

Usos sociales de la telenovela por familias cubanas de diferentes posiciones socioeconómicas

Social uses of soap operas by Cuban families of different socio-economics positions

BEATRIZ DRAKE TAPIA, Instituto Cubano de Investigación Cultural "Juan Marinello", La Habana, Cuba
[beatriz@icic.cult.cu]

YILIAN MACHADO PÉREZ, Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, La Habana, Cuba
[yilianmachado@fcom.uh.cu]

RESUMEN

Este estudio constituye un análisis de los usos sociales de la telenovela brasileña por parte de tres familias cubanas, residentes en La Habana, de diferentes posiciones socioeconómicas (alta, media y baja). Descansa en la perspectiva cualitativa y en el método etnográfico de investigación. Utiliza técnicas tales como la observación participante, la entrevista en profundidad, el completamiento de frases y el grupo de discusión. Da cuenta de los procesos de apropiación y asignación de sentidos en torno a la telenovela. En las tres familias, el melodrama se erige como espacio promotor de entretenimiento, escape de la realidad y de interacciones comunicativas. Las principales diferencias se derivan de factores asociados a la ubicación de las familias en el contexto más amplio que las contiene, así como de los procesos subjetivos que generan estrategias y significaciones singulares por parte de los miembros.

Palabras clave: usos sociales, telenovela, familia, apropiación, Cuba.

ABSTRACT

This study is an analysis of the social uses of a Brazilian soap opera in three Cuban families –specifically from Havana– from different socioeconomic positions (high, medium, and low). It relies on a qualitative perspective and ethnographic approaches. It also uses techniques such as participant observation, in-depth interviews, completion of sentences, and group discussion. In doing so, the study addresses the processes of appropriation and allocation of meanings around the soap opera. In all three families, melodrama rises as a space for entertainment, a way of escaping reality, and communicative interactions. The main differences arise from factors associated with the location of families in the broader context that contains them, as well as subjective processes that generate unique strategies and meanings by different family members.

Keywords: social uses, soap opera, family, appropriation, Cuba.

•Forma de citar este artículo:

Drake, B. y Machado, Y. (2013). Usos sociales de la telenovela por familias cubanas de diferentes posiciones socioeconómicas. *Cuadernos.info*, 33, 13-28. DOI: 10.7764/cdi.33.509

INTRODUCCIÓN

La Segunda Encuesta Nacional sobre Prácticas de Consumo Cultural en Cuba llevada a cabo por el Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello¹, durante los años 2008 y 2009, demostró que ver televisión constituye uno de los comportamientos culturales más estables de la población. En este sentido, se comprobó que la telenovela se encuentra entre los géneros que ocupan los primeros lugares en la estructura de preferencias del público (Linares, Mora, Rivero & Mendoza, 2010).

De modo particular, el género dramático ficcional producido en Brasil tiene una fuerte acogida en el público, que ya cuenta con una rica tradición y experiencia cultural asociada al consumo de estos productos. Estos dramatizados –que forman parte de una propuesta estable en la programación– constituyen filtros a través de los cuales los sujetos examinan, crítica y valorativamente, las restantes producciones.

A pesar de las diferencias que marcan las posiciones individuales y grupales desde las que son vistas las telenovelas, no cabe duda de la importancia social y cultural que estas tienen en la vida cotidiana de las familias. Ello devela la pertinencia del asunto en tanto objeto de investigación tan complejo y legítimo como cualquier otro proyecto científico.

Este estudio se orientó a conocer los usos sociales de la telenovela brasileña por parte de familias cubanas, residentes en La Habana, de diferentes posiciones socioeconómicas. Para ello resultó fundamental indagar sobre las motivaciones y satisfacciones de los sujetos en torno a esas telenovelas, explicar los procesos de apropiación de las mismas, exponer los factores mediadores (socioeconómicos e individuales-grupales) de los usos sociales e identificar los tipos de usos sociales que se ponen en juego.

Fueron tres las familias seleccionadas, representantes de posiciones socioeconómicas alta, media y baja (PSA, PSM y PSB). Los criterios para esta clasificación emanaron de los resultados investigativos obtenidos por el Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS), adscrito a la Academia de Ciencias de Cuba. Entre ellos se encuentran el lugar de residencia, las condiciones de vida, las características físicas de la vivienda, la tenencia de equipos, el disfrute de determinados productos y servicios, los ingresos familiares y la profesión, oficio u ocupación de los sujetos.

La familia representa un espacio privilegiado donde ocurren procesos de apropiaciones y reapropiaciones de los significados televisivos. Este trabajo da cuenta de esa “producción astuta, dispersa, silenciosa y oculta,

pero que se insinúa por todas partes” (De Certeau, 1986, p. 61) inserta en los usos sociales otorgados a la telenovela brasileña por parte de grupos familiares, en tanto estos constituyen la comunidad de interpretación primaria del individuo.

MARCO TEÓRICO

LOS USOS: ENTRAMADO DE ARTICULACIONES

El tema de los usos ha sido históricamente ligado a los supuestos de la hipótesis de los usos y gratificaciones. Katz, Blumler y Gurevitch (1985, pp. 135-142) sintetizan los postulados de estos estudios de la siguiente manera:

- a) El público es concebido como un grupo activo. El uso de los medios de comunicación por los individuos se supone dirigido a objetivos específicos.
- b) El miembro del público posee buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios.
- c) Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades, de modo que las necesidades atendidas por los medios masivos solo son una parte de las múltiples necesidades humanas.
- d) Las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre sus intereses y motivaciones al hacer uso de los medios de comunicación.
- e) Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso, mientras se exploran las orientaciones del público.

Las principales limitaciones al modelo de usos y gratificaciones que se señalan, tienen que ver con su enfoque demasiado individualista, que obvia las condiciones sociales en que se producen las necesidades de los sujetos. Aun cuando estos estudios reconocían el carácter activo de los receptores, predominaba en ellos una concepción lineal y transmisiva del proceso de comunicación, esta vez tratando de conciliar los efectos de los medios con las necesidades de los sujetos. No obstante, al decir de Rubin (1996), si bien estas investigaciones han recibido sus dosis de críticas, “en una buena parte reflejan el estado de las cosas a principios de los años setenta y se dirigen específicamente a presupuestos de investigación iniciales” (p. 562).

En aras de analizar las lógicas de los usos, Martín-Barbero (1987a) propone un desplazamiento respecto a estos fundamentos, pues de lo que trata es de “sacar el estudio de la recepción del espacio acotado por una comunicación pensada en términos de mensajes que circulan, de efectos y reacciones, para reu-

bicar su problemática en el campo de la cultura” (p. 240). De acuerdo con Orozco (1998), la significación fundamental de este desplazamiento radica en considerar que los usos de la comunicación no son individuales, sino sociales; así, señala, “el énfasis investigativo se descentra de la interpelación directa de un medio a su audiencia, para reubicarse en la convergencia (de mediación y práctica) implicada en el uso” (p. 96).

Para comprender las interrelaciones entre los conceptos de consumo y usos sociales, es preciso revisar la obra del consagrado investigador francés Michel de Certeau. Sus trabajos, de vasta repercusión internacional en el campo de los estudios culturales, contienen amplias reflexiones en torno a la vida cotidiana, el consumo y los usos mediático-culturales.

Siguiendo a De Certeau (2000), la indagación sobre los usos debe tomar en consideración la propia ambigüedad del término. Si bien la palabra “usos” es asociada a las costumbres, procedimientos estereotipados o modos de hacer; cuando se habla de usos se hace referencia al reconocimiento de las acciones con formalidad y creatividad propias que se organizan y ubican en esa producción que es inherente al consumo.

La lógica de este análisis reside, por tanto, en examinar lo que “el consumidor cultural fabrica durante las horas empleadas en mirar TV o una película en el cine y con las imágenes que se ofrecen totalmente hechas” (De Certeau, 1986, p. 61). La noción de producción por parte del consumidor es compartida por Bourdieu (2002), quien plantea que “el consumo de bienes sin duda supone siempre, en grados distintos según los bienes y según los consumidores, un trabajo de apropiación; o, con mayor exactitud, que el consumidor contribuye a producir el producto que consume” (cit. por González y Aguilera, 2007, p. 30).

A este consumidor, al que De Certeau prefiere llamar “practicante”, pertenece una producción que permanece oculta. Esto sucede porque “a la producción de los objetos y de las imágenes, producción racionalizada, centralizada, ruidosa, espectacular, expansionista; corresponde otra producción disimulada por el consumo, una producción astuta, dispersa, silenciosa y oculta, pero que se insinúa por todas partes” (De Certeau, 1986, p. 61). Se trata entonces de esa producción que, aunque silenciosa y dispersa, da cuenta del carácter activo de los sujetos y de la creatividad que siempre está presente en el consumo. Y aunque se reconoce la actividad creativa de los “practicantes”, de acuerdo con Guillermo Sunkel (2002), esta noción de producción invisible se aleja del peligro de sobreestimar la libertad del consumidor. Lo que se busca es

la comprensión de que esas prácticas se ubican en un sistema hegemónico, y dan cuenta de la apropiación y resignificación del orden dominante por parte de los sectores populares.

Para resumir las interrelaciones entre la recepción, el consumo y el uso, resulta de utilidad regresar a Ortega (2008) y a su comprensión de que el consumo de bienes culturales es “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación, recepción y usos de los bienes producidos en el campo de la producción cultural” (p. 20). De acuerdo con esta línea, “el consumo implica uso, desgaste, adquisición, disfrute, recepción de significados de un ‘algo’ (...). De ahí que el consumo puede ser no solo apropiación, sino también recepción y uso” (Ortega, 2008, p. 19). Así, en las referencias al uso se implica la recepción, y esta implica el consumo (Cantú, 1997). Siguiendo a Cantú, resulta importante aclarar que cuando se habla de consumo, recepción y usos, jugando con la abarcabilidad de los conceptos, no se piensa en términos de etapas o momentos; sino de implicancias y relaciones en función de la significación adoptada para los términos. Si bien se ha comprendido el consumo como el “espacio” en que tienen lugar la apropiación y los usos (García Canclini, 1991), el tema de los usos sociales da cuenta de los procesos de apropiación y reconocimiento que tienen lugar en el consumo y en la recepción.

La categoría “usos sociales” permite indagar en esa función que tiene la telenovela, descrita por Martín-Barbero (1987b) como “el oficio de mediación entre la lógica del sistema productivo y la lógica de consumo, entre la del formato y las de los modos de leer, las de los usos” (p. 6). Nos decidimos entonces por los marcos de comprensión que ofrece la categoría “usos sociales”, pues, como afirma Orozco (1998):

La propuesta de usos sociales conlleva y reafirma el vínculo existente entre sectores sociales participantes en una misma producción mediada de sentidos y significados en sus procesos comunicativos. A su vez, los usos anclan una “categoría analítica” que se ha vuelto fundamental para entender la producción comunicativa en la medida en que en los usos convergen las mediaciones y las prácticas. (p. 96).

USOS SOCIALES, TELENOVELA Y FAMILIA

Lull (1980) desarrolla una tipología de usos sociales de la televisión en el ámbito familiar, señalando la existencia de dos grupos primarios: los usos estructurales y los usos relacionales. El primero tiene una dimensión ambiental y una reguladora. Desde el punto de vista ambiental, la televisión crea un conjunto de sonidos e imágenes que conforman una atmósfera de acompa-

ñamiento y entretenimiento familiar. Con ello plantea que la simple condición de “encendido” del televisor supone que sus usuarios participen de una interminable comunicación verbal. Asimismo, la televisión tiene la característica estructural de ser reguladora del comportamiento. En este sentido, afecta y organiza el tiempo y la rutina familiar. Ello impacta más allá del ámbito familiar, en tanto incide además en la distracción fuera de la casa. Los patrones de conversación son también influenciados por las rutinas televisivas. El segundo grupo incluye las formas en que los públicos crean “acuerdos sociales prácticos” involucrando a la televisión. El autor reconoce que la exclusividad de las categorías propuestas en la clasificación no es absoluta, y con el orden secuencial que formula (facilitación de la comunicación, afiliación/evasión, aprendizaje social y capacidad/dominio) intenta demostrar la relativa complejidad de las construcciones.

Al sistematizar varios resultados de investigación etnográfica, Valerio Fuenzalida (2005) concluye que la recepción televisiva se integra con el espacio-tiempo propio de la cotidianidad de la vida familiar, de manera que “la etnografía de la recepción en el hogar revela una recepción cotidiana, ruidosa, y conversada” (p. 50). Otros de los aspectos advertidos por el autor tienen que ver con las formas en que la recepción televisiva se ajusta a los diferentes ritmos de los miembros del hogar y se entrelaza con actividades, emociones y estados de ánimo. El aspecto lúdico—también señalado por Fuenzalida—está estrechamente vinculado a la posibilidad de que ante la pantalla la audiencia explore su vida cotidiana, realice comparaciones, fantasee con lo diferente e indague en su identidad. En este sentido, apunta que el hogar constituye un espacio-tiempo cultural con características peculiares, que implican la generación de expectativas especiales hacia la televisión, a las cuales denomina “expectativas situacionales”.

Estas expectativas situacionales ante la televisión deben ser objeto de investigación dentro del propio hogar; a menudo ni siquiera están verbalizadas en los propios sujetos, o son confusamente expresadas por los miembros del hogar (...). Son, así, objeto de búsqueda, discernimiento, e interpretación constructivista. (Fuenzalida, 2002, p. 67)

En el marco de los usos sociales y la televisión se sitúa la relación familia, telenovela, usos. La telenovela facilita, como ningún otro género televisivo, la interacción y el contacto familiar (Alonso, 1999). El momento de su televidencia “deviene generalmente coexistencia físico-espacial entre integrantes del hogar, y móvil para la interacción y comunicación sobre una materia

o relato común; algo que pudiera no darse frecuentemente ante la urgencia temporal de la vida cotidiana” (Márquez, 2006, p. 37).

El empleo de la categoría “usos sociales” permite señalar que:

La telenovela como experiencia cultural en sus públicos, es vivida como un universo fragmentado que está en la memoria de las familias, precede a la emisión, le acompaña en diálogo constante y comparaciones simultáneas y no desaparece con el fin del capítulo, sino que le sobrevive en múltiples textos, objetos, referencias y discursos después de ella. (González, 1991, p. 222)

Teniendo en cuenta la particularidad del género melodramático de trascender el texto mismo para ubicarse en varios contextos espaciales y relacionales, Martín-Barbero (1987b) señala la importancia de los espacios de circulación y resemantización. Desde el punto de vista operativo, lo que esta dimensión busca indagar es:

Qué espacios y qué actores intervienen en la circulación y resemantización de las telenovelas, sobre qué dimensiones gira la atención y el interés, en qué preocupaciones ancla, sobre qué actividades o comportamientos principales recae su peso, qué personajes catalizan deseos/fobias. (p. 9)

Con ello se accede, en definitiva, a esa supervivencia de la telenovela en la vida cotidiana de los sujetos.

De acuerdo con González (1991), en el acercamiento a las familias y a las diferentes situaciones culturales que implican sus relaciones con la telenovela se tornan relevantes la descripción de los lugares, las posturas, las interacciones, así como las cadenas discursivas en torno al género televisivo. En los procesos de apropiación de la telenovela, los sujetos realizan constantemente el ejercicio de comparación, de acuerdo con la ubicación de la familia en el espacio social y con su experiencia de otros textos culturales.

Volviendo a Martín-Barbero (1992), el estudio de la telenovela requiere descentrar la mirada, pues si los “modos de ver” situados en los espacios de la producción están conformados por culturas ocupacionales, ideologías profesionales y rutinas productivas, aquellos otros modos que viven en las prácticas inscritas en el consumo se conforman de hábitos de clase, competencias culturales e imaginarios de sexo y de edad. Por tal motivo, la telenovela se vuelve también un asunto de mediaciones.

Los estudios sobre recepción y apropiación de la telenovela revelan que la posición socioeconómica o clase social de pertenencia (vista como ocupación, nivel

de ingresos o estrato socioeconómico, etcétera) es una de las principales mediaciones que estructura y condiciona la reconstrucción del texto telenovelesco por el receptor. Otras instancias mediadoras son el género (sexo), la edad, la ocupación, el nivel de escolaridad, la nacionalidad, la etnia y las competencias comunicativas (Alonso, 1999).

BAJO EL LENTE LATINOAMERICANO...

Inscrita en la tendencia investigativa que reconoce el protagonismo de los sujetos sociales en los procesos culturales y comunicativos, la investigación que sobre la telenovela se ha realizado en América Latina le ha concedido un interés especial a los usos sociales como categoría significativa para la comprensión de la función social del melodrama televisivo en nuestros pueblos. "El enfoque aquí es descubrir qué hace la gente con la telenovela, cuáles son sus formas de relación con ella, sus modos de lectura y exposición ante el texto, sus propios criterios selectivos de exposición" (González, 1998, p. 258).

Aun sin adscribirse a la categoría "usos sociales", diversos estudios sobre la telenovela dan cuenta de los modos de apropiación, usos y funciones sociales del género televisivo. Algunos autores, como Vilches (1997), defienden la apropiación sentimental, pues "la función de estas series es crear la posibilidad de que se escuchen las emociones recreando argumentos a través de los mitos de siempre" (cit. por Gámez, 2001, p. 37).

Su papel en la (re)definición de la identidad y subjetividad femeninas ha sido abordado en diversos estudios feministas. Aún más osadas resultan las investigaciones que valoran la influencia de la telenovela en el imaginario colectivo y sus aportes a la identidad nacional y latinoamericana. De tal suerte, señala Martín-Barbero (1987a), que "el melodrama trabaja en estas tierras una veta profunda de nuestro imaginario colectivo" (p. 243). Otros autores se atreven a promover el reconocimiento de la telenovela como catalizadora de cambios sociales. Argumentan al respecto que las temáticas y sucesos de sus narraciones suelen convertirse en tela de juicio de problemáticas como los roles de género, la feminidad y la masculinidad, la distribución de las riquezas, entre otras (Márquez, 2006).

No menos importantes son las aproximaciones a la apropiación educativa de las telenovelas. Sobre el tema ha reflexionado el destacado investigador Valerio Fuenzalida (1996), quien refiere que "la resignificación educativa es extraída por el receptor, como si fuera un subproducto, desde el interior de un género y de un texto de entretenimiento" (p. 10). En este sentido,

agrega que "este proceso de apropiación desvirtúa las fantasías acerca de la omnipotencia del emisor para imponer sus significaciones a una audiencia supuestamente pasiva" (p. 11).

Según Guillermo Orozco (2001), la investigación que analiza los usos sociales de géneros programáticos como la telenovela por parte de diversos segmentos de audiencia, se inserta en los estudios de recepción de medios en América Latina que privilegian el enfoque cualitativo en la aproximación a sus objetos de análisis. Sobre la variedad de técnicas de investigación susceptibles de aplicarse en tales estudios, señala:

Entendiéndose por tal no solo etnografías de la recepción, sino una combinación de diversas herramientas metodológicas que van desde las entrevistas semidirigidas, los grupos de discusión y la observación participante, hasta las historias de vida, el psicodrama, técnicas proyectivas, y análisis semióticos de las apropiaciones y narraciones que hacen y formulan los sujetos receptores a partir de su interacción con referentes mediáticos concretos. (p. 7)

Los estudios etnográficos en familias colimenses (México) de clase media realizados por Jorge González y otros especialistas, también se inscriben en los marcos de análisis sobre los usos sociales del melodrama televisivo. Con estas aproximaciones, los investigadores buscaban responder a la pregunta respecto de qué hace la familia con las historias que el género melodramático le ofrece. La categoría "usos sociales", en palabras de Covarrubias, es entendida aquí como el empleo que los miembros de la familia le dan a la televisión en tanto objeto de una tecnología manejable, y como utilización de los contenidos aprehendidos y puestos en marcha en la vida cotidiana (cit. por González, 1998).

En el marco de estas indagaciones y siguiendo a Rosa María Alfaro (1988), Karla Covarrubias (cit. por González, 1998) propone cinco modos de usar los contenidos telenovelescos en familia: a) la función educativa, surgida de la comparación de lo visto con lo vivido; b) su función como medio preventivo, debido a la distinción por los espectadores de aquellas situaciones con las que no está de acuerdo; c) la representación cultural, derivada de la valoración de acciones y situaciones culturales; d) la orientación cognitivo-social y las consecuentes autorrepresentaciones de clase; y e) la catarsis, como relajamiento lúdico y sentimental y como ruptura de autoritarismos y represiones familiares.

Muchos autores latinoamericanos se han interesado por el impacto de las telenovelas en las interacciones familiares y sociales (por ejemplo, Alfaro, 1988; Gon-

zález, 1991; Martín-Barbero, 1992; Uribe, 1993; Covarrubias, 1998; Padilla, 2008). De modo particular, el interés por la categoría 'usos sociales' en los estudios latinoamericanos sobre el consumo de telenovelas obedece en gran medida a que los usos del género se vinculan con la conformación de identidades, con nuevas formas de negociación, participación, recepción y significación de la hegemonía desde lo popular (Alfaro, 2006).

METODOLOGÍA

El objetivo general de esta investigación fue conocer y analizar los usos sociales de la telenovela brasileña por parte de familias cubanas, residentes en La Habana, de diferentes posiciones socioeconómicas. En tal sentido, resultó fundamental plantearse, a modo de objetivos específicos, los siguientes: indagar sobre las motivaciones y satisfacciones de los sujetos en torno a esas telenovelas, explicar los procesos de apropiación de las mismas, exponer los factores mediadores (socioeconómicos e individuales-grupales) de los usos sociales e identificar los tipos de usos sociales que se ponen en juego.

Para la consecución de los objetivos, el trabajo descansó en una perspectiva cualitativa de investigación, pues esta se interesa, en especial, "por la forma en la que el mundo es comprendido, experimentado, producido; por el contexto y por los procesos; por la perspectiva de los participantes, por sus sentidos, por sus significados, por su experiencia, por sus conocimientos, por sus relatos" (Vasilachis de Gialdino, 2007, p. 29). El estudio de caso fue la estrategia utilizada para analizar los usos sociales otorgados por las tres familias, cada una de las cuales constituyó un caso único a la vez.

La selección de las familias se hizo de manera intencional, considerando sus posiciones socioeconómicas, así como otros aspectos de interés; por ejemplo, el reconocimiento de los sujetos como receptores de telenovelas, especialmente las brasileñas; la televidencia habitual del producto transmitido en el horario estelar²; la diversidad en cuanto a nivel de escolaridad, generaciones, etcétera.

La investigación se desarrolló a la luz del método etnográfico. El eje medular de la etnografía radica en la presencia insustituible del investigador en el campo. En nuestro caso, las familias fueron la unidad social que se estudiaría etnográficamente, y el campo resultó ser el propio espacio en el que los sujetos se relacionan con la telenovela y entre ellos. Esto implicó un

proceso de interacción con los actores sociales en la búsqueda de sus puntos de vista, valoraciones, sentimientos. La inserción permitió "fabricar" un conjunto de configuraciones cognitivas y vivenciales imprescindibles para la comprensión de los modos de ver, las apropiaciones y los usos que realizan los sujetos sobre la telenovela.

Desde el punto de vista técnico, se empleó la observación participante, la entrevista en profundidad, la técnica proyectiva y el grupo de discusión.

La observación participante se llevó a cabo en el mundo familiar de los sujetos, específicamente antes, durante y después de la emisión de las telenovelas. Con ella se recopiló información no verbal sobre cuestiones que, por su naturalidad, son difíciles de concientizar y, por tanto, de expresar. Las entrevistas en profundidad se orientaron a verificar y ampliar aspectos identificados desde la observación y a explorar en otros de vital importancia. Fueron realizadas en el propio campo e involucraron a todos los miembros de las familias.

La técnica proyectiva utilizada fue el completamiento de frases, reconceptualizado especialmente para el estudio. Esta herramienta indagó globalmente en los intereses, satisfacciones, necesidades y preferencias de los sujetos con respecto a las telenovelas brasileñas. El grupo de discusión implicó a todos los miembros de las familias, los cuales expusieron sus ideas y vivencias sobre el por qué, el qué y el para qué de la recepción de telenovelas. Ello propició la identificación de similitudes y diferencias en este sentido.

Es importante aclarar que las técnicas empleadas fueron concebidas en relación de complementariedad, en aras de articular una visión multirreferencial sobre el objeto de indagación.

La posibilidad de utilizar múltiples técnicas en el estudio de un mismo objeto constituyó un elemento clave para obtener una visión más completa del fenómeno investigado. De esta forma, el análisis de la información recopilada se realizó a la luz de una perspectiva cualitativa de investigación. Se sustentó en estrategias de triangulación de fuentes (empíricas y documentales), de técnicas y de análisis de datos, lo que generó mayor confianza en los resultados obtenidos. Las explicaciones, valoraciones, significados y vivencias de los sujetos, sus interacciones y actividades, así como las impresiones y experiencias obtenidas durante el trabajo de campo, fueron algunos de los datos descritos e interpretados de manera contextualizada.

RESULTADOS

La telenovela organiza el tiempo familiar, adelantando o posponiendo ciertas actividades hogareñas. En este sentido, los rituales familiares suelen ser diversos y están determinados por las costumbres y normas del hogar, así como por las dinámicas de sus miembros; sin embargo, desembocan en puntos comunes.

En la familia de PSA, las tareas familiares y actividades cotidianas (por ejemplo, el baño y la comida) que anteceden al visionado están previstas de manera tal que no coincidan con el inicio de la telenovela. El comienzo de la televidencia concuerda con el momento que se ha escogido para romper con las faenas del día. En la familia de PSM comienza la reunificación en momentos previos a la telenovela, en particular con el horario de comida. Y aunque este tiempo no es modificado por la misma (ya que constituye un ritual sumamente arraigado), algunos miembros apresuran sus otras actividades. En la familia de PSB, las prácticas que anteceden al visionado también giran alrededor de la comida, que se realiza con tiempo suficiente para ver la telenovela. En este caso, uno de los miembros espera el inicio de la emisión, al tiempo que los otros se incorporan con prontitud ante la alerta del familiar expectante.

Las prácticas familiares cotidianas asociadas a los momentos previos del visionado no tienen un carácter individual, sino colectivo, y alcanzan valor de ritual en tanto forman parte de la rutina diaria. Pese a las particularidades distintivas de cada familia, se ha comprobado que la noche es el momento de reunión y tertulia, y la telenovela es reguladora, de una manera u otra, del comportamiento familiar.

LA HORA DE "DESCONECTAR": MOTIVACIONES Y SATISFACCIONES...

Aun cuando las motivaciones son configuraciones subjetivas individuales, al interior de las familias se expresan similitudes en las necesidades que los sujetos satisfacen con el uso del género televisivo en cuestión. La ubicación de la familia en un contexto socioeconómico específico condiciona el despliegue de sentidos y significados en correspondencia con la filosofía de vida de cada una (o subjetividad familiar). No obstante, el entretenimiento constituye el denominador común, pues la telenovela opera como espacio de gratificación, disfrute y pasatiempo.

Una mirada intrínseca a los motivos y necesidades que los sujetos satisfacen devela lo siguiente.

En la familia de PSA, las motivaciones principales del visionado se deben a las posibilidades que brinda

la telenovela para desconectarse de la realidad, y a su funcionamiento como medio de distracción y entretenimiento. Para estos sujetos, el valor esencial atribuido a las telenovelas es que ellas operan como un recurso de escape de la rutina cotidiana, siendo una alternativa para relajar las tensiones. Afirman que la clave del éxito de una u otra radica en su arista lúdica.

En la familia de PSM también se identifican las motivaciones reconocidas en el núcleo anterior, pero se despliega el abanico de satisfacciones. En este caso, la telenovela es valorada a partir de sus posibilidades de enseñar –y, en consecuencia de aprender– elementos de otra cultura, de otro país. La centralidad del producto radica en la presentación de comportamientos culturales novedosos, como, por ejemplo, las formas de vestir, las maneras de actuar cotidianamente y los estilos de vida. La apertura cultural que proporciona la telenovela brasileña deviene en fuente de motivación y validación por parte de los sujetos. Simultáneamente, para estos, la telenovela constituye un referente de comportamientos y actitudes que pueden ser imitados, ya sea en el logro de metas o en la solución de conflictos interpersonales. Incluso, canaliza de cierta manera las aspiraciones de los sujetos, quienes, al identificarse con determinados personajes, proyectan sus ideales, deseos y necesidades. En sentido general, esta familia se caracteriza por una fuerte implicación emocional con los temas y personajes.

Las emociones despertadas por la telenovela propician a menudo la comunicación entre los miembros de las familias de PSM, pues manifiestan sus opiniones sobre temas sensibles para ellos y/o el grupo familiar en su totalidad, expresan sus criterios acerca de cómo debería actuar un personaje y declaran sus deseos de castigar a aquellos que actúan de manera contraria a las concepciones individuales. No menos importante para ellos resulta el placer visual y estético. Prefieren las telenovelas modernas y la satisfacción se deriva del espectáculo que les ofrecen. El interés recae en aspectos como la moda, la belleza física de los actores, los escenarios, aun cuando exigen el reflejo de un mayor compromiso social en las subtemáticas.

Por su parte, en la familia de PSB –en la que también la telenovela tiene una gran importancia para escapar de las preocupaciones habituales– resulta interesante que las satisfacciones se encuentran asociadas con la solución positiva o adecuada de conflictos que coinciden o tienen relación con las preocupaciones personales y/o familiares. Esto genera un proceso de identificación que alcanza su grado máximo cuando los sujetos ven resueltas sus principales inquietudes. Otro elemento motivador es el

de las buenas actuaciones: la calidad de la personificación constituye un factor decisivo en la aprobación o el rechazo del personaje, la trama, la situación.

VIVIR LA TELENVELA: PROCESOS DE APROPIACIÓN

Los procesos de apropiación de la telenovela evidencian esa cualidad del texto de enriquecer y ser constantemente enriquecido, pues desde esas “prácticas silenciosas” se producen las reapropiaciones y resemantizaciones de los contenidos expuestos en el melodrama televisivo.

La *importancia atribuida al género telenovela* se deslinda de dos áreas fundamentales: el entretenimiento asociado a este y sus valores educativos.

Para la familia de PSA, el principal valor asignado a la telenovela es el entretenimiento que proporciona. Estos sujetos no suelen implicarse afectivamente con el texto y establecen una distancia entre las problemáticas personales y las representadas en él. La telenovela no es tomada como referente de la realidad. Se comprende su carácter ficcional, imaginado, y la significación realizada no tiene aplicación en la vida real. Los miembros minimizan la influencia del género melodramático en su vida cotidiana, y la importancia atribuida al producto ficcional en la vida personal tiene que ver exclusivamente con las posibilidades de distracción que brinda. De hecho, les otorgan a las telenovelas una mayor importancia cuando tienen algún valor documental, histórico o son basadas en la literatura, de modo que las más apreciadas son aquellas de carácter histórico y literario, pues –de acuerdo con los sujetos– suelen ser más fieles a la realidad y más críticas en sus argumentos.

Para las restantes familias, el valor fundamental recae en la función educativa del producto ficcional. El texto melodramático forma parte de la memoria cultural y la experiencia de vida de los sujetos, lo cual se manifiesta en forma de saberes y comportamientos aprendidos que se actualizan ante determinadas circunstancias. Los propios sujetos reconocen que en la crianza de los hijos, las relaciones de pareja, la comunicación entre padres e hijos y en la convivencia familiar han empleado aprendizajes provenientes de la telenovela. Otras apropiaciones están relacionadas con el logro de metas y proyectos de vida, el ascenso social y la capacidad de sobreponerse ante las dificultades de la vida. A partir de todos estos elementos se evidencia la integración de contenidos del melodrama en las prácticas sociales de los sujetos.

Los *procesos afectivos* que develan la implicación emocional de los sujetos con la telenovela tienen diferentes dimensiones e intensidades. Las emociones no son excluyentes, en ocasiones se manifiestan unas por encima de otras y, a veces, se combinan. También pueden variar de una escena a otra, y de un producto a otro.

En la familia de PSA, las emociones y el deleite derivados de la exposición giran alrededor de los aspectos formales y de contenido del propio texto. En las evaluaciones del melodrama televisivo, los sujetos demuestran sus competencias con respecto al género. Son capaces de reconocer los códigos con los que opera el producto ficcional. Los elementos relacionados con el tratamiento artístico, la calidad de las actuaciones, los argumentos y la estructura narrativa son los que mueven los principales resortes emotivos de los sujetos.

En dependencia del interés que suscite el relato, los procesos emocionales involucrados son de gratificación o disfrute, o de goce estético. En el primer caso, la trama es seguida con interés y aunque no existe una implicación emocional, el seguimiento de los capítulos provoca curiosidad e ilusión. Esto puede variar de una telenovela a otra: si el esquema narrativo no despierta gran interés, las emociones se derivan fundamentalmente de su percepción como producto artístico. En estos casos, los sentimientos son removidos por las cualidades sintácticas o formales del texto (por ejemplo, la calidad del diseño, la música, la escenografía, la fotografía y la actuación) y, por ende, las emociones predominantes se manifiestan como goce estético.

En las familias de PSM y PSB ocurre, en mayor medida, la identificación y la empatía con personajes y situaciones. Los sujetos se muestran identificados toda vez que participan intensa y apasionadamente en la trama, al tiempo que asumen como propios los valores y perspectivas del personaje. Las emociones derivadas se exteriorizan a menudo mediante expresiones no verbales (risa, llanto, respuestas faciales y corporales...). Por su parte, las posiciones de empatía no implican la asunción de rasgos y cosmovisiones. Es decir, los sujetos viven intensamente las situaciones presentadas, pero no llegan a compartir características y valores de los personajes. Esto guarda relación con la procedencia del producto, pues de la comparación establecida entre la realidad presentada por la telenovela brasileña y la realidad familiar y social de los sujetos, resultan distancias que entorpecen el reconocimiento con los personajes y conflictos del producto ficcional. En la familia de PSM también se aprecian, aunque en menor grado que en la de PSA, emociones generadas por la percepción de la telenovela como producto artís-

tico (goce estético). En la de PSB, este elemento aparece ausente: no afloran críticas relacionadas con sus cualidades formales o de contenido, sino que el peso de las valoraciones es eminentemente moral.

La *apropiación de códigos o comportamientos* presentados en la telenovela brasileña ha tenido su correlato en la cotidianidad e interacción social de los sujetos. Sin embargo, en la familia de PSA esto no se reconoce explícitamente, pues no llega a ser determinante el impacto del texto en los comportamientos de sus miembros. En las restantes familias, sí se observan determinadas aprehensiones, que tienen, incluso, rasgos similares. Entre las interiorizaciones llevadas a cabo se destacan la adopción de actitudes y modelos de conducta de los personajes con los cuales se identifican, la comprensión de dinámicas familiares a partir de un proceso de comparación entre el texto y la realidad, la recapitalización de experiencias personales y la motivación para la toma de decisiones y el afrontamiento de obstáculos.

En el caso particular de la familia de PSB, tiene un marcado énfasis la concepción de la telenovela como fuente proveedora de respuestas ante problemáticas y conflictos. La mayoría de sus miembros declararon haber adoptado, reforzado o reestructurado comportamientos a partir de lo visto en las telenovelas.

Un elemento común en todas las familias fue el hecho de reconocer la apropiación de frases enunciadas por determinados personajes, casi siempre simpáticos. Estos parlamentos han devenido códigos socialmente compartidos en las comunicaciones cotidianas. Incluso, se han identificado realidades autóctonas –familiares y sociales– a partir del nombre de algunos personajes (por ejemplo, una gripe fuerte fue nombrada como “Nazaré”, personaje negativo en Señora del Destino). El uso de estas expresiones ha coincidido, por lo general, con el periodo de emisión de la telenovela. Solo unas pocas son recordadas por los sujetos, muchas veces de manera vaga y ambigua, lo que evidencia el carácter efímero de esta asimilación.

En los *espacios de circulación y resemantización*, la telenovela va tejiendo una extensa red de conversaciones e interacciones. Es decir, convive con los sujetos más allá del momento de la emisión y transgrede las fronteras familiares para insertarse en los múltiples espacios sociales donde aquellos interactúan.

La telenovela representa una fuente de socialización a lo interno y a lo externo del marco familiar. En todas las familias se reconocieron múltiples espacios en los que el texto está presente, y en los que se (re) producen las resignificaciones realizadas. Las diferencias encontradas se dieron en función de los lugares

y ámbitos (laboral, local, escolar, social-grupal...) de desempeños cotidianos de cada sujeto, así como en determinados temas de conversación.

Con relación a esto último, se aprecia que en la familia de PSA los temas gravitan en torno a la interpretación actoral y el contraste o relación entre las situaciones mostradas y la realidad cubana; en la familia de PSM, en torno a los personajes negativos, la belleza física de actores y actrices, las relaciones de pareja, las intrigas y algunas cuestiones de relevancia social (por ejemplo, las relaciones homosexuales, interraciales e intergeneracionales); y en la familia de PSB, sobre las predicciones del próximo capítulo, los comportamientos negativos y el curso que toman los acontecimientos.

MODOS DE VER TELENÓVELAS

La actividad de los sujetos –en sus diversas formas de expresión– durante su exposición en la telenovela también proporciona información sobre los procesos de construcción y deconstrucción de significados individuales y sociales a partir del texto.

La familia de PSA valora altamente la calidad lograda en la representación. Es por ello que durante el visionado sobresalen comentarios en torno a las escenografías, las actuaciones y los valores artísticos de la telenovela. Estos sujetos, si bien no se comprometen con los conflictos y personajes, pueden manifestar simpatía por los personajes negativos cuando resulta verosímil la interpretación de sus papeles. Las pláticas sobre temas familiares suelen coexistir con el visionado, funcionando el producto televisivo como telón de fondo. Otras actividades puntuales, además de conversar, pueden compartirse con el visionado (cuidado del hijo pequeño, organización y/o búsqueda de objetos, hablar por teléfono, escribir, etcétera), de modo tal que a menudo resulta sorprendente la capacidad desarrollada por los sujetos para seguir la trama, incluso en momentos en que esta es relegada a un segundo plano por otras acciones.

En el caso de la familia de PSM, los sujetos comentan determinadas situaciones o escenas durante la transmisión. Esta interacción se encuentra motivada por conflictos que representan un giro importante de la trama o por la necesidad de realizar alguna observación simpática sobre lo sucedido. Las escenas y conflictos, así como las características físicas y personales de los personajes, son ampliamente debatidos durante el visionado. Se juzgan las actuaciones y la credibilidad lograda a partir de la interpretación de los actores. También se destaca la existencia de relatores, dada la incorporación paulatina de algunos miembros al lugar

del visionado. En ocasiones, se solicita la narración al espectador acompañante, pero en otras, este comienza el relato espontáneamente sin dejar de prestar atención a lo que continúa aconteciendo en la pantalla. Para estos sujetos, anticipar constituye una práctica necesaria y recurrente, la cual se imbrica con el deseo de superación y completamiento de las intrigas y conflictos presentados. El deleite mayor se alcanza cuando tales pronósticos se cumplen y se avecina el triunfo de los buenos y el castigo de los malos. Pueden percibirse también ciertas tácticas de acercamiento físico entre las parejas, a partir de las escenas o comentarios provocados. El horario de la telenovela es el momento escogido por la familia para romper con las obligaciones y labores cotidianas; por tal motivo, no es común realizar actividades paralelas al visionado.

Por su parte, en la familia de PSB a menudo se aprecia cómo el género promueve la expresión de afectividades e interacciones que articulan la constante reconstrucción de lo familiar, en un ambiente de afecto y cuidado. Son usuales las manifestaciones de cariño entre la madre y los hijos mientras se ve la telenovela. La intención y la implicación en los comentarios hablan elocuentemente de los principios y valores familiares. La familia suele rechazar las actitudes y comportamientos mal intencionados de los personajes negativos; incluso, los sujetos pueden abandonar momentáneamente el lugar del visionado o dejar de ver de forma deliberada algunos capítulos cuando se realzan las intrigas y las injusticias. De igual manera, disfrutan las victorias de los personajes positivos. El triunfo personal de estos ante las dificultades, así como la primacía del bien sobre el mal, son motivos de placer familiar. En reiteradas ocasiones la madre se vale de la recompensa o el castigo recibido por determinado personaje para ilustrar a los hijos actitudes positivas o negativas. En el caso de ella, el visionado se comparte con actividades domésticas, lo que habla del afán que pudiera existir en familias más humildes por aprovechar el tiempo al máximo, de modo que hasta el momento del ocio es atravesado por obligaciones cotidianas. La realización paralela de ambas actividades puede mitigar el agotamiento o desgaste producido por la faena, dada la distracción, el entretenimiento y el disfrute que la telenovela propicia.

UN MISMO TEXTO, DIFERENTES LECTURAS: FACTORES MEDIADORES

La posición socioeconómica de las familias interviene en los modos de apropiación y los usos sociales otorgados a la telenovela. Tal posición se observa a partir de un conjunto de factores que tienen su correlato en el espa-

cio y el tiempo familiares en torno a ella, así como en las configuraciones subjetivas que los sujetos producen.

El espacio físico, el sistema de objetos materiales que conforman las situaciones concretas de recepción y los tiempos cotidianos son elementos que les imprimen particularidades a las relaciones establecidas con el género televisivo. Por ejemplo, la presencia de varios televisores (familias de PSA y PSM) posibilita el visionado en los dormitorios, áreas que representan una alta intimidad desde el punto de vista objetivo y simbólico; mientras que la existencia de un único aparato (familia de PSB) hace de la televidencia un espacio de reunión y socialización familiar. De esta forma, el uso colectivo del producto y la interacción comunicativa entre los sujetos se encuentran mediados por determinadas condiciones socioeconómicas; en primera instancia, por la tenencia de uno o varios televisores.

Sin embargo, es válido reconocer que, a pesar de las diferencias en la ubicación de estos aparatos, en los tres casos el televisor adquiere centralidad en la vida de las familias, toda vez que ocupa lugares privilegiados en la arquitectura de la vivienda (la sala y los dormitorios), y aun dentro de estos alcanza preeminencia con respecto a los demás objetos de la habitación.

Desde el punto de vista de las “fabricaciones” simbólicas que las familias realizan en torno a la telenovela brasileña, se observan distancias y puntos de contacto en cuanto a los principales criterios y valoraciones, la estructura de preferencia y los usos sociales conferidos.

En sentido general, mientras que la familia de PSA prefiere las telenovelas históricas y costumbristas, la modernidad y el lujo representados por telenovelas brasileñas y los temas que reflejan el ascenso social constituyen elementos predilectos del núcleo de PSM. Por su parte, la familia de PSB prefiere temáticas asociadas con las relaciones familiares y amorosas, lo cual evidencia un mayor apego a las convenciones tradicionales del género y a su raíz melodramática. Asimismo, las lecturas realizadas desde la familia de PSA se relacionan fundamentalmente con la concepción de la telenovela como espectáculo artístico. Ello concuerda con los discursos propios de su posición social. En las familias de PSM y PSB, en la telenovela adquiere mayor relevancia y opera fuertemente la identificación de los sujetos con el texto. Particularmente, en el núcleo de PSM es altamente valorado el carácter educativo de la telenovela, al tiempo que el compromiso moral con personajes y conflictos es típico de la familia de PSB, la que también le confiere a la telenovela un marcado valor referencial. La siguiente tabla muestra y amplía tales elementos:

Tabla 1. Principales valoraciones, temáticas y usos sociales por cada familia

Familias	Principales valoraciones	Temáticas preferidas	Usos sociales
PSA	No representan con exactitud la realidad brasileña. Carecen de un tratamiento profundo en las problemáticas sociales. Excelentes y logradas actuaciones. Gran calidad estética y artística.	Los problemas sociales. Los acontecimientos y relatos históricos.	Oportunidades de entretenimiento y descanso. Promueven conversaciones cotidianas. Proporcionan placer estético derivado de los valores sintácticos o formales.
PSM	<i>Las anteriores y además:</i> Proveen soluciones prácticas a partir de la comparación entre las situaciones del texto y la vida. Favorecen la comprensión de situaciones personales y proporcionan recursos para afrontar acontecimientos futuros. Propician el aprendizaje de aspectos culturales diferentes. Muestran amplios y fastuosos recursos materiales, conformando atractivos elementos visuales.	La modernidad y la vida lujosa de la clase acomodada brasileña. Las problemáticas referidas a la familia, el ascenso social y las relaciones amorosas.	Oportunidades de entretenimiento y relajación. Promueven conversaciones cotidianas. Potencian alternativas y soluciones para la vida personal. Posibilitan la demostración de conocimientos y competencias de género a partir de los contenidos del texto. Legitiman actitudes y modos de comportamiento.
PSB	Elevada concentración en la vida de las altas capas de la sociedad brasileña en detrimento de los estratos más pobres. Las representaciones simbólicas del bien y el mal, a partir de los personajes positivos y negativos, se ubican en los extremos de la bipolaridad bondad-maldad. Proveen elementos para comprender situaciones de la vida real. Ayudan a la toma de decisiones a través de la identificación personal con lo representado.	Las relaciones familiares enfocadas en el logro de metas y proyectos, mediante el esfuerzo colectivo de todos. Las relaciones amorosas y en especial las situaciones y conflictos que atraviesan las parejas.	Constituyen referencias directas y explícitas para la toma de decisiones en la vida personal, dado el fuerte compromiso moral con personajes y situaciones. Apropiación de modos de comportamientos útiles en el afrontamiento de problemáticas y para la interacción social. Oportunidades de entretenimiento y de escape de la realidad. Promueven conversaciones cotidianas en el marco familiar, así como en otros espacios sociales.

Fuente: *Elaboración propia.*

Aun cuando la dimensión socioeconómica confiere diversas particularidades a los usos sociales que las familias dan a la telenovela, existen ciertos puntos de convergencia en las operaciones simbólicas que ellas despliegan. Los núcleos familiares estudiados encuentran en ese medio un recurso de esparcimiento, un espacio de relajación y satisfacción que les permite abstraerse, por un momento, de sus realidades inmediatas. El melodrama televisivo opera para ellos como promotor de solidaridades e interacciones familiares

y suscita múltiples prácticas comunicativas que trascienden el momento de la emisión.

No menos importantes son otras instancias mediadoras provenientes de la individualidad de los sujetos, las cuales les confieren singularidad a los procesos de apropiación y uso social de la telenovela.

Las *competencias de los sujetos* con relación al género televisivo se nutren, esencialmente, de sus experiencias culturales concernientes a las relaciones históricas con el mismo. La telenovela forma parte de sus histo-

rias de vida, y de los vínculos establecidos surgen y se desarrollan habilidades relatoras, sintetizadoras y de completamiento que dan cuenta de ciertos saberes y destrezas. A partir de estas competencias narrativas se accede a los imaginarios sociales de los miembros de las familias, a sus identidades individuales y colectivas (familiares, grupales, sociales) y a los códigos construidos como resultado de sus experiencias como televidentes. En este sentido, se observaron las siguientes regularidades:

- Los códigos con los que opera el género melodramático televisivo ubican a los sujetos en una posición privilegiada para la decodificación del texto.
- Durante la emisión, determinados sujetos desempeñan el rol de relatores ante la presencia intermitente de otros. Esto potencia la sociabilidad y las interacciones comunicativas, al tiempo que sitúa al relator en una posición privilegiada, de poder.
- Los contenidos del texto no son narrados tal cual, pues el relator realiza diversas síntesis que evidencian el papel de la subjetividad en la resemantización de los mensajes. Los elementos omitidos o destacados advierten sobre lo que es considerado importante o insignificante para los miembros de la familia.
- Los aprendizajes adquiridos como televidentes históricos de telenovelas brasileñas desarrollan ciertas habilidades de completamiento, que les permiten a los sujetos completar relatos interrumpidos, inconclusos, incompletos.
- Entre los temas que más promueven las interacciones comunicativas se encuentran las intrigas, las soluciones de conflicto y las anticipaciones sobre el comportamiento de personajes y en relación con sucesos.
- El acceso a medios y tecnologías de la comunicación no solo influye en la frecuencia de exposición a las telenovelas³, sino que también impacta las competencias narrativas de los sujetos. Aquellos que son consumidores de telenovelas diferentes a las transmitidas por la televisión cubana⁴ cuentan con un amplio espectro de recursos cognitivos y afectivos para comparar a las brasileñas con las producidas en otros países.
- Mayores habilidades relatoras y sintetizadoras en los sujetos con más apego al género, así como las habilidades de completamiento, aparecen con un mejor desarrollo en aquellos de un nivel educacional más alto.

Por otra parte, con respecto al uso y apropiación de la telenovela por los sujetos de alto y bajo nivel educa-

cional, se encontraron diferentes comportamientos. Los primeros establecen distancias emotivas con relación al texto; sus satisfacciones se derivan de elementos artísticos y estéticos; hacen lecturas más críticas de los mensajes; reconocen el carácter ficcional del género, de modo que este tiene poca influencia en la vida cotidiana; y prefieren las temáticas costumbristas, históricas o basadas en la literatura. Los segundos evidencian las dimensiones opuestas: se implican afectivamente con personajes y situaciones; sus satisfacciones se derivan de los estrechos vínculos con las representaciones morales; realizan lecturas más comprometidas e ingenuas; toman decisiones personales fundadas en mensajes y moralejas del texto; y se inclina más por la raíz melodramática y los valores convencionales del género.

Desde el punto de vista del género, se observó que el público femenino es protagonista en la organización de los tiempos domésticos en aras de hacer del visionado una práctica familiar; tiende a realizar otras actividades de forma paralela a la recepción; muestra mayor exposición y fidelidad; establece fuertes vínculos emocionales con el texto y los exterioriza; es apegado a los temas relacionados con la convivencia familiar, el papel de la mujer en la sociedad, las relaciones amorosas y la crianza de los hijos; y valora críticamente las características de la personalidad y los rasgos morales de los personajes. Por su parte, los hombres focalizan su atención en la trama, los conflictos y los aspectos externos (belleza física, manera de vestir, comicidad) de los personajes. Se apreció una mayor compenetración con el melodrama televisivo por parte de los hombres de baja escolaridad.

Las diferencias generacionales articulan otras particularidades en las operaciones de asignación de sentidos. De esta suerte, se constató la tendencia hacia la identificación con personajes y situaciones cercanos a la propia edad y que fueran representativos de las preocupaciones del grupo generacional de pertenencia. Los adolescentes y jóvenes otorgan un mayor reconocimiento a la función educativa de la telenovela, se inclinan por el tratamiento novedoso de las convenciones del género, expresan mayor criticidad en sus lecturas, son atraídos por elementos visuales, prefieren el reflejo de la modernidad y el lujo, así como personajes complejos, con matices, a menudo antihéroes o negativos. Los adultos muestran más apego a las telenovelas costumbristas y de carácter histórico, y se inclinan más por aquellos actores que encarnan valores positivos.

TIPOS DE USOS SOCIALES

La telenovela habilita usos sociales que, aunque diversos en sus manifestaciones, presentan un carácter grupal. Tales usos no se despliegan de manera independiente, sino articulada. A menudo suelen trastocarse los límites entre un tipo de uso y otro, de modo que no se puede hablar de la preeminencia de uno, ni de la presencia exclusiva de otro.

Durante la telenovela suelen ser recurrentes los usos sociales de facilitación de la comunicación. El género habilita prácticas socializadoras y múltiples interacciones comunicativas entre los miembros de las familias. El momento de la televidencia resulta ideal para validar actitudes y comportamientos, así como para exteriorizar competencias de género o conocimientos sobre temas específicos ante otros miembros de la familia. La facilitación de la comunicación condiciona la emergencia de otros usos, como los de capacidad/dominio, pero no en una relación de subordinación, sino como elementos articulados.

A partir de los usos de afiliación/evasión también aparecen otros de facilitación de la comunicación, pues mediante la identificación e implicación con situaciones y/o personajes surgen interacciones comunicativas entre los sujetos. Tras el apego a determinados contenidos, así como el escape de las realidades inherentes a la vida, pueden aparecer usos de aprendizaje social, debido a las posibilidades educativas halladas en el melodrama televisivo. Los usos de aprendizaje social también pueden concretarse en otros de capacidad/dominio cuando las enseñanzas encontradas en el texto son empleadas para reforzar, reestructurar o adoptar nuevos comportamientos, con la intención de ser aceptados por otros miembros del público.

Las desiguales condiciones socioeconómicas y socioculturales expresan modos diferenciales de apropiación entre una familia y otra. No obstante, existen puntos de convergencia en los tipos de usos sociales conferidos por las familias.

La familia de PSA le concede mayor valor a las oportunidades de distracción y escape. Ello pone de relieve la prevalencia del uso *afiliación/evasión*, en el sentido de ruptura con la vida cotidiana. Los usos sociales de aprendizaje social y capacidad/dominio no encuentran aquí un terreno fértil, pues —aunque los sujetos reconocen determinados valores educativos de la telenovela— el carácter impersonal de su discurso manifiesta las distancias establecidas; tampoco suelen aplicar los contenidos a la vida personal ni hacen gala de saberes con respecto al producto.

La *afiliación* con temas y personajes se destaca en la familia de PSM. El *aprendizaje social* derivado de las situaciones y comportamientos de los personajes halla en esta familia un espacio privilegiado, pues la telenovela genera aprendizajes mediante una comparación entre la ficción y la experiencia personal. Ella recrea aquellos comportamientos susceptibles de imitarse o evadirse. Estas resignificaciones son vivenciadas como necesarias tanto para la vida individual como social. Con esto se muestra el valor educativo asignado a este producto. Por su parte, los usos sociales de *capacidad/dominio* se manifiestan a modo de exhibición de conocimientos y habilidades.

La familia de PSB presenta un mayor compromiso moral con la telenovela. Sobresale el *aprendizaje social*, en tanto el melodrama constituye una fuente directa de aprendizajes necesarios para la vida cotidiana. Los usos de *capacidad/dominio* se hacen más notables que en las familias anteriores, al emplearse la telenovela no solo para demostrar saberes y destrezas, sino también como estrategia de aceptación y reconocimiento por el resto de los miembros.

Aun cuando cada familia focaliza su placer en diferentes elementos de la telenovela, a todas las unifica el gusto por el género. Las semejanzas entre ellas en cuanto al tipo de usos sociales tienen que ver con la búsqueda de entretenimiento y las posibilidades de evadirse de la rutina diaria (*afiliación/evasión*), y con la permanencia del género en las conversaciones cotidianas (*facilitación de la comunicación*).

REFLEXIONES FINALES

Los usos sociales de la telenovela brasileña constituyen un sistema de prácticas sociales llevado a cabo por los sujetos, que devela sus formas de apropiación y asignación de sentidos en torno a la misma. En dicho sistema desempeñan un papel fundamental las mediaciones económicas, socioculturales, individuales y grupales consustanciales a este proceso de producción simbólica.

El hogar constituye el espacio privilegiado para interactuar con la telenovela. Ella se erige como motivo de reunión y socialización para los miembros de las familias, cuyos tiempos y actividades diversas dificultan la coincidencia espacial y temporal más allá del horario nocturno. El ámbito familiar resulta ideal para el acercamiento a los usos sociales, debido a que es el contexto primario de reconocimiento de los sujetos y de apropiación del melodrama televisivo.

Los usos sociales de la telenovela por parte de las familias ponen de relieve cómo las identidades del texto y las familiares se entrelazan y son constantemente enriquecidas. La inserción en el mundo familiar ha permitido dar cuenta de sus operaciones simbólicas de asignación de sentidos. Estas prácticas silenciosas pueden permanecer ocultas incluso para los propios practicantes, quienes, a menudo, no son completamente conscientes de las funciones de la telenovela en sus vidas y de los usos que les confieren al producto ficcional.

El lugar o los lugares del visionado, así como la especificidad de la dinámica familiar, organizan y articulan las maneras en que las familias se relacionan con el género televisivo. Esta organización del tiempo familiar también genera vínculos y solidaridades entre los sujetos. Es decir, la telenovela potencia procesos relacionales dinámicos, subjetivos e interactivos, expresándose, por ejemplo, en la cooperación intrafamiliar de cara al visionado y durante él.

Por otra parte, por este producto no es excluyente de otras actividades. A menudo facilita la realización de otras prácticas, sin que estas impliquen la desatención total al texto. En este caso, la telenovela está ahí, como un recurso al que se echa mano para ilustrar determinada situación o para concentrar la atención hacia algún elemento de interés.

Los sistemas de apropiación de la telenovela se encuentran atravesados por necesidades de esparcimiento, evasión de la realidad e implicación emocional, las cuales encuentran su satisfacción con el consumo y uso del producto presentado. La capacidad para entretener hace que ella opere como motivo de gratificación, disfrute y esparcimiento.

Los procesos emocionales desplegados por los sujetos con relación a este género televisivo son diversos, y revelan su implicación emocional con personajes, situaciones y conflictos. Los sentimientos generados, positivos y negativos, dependen de la aceptación, reconocimiento, identificación, proyección con lo representado.

A lo anterior se une la aprehensión de determinados códigos simbólicos mostrados en las situaciones, y/o de comportamientos de algunos personajes, como modos de funcionamiento cotidiano. Esta asimilación da cuenta de los usos de la telenovela en las relaciones interpersonales y, en esencia, en la interacción social.

En los múltiples espacios sociales en los que se desenvuelven los sujetos, la telenovela se torna objeto de comunicación en torno al cual se generan los más disímiles temas. De esta forma, no solo es fuente de socialización en el ámbito intrafamiliar, sino también en lo externo a este grupo primario. El texto convive

con su público más allá del momento de la emisión, generando continuas resignificaciones y apropiaciones.

En los usos sociales conferidos al género en cuestión también opera un conjunto de factores, de índole socioeconómica e individual, que en mayor o menor medida y en compleja interdependencia, median y determinan los procesos de construcción simbólica. La posición socioeconómica tiene su correlato en las condiciones físicas y simbólicas desde las que el público percibe. De la comparación con la realidad cotidiana emana el reconocimiento, proyectado o no en el texto, a partir del establecimiento de semejanzas o diferencias, lo cual tiene su impronta en la estructura de preferencia de las familias. Las instancias mediadoras procedentes de la individualidad de los sujetos les confieren particularidades distintivas a sus procesos de apropiación y uso.

La telenovela habilita usos sociales diversos en sus expresiones, los que se manifiestan de manera articulada. Son visibles los usos sociales de facilitación de la comunicación, en tanto se ponen en juego prácticas socializadoras y múltiples interacciones comunicativas entre los sujetos antes, durante y después de la emisión. También emergen otros usos de afiliación/ evasión, pues el texto actúa como elemento de apego a determinados contenidos, así como de escape de las realidades y rutinas cotidianas y, en consecuencia, de relajación y disminución de tensiones. El aprendizaje social también puede manifestarse, toda vez que los sujetos reconocen y aplican en la vida cotidiana (tanto en el plano individual como en el colectivo) contenidos y valores provenientes de lo representado, lo cual habla de las posibilidades educativas de la telenovela. Los usos de capacidad/dominio son desplegados a partir de la aceptación de las concepciones y roles de determinados personajes que sirven para legitimar actitudes y comportamientos individuales y sociales. A ello se une la necesidad de algunos miembros de mostrar al resto sus saberes y competencias con relación al género televisivo en cuestión.

En otro orden, es preciso integrar los análisis de las estrategias interpretativas desplegadas por los sujetos a partir del texto telenovelesco, con otros derivados de la composición textual del mismo. Los códigos de producción textuales, artísticos, técnicos, dramáticos, temáticos y culturales también intervienen de manera decisiva en los usos. Las múltiples lógicas (estéticas, tecnológicas, comerciales, socio-psicológicas) que atraviesan el melodrama televisivo arrojan luz sobre su impacto en el público, en tanto fenómeno cultural. Todo ello implica una mirada a las maneras en

que la industria cultural convive con la vida cotidiana. Aun cuando la telenovela se encuentra entre los espacios más consumidos y preferidos por la población, “la sistematicidad de los estudios sobre el tema no está a la altura ni de su relevancia cultural en Cuba ni de la reflexión internacional” (Guerrero, 2010, p. 134). Lo

anterior explicita la necesidad de continuar realizando investigaciones sobre un género que alcanza importantes dimensiones dentro del consumo de los productos simbólicos-culturales de la comunicación de masas, tanto en Cuba como en otras regiones.

NOTAS

1. En coordinación con el Centro de Estudios de Población y Desarrollo (CEPDE) de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), Cuba.
2. *Insensato Corazón* fue la telenovela brasileña que, de mano de la Red Globo, se transmitía cada martes, jueves y sábado por el canal Cubavisión, durante el período de la investigación.
3. Investigaciones anteriores (véase, por ejemplo, Alonso, 1999; Guerrero, 2010) han constatado que el acceso a otros medios tecnológicos (DVD, computadora, etcétera) afecta el grado de exposición de los sujetos a la telenovela. De acuerdo con los resultados de estos estudios, existe una mayor exposición al género en los sujetos con menos acceso a otras tecnologías de la comunicación.
4. El actual escenario cubano de distribución y recepción de productos comunicativos favorece el acceso a otras telenovelas por parte de aquellos sujetos que cuentan con los recursos tecnológicos requeridos para su visionado.

REFERENCIAS

- Alfaro, R. M. (1988). Los usos sociales populares de la telenovela en el mundo urbano. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 2(5), 223-259. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31620508>
- Alfaro, S. (2006). Identidades narrativas, los usos sociales de lo popular y la telenovela. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 109, 441-453. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4027786>
- Alonso, M. M. (1999). *Recepción de telenovelas: Un enfoque teórico-metodológico para su estudio*. Tesis de Doctorado. Doctorado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de La Habana.
- Cantú, A. (1997). Consumo, recepción y usos: un juego de implicaciones. III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, “Comunicación: campos de investigación y prácticas”. Mendoza, 12, 13 y 14 de noviembre. Recuperado de <http://www.oocities.org/collegetpark/5025/mesa2a.htm>
- De Certeau, M. (1986). Usos y tácticas en la cultura ordinaria. (Trad. J. Rubio Angulo). *Signo y pensamiento*, 5(9), 60-71. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/signoyp/coleccion.htm>
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. México, D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Fuenzalida, V. (1996). La apropiación educativa de la telenovela. *Diálogos de la Comunicación*, 44, 91-104.
- Fuenzalida, V. (2002). *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Fuenzalida, V. (2005). Estudios de audiencia y recepción en Chile. *Diálogos de la Comunicación*, 73, 44-55.
- Gámez, N. (2001). *¡Blanco a la vista! La crítica cubana frente a la telenovela*. Tesis de Licenciatura. Licenciatura en Comunicación Social, Universidad de La Habana.
- García Canclini, N. (1991). El consumo sirve para pensar. *Diálogos de la Comunicación*, 30, s/p. Recuperado de <http://www.dialogosfelafacs.net/el-consumo-sirve-para-pensar/>
- Guerrero, M. (2010). *Destellos de la memoria. Un acercamiento al proceso de constitución del público de telenovelas en Cuba según sus memorias de la recepción del género de producción nacional*. Tesis de Licenciatura. Licenciatura en Comunicación Social, Universidad de La Habana.

- González, J. (1991). La telenovela en familia. Una mirada en busca de horizonte. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 4(11), 217-228. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31641111>
- González, J. (Comp.). (1998). *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- González, N. & Aguilera, A. (2007). *Flow activismo. Usos sociales de los conciertos de hip-hop en Ciudad de La Habana*. Tesis de Licenciatura. Licenciatura en Comunicación Social, Universidad de La Habana.
- Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1985). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*. Tomo II (pp. 130-131). Barcelona: España: Gustavo Gili. Artículo recuperado de <http://tema2.com/tcom/textosTeoria/ usosGratificaciones/katzBlumlerGur.htm>
- Linares, C., Rivero, Y., Mora P. E. & Mendoza, Y. (2010). *El consumo cultural y sus prácticas en Cuba*. La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello.
- Lull, J. (1980). Los usos sociales de la televisión [Online. Publicado originalmente en *Human Communication Research*, 6, 197-209 (1980). (Traducido por C. Avendaño, Universidad Diego Portales, Santiago, Chile)]. Recuperado de <http://www.jameslull.com/default.html>.
- Márquez, V. (2006). *La telenovela. Un estudio desde la representación social en trabajadoras y amas de casa*. Tesis de Licenciatura. Licenciatura en Psicología, Universidad de La Habana.
- Martín-Barbero, J. (1987a). *De los medios a las mediaciones, Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (1987b). La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. *Diálogos de la Comunicación*, 17, s/p. Recuperado de <http://bit.ly/18eBtbr>
- Martín-Barbero, J. & Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Orozco, G. (1998). De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra de Martín-Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción. En M. C. Laverde & R. Reguillo (Eds.), *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores/DIUC. Recuperado de <http://bit.ly/9dmgX8>
- Orozco, G. (2001). Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina. *Comunicación y Sociedad*, 38 (2000 (julio-diciembre), 11-36. Disponible en línea *Portal de la Comunicación*, Institut de la Comunicació, Universidad Autónoma de Barcelona (InCom-UAB). Recuperado de <http://www.uab.es/incom/portalcomunicacion/>
- Ortega, L. M. (2008). *Consumo de bienes culturales en sectores populares: un enfoque multidimensional*. Tesis de Doctorado. Doctorado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de la Habana.
- Rubin, A. (1996). Uso y efectos de los media: una perspectiva usos y gratificaciones. En J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigación y teoría* (pp. 555-582). Madrid: Paidós.
- Sunkel, G. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso).
- Vasilachis de Gialdino, I. (Coord.) (2007). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.

SOBRE LAS AUTORAS:

Beatriz Drake Tapia, cubana, es Licenciada en Comunicación Social por la Universidad de La Habana, investigadora del Instituto Cubano de Investigación Cultural "Juan Marinello". Sus áreas de interés son la comunicación y cultura, y la recepción y uso social de medios de comunicación.

Yilian Machado Pérez, cubana, es Licenciada en Psicología y Máster en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana. Profesora de Teoría de la Comunicación y de Metodología de la Investigación en Comunicación en el Departamento de Comunicación Social de la Universidad de La Habana. Sus áreas de interés son la comunicación y cultura, y la recepción y uso social de medios de comunicación.

Este estudio está inscrito en la Línea de Investigación Recepción y uso social de medios de comunicación, del Departamento de Comunicación Social de la Universidad de La Habana.