

---

# *Risas, destinos, espejos*

## *Una mirada sobre los que miran a los que miran telenovelas*

Rossana Reguillo\*

▼

El proceso de homogeneización que, sobre todo la televisión, impone, está ya quebrantado en lo fundamental por un público que desea ver sus temas, reírse de lo que antes consideraba sagrado, ya no tomar en serio las truculencias del melodrama, convertir el melodrama en un género, finalmente festivo y sexual, etc. Ha habido un cambio radical en la sensibilidad y si la industria cultural no atiende a ese cambio se va a dar cada vez más el fenómeno de una proposición que es convertida rápidamente en otra cosa o es desatendida por completo.

Carlos Monsiváis<sup>1</sup>

Cuando la editora de *Reglones* propuso el tema de las telenovelas para un número de la revista, lo primero que se nos planteó como problema al equipo de trabajo del Departamento de Comunicación del ITESO fue la pregunta por la pertinencia y profundidad con que podíamos abordar esta problemática, conociendo el trabajo de los investigadores de la comunicación que se han ocupado del tema y que han cristalizado en diferentes proyectos editoriales: revistas, libros, memorias, etc. Parecía difícil reunir planteamientos que aportaran nuevos elementos de discusión.

Sin embargo, en una serie de sucesivas conversaciones, estas "resistencias" fueron perdiendo peso para dejar lugar a otro conjunto de reflexiones: valía la pena que el ITESO propusiera como un tema de reflexión y quehacer académico un objeto tan polémico y tradicionalmente desdeñado por la comunidad científica debido a su cercanía con el denominado sentido común; valía la pena mostrar y "presumir" el trabajo que colegas, desde diferentes

latitudes, desarrollaban en esta línea. Además, las evidencias empíricas nos permitían documentar ampliamente el interés de diversos sectores, no sólo el académico, en el asunto.

Así, gracias a una red de contactos, un "capital social" construido y sostenido a través de largos años de relaciones académicas y amistosas, varios de los expertos en la temática respondieron, desde diversos lugares de América Latina y desde el mágico Comala, a la convocatoria que les planteamos y, después de algunos sobresaltos, *faxes* perdidos y enredos telemáticos, pudimos concretar la idea de un número que abordara en su parte central a las telenovelas.

Acordamos así que a nosotros nos tocaría un artículo introductorio al tema, para que fueran los colegas quienes plantearan la temática de fondo. Esta responsabilidad recayó en la que esto escribe, por lo que debo decir que de todo el trabajo y entusiasmo puesto en este número somos responsables todos los miembros del equipo, pero de los errores o desaciertos de estas páginas yo me hago responsable.

Con el profundo respeto que me merecen, de un lado el trabajo de mis colegas que se han preocupado y ocupado de esta temática de manera rigurosa y sistemática, y de otro lado, el fenómeno del melodrama televisivo en sus relaciones con la vida cotidiana de grandes sectores de la población,

---

\* Profesora-investigadora del Departamento de Comunicación del ITESO.

la complejidad de su aparato productivo, sus intrincados procesos de lectura y su creciente popularidad, intentaré en las páginas siguientes revisar y proponer algunas ideas que sirvan como marco introductorio a los trabajos que hoy presenta *Re ng lones*.

**Primer capítulo**  
**Donde las heroínas y los héroes salen**  
**a la búsqueda de su objeto**  
**y enfrentan no pocas vicisitudes**

En 1985 empieza a tomar forma lo que en aquel entonces parecía una aventura descabellada: un proyecto latinoamericano de investigación sobre el melodrama televisivo, donde jugaron un papel decisivo tanto Jesús Martín Barbero desde Colombia como Jorge González desde México.<sup>2</sup> La falta habitual de financiamiento y de recursos para la investigación, la dificultad de echar a andar un proyecto de esos tamaños, aunado al desdén e incrédulo asombro con que las instituciones de financiamiento asumen las solicitudes de apoyo para este tipo de investigaciones, convertían al proyecto en una verdadera aventura y en un reto de magnitud considerable.

La calidad, tenacidad, pasión y creatividad de quienes se embarcaron en aquel incierto viaje transformó los obstáculos en palancas para impulsar el proyecto. Poco a poco, fueron apareciendo en diferentes países latinoamericanos equipos de investigación que generaron mapas teórico-metodológicos, herramientas e instrumentos precisos para abordar el objeto, información, datos de primera mano, descripciones, primeros estudios comparativos. La telenovela tenía cosas que decir a propósito de las cambiantes y ambiguas realidades por las que atravesamos, la cuestión era empezar a preguntar.

Así se abrieron tres frentes de trabajo descriptivo-analíticos:

- La producción. Esta línea se ocupa de la telenovela como producto comercial sujeto a unas lógicas y a unas rutinas específicas de producción; del análisis de las corporaciones, donde tanto Televisa en México como Globo en Brasil se han convertido en los más poderosos fabricantes y exportadores de las epopeyas cotidianas "de gente como uno"; de los equipos profesionales que cuidan todos los detalles de la producción (que van desde la búsqueda de los horarios de mayor audiencia hasta los elementos artísticos a los que el público odia, ama,



aplaude, abuchea, compadece y sufre a lo largo de interminables capítulos); de la inversión, de las ganancias, de las estrategias de expansión de los mercados.

La telenovela como texto, que se ocupa de esta fábrica de ficciones en cuanto a sus contenidos, sus propuestas, sus estereotipos, sus temáticas sociales preferidas y sus temáticas evitadas, de las heroínas y villanas, de los galanes y sus damas siempre lejanas, de las peripecias y la inevitable sanción a los malos; de los recursos discursivos, gestuales, simbólicos, para nombrar "lo pobre", "lo rico", "lo malo", "lo bueno". Las formas de relación de los públicos con las telenovelas, las diferentes formas de "lectura", los diferentes usos sociales que se hacen de la telenovela, las diferentes condiciones de recepción desde la heterogeneidad de los espectadores, en pocas palabras, no lo que las telenovelas hacen a la gente sino lo que la gente hace con las telenovelas.

A partir de estas tres líneas de investigación, principalmente en Argentina, Brasil, Colombia, Chile,



México y Perú se han producido numerosos estudios.<sup>3</sup> Así como la telenovela tiene en el presente un carácter decididamente latinoamericano,<sup>4</sup> la investigación sobre la telenovela hoy día es realizada por las y los investigadores latinoamericanos.

### **Segundo capítulo** **Donde se muestran algunas de las cosas** **que los buscadores encontraron en sus pesquisas**

Si la telenovela es un producto hecho especialmente para significar, que ancla y anida en el imaginario y en la memoria colectiva, es también un producto comercial sujeto a las leyes del mercado. Por ejemplo, en 1986 Televisa invertía en una sola telenovela 2 mil 250 millones de viejos pesos.<sup>5</sup> Otros datos indican que mientras Globo gastaba en Brasil un promedio de 30 mil dólares por capítulo, en México Televisa gastaba 5 mil por capítulo en una telenovela común, cifra que se eleva hasta 20 mil en las superproducciones, por ejemplo "El pecado de Oyuky" o "Senda de Gloria".<sup>6</sup>

Estos datos indican que hacer telenovelas no es, como ha señalado González, una cuestión artesa-

nal,<sup>7</sup> que estamos ante un negocio de proporciones gigantescas y ante sofisticados aparatos de producción donde resaltan la competitividad industrial, los niveles y fases de decisión, las ideologías profesionales, las rutinas productivas y las estrategias de comercialización.<sup>8</sup>

Así, el honor de una familia, la desgracia de otra, el complot contra la pobre víctima de infamantes calumnias, los hijos perdidos y recuperados, las interminables lágrimas, como *manipulación de lo intangible*, alcanzan niveles de especialización y tienen costos de producción y de ganancias que escapan a la imaginación del enorme público telenoveler.

La explicación del por qué cotidianamente miles de personas siguen atentas los avatares previsibles de sus personajes, suele atribuirse a una serie de estereotipos que están lejos de explicar las dinámicas de percepción y apropiación del género. Martín Barbero ha dicho que la telenovela es el lugar de ósmosis entre memoria y formato, que atestigüa, a su modo, la heterogeneidad cultural.<sup>9</sup> Los estudios concretos ofrecen datos para repensar los lugares comunes con que suele calificarse el fenómeno, por ejemplo:

A pesar de las resistencias para reconocer que se ven telenovelas, los datos indican que en el caso de México, el género más gustado es el melodrama televisivo; contra el supuesto de que su público está constituido "sólo por las mujeres", cuatro de cada diez hombres reconocieron en una encuesta aplicada en seis ciudades del país que son televidentes; y que la preferencia por el género no está en relación directa ni con la ocupación calificada ni la escolaridad, 55 % de los estudiantes y casi la mitad de los profesionistas forman parte del ejército consumidor de telenovelas; y que tampoco es un producto que pueda vincularse a la pobreza y a los "jodidos" (como piensa Azcárraga): el 63 % de los entrevistados de la clase alta se reconoció como público de las telenovelas.<sup>10</sup>

Los datos que permiten tener hoy una mejor idea de lo que está sucediendo con el género en relación a los actores sociales, provienen de estudios penetrantes y complejos. Sonia Muñoz ha probado en Colombia que la telenovela hecha de un lenguaje total, es desgramaticalizada por las mujeres, haciendo llamados a operaciones analógicoreferenciales, que un viejo saber del género les permite creativamente hacer remisiones continuas a otros textos, es decir, activar y reconstruir continuamente una competencia que posibilita matizar la trama, sin que ésta deje de ser ficción.<sup>11</sup> La misma investigadora dice sobre el consumo juvenil de telenovelas que el

género goza de su más alta preferencia, junto con los programas de acción norteamericanos y califican: "la trama casi siempre es igual en las telenovelas venezolanas y mexicanas; las venezolanas sobre todo son horribles...en las brasileñas, en cambio, los escenarios son chéveres". La lectura de los jóvenes descansa en el manejo fluido de una gramática y de una percepción muy fina del lenguaje de la televisión.<sup>12</sup> La autora muestra dos tipos de "lectores" que en sus relaciones con la telenovela ponen en juego una serie de competencias que en el primer caso, el de las mujeres, se activan en relación al mismo género, y en el segundo, los jóvenes activan sus competencias en relación a un código; pero en ambos casos nos encontramos ante "lectores" competentes lejanos a la docilidad de la que han querido investirlos tanto el mercado como ciertos discursos académicos.

En Perú, Rosa María Alfaro encuentra que mirar la televisión no es una actividad excluyente de otras, se comparte el ver con la vida familiar y la llegada de visitas o parientes, y desde ahí se comprometen expectativas individuales y repercusiones sociales. Las telenovelas provocan comentarios de tipo social y político en un entrecruce simbólico con las dimensiones personales.<sup>13</sup> Por su parte, Angélica Bautista, Karla Covarrubias y Ana Uribe, en su premiado trabajo sobre "Usos y apropiaciones de las telenovelas en tres familias colimenses", cuentan que el tipo de interacción que la familia establece con la telenovela responde a un involucramiento con la trama, a un momento en el que se comparten emociones individuales y colectivas, mediatas o inmediatas; es decir, es un proceso de intercambio de significados comunes en el que el sujeto reconoce a la telenovela como un producto de ficción.<sup>14</sup>

Así, lo que queda de manifiesto es que el "ver" telenovelas es la vivencia de universos fragmentados que están en la memoria de la familia, *precede* a la emisión, la *acompaña* en diálogo constante y comparaciones simultáneas y no desaparece con el fin de capítulo, sino que lo *sobrevive* en múltiples textos, objetos de referencia y discursos después de ella.<sup>15</sup>

Los buenos-buenos y los malos-malos que escenifican capítulo a capítulo las historias remiten no sólo al espectáculo sino a una estructura dramática. Sobre esto Martín Barbero señala:

[En el eje dramático hay] cuatro sentimientos básicos: miedo, entusiasmo, lástima, risa; a ellos se hace corresponder cuatro tipos de situaciones que son al mismo tiempo sensaciones: terribles, excitantes, tiernas y burlescas; personificadas y "vivas" por cuatro personajes: el traidor, el justiciero, la víctima, el

bobo; que al juntarse realizan la revoltura de cuatro géneros: novela negra, epopeya, tragedia y comedia.<sup>16</sup>

Diversas propuestas para desentrañar los "contenidos" de las telenovelas han dado lugar a muy interesantes y complejos esquemas y estudios concretos. Jesús Galindo propone un modelo analítico en cuatro ejes: el narrativo, el estilístico, el pragmatológico y el argumentativo.<sup>17</sup>

Señala Jorge González que en las telenovelas, relatos medio anacrónicos/ medio contemporáneos,

[...] se escenifica una temporalidad que por su continuidad, su eterno retorno, su estructura iterativa, su ritmo casi real las hacen deseables y placenteras para el erotismo femenino, para el "sueño de mujer". Pero, género mestizo de principio a fin y *Aleph* (industrialmente elaborado) de múltiples memorias, también la telenovela en su desarrollo y afianzamiento como género para construir su público, tiene elementos para entibiar pulsiones masculinas. En ellas se escenifica el drama de la vida al plantear situaciones particulares [...] Cuando se analiza el contenido de las telenovelas sin relación con las comunidades de fruición y lectura y (para seguir con la metáfora) con las comunidades (organizaciones complejas) de su mercantil "escritura", se imposibilita el camino para comprender cómo el drama de la vida hace posible la vida del melodrama, cómo el sueño de la vida se convierte en la vida del sueño.<sup>18</sup>

La telenovela es un producto cultural de nuestro tiempo. No podemos ignorar de qué están hechas, cómo presentan la vida, cómo nos inventan o nos retratan, y como el mismo Martín Barbero ha dicho:

[En la telenovela nos encontramos] ante la retórica del exceso, que exhibe descarada y efectivamente los sentimientos, exigiendo en todo momento del público una respuesta en risas, llantos, sudores y estremecimientos. Juzgado como degradante por cualquier espíritu cultivado, ese exceso contiene sin embargo una victoria contra la represión, contra una determinada "economía" del orden: la del ahorro y la retención.<sup>19</sup>

Los caminos andados hasta hoy ofrecen elementos para pensar -con las telenovelas- las contradicciones de la modernidad, los flujos y reflujos en las maneras de concebir y experimentar el mundo. Sin em-

bargo, y con todo acierto, Nora Mazziotti se pregunta cómo denominar telenovela a un *corpus* tan amplio de relatos que durante años ha circulado en los televisores de diferentes países, y con acierto también ofrece una tipología de las telenovelas latinoamericanas.<sup>20</sup>

El rico análisis textual que Teresa Quiroz realiza en tres telenovelas de procedencia distinta (Brasil, Perú y Venezuela)<sup>21</sup> permite constatar lo que a nivel de intuición sospechamos los públicos: las diferencias en las temáticas y en los núcleos narrativos también nos hablarían de la pluralidad de identidades que coexisten en este continente. Los temas y los tratamientos brasileños (recuérdese la conmoción que los capítulos de "Tieta" causaron durante su exhibición en México y el tratamiento religioso desacralizador en "Roque Santeiro") son muy diferentes que los "abordajes" estéticos y morales de las telenovelas mexicanas.

### Capítulo tercero Donde el camino andado señala nuevos caminos

Sucesivos acercamientos -complejos- al objeto -polisémico- "telenovelas" han proporcionado un conocimiento mucho más amplio y puntual de elementos, como sus procesos de producción, sus contenidos, sus relaciones con la vida cotidiana, mientras nuevas preguntas se avisoran en el horizonte.

La evidencia indica que la telenovela es un *intertexto* que llegó para quedarse, que su carácter ambiguo y esquivo puede servir ciertamente a la programación de la risa, de los destinos, de los espejos en que nos vemos, en un ritual cotidianamente repetido. Pero, simultáneamente, la risa y las lágrimas como reguladores del orden social, al despojar de sus ropajes este orden de la "seriedad", posibilitan invertir irónicamente las preguntas, ir al encuentro de la cultura oral de nuestros pueblos, reírnos de nuestras propias "caricaturas", jugarnos al amor todo lo que tenemos y escoger las luchas que merecen la pena ser libradas.<sup>22</sup>

Dejemos pues que los expertos nos cuenten su viaje por los apasionantes, truculentos, previsibles, cursis, catárticos, complejos, ensoñadores y nada fáciles de apresar territorios de las telenovelas. ▲

### Notas

1. Isaac León y Ricardo Bedoya. "Cultura popular y cultura masiva en el México contemporáneo. Conversaciones con Carlos Monsiváis", en *Diálogos de la Comunicación*, núm.19, Felafacs, Lima, enero de 1988.
2. Jorge González. "La cofradía de las emociones (in)terminables. Construir las telenovelas mexicanas", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, núm.4-5, p.31, febrero de 1988, Programa Cultura, Universidad de Colima, Colima.
3. Para una documentación sobre el tema ver el número monotemático de *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, núm.4-5, Op cit.; Jesús Martín Barbero y Sonia Muñoz (coord.) *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo Editores, Bogotá, 1992; Ana María Fadul (ed.) *Serial fiction in tv. The latin american telenovelas*, Universidad de Sao Paulo, Sao Paulo, 1993.
4. Jorge González, *Op cit.*
5. *Ibidem.*
6. José Marquez de Melo. "Industria brasileña de las telenovelas", en *Intermedios*, núm.7, mayo-julio de 1993, RTC, México.
7. Jorge González, *Op cit.*
8. Jesús Martín Barbero. "El proyecto: producción, composición y usos del melodrama televisivo", en Jesús Martín Barbero y Sonia Muñoz, *Op cit.*, p.30.
9. *Ibidem.*
10. Esta encuesta fue realizada en 1987 por el Programa Cultura de la Universidad de Colima. Se realizó en seis ciudades del país por muestreo probabilístico. Para los resultados ver: Jorge González. "La cofradía de las emociones interminables. Telenovela, memoria, familia", en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, col. Pensar la cultura, Conaculta, México, 1993, pp.295-334.
11. Sonia Muñoz. "Mundos de vida y modos de ver", en Jesús Martín Barbero y Sonia Muñoz, *Op cit.*, p.249.
12. *Ibidem*, p.284.
13. Rosa María Alfaro. "Los usos sociales populares de las telenovelas en el mundo urbano", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, núm.4-5, *Op cit.*, p.247.
14. Cfr. Ana B. Uribe. "La telenovela en la vida familiar cotidiana en México", en Ana María Fadul, *Op cit.*, pp.103-121.
15. Jorge González. "Las vetas del encanto", mimeo, Universidad de California, Berkeley, 1990.
16. Jesús Martín Barbero. "Claves para re-conocer el melodrama", en Jesús Martín Barbero y Sonia Muñoz, *Op cit.* p.49.
17. El modelo es ampliamente descrito en: Jesús Galindo. "Lo cotidiano y lo social. La telenovela como texto y pretexto", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, *Op cit.* pp.95-135.
18. Jorge González. "(El regreso de...) La cofradía de las emociones interminables II. Telenovela, memoria y familia", mimeo, Programa Cultura, Comala, 1990.
19. Jesús Martín Barbero y Sonia Muñoz, *Op cit.* p.50. En este mismo libro aparecen excelentes análisis de Sergio Ramírez Lemus ("Lecturas. Las violencias de la modernidad en las telenovelas colombianas") y de Elizabeth Lager ("Las razones de una pasión: análisis de Topacio").
20. Nora Mazziotti. "Tipología de las telenovelas latinoamericanas", en *Intermedios*, núm.7, mayo-julio de 1993, RTC, México.
21. María Teresa Quiroz. "La telenovela en el Perú", en *Serial fiction... Op cit.*, pp.33-46.
22. Jesús Martín Barbero. "Transformaciones del género: de la telenovela en Colombia a la telenovela colombiana", en *Televisión y melodrama*, *Op cit.*