heroína sufre hasta que aparece un protector millonario como en *Maria José* o *Mi pequeña Soledad*. También puede aparecerse el príncipe azul como en *Muchacha italiana viene a casarse* o *Marimar*. Y repetirse el mismo argumento en un ambiente juvenil y moderno como en *Muchachitas*, *Quinceañera*, *Amor de papel* o *Agujetas de color de rosa*.

Así cobran vigencia los mitos de paternidades desconocidas, princesas que logran casarse con el príncipe azul y la aparición de millonarias herencias que cobran realidad en ciertas familias. razón por la cual, la mayoría del público femenino confiesa su seducción por este tipo de telenovelas.

Pero la sociedad ha cambiado ahora sus vestiduras con un ropaje de modernidad, por lo que las preferencias se magnetizan hacia los temas juveniles donde se ve el despliegue de una atmósfera de modernidad exacerbada.

La ambivalencia, el doble discurso y el enredo también son rasgos significativos que se ponen en evidencia. Por un lado se puede admitir la preferencia por las telenovelas, pero por otro cuesta reconocer la seducción de este producto, sobre todo en los niveles altos. Punto que demarca el perfil de un imaginario que muestra dos rostros distintos.

El imaginario en el nivel alto y medio presenta rasgos de una moral conservadora que resguarda como máximo valor la virginidad como pasaporte para lograr un buen matrimonio. Sin embargo, este mismo imaginario admite que no todos tienen vocación para ser padres, también se

considera que más importante que la fidelidad absoluta en la pareja es la comunicación y el respeto.

Esta ambivalencia se percibe también en los sectores bajos ya que si bien presentan una visión alternativa al proyectar la imagen maniquea de buenos y malos a la sociedad, en cuanto a los principios morales sobre la pareja muchas veces registran un nivel de conservadurismo superior al de las otras clases.

Como vemos hay un imaginario ambivalente que se manifiesta en el intercambio entre mundo cotidiano y la ficción de la telenovela. Los sectores altos por su parte ven la telenovela con cierto desdén ya que las historias pueden ser consideradas cursis y fantaseosas. No existe un nivel de proyección con la heroína. Sólo se registra identificación con los principios y la moral de ésta, ya que a su vez el mundo de los sentimientos es un universo íntimo e inviolable que ni siquiera accede a la complicidad de la imagen.

En los niveles bajos donde se produce un intenso intercambio entre mundo real y ficción, si se registra una proyección con la víctima. hasta cierto punto pues causa cierto desagrado el exagerado nivel de sufrimiento de la víctima, pero sin embargo si se aspira a vivir un romance como el de la heroína, descubrir un príncipe azul o la paternidad de un hombre millonario.

Esos enredos familiares y primordiales que son la columna vertebral de las telenovelas producidas por Televisa tienen su correlato en los comportamientos interpersonales de un imaginario que vive de los enredos, de los temores, de la ambivalencia, generados por encauzar la vida por el único camino hacia la felicidad que es el matrimonio tradicional y la unión familiar. Camino que en el caso de los niveles bajos, tiende un puente hacia la



sociedad y que en otras cierra sus murallas en salvaguarda de un bienestar y de status de vida personal.

### 3.- CONCLUSIONES GENERALES

Diversas conclusiones parciales que se refieren a los imaginarios urbanos peruano y mexicano han sido señalados en el acápite de esta tercera parte del trabajo: Correspondencia entre imaginario y telenovela. A partir de estos resultados y principios parciales hemos sistematizado conclusiones fundamentales y generales.

1.- La topografía televisiva (lugar que ocupa el televisor en el hogar) y la tipología temporal (clase de tiempo que se destina al ritual de ver la telenovela) , están determinadas por el nivel socioeconómico.

2.- Esta topografía televisiva y tipología temporal , determinan formas de ver. A mayor nivel social corresponde una forma individualista y cerrada de ver la televisión; a menor nivel se establece una forma de ver compartida y dialogante.

3.- El grado de implicación que se produce al ver la telenovela , está condicionado por el nivel socioeconómico al que pertenece la audiencia. Así se establece la siguiente relación: A mayor nivel social, menor el grado de implicación y a menor nivel social, mayor el grado de implicación .

Esta situación se produce por la economía emotiva y sentimental que caracteriza a la burguesía y ciertos sectores de la clase media alta y por que además existe el prejuicio de catalogar a la telenovela como un subproducto que se confiesa ver con cierto distanciamiento. Sin embargo a medida que se avanza en las preguntas de la encuesta se comprueba que hay cierto nivel de implicación que a primera instancia se niega.

4.- Se observa que los mecanismos de proyección se activan en relación a los aspectos sociales y existenciales generales; mientras que en una esfera más íntima, predominan las fuerzas de identificación sobre el modelo tradicional de amor romántico y melodramático que presenta la telenovela.

5.- Así a menor nivel social se acrecienta la identificación por los valores tradicionales; mientras que a nivel social se magnifica el nivel de proyección en el personaje de la víctima con el deseo de subvertir la adversa situación que se proyecta en su realidad.

6.- A mayor nivel social; menor el grado de identificación en el sueño del amor romántico y también menor la proyección con la víctima. Dicha situación establece:

7.- A medida que la realidad margina e impide el acceso a los bienes materiales y culturales, y la realización personal en todos sus aspectos; se acrecienta el nivel de identificación y de proyección.

8.- Asimismo, a partir de este principio y del tipo de telenovela que se consume (brasileña o mexicana), se determina. A mayor nivel socioeconómico, mayor el nivel de identificación con la protagonista

exitosa; mientras que a menor nivel se registra una mayor proyección con la protagonista que sufre, quien logra revertir su situación de sojuzgamiento

9.- A menor nivel social, mayor la apropiación de los usos de la telenovela. A mayor nivel social, casi nula la apropiación de usos.

10.- El nivel B (clase media), presenta una forma de ver muy particular que la diferencia del resto de las clases. Se observa un grado de autonomía para manipular el televisor. Al punto de asumirse como natural el hecho de ver la telenovela y otro programa al mismo tiempo, omitiendo los comerciales en uno y otro caso.

---

<sup>1</sup> Véase Segunda Parte, II Sucesos históricos y formación del imaginario urbano. P. 143 y ss.

<sup>2</sup> Véase en el mismo acápite anterior.

<sup>3</sup> Véase tercera Parte, Y Correspondencia entre imaginario y telenovela P. 191 y ss.

**ANEXO**  
**CUESTIONARIO Y TABLAS**

## ENCUESTA

## IMAGINARIO TELENUELA

## A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

## 1.- PRESENCIA DE LA TELEVISIÓN

- 1.- Se tiene que mudar de casa. ¿Entre las primeras cosas cosas llevaría un televisor?  
a) sí b) no c) prefiere radio
- 2.- ¿Cuántos televisores tiene?
- 3.- ¿Dónde están?

## 2.- FORMAS DE VER

- 1.- ¿Cómo le gusta ver las telenovelas?  
a) sola b) acompañada c) le es indiferente
- 2.- Su permanencia es:  
a) estable b) interrumpida por comerciales c) cambia de canal
- 3.- ¿Hay un seguimiento?  
a) sí b) no
- 4.- ¿Alguna actividad se adelanta o atrasa en función de la TLN?  
a) sí b) no
- 5.- ¿Cuándo tiene que hacer se conforma con escuchar?  
a) sí b) no
- 6.- Cuando ve TLNs:  
a) realiza trabajo manual b) estudia c) come d) otros e) ninguna
- 7.- Cuando ve TLNs.:  
a) conversa, comenta b) permanece en silencio
- 8.- ¿Qué siente cuando ve TLNs?  
a) se introduce en la historia b) la ve distante
- 9.- Ver TLNs. le produce un placer con culpa?  
a) sí b) no

## 3.- PROCESOS DE SELECCIÓN Y MECANISMOS DE DECISIÓN

- 1.- ¿Qué TLN le gusta ver más?  
a) mexicana b) brasileña c) venezolana d) de Miami
- 2.- ¿Por qué?  
a) más clara y se relaciona con su realidad b) mejores historias y actuación c) más emocionante d) más divertida
- 3.- Ud. comenta sobre :  
a) personajes b) actuación c) trama
- 4.- ¿Valora situaciones o personajes de acuerdo a experiencias vividas o conocidas?  
a) sí b) no
- 5.- ¿Le molesta que el mal gane terreno?  
a) sí b) no
- 6.- ¿Acompaña sus comentarios con otro tipo de manifestaciones?  
a) sí b) no
- 7.- Estos se producen cuando:  
a) desea que el personaje supere dificultades b) que se aclaren conflictos  
c) las escenas son absurdas: mucho sufrimiento para la víctima

- 8.- ¿Habla sobre los personajes como si los conociera?  
a) sí b) no
- 9.- ¿Quisiera vivir como la protagonista?  
a) sí b) no

#### 4.- USOS SOCIALES

- 1.- ¿Las TLNs. enseñan a afrontar la vida?  
a) sí b) no c) depende del tipo de TLN.
- 2.- ¿Las historias que ve, reafirman sus valores morales?  
a) sí b) no c) depende
- 3.- ¿Aprende comportamiento de los personajes?  
a) sí b) no
- 4.- ¿Se generan vínculos a partir de ver TLNs?  
a) sí b) no
- 5.- ¿Cuando ve TLNs., olvida sus tensiones y problemas?  
a) sí b) no
- 6.- ¿Ver TLNs. refuerza los lazos familiares?  
a) sí b) no
- 7.- ¿El trabajo u otras tareas se hacen más agradables viendo TLNs?  
a) sí b) no
- 8.- Las telenovelas:  
a) facilitan el diálogo b) incomunican c) no incide
- 9.- La TLN. propicia un clima de confianza para discutir sus problemas.  
a) sí b) no

### B.- PERFIL IMAGINARIO

#### 1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENOVELA

- 1.- ¿Que tema de TLN le gusta más?  
a) cuando el protagonista recupera su identidad familiar.  
b) se realiza a través del amor, del matrimonio.  
c) se realiza a través del trabajo  
d) tema social o histórico  
e) temas actuales y reales.
- 2.- ¿Qué escenas o situaciones le gusta ver más?  
a) románticas b) de confrontación c) divertidas d) se resuelven los conflictos
- 3.- Le gusta que la heroína sea feliz a través del :  
a) amor b) trabajo c) dinero
- 4.- Ante todo deben prevalecer los sentimientos?  
a) sí b) no d) depende
- 5.- ¿Qué es más importante en la vida ?  
a) los sentimientos b) principios y audacia
- 6.- ¿Qué valores morales debe tener el protagonista?  
a) trabajador, justo, católico  
b) justo, hacer lo que le gusta, triunfar
- 7.- ¿Qué valores debe tener la protagonista?  
a) católica, virtuosa, abnegada  
b) justa, hacer lo que le gusta, triunfar.

- 8.- ¿Se solidariza con la víctima?  
a) si            b) no            c) a veces
- 9.- ¿Le satisface que el bien sea premiado y el mal castigado?  
a) sí            b) no
- 10.- ¿Por qué?  
a) es lógico            b) es justo            c) es moral
- 11.- ¿Sucede así en la vida real?  
a) si            b)no            c) a aveces
- 12.- ¿Cree que las personas son buenas y malas como en las TLNs?  
a) si            b) no
- 13.- ¿Quiénes son los buenos en la sociedad?  
a) pueblo, pobres    b) clero            c) madres            d) justos
- 14.- ¿Quiénes son los malos en la sociedad?  
a) políticos            b) poderosos, ricos            c) narcos, delincuentes            d) terroristas
- 15.- ¿Cree que una persona mala pueda cambiar?  
a) si            b) no
- 16.- ¿Cree que una persona buena pueda cambiar?  
a) si            b) no
- 17.- ¿Tienen los malos derecho al perdón?  
a) si            b)no            c) depende

## 2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENOVELA

- 1.- Ante todo ¿qué debe uno respetar en la vida?  
a) dignidad, justicia, libertad    b) amor, amistad, verdad    c) familia, religión, moral
- 2.- ¿Eso enseñan las TLNs?  
a) sí            b) no            c) a veces
- 3.- ¿Qué piensa de las parejas de las TLNs?  
a) son reales    b) cursis, irreales            c) inmorales
- 4.- ¿Así le sucede con su pareja?  
a) si            b) no            c) a veces
- 5.- ¿Quisiera Ud. vivir un romance como en las TLNs?  
a) si            b) no
- 6.- ¿Quisiera tener un novio o marido como el de la heroína?  
a) si            b) no
- 7.- ¿Permite un desliz a sus personajes casados o comprometidos?  
a) si            b) no
- 8.- Admite ese desliz:  
a).- cuando hay verdadero amor en la pareja futura  
b).- es justo de acuerdo a la lógica de lo que se ve
- 9.- ¿Qué siente cuando ve escenas de infidelidad femenina?  
a) rechazo    b) comprensión    c) indiferencia
- 10.- ¿Qué siente cuando ve escenas de infidelidad masculina?  
a) rechazo    b) comprensión    c) indiferencia
- 11.- ¿Cuál cree que es el objetivo en la vida?  
a) realizarse a través del matrimonio y la familia  
b) realizarse en términos personales.
- 12.- ¿El matrimonio y la familia son lo más importante?  
a) si            b) no



- 13.- ¿Todos los hombres y mujeres tienen vocación de ser padres?  
a) sí            b) no
- 14.- ¿El matrimonio es para toda la vida?  
a) sí            b) no
- 15.- ¿Cómo debe ser una pareja para que perdure?  
a) fiel, respetuosa, católica            b) honesta, comprensiva, comunicativa
- 16.- ¿Qué piensa del divorcio?  
a) es negativo            b) es una solución cuando no hay amor
- 17.- ¿Existe la fidelidad absoluta?  
a) sí            b) no            c) a veces
- 18.- ¿Qué piensa de los amantes?  
a) los rechaza            b) los comprende
- 19.- ¿La mujer debe llegar virgen al matrimonio?  
a) sí            b) no
- 20.- ¿Está de acuerdo con el aborto?  
a) sí            b) no            c) Depende: violación o hijo no deseado

## ENCUESTA PERU

## CONCLUSIONES DE LOS CUATRO NIVELES SOCIALES

## A.-FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

## I.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C	NIVEL D	CONCLUSIONES
TELEVISION	78%	59%	65%	69%	- PARA MAYORIA NIVELES TV ES IMPRESCINDIBLE
RADIO	12%	23%	17.5%	-	- UN BUEN PORCENTAJE VE EN LA RADIO UNA ALTERNATIVA
NINGUNO		18%	17.5%	31%	- A: NO PUEDE PRESCINDIR DE UN MEDIO

## NUMERO DE TELEVISORES

NIVELES	Nº. TV.	%	CONCLUSIONES
A	5	38%	- A MAS ALTO NIVEL, MAYOR NUMERO DE TELEVISORES
B	3	63%	- LA CLASE MEDIA MAS CERCA DE LOS NIVELES BAJOS
C	2	55%	- CANTIDAD DE TELEVISORES INCIDE EN UNA FORMA DE
D	1	52%	VER

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

NIVELES	COMBINACION HAB.	%	CONCLUSIONES
A	SALA TV/ COCINA/ DOR	78%	- PREDOMINANTEMENTE TELEVISOR SE ASOCIA
B	SALA/ DORMITORIO	51%	CON EL DORMITORIO
C	SALA /DORMITORIO	66%	- CLASE A SE DIFERENCIA CON LAS DEMAS POR
D	CUARTO	38%	LA DISPOSICION DE OTROS AMBIENTES

**2.- FORMAS DE VER**

N°	A	B	C	D	CONCLUSIONES
1	56%	59%	41%	46%	B: prefiere ver sola / A,C y D: ven acompañadas
2	61%	55%	47%	46%	ACD: Int. comerciales / D:estable / B:cambia canal
3	54%	81%	88%	77%	ABCD: Seguimiento de historia / A:bajo porcentaje
4	15%	73%	12%	54%	BD: Modifica horario actividades. por ver TLN/ AC: No
5	61%	55%	59%	62%	ABCD:Si tiene que hacer se conforma con escuchar
6	54%	36%	62%	62%	A: Arreglo personal./ BCD: trabajo manual/ B: come
7	54%	73%	76%	54%	ABCD: comentan cuando ven TLNs.
8	100%	81%	71%	62%	A: Tiene culpa de ver TLN / BCD: no tienen culpa
9	100%	81%	71%	63%	ABCD: No se introduden en historia

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

N°	A	B	C	D	VARIABLES
1	92%	95%	41%	54%	ABD: Prefieren TLN brasileña/ C: Venezolana
2	100%	55%	47%	77%	BCD: Relaciona con realidad/A: Mas emocionante
3	58%	15%	42%	50%	AD: Comenta sobre trama/ BC: sobre personajes
4	54%	59%	56%	62%	ABCD: Valora sit. de acuerdo a su experiencia
5	54%	77%	76%	77%	ABCD: Molesta que mal gane terreno
6	33%	71%	79%	67%	BCD: Comentario con manifestaciones/ A: No
7	42%	53%	45%	55%	A:Supere dif. /BD: Esc. absurdas/C:aclaren conflic.
8	31%	64%	59%	75%	BCD: Comenta como si conoc. personaje / A: No
9	25%	45%	59%	85%	ABC: No quiere vivir como Prot. / D: si quiere

### 3.- USOS SOCIALES

N°	A	B	C	D	VARIABLES
1	33%	68%	71%	92%	BCD: Aprende a afrontar la vida / A: no aprende
2	33%	68%	71%	85%	BCD: Refuerza valores / A: no refuerza valores
3	15%	45%	65%	77%	CD: Aprenden comportamientos perso./ AB: No
4	15%	59%	59%	62%	BCD: Generan vínculos a partir de ver TLN/ A: No
5	85%	90%	88%	92%	ABCD: Cuando ve TLN se olvidan problemas
6	15%	23%	65%	82%	CD: TLN refuerza lazos familiares/ AB: No
7	46%	62%	59%	54%	BCD: Tareas son agradables viendo TLNs./ A: No
8	23%	88%	82%	92%	BCD: TLN propicia comunicación familiar/A: No
9	38%	50%	53%	58%	BCD: TLN permite hablar problemas./ AB: No

## II.- PERFIL IMAGINARIO

### I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENOVELA

Nº	A	B	C	D	CONCLUSIONES
1	42%	36%	47%	38%	AC:Temas actuales / BD: Social / D: Romántico
2	39%	36%	41%	54%	DC:Resuelvan conflictos./AB:Confrontación / D: Románt
3	77%	50%	47%	62%	ABCD: Se realice a través de amor / BC: del trabajo
4	46%	73%	94%	92%	BCD: Ante todo deben prevalecer los sentimientos / A: No
5	69%	64%	64%	77%	ABCD: Más importante, principios y audacia.
6	62%	96%	82%	85%	ABCD: Protagonista: ser justo,hacer lo que gusta,triunfar
7	69%	96%	88%	77%	ABCD: Protagonista: ser justa,hacer lo que gusta,triunfar
8	33%	50%	59%	100	BCD: Se solidariza con victima/ A:No
9	85%	82%	88%	92%	ABCD: Satisface que bien sea premiado y mal castigado
10	68%	70%	56%	75%	ABCD: Es justo que mal sea castigado y bien premiado
11	54%	77%	52%	54%	ABCD: Así no sucede en la realidad
12	52%	64%	41%	69%	ABD: Personas no son como en la TLN/ C: Sí
13	62%	55%	45%	62%	BCD: Buenos, los del pueblo / A: Los justos
14	46%	36%	41%	31%	BC: Malos, los podesosos / D: Políticos / A: terroristas
15	73%	68%	59%	92%	ABCD: Malo puede cambiar
16	69%	61%	59%	92%	ABCD: Bueno puede cambiar
17	90%	64%	65%	73%	ABCD: Los malos tienen derecho al perdón

## 2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENVELA

n°	A	B	C	D	CONCLUSIONES
1	38%	68%	47%	38%	BCD: Valores Alternativos / A: Tradicionales
2	50%	77%	76%	77%	ABCD: Eso enseña la TLN. / A: la TLN no enseña eso
3	85%	52%	76%	54%	ACD: Parejas de TLN son cursis / B: Son reales
4	17%	59%	70%	67%	BCD: Le sucede así con su pareja/ A: No
5	23%	52%	56%	85%	BCD: Desea romance como de TLN/ D: No
6	23%	50%	65%	69%	BCD: Desea novio como de TLN/ AB: No desea
7	84%	86%	53%	54%	ABCD: Premite desliz a sus personajes casados
8	60%	83%	53%	60%	AC: Se justifica por amor/ BC: Por lógica sucesos
9	46%	41%	53%	69%	AB: Comprende esc. de inf. femenina/ CD: rechaza
10	46%	41%	70%	69%	ACD: Rechaza esc. inf. masculina/B: Indiferencia
11	69%	90%	53%	54%	ABCD: Realizarse en términos personales
12	23%	46%	76%	85%	ACD: Matri. y familia lo más importante/ B: No
13	92%	90%	82%	85%	ABCD: Todos no tienen vocación de ser padres
14	39%	41%	56%	62%	ACD: El matrimonio es para toda la vida / B: No
15	68%	59%	88%	92%	ABCD: Pareja debe ser honesta. compren, comunic
16	100	86%	88%	100	ABCD: Divorcio solución cuando no hay amor
17	50%	50%	70%	62%	CD: Existe fidelidad absoluta/ AB: Existe a veces
18	62%	85%	65%	69%	ABCD: Comprende a los amantes
19	50%	88%	59%	62%	ABCD: No necesario llegar virgen matrimo./A: Si
20	54%	61%	24%	46%	AB: Aceptan aborto/C: Caso violación/ D:Rechaza

## ENCUESTA PERU

## NIVEL A

## A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

## 1.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	% NIVEL A	CONCLUSION
TELEVISION	78%	- TELEVISION IMPRESCINDIBLE PARA LA
RADIO	7%	MAYORIA.
NINGUNO	15%	- MUJERES JOVENES PREFIEREN LA RADIO
TOTAL	100%	

## NUMERO DE TELEVISORES

Nº. TELEVISORES	% NIVEL A	CONCLUSION
DOS	25%	- LO MAS COMUN ES TENER TRES
TRES	50%	TELEVISORES, QUE PROPICIA UNA FORMA
CUATRO	8%	MAS INDIVIDUALISTA DE VER RESPECTO
CINCO	8%	A LOS OTROS NIVELES
SEIS	8%	
TOTAL	100%	

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

COMB. HABITACIONES	% NIVEL A	CONCLUSION
DORMITORIO	33%	- UBICACION PREDOMINANTE EL.
SALA/DORMITORIO	17%	DORMITORIO CON UN AMBIENTE.
COMEDOR/DORMITORIO	17%	APARECE LA SALA TV. COMO RECINTO
SALA TV./DORMITORIO	33%	CARACTERISTICO DE ESTE NIVEL
TOTAL	100%	



**Z- FORMAS DE VER**

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Mayoría prefiere ver TLN acompañado	56%	8%	36%		
2	Mayoría interrumpe en comerciales	31%	61%	8%		
3	Hay seguimiento TLN	54%	46%			
4	No se modifica actividad en función TLN	15%	85%			
5	Cuando tiene que hacer se conforma con escuchar	61%	39%			
6	Mayoría realiza arreglo personal	31%		15%	54%	
7	Comenta sobre TLN	54%	46%			
8	No se introduce en la historia		100%			
9	No hay culpa de ver TLN		100%			

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	IMP
1	Prefiere TLN brasileña	8%	92%			-
2	Por que es más emocionante	100%				-
3	Comenta sobre trama	14%	36%	50%		1
4	Valora personajes de acuerdo a experiencia	54%	31%	15%		1
5	Molesta que mal gane terreno	54%	23%	23%		1
6	No acompaña comentarios con manifestaciones	33%	77%			-
7	Escenas que supere dificultades víctima	42%	29%	29%		1
8	No habla como si conociera personajes	31%	69%			-
9	No quiere vivir como protagonista	25%	75%			-

#### 4.- USOS SOCIALES

N°	VARIABLES	A	B	C	D	US0
1	TLN no enseña a frontar vida		77%	23%		-
2	No refuerza valores	23%	77%			-
3	No aprende comportamientos de la TLN	15%	85%			-
4	No se generan amistades a partir de ver TLNs.	15%	85%			-
5	Cuando ve TLN olvida problemas	85%	15%			U
6	TLN no refuerza lazos familiares	15%	85%			-
7	Tareas no se hacen agradables viendo TLNs.	46%	54%			-
8	TLNs. incomunican	33%	67%			-
9	TLNs. no ayudan a discutir problemas personales	38%	62%			-

## B.- PERFIL IMAGINARIO

## 1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENOVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Temas actuales	17%	33%		8%	42%
2	Prefiere escenas de confrontación	31%	39%	23%	7%	
3	Protagonista se realice a través del amor	77%	23%			
4	Ante todo deben prevalecer sentimientos/depende	46%	8%	46%		
5	Más importante principios y audacia	23%	77%			
6	El Prot. ser justo hacer lo que le gusta y triunfar	38%	62%			
7	La Prot. ser justa hacer lo que le gusta y triunfar	31%	69%			
8	Solidariza con víctima : Si, no.a veces	33.3	33.3	33.3		
9	Le satisface que bien sea premiado y mal castigado	85%	15%			
10	Es justo	8%	62%	30%		
11	No sucede así en la vida real	46%	54%			
12	Personas no son como en TLN: buenas y malas	48%	52%			
13	Los buenos en la sociedad, los justos	38%			62%	
14	Los malos en la sociedad, los terroristas	15%		39%	46%	
15	Los malos pueden cambiar	73%		27%		
16	Los buenos pueden cambiar	69%	31%			
17	Los malos tienen derecho al perdón	90%	10%			

## 2.- VALORES MORALES EN EL AMOR A TRAVES DE LA TELENOVELA

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Valores tradicionales: familia , religión , moral	31%	31%	38%		
2	Eso no enseñan las TLNs	50%	50%			
3	Parejas de TLN cursis	15%	85%			
4	No le sucede así con su pareja	17%	83%			
5	No desea vivir un romance como en la TLN	23%	77%			
6	No quiere tener un novio como el de la TLN	23%	77%			
7	Permite deshiz a sus personajes casados	16%	84%			
8	Se justifica cuando hay amor en pareja futura	60%	40%			
9	Escenas de infidelidad femenina: comprensión	31%	46%	23%		
10	Escenas de infidelidad masculina: rechazo	47%	38%	15%		
11	Realizarse en términos personales	31%	69%			
12	Matrimonio y familia lo más importante	67%	33%			
13	Todos no tienen vocación para ser padres	8%	92%			
14	El matrimonio es para toda la vida	61%	39%			
15	Pareje debe ser honesta, comprensiva, comunicativa	38%	62%			
16	Divorcio buena solución cuando no hay amor		100			
17	Existe fidelidad absoluta a veces	42%	8%	50%		
18	Comprende a los amantes	38%	62%			
19	Llegar virgen al matrimonio: si/no	50%	50%			
20	Acepta aborto.	54%	31%	15%		

## NIVEL B

A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS  
I.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	% NIVEL B	CONCLUSION
TELEVISION	59%	- ES EL NIVEL QUE MAS PUEDE PRESCINDIR
RADIO	23%	DE LA TELEVISION Y LA RADIO YA QUE
NINGUNO	18%	TIENE OTRAS ALTERNATIVAS DE COMUNICACION
TOTAL	100%	YA QUE SON PROFESIONISTAS Y ESTUDIANTES

## NUMERO DE TELEVISORES

Nº. TELEVISORES	% NIVEL II	CONCLUSION
DOS	36%	- LO MAS COMUN ES TENER DOS Y TRES
TRES	31%	TELEVISORES.
CUATRO	20%	
CINCO	23%	
TOTAL	100%	

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

COMB. HABITACIONES	% NIVEL B	CONCLUSION
DORMITORIO	32%	
SALA / COMEDOR	36%	
SALA / DORMITORIO	9%	
COMEDOR / DORMITORIO	23%	
TOTAL	100%	

2.- FORMAS DE VER

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Prefiere ver TLN sola	59%	18%	23%		
2	Cambia de canal, especialmente auditorio joven	5%	41%	54%		
3	Hay seguimiento de la historia	81%	19%			
4	Modifica horario de actividades en función TLN	73%	27%			
5	Se conforma con escuchar cuando tiene que hacer	55%	45%			
6	Come y realiza trabajo mientras ve TLN	28%	23%	36%	13%	
7	Conversa cuando ve TLNs.	73%	27%			
8	No se introduce en historia de la TLN	19%	81%			
9	No siente culpa de ver TLN	56%	64%			

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

N°	VARIABLES	A	B	C	D	IMP
1	Prefiere TLN brasileña		95%	5%		I
2	Por que se relaciona con su realidad	55%	32%	9%	4%	I
3	Se comenta sobre personaje	46%	27%	27%		I
4	Valora situaciones de acuerdo a experiencia	59%	41%			I
5	Molesta que el mal gane terreno	77%	33%			I
6	Acompaña comentarios con manifestaciones	71%	29%			I
7	Escenas absurdas de sufrimiento para victima	31%	16%	53%		I
8	Comenta sobre personajes como si conociera	64%	36%			I
9	No quiere vivir como la protagonista	45%	55%			-



#### 4.- USOS SOCIALES

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	USO
1	TLN enseña a afrontar la vida	68%	32%			U
2	Refuerza valores morales	68%	32%			U
3	No aprende comportamientos de la TLN	45%	55%			-
4	Se generan vínculos a partir de ver TLNs.	54%	46%			U
5	Cuando ve TLN olvida problemas	90%	10%			U
6	Refuerza lazos familiares	23%	77%			U
7	Tareas se hacen agradables viendo TLNs.	62%	38%			U
8	TLNs. propician la comunicación	88%	12%			U
9	Para mitad TLNs. ayudan a discutir problemas	50%	50%			U

## B.- PERFIL IMAGINARIO

## 1.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENVELA

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Temas sociales /temas actuales y reales	4%	14%	14%	36%	32%
2	Escenas de confrontación	14%	36%	27%	23%	
3	Heroína se realice a través del amor y el trabajo	50%	50%			
4	Ante todo deben prevalecer los sentimientos	73%	4%	23%		
5	Más importante que sent., principios y audacia	32%	68%			
6	El prot. ser justo, hacer lo que le gusta y triunfar	4%	96%			
7	La prot. ser justa, hacer lo que le gusta y triunfar	4%	96%			
8	La mitad se solidariza con la víctima	50%	50%			
9	Le satisface que bien sea premiado y mal castigado	86%	14%			
10	Es justo	25%	70%	5%		
11	Así no sucede en la realidad	23%	77%			
12	Las personas no son buenas y malas como en TL.N	36%	64%			
13	Loa buenos en la sociedad, el pueblo	55%	23%	4%	18%	
14	Los malos en la sociedad, los poderosos y políticos	18%	36%	14%	9%	33
15	Una persona mala puede cambiar	68%	32%			
16	Una persona buena puede cambiar	61%	39%			
17	Los malos tienen derecho al perdón	64%		46%		

## 2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENUELA

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Valores alternativos: dignidad, justicia y libertad	68%	25%	17%		
2	Eso enseñan las telenovelas brasileñas	54%	46%			
3	Parejas de la TLN brasileña son reales	52%	48%			
4	Le sucede así con su pareja	59%	41%			
5	Si quisiera vivir un romance como en la TLN	52%	48%			
6	Miñad quiere un novio como el galán de la TLN	50%	50%			
7	Permite desliz a sus personajes casados	86%	14%			
8	Se justifica por lógica de lo que sucede	17%	83%			
9	Escenas de infidelidad femenina: comprensión	32%	41%	27%		
10	Escenas de infidelidad masculina: rechazo	32%	27%	41%		
11	Realizarse en términos personales	10%	90%			
12	El matrimonio y la familia no es lo más importante	46%	54%			
13	Todos no tienen vocación para ser padres	10%	90%			
14	El matrimonio no es para toda la vida	41%	59%			
15	Pareja debe ser honesta, comprensiva, comunicativa	32%	68%			
16	Divorcio buena solución cuando no hay amor	14%	86%			
17	Existe la fidelidad absoluta a veces	23%	27%	50%		
18	Comprende amantes	15%	85%			
19	No es necesario llegar virgen al matrimonio	12%	88%			
20	Está de acuerdo con el aborto	61%	29%	10%		

## NIVEL C

A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS  
1.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	% NIVEL C	CONCLUSION
TELEVISION	65%	- PARA LA MAYORIA LA TELEVISION ES
RADIO	17.5%	IMPRESINDIBLE
NINGUNO	17.5%	- LA RADIO ES UNA OPCION PARA LAS MUJERES
TOTAL	100%	JOVENES

## NUMERO DE TELEVISORES

Nº TELEVISORES	% NIVEL C	CONCLUSION
UNO	24%	- LO MAS COMUN ES TENER DOS TV.
DOS	53%	- LA MAYORIA DE ESTOS TIENE UN TV.
TRES	18%	BLANCO Y NEGRO
CINCO	5%	
TOTAL	100%	

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

COMB. HABITACIONES	% NIVEL C	CONCLUSION
DORMITORIO	29.5%	- UBICACION PREDOMINANTE UN AMBIENTE
SALA / DORMITORIO	41%	CON DORMITORIO
COMEDOR / DORMITORIO	29.5%	
TOTAL	100%	

**2.- FORMAS DE VER**

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Le gusta ver la TLN acompañada	34%	42%	24%		
2	Mayoría interrumpe en comerciales	29%	47%	24%		
3	Hay seguimiento de la historia	82%	18%			
4	No cambia horario de actividades en función TLN	12%	88%			
5	Cuando tienen que hacer se conforma con escuchar	59%	41%			
6	Mayoría realiza trabajo manual	62%		31%	7%	
7	Le gusta comentar cuando ve TLN	76%	24%			
8	No se introduce en la historia	29%	71%			
9	No hay culpa de ver la TLN	18%	82%			

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

N°	VARIABLES	A	B	C	D	IMP
1	Prefiere TLN venezolana	29%	29%	42%		I
2	Se relaciona con su realidad	47%	34%	29%		I
3	Comenta sobre personajes	42%	22%	36%		I
4	Valora situaciones de acuerdo a experiencia	56%	44%			I
5	Inquieta que mal gane terreno	76%	24%			I
6	Acompaña comentarios con manifestaciones	79%	21%			I
7	Que se aclaren conflictos	31%	45%	24%		I
8	Habla como si conociera a los personajes	59%	41%			I
9	Quiere vivir como la protagonista	59%	41%			-

#### 4.- USOS SOCIALES

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	USO
1	TLN enseña a afrontar la vida	70%	30%			U
2	TLN refuerza valores	71%	21%			U
3	Aprende comportamiento de personajes	65%	35%			U
4	Se generan vínculos a partir de ver TLNs.	59%	41%			U
5	Cuando ve TLN olvida tensiones y problemas	88%	12%			U
6	TLN refuerza lazos familiares	65%	35%			U
7	Tareas se hacen a gradables viendo telenovelas	59%	41%			U
8	TLNs. propician comunicación	82%	18%			U
9	TLNs. ayudan a discutir problemas personales	53%	47%			U

## II.- PERFIL IMAGINARIO

## I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Prefiere temas actuales	24%	18%	10%	10%	47%
2	Escenas cuando se resuelven los conflictos	18%	29%	12%	41%	
3	Heroína se realice a través del amor y trabajo	47%	47%	6%		
4	Ante todo deben prevalecer los sentimientos	94%	6%			
5	Más importante que sentim., principios y audacia	36%	64%			
6	El prot. ser justo, hacer lo que le gusta y triunfar	18%	62%			
7	La prot. ser justa, hacer lo que le gusta y triunfar	18%	82%			
8	Mayoría se solidariza con la víctima	59%	29%	12%		
9	Le satisface que bien sea premiado y mal castigado	88%	12%			
10	Es justo	19%	56%	25%		
11	No sucede así en la vida real	48%	52%			
12	Las personas son buenas y malas como en TLNs	59%	41%			
13	Los buenos en la sociedad, los del pueblo	45%		29%	26%	
14	Los malos en la sociedad, los poderosos	7%	41%	28%	24%	
15	Una persona mala puede cambiar	59%	41%			
16	Una persona buena puede cambiar	59%	41%			
17	Los malos tienen derecho al perdón	65%	35%			



## 2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Valores alternativos: dignidad, justicia, libertad	47%	41%	12%		
2	Eso enseñan las telenovelas	76%	24%			
3	Parejas de TLNs. son cursis	24%	76%			
4	Le sucede así con su pareja	70%	30%			
5	Si quiere vivir un romance como el de la TLN	56%	44%			
6	Le gustaría tener un novio como el de la TLN	65%	35%			
7	Permite desliz a sus personajes casados	53%	47%			
8	Se justifica por lógica de lo que sucede	53%	47%			
9	Escenas de infidelidad femenina: rechazo	53%	47%			
10	Escenas de infidelidad masculina: rechazo	70%	18%	12%		
11	Realizarse en términos personales	47%	53%			
12	Matrimonio y familia, lo más importante	76%	24%			
13	Todos no tienen viocación para ser padres	18%	82%			
14	El matrimonio es para toda la vida	56%	44%			
15	Pareja debe ser honesta, comprensiva, comunicativa	12%	88%			
16	Divorcio buena solución cuando no hay amor	12%	88%			
17	Existe fidelidad absoluta	70%	18%	12%		
18	Comprende a los amantes	65%	35%			
19	No es necesario llegar virgen al matrimonio	41%	59%			
20	Acepta aborto en caso de violación	24%	29%	47%		

## NIVEL D

## A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

## 1.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	% NIVEL D	CONCLUSION
TELEVISION	69%	- PARA LA MAYORIA TELEVISION ES
RADIO	31%	IMPRESINDIBLE
NINGUNO	-	- MUJERES JOVENES PREFIEREN RADIO
TOTAL	100%	

## NUMERO DE TELEVISORES

Nº. TELEVISORES	% NIVEL D	CONCLUSION
UNO	46%	- LO MÁS COMUN ES TENER UN TELEVISOR
DOS	38%	- EL 48% DE ÉSTOS TIENE TV. EN BLANCO Y
TRES	16%	NEGRO
TOTAL	100%	

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

COMB. HABITACIONES	% NIVEL D	CONCLUSION
SALA / DORMITORIO	37%	LA UBICACION PREDOMINANTE ES EL
COMEDOR / DORMITORIO	24%	CUARTO Y EL DORMITORIO, AMBIENTES
CUARTO	29%	QUE PROPICIAN UNA FORMA DE VER MAS
TOTAL	100%	COMPARTIDA

## 2.- FORMAS DE VER

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Prefiere ver la TLN acompañada	38%	46%	16%		
2	Permanencia estable / interrumpida en comerciales	46%	46%	8%		
3	Hay seguimiento de la historia	77%	23%			
4	Modifica horario actividades en función de TLN	54%	46%			
5	Si tiene que hacer se conforma con escuchar	62%	38%			
6	Realiza trabajo manual mientras ve TLN	62%			38%	
7	Comenta cuando ve TLN	55%	45%			
8	No se introduce en la historia	38%	63%			
9	No hay culpa de ver telenovela	23%	77%			

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	IMP
1	Prefiere TLN brasileña	38%	54%	8%		
2	Por que se relaciona con su realidad	77%		8%	15%	
3	Comenta sobre trama TLN	35%	15%	50%		
4	Valora situaciones de acuerdo a propia experiencia	62%	30%	8%		
5	Inquieta que mal gane terreno	77%	23%			
6	Acompaña comentarios con manifestaciones	67%	33%			
7	Escenas absurdas de sufrimiento para víctima	18%	27%	55%		
8	Comenta como si conociera a personajes	75%	25%			
9	Quisiera vivir como la protagonista de la TLN	85%	15%			

#### 4.- USOS SOCIALES

N°	VARIABLES	A	B	C	D	USO
1	TLN enseña a afrontar la vida	92%	8%			U
2	TLN refuerza valores morales	85%	15%			U
3	Aprende comportamientos de los personajes	77%	23%			U
4	Se generan vínculos a partir de ver TLNs.	62%	38%			U
5	Cuando ve TLNs. olvida tensiones y problemas	92%	8%			U
6	TLN refuerza lazos familiares	82%	18%			U
7	Tareas se hacen agradables viendo TLNs.	54%	46%			U
8	TLN propicia la comunicación	92%	8%			U
9	Discute sus problemas a partir de ver TLNs.	58%	42%			U

## B.- PERFIL IMAGINARIO

## I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENVELA

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Cuando se realiza a través del amor / tema social	16%	38%	8%	38%	
2	Escenas románticas	54%	7%	7%	32%	
3	Protagonista se realice a través del amor	62%	38%			
4	Ante todo deben prevalecer los sentimientos	92%		8%		
5	Más importante que sentim., principios y audacia	39%	61%			
6	El prot. ser justo, hacer lo que le gusta y triunfar	15%	85%			
7	La prot. ser justa, hacer lo que le gusta y triunfar	23%	77%			
8	Se solidariza con la víctima	100%				
9	Le satisface que bien sea premiado y mal castigado	92%	8%			
10	Es justo	25%	75%			
11	No sucede así en la vida real	46%	54%			
12	Las personas no son malas y buenas como en TLNs	31%	69%			
13	Los buenos en la sociedad, los del pueblo	62%		8%	30%	
14	Los malos en la sociedad, los políticos	31%	23%	23%		
15	Una persona mala puede cambiar	92%	8%			
16	Una persona buena puede cambiar	92%	8%			
17	Los malos tienen derecho al perdón	73%	27%			

## 2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENOVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Valores alternativos y humanistas	38%	38%	24%		
2	Eso enseñan las TLNs.	77%	23%			
3	Parejas de TLNs. son cursis	46%	54%			
4	Le sucede así con su pareja	67%	33%			
5	Desea vivir un romance como el de la TLN	85%	15%			
6	Quiere tener un novio como galán de la TLN	69%	31%			
7	Permite destroz a sus personajes casados	54%	46%			
8	Se justifica por lógica de lo que sucede	40%	60%			
9	Escenas de infidelidad femenina: rechazo	69%	23%	8%		
10	Escenas de infidelidad masculina: rechazo	69%	31%			
11	Realizarse en términos personales	46%	54%			
12	Matrimonio y familia lo más importante	85%	15%			
13	Todos no tienen vocación de ser padres	15%	85%			
14	El matrimonio es para toda la vida	62%	38%			
15	Pareja debe ser honesta, comprensiva, comunicativa	8%	92%			
16	Divorcio buena solución cuando no hay amor		100%			
17	Existe la fidelidad absoluta	62%	23%	15%		
18	Rechaza a los amantes	69%	31%			
19	No es necesario llegar virgen al matrimonio	38%	62%			
20	No acepta el aborto	15%	46%	39%		

## ENCUESTA MEXICO

## CONCLUSIONES DE LOS CUATRO NIVELES SOCIALES

## I- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

## I.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C	NIVEL D	CONCLUSIONES
TELEVISION	92%	75%	66.5%	86%	MAYORIA IMPRESCINDIBLE TV
RADIO		15%	33.5%	14%	A. NO CONSIDERA RADIO
NINGUNO	8%				A. NINGUN MEDIO IMPRESCINDIBLE

## NUMERO DE TELEVISORES

NIVELES	Nº. TV.	%	CONCLUSIONES
A	5	38%	- A MAS ALTO NIVEL., MAYOR NUMERO DE TELEVISORES
B	3	63%	- LA CLASE MEDIA MAS CERCA DE LOS NIVELES BAJOS
C	2	55%	- CANTIDAD DE TELEVISORES INCIDE EN UNA FORMA DE
D	1	52%	VER

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

NIVELES	COMBINACION HAB.	%	CONCLUSIONES
A	SALA TV/ COCINA/ DOR	78%	- TELEVISOR SE ASOCIA CON EL DORMITORIO
B	SALA/ DORMITORIO	50%	- CLASE A SE DIFERENCIA CON LAS DEMAS POR
C	SALA /DORMITORIO	66%	LA DISPOSICIÓN DE OTROS AMBIENTES
D	CUARTO	58%	



**2.- FORMAS DE VER**

N°	A	B	C	D	CONCLUSIONES
1	69%	100%	44%	48%	Es indiferente ver la TLN solas o acompañadas
2	62%	50%	78%	52%	A B: cambia de canal / CD: Int. comerciales
3	100%	100%	89%	100%	ABCD: Seguimiento de historia
4	62%	88%	67%	57%	AB: No modifica horario / CD: Modifican
5	62%	57%	67%	81%	ACD: Se conforma con escuchar / B: No se conforma
6	61%	50%	54%	55%	AB: Comen / CD: trabajo manual
7	69%	75%	67%	86%	ABCD: Comentan cuando ven TLN
8	100%	100%	67%	67%	ABC: No se introduce historia / D: Se introduce
9	82%	37%	44%	62%	AD: No tienen culpa de ver TLN / BC: Si

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

N°	A	B	C	D	VARIABLES
1	92%	88%	56%	95%	ABCD: Prefieren TLN mexicana
2	46%	43%	56%	65%	AC: Mejores historias / BD: relaciona su realidad
3	38%	50%	45%	74%	AC: Personaje / B:actuación / D:trama
4	46%	25%	67%	100	AB: No valora sit.de acuerdo experiencia / CD:si
5	46%	63%	100	100	A: No inquieta mal gane terreno / BCD:si
6	62%	52%	89%	90%	ABCD:Acompaña comentario con manifestaciones
7	78%	87%	67%	76%	ACD:Esc.absurdas sufrimiento vic. / B:Pret.supere dif.
8	38%	13%	67%	76%	CD:Habla como si conoce personajes/ A B:no
9	42%	75%	78%	78%	BCD:Quiere vivir como protagonista / A: No

#### 4.- USOS SOCIALES

N°	A	B	C	D	CONCLUSIONES
1	33%	50%	67%	63%	BCD: Enseña afrontar vida / A: No
2	62%	75%	60%	60%	CD:TLN Reafirma valores / B: No / A: a veces
3	18%	50%	56%	62%	BCD:Aprende comportamientos TLN /AB: No
4	8%	43%	56%	67%	CD:generan vínculos por ver TLN / AB: No
5	62%	63%	78%	94%	ABCD:Cuando ven TLN olvidan sus problemas
6	15%	37%	78%	78%	CD:Refuerza lazos familiares /AB: No refuerza
7	33%	62%	60%	78%	BCD: Tareas agradables viendo TLNs / A: No
8	42%	57%	100	84%	CD: TLN propicia diálogo / AB: No incide comunicación
9	15%	62%	78%	82%	BCD:permite discutir problemas personales/ A: No

## A.- PERFIL IMAGINARIO

## I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENOVELA

Nº	A	B	C	D	CONCLUSIONES
1	43%	52%	34%	38%	AD:tema actual / B: Prot se realice a través del amor / C:Descubra idenidad familiar.
2	38%	43%	56%	58%	AB: Esc.. románticas / BCD: resuelvan conflictos
3	66%	88%	67%	62%	ABCD: Protagonista se realice a través del amor
4	67%	63%	67%	52%	ABCD:Ante todo deben prevalecer los sentimientos
5	69%	65%	89%	68%	AB: Más importante principios y audacia / CD:Sentimientos.
6	55%	87%	89%	82%	ABCD:Prot. ser justo, hacer lo que gusta y triunfar
7	55%	70%	95%	95%	ABCD:Prot: ser justa,hacer lo que gusta y triunfar
8	46%	75%	100	95%	ABCD: Se solidariza con victima
9	92%	100	88%	100	ABCD:Satisface bien premiado, mal castigado
10	67%	75%	88%	90%	ABCD. Por que es justo
11	46%	50%	66%	48%	AD: Así sucede en realidad / BC: a veces
12	54%	62%	100	90%	ABCD: Las personas buenas y malas como TLNs.
13	75%	48%	44%	33 2	ABC:los buenos, los justos / D: pueblo y pobres
14	50%	50%	38 2	50%	A:malos, terroristas / BC:políticos / D: poder-ricos
15	77%	75%	100	76%	ABCD: Una persona mala puede cambiar
16	77%	88%	100	76%	ABCD:Una persona buena puede cambiar
17	75%	48%	80%	48%	ABCD: los malos tienen derecho al perdón

## 2.- VALORES MORALES Y AMOROSOS A TRAVES DE LA TELENVELA

Nº	A	B	C	D	CONCLUSIONES
1	50%	62%	56%	38%	ABC: Valores tradicionales / D: Valores alternativos
2	42%	88%	74%	58%	BC: Eso enseñan las TLN/ D: A veces / A: No
3	75%	63%	56%	62%	ABCD: parejas de TLN son cursis
4	67%	75%	52%	38%	CD: Así le sucede con su pareja / AB: No
5	50%	63%	66%	86%	ABCD: Desea vivir romance como TLN.
6	67%	75%	66%	76%	BCD: Le gustaría un galán de TLN / A: No quiere
7	92%	62%	66%	62%	ABCD: Permiten desliz a sus personajes casados
8	75%	55%	74%	76%	A: se justifica por lógica de los hechos / BCD: amor en pareja futura
9	42%	52%	44%	48%	A: Escenas de infidelidad fem. produce indiferencia / BC: Comprensión / D: rechazo
10	50%	48%	44%	52%	ABCD: Rechazo escenas de infidelidad masculina
11	75%	55%	55%	71%	AB: Realización persona / CD: matrimonio y familia
12	75%	87%	88%	100	ABCD: Matrimonio y familia lo más importante
13	75%	62%	78%	67%	ABCD: Todos no tienen vocación de ser padres
14	75%	62%	66%	52%	ABCD: El matrimonio es para toda la vida
15	75%	100	66%	76%	ABCD: Pareja debe ser honesta, comprensiva, comunicativa
16	92%	65%	88%	76%	ABCD: Divorcio buena solución cuando no hay amor
17	46%	75%	66%	57%	A: Si existe fidelidad absoluta/B: No/ CD: a veces
18	64%	75%	54%	52%	ABCD: Rechaza amantes/ A: No
19	42%	54%	62%	62%	BCD: Necesario llegar virgen a matrimonio / A: No
20	42%	57%	44%	52%	ACD: Acepta aborto en caso violación / B: No

## ENCUESTA MEXICO

## NIVEL A

## A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

## I.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	% NIVEL A	CONCLUSION
TELEVISION	92%	- TELEVISION IMPRESCINDIBLE PARA
RADIO	-	LA MAYORIA
NINGUNO	8%	- UN PORCENTAJE PRESCINDE PUES TIENE
TOTAL	100%	OTRAS ALTERNATIVAS DE DIVERSION

## NUMERO DE TELEVISORES

Nº. TELEVISORES	% NIVEL A	CONCLUSION
DOS	15%	- NIVEL ECONÓMICO INCIDE EN EL Nº DE
CUATRO	38%	TELEVISORES QUE PROPICIA UNA
CINCO	24%	FORMA DE CONSUMIR Y DE VER
SEIS	15%	
OCHO	8%	
TOTAL	100%	

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

COMB. HABITACIONES	% NIVEL A	CONCLUSION
DORMITORIO	16%	- APARECEN AMBIENTES NUEVOS COMO
SALA/DOR.	8%	SALA TV. Y COCINA QUE INCIDEN EN UNA
COCINA/SALA TV/DORMITORIO	78%	FORMA INDIVIDUALISTA DE VER
TOTAL	100%	

## 2.- FORMAS DE VER

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Es indiferente ver TLN solas o acompañadas	23%	15%	69%		
2	Cambia de canal	13%	23%	62%		
3	Hay seguimiento de la historia	100%				
4	No se modifica actividad en función TLN	38%	62%			
5	Cuando tiene que hacer se conforma con escuchar	62%	38%			
6	Mayoría come /otros no realizan ninguna actividad		8%	61%	8%	23%
7	Comenta cuando ve TLN	69%	31%			
8	No se introduce en la historia, solo se distrae		100%			
9	No hay culpa de ver TLN	18%	82%			

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

N°	VARIABLES	A	B	C	D	IMP
1	Prefiere TLN. mexicana	92%	8%			I
2	Por que tiene mejores historias	38%	46%		16%	-
3	Comenta sobre personaje	38%	25%	37%		I
4	No valora sit. de acuerdo a experiencias	38%	46%	16%		-
5	No inquieta que mal gane terreno	46%	54%			-
6	Acompaña comentarios con manifestaciones	62%	38%			I
7	Escenas absurdas de sufrimiento para victima		22%	78%		-
8	No habla como si conociera personajes	38%	62%			-
9	No quisiera vivir como la protagonista	42%	58%			-



4.- APROPIACIONES DE USOS

N°	VARIABLES	A	B	C	D	USO
1	TLN no enseña a afrontar la vida	8%	77%	15%		-
2	Aveces refuerzan valores morales	15%	23%	62%		U
3	No aprende comportamientos de la TLN	8%	92%			-
4	No se generan vínculos a partir de ver TLNs.	8%	92%			-
5	Cuando ve TLN olvida problemas	62%	38%			U
6	TLN no refuerza lazos familiares	15%	85%			-
7	Tareas no se hacen agradables viendo TLNs.	33%	67%			-
8	TLNs no inciden en propiciar el diálogo	33%	25%	42%		-
9	TLNs no ayudan a discutir problemas personales	15%	85%			-

## B.- PERFIL IMAGINARIO

## I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Temas actuales / Prot. se realice a través del amor		33%	8%	16%	43%
2	Escenas románticas/cuando resuelven conflictos	38%	13%	16%	33%	
3	Heroína se realice a través del amor	66%	18%	16%		
4	Ante todo deben prevalecer sentimientos	67%		23%		
5	Más importante que sentim., principios y audacia	31%	69%			
6	El Prot. ser justo, hacer lo que le gusta y triunfar	45%	55%			
7	La Prot. ser justa, hacer lo que le gusta y triunfar	45%	55%			
8	Solidariza con víctima	46%	31%	23%		
9	Satisface que bien sea premiado y mal castigado	92%	8%			
10	Es justo	25%	67%	8%		
11	Sucede así en la vida real	46%	38%	16%		
12	Las personas son buenas y malas como en TLNs.	54%	46%			
13	Los buenos en la sociedad: los justos/madres			25%	75%	
14	Los malos en la sociedad los terroristas	8%	9%	33%	50%	
15	Una persona mala puede cambiar	77%	23%			
16	Una persona buena puede cambiar	77%	23%			
17	Los malos tienen derecho al perdón	75%	8%	17%		

## 2.- VALORES MORALES EN EL AMOR A TRAVES DE LA TELENOVELA

N	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Valores tradicionales: familia, religión, moral.	17%	23%	60%		
2	Eso no enseñan las TLNs.	23%	42%	25%		
3	Perejas TLN cursis	8%	75%	17%		
4	No le sucede así con su pareja	25%	67%	8%		
5	Vivir un romance como en la TLN	50%	50%			
6	No quiere tener un novio como el galán de la TLN	33%	67%			
7	Permite desliz a sus personajes casados	92%	8%			
8	Se justifica por lógica de lo que sucede	25%	75%			
9	Escenas de infidelidad femenina: indiferencia	33%	25%	42%		
10	Escenas de infidelidad masculina: rechazo	50%	8%	42%		
11	Realizarse en términos personales	25%	75%			
12	Matrimonio y familia lo más importante	75%	25%			
13	No todos tienen vocación para ser padres	25%	75%			
14	El matrimonio es para toda la vida	75%	25%			
15	Pareja debe ser honesta, comprensiva, comunicativa	25%	75%			
16	Divorcio buena solución cuando no hay amor	8%	92%			
17	Existe la fidelidad absoluta a veces	20%	34%	46%		
18	Comprende a los amantes	36%	64%			
19	Mujer debe llegar virgen al matrimonio	58%	42%			
20	Acepta aborto en caso de violación	25%	33%	42%		

## NIVEL B

## A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

## I.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	% NIVEL B	CONCLUSION
TELEVISION	75%	-TELEVISION IMPRESCINDIBLE PARA MAYORIA
RADIO	15%	-MUJERES JOVENES PREFIEREN RADIO
NINGUNO	-	
TOTAL	100%	

## NUMERO DE TELEVISORES

Nº. TELEVISORES	% NIVEL B	CONCLUSION
UNO	13%	-LO MAS COMUN ES TENER TRES Y DOS
DOS	34%	TELEVISORES QUE INCIDE EN UNA FORMA
TRES	63%	ESPECIAL DE VER LA TLN.
TOTAL	100%	

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

COMB. HABITACIONES	% NIVEL A	CONCLUSION
SALA/DORMITORIO	50%	-UBICACION PREDOMINANTE EL
DORMITORIO	25%	DORMITORIO QUE SE COMBINA CON
COMEDOR/DORMITORIO	17.5%	OTRA HABITACION. VER TV. ES UN ACTO
SALA TV./DORMITORIO	17.5%	DE CIERTA INTIMIDAD.
TOTAL	100%	

**2- FORMAS DE VER**

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Es indiferente ver TLN solas o acompañadas			100%		
2	Cambia de canal en comerciales	25%	24%	50%		
3	Hay seguimiento de la historia	100%				
4	No se modifica actividad en función TLN	12%	88%			
5	No se conforma con escuchar	43%	57%			
6	Realiza trabajo manual o come	35%		55%	10%	
7	Comenta cuando ve TLN	75%	25%			
8	No se introduce en la historia, solo se distrae		100%			
9	Ver TLN provoca culpa por perder el tiempo	63%	37%			

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

N°	VARIABLES	A	B	C	D	IMP
1	Prefiere TLN mexicana	88%	12%			1
2	Por que se relaciona con su realidad/mejores Hrias.	43%	29%	14%	14%	1
3	Comenta actuación y trama		50%	50%		1
4	No valora situaciones de acuerdo a experiencia	25%	75%			-
5	Molesta que el mal gane terreno	63%	24%	13%		1
6	Acompaña comentarios con otras manifestaciones	52%	48%			1
7	Cuando desea que personaje supere dificultades	67%	33%			1
8	No habla como si conociera a personajes	15%	87%			-
9	Desea vivir como la protagonista	75%	25%			1

#### 4.- USOS SOCIALES

N°	VARIABLES	A	B	C	D	USO
1	TLNs enseñan a afrontar la vida	50%	25%	25%		U
2	TLN (mex.) reafirma valores morales a veces		25%	75%		U
3	No aprende comportamiento de personajes	25%	50%	25%		-
4	No se generan vínculos a partir de ver TLNs	29%	57%	14%		-
5	Cuando ve TLN se olvida de sus problemas	63%	37%			U
6	TLN no refuerza lazos familiares	37%	63%			-
7	El trabajo se hace agradable viendo TLNs.	62%	38%			U
8	No incide en comunicación	29%	14%	57%		-
9	Si permite discutir los problemas propios	38%	62%			U

## B.- PERFIL IMAGINARIO

## I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Prot. se realice a través del amor./tema actual		52%		16%	38%
2	Escenas románticas/ cuando se resuelven conflictos	43%		14%	43%	
3	Protagonista que sea feliz a través del amor	88%	12%			
4	Ante todo deben prevalecer los sentimientos	63%		37%		
5	Más importante que sent. , principios y audacia	35%	65%			
6	El Prot. ser justo, hacer lo que le gusta y triunfar	13%	87%			
7	La Prot. ser justa, hacer lo que le gusta y triunfar	30%	70%			
8	Se solidariza con la víctima	25%	75%			
9	Satisface que bien sea premiado y mal castigado	100%				
10	Es justo	13%	75%	13%		
11	A veces sucede así en la realidad	12%	38%	50%		
12	Las personas son buenas y malas como en TLNs	62%	38%			
13	Los buenos en la sociedad los justos y clero	24%	28%		48%	
14	Malos políticos y narcos	50%	13%	25%	13%	
15	Una persona mala puede cambiar	75%	25%			
16	Una persona buena puede cambiar	88%	12%			
17	Los malos tienen derecho al perdón	38%	24%	38%		



## 2.- VALORES MORALES EN EL AMOR A TRAVES DE LA TELENUELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Valores tradicionales: familia, religión, moral	25%	13%	62%		
2	Eso enseñan las telenovelas	88%	12%			
3	Parejas TLNs. cursis	42%	58%			
4	No le ocurre así con su pareja	25%	75%			
5	Le gustaría vivir un romance de TLN	42%	58%			
6	Le gustaría un novio de TLN	75%	25%			
7	Permite aventura personajes casados o novios	62%	38%			
8	Se justifica por verdadero amor en pareja futura	55%	45%			
9	Escenas de infidelidad femenina: comprensión	13%	52%	35%		
10	Escenas de infidelidad masculina: rechazo	48%	26%	26%		
11	Realizarse en términos personales	45%	55%			
12	Matrimonio y familia lo más importante	87%	13%			
13	Todos no tienen vocación para ser padres	38%	62%			
14	El matrimonio es para toda la vida	38%	62%			
15	Pareja debe ser honesta, comprensiva, comunicativa		100			
16	Divorcio buena solución cuando no hay amor	35%	65%			
17	No existe fidelidad absoluta	25%	75%			
18	Comprende amantes	25%	75%			
19	Es necesario llegar virgen al matrimonio	54%	46%			
20	No acepta aborto		57%	43%		

## NIVEL C

A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS  
1.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	% NIVEL C	CONCLUSION
TELEVISION	66%	- TELEVISION IMPRESCINDIBLE PARA LA MAYORIA
RADIO	33%	- MUJERES JOVENES PREFIEREN LA RADIO
NINGUNO	1%	
TOTAL	100%	

## NUMERO DE TELEVISORES

Nº. TELEVISORES	% NIVEL C	CONCLUSION
UNO	33%	- LO MAS COMUN ES TENER DOS TELEVISORES
DOS	55%	QUE INCIDE EN UNA FORMA MAS COMPARTIDA
TRES	12%	DE VER (40% TIENE UN TV BLANCO Y NEGRO)
TOTAL	100%	

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

COMB. HABITACIONES	% NIVEL C	CONCLUSION
DORMITORIO	11%	- UBICACION PREDOMINANTE SALA Y
COMEDOR	11%	DORMITORIO QUE IMPLICA UNA FORMA DE
SALA/DORMITORIO	66%	VER MAS ABIERTA Y COMPARTIDA
COMEDOR/DORMITORIO	11%	
TOTAL	100%	

## 2.- FORMAS DE VER

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Es indiferente ver la TLN solas o acompañadas	22%	34%	44%		
2	Interrumpe en comerciales	22%	78%			
3	Hay seguimiento de la historia	89%	11%			
4	Modifica horario actividades en función de TLN	67%	34%			
5	Cuando tiene que hacer se conforma con escuchar	67%	34%			
6	Realiza trabajo manual mientras ve TLN	54%		23%		15%
7	Comenta cuando ve TLN	67%	22%	11%		
8	Se introduce en la historia	67%	33%			
9	Hay culpa de ver TLN	56%	44%			

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	IMP
1	Prefiere TLN mexicana / venezolana	56%		44%		I
2	Por que tiene mejores historias	22%	56%	22%		I
3	Comenta sobre personaje	45%	14%	41%		I
4	Valora situaciones de acuerdo experiencia	67%	33%			I
5	Inquieta que mal gane terreno	100%				I
6	Acompaña comentarios con manifestaciones	89%	11%			I
7	Escenas absurdas de sufrimiento victima	13%	37%	50%		I
8	Habla como si conociera a personajes	67%	33%			I
9	Quiere vivir como la protagonista	78%	22%			I

#### 4.- USOS SOCIALES

N°	VARIABLES	A	B	C	D	USO
1	TLN enseña a afrontar la vida	67%	22%	11%		U
2	Si reafirman valores morales	60%	11%	29%		U
3	Aprende comportamientos de la TLN	56%	44%			U
4	Se generan vínculos a partir de ver TLNs	56%	44%			U
5	Cuando ve TLN olvida preocupaciones, problemas	78%	22%			U
6	TLN refuerza lazos familiares	78%	22%			U
7	Tareas se hacen agradables viendo TLNs.	60%	40%			U
8	TLNs propician diálogo	100%				U
9	TLNs ayudan a discutir problemas personales	78%	22%			U

## B. PERFIL IMAGINARIO

## I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENOVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Tema que recupera identidad/tema actual	34%	11%	22%		33%
2	Escenas cuando se resuelven conflictos	11%	22%	11%	56%	
3	Protagonista se realice a través del amor	67%	33%			
4	Ante todo deben prevalecer los sentimientos	67%		33%		
5	Más importante los sentimientos	89%	11%			
6	El Prot. ser justo, hacer lo que le gusta y triunfar	11%	89%			
7	La Prot. ser justa hacer lo que le gusta y triunfar		95%			
8	Se solidariza con víctima	100%				
9	Satisface que bien sea premiado y mal, castigado	88%	12%			
10	Es justo	12%	88%			
11	A veces sucede así en la realidad	22%	12%	66%		
12	Las personas son buenas y malas como en TLNs.	100%				
13	Los buenos en la sociedad son los justos	11%		11%	34%	44%
14	Los malos en la sociedad políticos y poderosos	38%	38%	12%	12%	
15	Una persona mala puede cambiar	100%				
16	Una persona buena puede cambiar	100%				
17	Malos tienen derecho al perdón	80%		20%		

## 2.-VALORES MORALES EN EL AMOR A TRAVES DE LA TELENOVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Valores tradicionales: familia religión moral		56%	22%		22%
2	Eso enseñan las TLNs.	74%		26%		
3	Parejas de la telenovela parecen reales	44%	56%			
4	Así le sucede con su pareja	52%	42%	6%		
5	Desear vivir un romance de TLN	66%	34%			
6	Quiere tener un novio como galán de TLN	66%	34%			
7	Permite desliz a sus personajes casados	56%	44%			
8	Se justifica si hay amor en pareja futura	74%	26%			
9	Escenas infidelidad fem.:comprension	12%	46%	42%		
10	Escenas infidelidad masc. rechazo	46%	12%	42%		
11	Realizarse a través matrimonio y familia	55%	45%			
12	Matrimonio y familia lo más importante	88%	12%			
13	Todos no tienen vocación para ser padres	22%	78%			
14	El matrimonio es para toda la vida	12%	66%	22%		
15	Pareja debe ser honesta, comprensiva, comunicativa	34%	66%			
16	Divorcio buena solución cuando no hay amor		88%	12%		
17	A veces existe la fidelidad absoluta		34%	66%		
18	Rechazo a los amantes	46%	54%			
19	Se debe llegar virgen al matrimonio	38%	62%			
20	Acepta aborto en caso de violación	22%	34%	44%		

## NIVEL D

## A.- FORMAS DE VER Y APROPIACIONES DE USOS

## I.- PRESENCIA DE LA TELEVISION

## MEDIO IMPRESCINDIBLE

MEDIO	% NIVEL D	CONCLUSION
TELEVISION	86%	- PARA LA MAYORIA TEV ES IMORESCINDIBLE
RADIO	14%	-PARA LAS MUJERES JOVENES LA RADIO ES
NINGUNO	-	UNA ALTERNATIVA
TOTAL	100%	

## NUMERO DE TELEVISORES

Nº. TELEVISORES	% NIVEL D	CONCLUSION
UNO	52%	- UNA TV. ES LO MAS COMUN
DOS	48%	- EL 50% DE LOS QUE TIENEN DOS TV., UNO ES
TOTAL	100%	EN BLANCO Y NEGRO

## TOPOGRAFIA TELEVISIVA

COMB. HABITACIONES	% NIVEL D	CONCLUSION
DORMITORIO	14%	- MAYORIA VE TELEVISION EN EL LLAMADO
SALADORMITORIO	14%	CUARTO, AMBIENTE UNICO EN ESTE TIPO DE
CUARTO	58%	FAMILIAS. ESTO INCIDE EN UNA FORMA DE VER
COCH/DORMITORIO	14%	MÁS COMPARTIDA Y DIALOGANTE.
TOTAL	100%	



## 2.- FORMAS DE VER

N°	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Es indiferente ver la TLN sola o acompañada	14%	38%		48%	
2	Interrumpe comerciales	19%	52%	29%		
3	Hay seguimiento de la historia	100%				
4	Modifica horario de actividades en funcion TLN	57%	43%			
5	Cuando tiene que hacer se conforma con escuchar	81%	19%			
6	Realiza trabajo manual mientras ve TLN	55%	5%	35%	5%	
7	Comenta cuando ve TLN	86%	14%			
8	Se introduce en la historia	67%	33%			
9	No hay culpa de ver TLN	38%	62%			

### 3.- PROCESOS DE SELECCION Y DE IMPLICACION

N°	VARIABLES	A	B	C	D	IMP
1	Prefiere tln mexicana	95%	5%			I
2	Porque se relaciona con su realidad	65%	30%		5%	I
3	Comenta sobre trama de historia	20%	6%	74%		I
4	Valora situaciones de acuerdo a experiencia	100%				I
5	Inquieta que el mal gane terreno	100%				I
6	Acompaña comentarios con manifestaciones	90%	10%			I
7	Escenas absurdas de sufrimiento para la victima	24%	36%	40%		I
8	Habla como si conociera a los personajes	76%	24%			I
9	Quiere vivir como la protagonista	78%	22%			I

#### 4.- USOS SOCIALES

N°	VARIABLES	A	B	C	D	USO
1	TLN enseña a afrontar la vida	63%	19%	19%		U
2	Si reafirman valores morales	60%	20%	20%		U
3	Aprende comportamientos de la TLN	62%	38%			U
4	Se generan vínculos a partir de ver TLNs	67%	33%			U
5	Cuando ve TLN olvida preocupaciones, problemas	94%	6%			U
6	TLN refuerza lazos familiares	78%	32%			U
7	Tareas se hacen agradables viendo TLNs.	32%	78%			U
8	TLNs propician diálogo	84%	16%			U
9	TLNs ayudan a discutir problemas personales	82%	18%			U

## B.- PERFIL IMAGINARIO

## I.- VISION EXISTENCIAL A TRAVES DE LA TELENVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Tema actual y cuando Prot. se realiza por trabajo	20%	10%	32%		38%
2	Escenas cuando se resuelven los conflictos	14%	14%	14%	58%	
3	Prot. se realice a través del amor	62%	28%	20%		
4	Ante todo deben prevalecer los sentimientos	52%		48%		
5	Más importante los sentimientos	68%	32%			
6	El Prot. ser justo hacer lo que le gusta y triunfar	18%	82%			
7	La Prot. ser justa hacer lo que le gusta y triunfar.	5%	95%			
8	Se solidariza con la víctima	95%	5%			
9	Satisface que bien sea premiado y el mal castigado	100%				
10	Es justo	10%	90%			
11	Así sucede en la realidad	48%	10%	42%		
12	Las personas son buenas y malas como en TLNs.	90%	10%			
13	Los buenos son el pueblo y los pobres	33%	33%	10%	24%	
14	Los malos los poderosos y ricos	15%	50%	20%	15%	
15	Una persona mala puede cambiar	76%	24%			
16	Una persona buena puede cambiar	90%	10%			
17	Malos tienen derecho al perdón	48%	10%	42%		

## 2.- VALORES MORALES EN EL AMOR A TRAVES DE LA TELENOVELA

Nº	VARIABLES	A	B	C	D	E
1	Valores alternativos: dignidad, justicia y libertad	38%	30%	32%		
2	Eso enseñan las TLNs. a veces	29%	13%	58%		
3	Parejas de TLNs son cursis	62%	14%	24%		
4	Así le sucede con su pareja	48%	30%	22%		
5	Desea vivir un romance de TLN	86%	14%			
6	Quiere tener un novio como el galán de TLN	76%	24%			
7	Permite desliz a sus personajes casados	62%	48%			
8	Se justifica si hay amor en pareja futura	76%	24%			
9	Rechazo escenas de infidelidad femenina	48%	32%	20%		
10	Rechazo escenas de infidelidad masculina	52%	43%	5%		
11	Realizarse a través matrimonio y familia	71%	29%			
12	Matrimonio y familia es lo más importante	100%				
13	Todos no tienen vocación para ser padres	33%	67%			
14	El matrimonio es para toda la vida	52%	48%			
15	Pareja debe ser honesta, comprensiva, comunicativa	24%	76%			
16	Divorcio buena solución cuando no hay amor	24%	76%			
17	A veces existe fidelidad absoluta	24%	19%	57%		
18	Rechaza amantes	52%	48%			
19	Se debe llegar virgen al matrimonio	38%	62%			
20	Acepta aborto en caso de violación	5%	43%	52%		

## BIBLIOGRAFÍA

- Ansart Pierre, *Ideología conflictos y poder*, Mexico, Premia Editora, 1983.
- Beltrán Luis Ramiro, "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina", en *Sociología de la comunicación de masas*, Tomo Y Escuelas y autores, Barcelona, Gustavo Gilli, 1985
- Bermúdez Margarita, "La radionovela: una semiosis entre el pecado y la redención" en *Revista Video Forum*, Nº 2, Caracas, 1979.
- Bordieu Pierre, *Sociología y Cultura*, Mexico, Grijalbo, 1990.  
*Le sens Practique*, París,Minuit, 1980.  
*La distinction*, París, Munnit, 1979.  
 "Condición de clase y posición de clase" en *Estructuralismo y sociedad*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1973.
- Castoriadis Cornelius, *La Institución imaginaria de la sociedad*, Vol II: *El imaginario social y la institución*, España, Tusquets, 1975.
- Freud Sigmund, *Obras completas*, Buenos Aires, Amorrortu, 1990.  
 "Las dos clases de pulsiones" y "La organización general infantil" en *El y el ello y otras obras*, Vol. XIX.  
*El Malestar en la Cultura*, Vol. XXI.  
*El Porvenir de una ilusión*, Vol. XXI.  
 "17 Conferencia. El sentido de los síntomas" en *Conferencias de introducción al Psicoanálisis (continuación)*, Vol. XVI.  
 "Carta 71. Consideraciones sobre Edipo rey" en *Publicaciones prepsicoanalíticas y manuscritos inéditos en la vida de Freud*, Vol. 1.  
 "Sueños Típicos", "Relación del sueño con la vida de vigilia" en *La interpretación de los sueños (primera parte, 1900)*, Vol. IV.  
 "Sobre la dinámica de la transferencia" y "Puntualizaciones sobre el amor de transferencia" en *trabajos sobre técnica psicoanalítica*, Vol. XII.

"27 Conferencia. La Transferencia" en Conferencias de Introducción al psicoanálisis, Vol. XVI.

"31. Conferencia. La descomposición de la personalidad psíquica" en Nuevas conferencias de introducción al psicoanálisis, Vol. XXII.

Psicología de las masas y análisis del yo, VI. XXVIII

"10ª Conferencia. El simbolismo en el sueño", "11ª. Conferencia. El trabajo del sueño" y "14ª. Conferencia. El cumplimiento del deseo" en Conferencias de introducción al psicoanálisis, Vol. XV.

"El creador literario y el fantaseo" en El delirio y los sueños de la "Gradiva" de W. Jensen, y otras obras, Vol. IX.

- Frey N., La escritura profana. Un estudio sobre la estructura del romance, Caracas, Monte Avila, 1980.

- Fromm Erich, "La aplicación del Psicoanálisis humanista a la teoría de Marx", en Psicoanálisis y Marxismo, Buenos Aires, 1987.

- Galindo Jesús, "Los cotidiano y lo social" en Culturas Contemporáneas, Vol. II, Nº 4-5, Colima - México, 1985.

- Galindo M., "causas y límites de la derechización en México, en Agustín Cueva et. al., Tiempos conservadores: América Latina en la derechización de Occidente.

- García Canclini Nestor, Introducción en Sociología y Cultura de pierre Bordieu, México, Grijalbo, 1990.

- Goimard J., "Le melodrame: le mot et la chose" en Cahier de la cinémathèque, Perpignan, Nº28, 1980.

- Gubern Roman, Mensajes icónicos en la cultura de masas, Madrid, 1974. Historia del cine, Vol.I, Barcelona, Lumen, 1986.

- Habermas Jürgen, Historia y Crítica de la Opinión Pública, México, Gilli, 1986.

- Halperín- Donghi Tulio, Historia de América Latina, Buenos Aires, Alianza, 1975.

Hogart R., The uses of literacy, Penguin, Londres, 1972.

- Lopez-Pumarejo, Aproximación a la telenovela, Madrid, Cátedra, 1987.

- Ortiz F., Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar, Barcelona, Ariel, 1973.

- saavedra M., El rating televisivo, Anuario de las audiencias televisivas, Lima - Perú, Mercado Latino, 1993- Marques de Melo José, La popularidad de las telenovelas brasileñas en Culturas contemporáneas, Vol. II , Nº 4-5, Colima, México.
- Martín-Barbero, De los medios a las mediaciones, México, Gilli, 1987.
- Televisión y Melodrama, Colombia, Tercer Mundo, 1992.
- "Matrices culturales de las telenovelas" en Culturas contemporáneas, Vol.II, Nº 4-5,Mexico,
- Martín-Barbero J. Garrido M. "Notas sobre cultura política y discursos sociales en Colombia" en Monografías sobre Cultura Política en América latina, PAL-UNU-, Siglo XXI.
- Morin Edgar, El espíritu del tiempo, Madrid, Taurus, 1966.
- Monsiváis Carlos, " Notas sobre la Cultura Mexicana del siglo XX" en Historia general de México, Colegio de México.
- Soto Hernando, El otro sendero, Lima - Perú, 1991.
- Távola A., "O experimentalismo na TV, Avancos e recuos na produção dos seriados", en Jornal de Brasília, Brasi, 1982.
- Zemelman Hugo, Cultura y poder en América latina, hoy.,México, siglo XXI, 1990.