

Reconceptualización de la entretención ficcional televisiva

Valerio Fuenzalida¹

El artículo plantea que la TV recibida en el hogar por la audiencia obliga a revisar y reconceptualizar la relación de entretención; han existido en occidente dos valorizaciones del concepto de entretención. La negativa que la concibe como alienación y la positiva que la concibe como fantasía lúdica de ensanchamiento existencial. Se presentan resultados de investigación de audiencia, aplicando el concepto de identificación de Jauss al texto de entretención constituido por la telenovela, y se compara la identificación con personajes de telenovela con la identificación en el género del docudrama.

Palabras clave: entretención ficcional, identificación, telenovela, docudrama.

Reconceptualization of fictional entertainment. This paper claims that the process of TV reception at private home requires a review and reconceptualization of the relation to entertainment. In Western culture there have been two different evaluations of entertainment. The negative evaluation sees entertainment as alienation and the positive one views it as playful fantasy involving existential enrichment. The article presents results of audience reception research, applying Jauss' concept of identification with TV soap opera characters, and compares the identification with soap opera characters to the identification in the genre of "docudrama."

Key words: fictional entertainment, identification, TV soap opera, "docudrama."

O artigo propõe que a TV recebida pela audiência no lar obriga a revisar e reconceitualizar a relação de entretenimento. Tem existido no ocidente duas valorizações do conceito de entretenimento: uma negativa, que o concebe como alienação e uma positiva, que o compreende como fantasia lúdica de alargamento existencial. São apresentados resultados de investigação de audiência, aplicando o conceito de identificação de Jauss ao texto de entretenimento constituído pela telenovela, e se compara a identificação com personagens da telenovela com a identificação no gênero docudrama.

Palavras-chave: entretenimento ficcional; identificação; telenovela; docudrama

¹ Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile. E-mail: vfuenzal@uc.cl.

Recepción y nuevas perspectivas sobre la entretención

La investigación acerca de la recepción televisiva por parte de la audiencia está obligando a estudiar histórica y teórico-empíricamente la relación de entretención o aburrimiento que entablan los televidentes con los mensajes televisivos, tema poco estudiado en la literatura especializada, especialmente en relación con el espectáculo lúdico y la ficción televisivas.

El tradicional concepto negativo de entretención

De partida, sin embargo, es necesario constatar en la academia un prejuicio negativo general hacia la entretención, el cual ha actuado como el tradicional horizonte conceptual despectivo, y disuasivo para una mejor comprensión.

Brevemente hay que indicar que la concepción negativa tiene antiguas raíces en, al menos, dos vigorosas tradiciones culturales en Occidente; por una parte, en una **tradición de austeridad** de carácter ético-religiosa: desde el punto de vista ético, el ascetismo estoico tuvo un importante ascendiente en la aristocracia romana por obra del emperador-filósofo estoico Marco Aurelio (121-180 DC), ética que entró en convergencia con la moral judeocristiana, expandida inicialmente en sectores populares; frente al culto al cuerpo y al desnudo de la Grecia clásica, la nueva tradición ascética que fue imperando entró en conflicto con el cuerpo, con la sexualidad, y con la fiesta dionisiaca de regeneración vital; el choque cultural se expresa en la supresión de olimpiadas a fines del siglo IV DC, fin del gimnasio y del estadio como lugar del deporte, supresión de las termas, supresión de la danza y del malabarismo, en el rito de la Misa solo se permite el canto “a capella” y se suprimen los instrumentos musicales heredados de la liturgia judía, supresión del desnudo en el arte, supresión del teatro (y su

retorno alrededor del siglo X como teatro religioso), desconfianza en la risa (hasta la reconceptualización de Santo Tomás de Aquino), teológicamente el pecado original se transforma en pecado sexual (Le Goff y Truong, 2005); sin embargo, hubo tolerancia hacia la celebración dionisiaca que subsistió bajo la forma del carnaval (Bajtín, 1987). Con la Reforma, el puritanismo calvinista reavivó enérgicamente la austeridad ascética: reaparecen las tendencias iconofóbicas e iconoclastas, fiestas y danzas populares son prohibidas, los teatros en Londres son perseguidos y finalmente clausurados entre 1642-1660, la entretención festivo-popular dionisiaca es reprimida, especialmente el carnaval². La Contra Reforma Católica también se acopló, aunque más morigeradamente, al ambiente ascético; los carnavales no fueron totalmente suprimidos sino tolerados y moderados; en el siglo XVII durante la Cuaresma, en Los Estados Pontificios particularmente, la Opera fue suprimida, estimulando a los músicos a desarrollar el género del Oratorio. El sector jansenista de la Iglesia católica francesa (variante católica del puritanismo protestante) logró prohibir bajo pena de excomunión la representación de obras de Molière por la sátira y el humor irreverente de sus obras: donde Molière representaba una comedia burlona para denunciar con humor irónico la hipocresía de situaciones y personajes contemporáneos, otros leían afirmaciones teológicas o filosóficas; incluso la profesión de actor fue objeto de excomunión por parte de la Iglesia francesa. En 1665, el teólogo jansenista Pierre Nicole escribió un opúsculo – al parecer atacando al autor Racine, pero más en general al teatro *in toto* – en que califica a novelistas y autores de teatro como “envenenadores públicos” (de Reyff, 1998); son conocidas las malas relaciones entre Lope de Vega y la jerarquía española; en 1934, la Iglesia católica italiana y el Vaticano sostuvieron malas relaciones con el cine a propósito de la recién inaugurada Muestra Cinematográfica de Venecia; bajo Pío XII, la relación de la Iglesia con las artes y los autores de Teatro y realizadores de Cine mejoró notablemente.

Por otra parte, la tradición cultural racionalista-apolínea de la Ilustración no solo desvalorizó la fiesta popular calificándola como vulgar, sino, más importante aún, agregó una fuerte **desconfianza hacia el valor antropogenético de la fantasía lúdica y de la imaginación** (Lersch, 1958). El ensanchamiento de la autopercepción subjetiva por parte de un lector de historias de ficción fue

² Al finalizar la Edad Media, el pintor flamenco Pieter Bruegel el Viejo en su cuadro “La Lucha entre el Carnaval y la Cuaresma” (1559) expresaba el enfrentamiento entre la tradicional fiesta dionisiaca popular y el ascetismo renovado por el puritanismo calvinista.

considerado peligroso; Wolfgang Iser (1989) recuerda que, según Michel Foucault en su libro “Locura y Sociedad”, cuando en el siglo XVII se comienza a expandir el nuevo género de la novela se pensaba que la lectura de ficción novelada inducía a la locura en los lectores; ya en la novela fundacional *Don Quijote de la Mancha*, su héroe pierde el juicio por la lectura de novelas de caballería y se aliena percibiéndose a sí mismo y actuando como el personaje de las historias leídas. El marxismo expandirá más tarde esta desconfianza desde la autopercepción psicológica individual hacia el sentido de **alienación político-social**; la entretención y el arte en general se redimirían de su carácter alienante solo en tanto adquiriesen una función instrumental de difusión ideológica.

Ambas tradiciones se entrelazan para subrayar la influencia distractora y alienante de la entretención con relación a lo serio e importante de la vida. En la concepción negativa de la entretención, la parte valorada de la vida humana es la conducta ético-religiosa puritana y el trabajo de producción de la vida con las diversas tareas, quehaceres, negocios, organización político-social, estudio racional, y otras actividades sometidas a la ley del rendimiento; la entretención se comprende como un tiempo de ocio improductivo, sin rendimiento hacia lo importante; peligroso por su capacidad de alienación ética, antropológica, y social; sería una pérdida de tiempo, excepto por el descanso físico reenergizador – para luego continuar haciendo algo útil.

Etnografía de la recepción televisiva

La comprensión de la entretención televisiva debe ser abordada desde dos puntos de vista convergentes. Por una parte, es preciso comprender las características lúdico-afectivas y dramáticas intrínsecas del lenguaje audiovisual, con sus dinamismos culturales diferenciales en relación al lenguaje lecto-escrito; solo se mencionará este aspecto socio-semiótico dado que, por razones de espacio, no es posible un mayor desarrollo (cfr. Fuenzalida, 2002). Otra importante vía complementaria para comprender la entretención televisiva es estudiar, desde la recepción, la relación que entabla la audiencia con los programas que percibe entretenidos o aburridos.

La constatación que la unidad de recepción de la TV (abierta y pagada) es el Hogar/Familia ha impulsado hacia la búsqueda de las técnicas apropiadas para dar cuenta

de esa situación (cfr. Fuenzalida, 2002). Desde el punto de vista metodológico se constata un giro hacia técnicas de investigación etnográfica (observación participante, entrevista en profundidad, diarios de consumo, y otras) que buscan integrar la observación de las conductas cotidianas de consumo medial en el hogar con las verbalizaciones de significación, proferidas por los televidentes en esas mismas situaciones. El Hogar aparece – no como unidad cerrada sino – culturalmente abierto a múltiples influencias mediales y sociales; en el hecho la investigación muestra una importante “cultura televisiva” en las audiencias, adquirida dentro y fuera del hogar. La metodología que recoge la interpretación de la audiencia *in situ* es muy diferente a las especulaciones acerca de un texto producidas por un académico universitario – es decir, introduciendo el *logos* ordenador del intérprete culto – y que inferían una omnipotente causalidad determinística en las audiencias. Se ha relativizado también al Focus Group, en tanto técnica de laboratorio que recoge verbalizaciones distanciadas de la situación cotidiana en donde ocurre el consumo.

Cotidianización de la recepción televisiva

Entre los resultados de la observación etnográfica del consumo televisivo al interior del Hogar aparece la **integración de la recepción televisiva con el espacio-tiempo propio de la cotidianidad** de la vida familiar – al revés de la recepción de otros consumos culturales en donde se abandona la cotidianidad para ingresar en tiempos-espacios especialmente acondicionados y con reglas propias, como la sala de cine, teatro, espectáculos y conciertos, campos deportivos, aula de clases, biblioteca, lugar de trabajo, etc. La etnografía de la recepción en el hogar revela una recepción cotidianizada, ruidosa, y conversada; recepción muy diferente a la obtenida por las técnicas conductistas de laboratorio, en donde justamente se suprimen las condiciones situacionales de vida cotidiana, concebidas como “interferencias con el estímulo”. También la pragmática del consumo describe cómo la recepción televisiva se inserta en los diversos **ritmos diarios** de los habitantes del hogar, y la conexión con los **estados de ánimo y emociones** que acompañan a sus actividades; igualmente, se advierte que el ritmo de actividades y emociones de las audiencias – interactuando con el interés que pueden despertar ciertos mensajes – modulan los **varios tipos posibles de atención**

a la pantalla por parte del receptor (atención de monitoreo, concentrada, etc.).

La entretención televisiva como espacio-tiempo lúdico

Según la investigación etnográfica de la recepción televisiva, para estudiantes y trabajadores que regresan a casa así como para amas de casa en ciertos momentos de su ritmo de vida diario, el Hogar es percibido como un **espacio-tiempo psicológico-cultural de descanso** de las tareas y obligaciones vinculadas con la ley del rendimiento, con su premio o castigo; actividades de rendimiento especialmente vinculadas al espacio-tiempo del trabajo y del estudio.

Esta expectativa subjetiva de las audiencias puede ser mejor comprendida desde la **bioquímica psicosomática**, según la cual el paso de una situación de rendimiento a otra de descanso es acompañado por un acoplamiento bioquímico corporal realizado por el sistema nervioso-motor autónomo parasimpático al dejar de secretar adrenalina y otros neurotransmisores adecuados a la atención y tensión propia de las actividades de rendimiento, y en cambio, secretar endorfinas y serotoninas, neurotransmisores adecuados a situaciones psico-culturales de relajación y descanso. Así, pues, el sentimiento y la expectativa situacional de descanso gratificado, relajación y entretención, es la relación más básica – en compleja simbiosis cultural-psicosomática – que la audiencia televisiva entabla con la TV recibida en el Hogar (a diferencia de emisiones televisivas situadas en espacios-tiempo de rendimiento, como el aprendizaje formal y la capacitación laboral).

Desde el punto de vista de la emisión, la entretención televisiva es una producción, esto es, una disposición de signos y formas televisivas (formateados en géneros-formatos televisivos) que pueden lograr el sentimiento de entretención del receptor-televidente (y que, por el contrario, muy a menudo provocan más bien el sentimiento de aburrimiento). La entretención lograda en el sentimiento de los televidentes genera un espacio-tiempo lúdico con leyes propias que se entremezcla en proporciones diversas con el **espacio-tiempo cotidiano** del Hogar.

Durante la entretención, la audiencia realiza un doble proceso: el proceso de **involucración** o **inmersión** en el espacio lúdico a través del reconocimiento y la identificación, y el proceso comparativo-reflexivo de **distanciamiento**, de modo individual y de modo grupal, especialmente a través de conversaciones familiares y extrahogareñas. La involucración y el distanciamiento comparativo constituyen la base, por ejemplo, de la evaluación acerca de la verosimilitud emocional en textos ficcionales; esto es, no la evaluación acerca de la exactitud referencial y de la credibilidad factual sino la coherencia y la posibilidad de ocurrencia³. El espacio-tiempo lúdico de la entretención televisiva tiene **leyes propias**, entre ellas

- consumo bajo la ley situacional de la gratuidad y la gratificación;
- ruptura en el receptor de los límites cultural-cotidianos entre razón/emoción, mente/cuerpo, entretención/reflexión, entretención/utilidad;
- y ruptura entre los bordes (producidos por el emisor) de los formatos-géneros televisivos de educación/información/entretención.

Los diversos **géneros-formatos televisivos** constituyen en concreto el **espacio-tiempo lúdico de entretención**, al interior de los cuales la audiencia puede realizar diferentes reconocimientos e identificaciones, exploraciones acerca de su vida cotidiana, comparaciones, escudriñar un actuar diferente; fantasía de lo posible, indagación de identidad. La entretención o aburrimiento puede ocurrir con formatos-géneros muy diversos: de compañía, reportajes informativos, de espectáculo, ficcionales, y otros (cfr. Fuenzalida, 2005). Hay programas de compañía adaptados a la situación de quehaceres en el Hogar, a los cuales solo es posible otorgar atención de monitoreo, y así la audiencia transita psicológicamente de modo permanente entre el espacio de trabajo cotidiano y el espacio lúdico de entretención. En situación de descanso de los miembros del hogar, es posible mirar con atención más concentrada, y focalizar el interés en ese espacio-tiempo de entretención (que se procura esté menos contaminado de “ruidos” distractores); en estas situaciones de focalización se produce la mayor ruptura psicológico-cultural del orden rutinario-obligatorio cotidiano con su ley del rendimiento y el mayor ingreso en la esfera gratuita y gratificante/frustrante del espacio lúdico.

³ El proceso de involucración-distanciamiento sobre el fondo de la cultura televisiva socialmente aprendida está igualmente en la base del juicio de credibilidad-confiabilidad por parte de la audiencia ante los géneros informativos.

Desde la perspectiva de la recepción televisiva, la entretención aparece como un sentimiento-actitudinal complejo que se opone al aburrimiento, al desinterés, a la desatención, al no-involucramiento; **el sentimiento de entretención no se opone, entonces, ni es contradictorio con información o educación**; esto es, no es un sentimiento que anule la cognición y la actividad. A diferencia con la anterior concepción negativa de la entretención, la reconceptualización positiva de la entretención revaloriza, por una parte, el placer y el humor como una gratificación restauradora de la energía psico-física, y por otra parte, una esfera lúdica gratuita y libre (diferente a la vida cotidiana con su ley del rendimiento) que puede estimular afectivo-cognitivamente la fantasía creadora y ensanchar las potencialidades del receptor.

La identificación en la telenovela

A continuación se presentará brevemente el tema de la identificación con personajes de entretención ficcional y específicamente en el género de la telenovela; para ello se presentará el modelo de identificación ficcional de Jauss y algunos resultados de su evaluación en la identificación de audiencias juveniles con personajes ficcionales de telenovelas. El supuesto es que **una identificación lograda entre las audiencias con los personajes ficcionales es un importante factor de entretención**.

La telenovela como macrogénero

La telenovela crecientemente se ha transformado en un macrogénero por la **gran producción de títulos anuales**, que – en el conjunto de América Latina – alcanza alrededor de unos 80 títulos anuales. Pero el carácter de macrogénero se advierte también en la **diversificación de los destinatarios** hacia los cuales se ha ido segmentando; en efecto, desde un género preferentemente femenino en sus inicios se ha evolucionado hacia telenovelas familiares, juveniles, infantiles, adultas. Esto ha llevado a **historias progresivamente más complejas**, que entremezclan los

temas habituales de la vida privada con acontecimientos y problemas actuales, políticos, crimen, corrupción, esoterismo, nuevos dilemas de la vida, etc. Los **diversos horarios de emisión** (mañana, horas postmeridianas, vespertinas, prime, y nocturno) son también síntoma de un macrogénero cuyos títulos pueden ser exhibidos en muy diversas franjas de pantalla, y en donde interviene la habilidad del programador para interpretar la correcta ubicación. Finalmente, la telenovela es un producto televisivo de **gran éxito en la circulación internacional** de programas; luego de vender telenovelas para su doblaje, hoy se venden libretos con derecho a adaptación; el reciente hecho que ciertas exitosas telenovelas comiencen a ser producidas en USA en inglés muestra la penetración del género. Aparece, pues, un importante conjunto de razones para estudiar la popularidad y la capacidad de entretención de las telenovelas.

La investigación de la recepción de las telenovelas muestra que las audiencias van acumulando una **“memoria cultural” acerca de las telenovelas**; memoria construida a partir del visionado de pantalla, de la conversión familiar y grupal acerca de ellas, de los comentarios recogidos de la prensa escrita y de la propia TV; ante las nuevas telenovelas que van apareciendo en pantalla, las audiencias hacen, pues, **elecciones activas y motivadas**; son elecciones que no están fundamentadas en criterios técnicos o académicos aprendidos en la enseñanza audiovisual sistemática de la Universidad sino basados en una memoria socio-cultural fragmentada en grupos y con estéticas sociales diversas, pero activamente operantes. Esta **cultura intratextual e intertextual** de la audiencia participa en la construcción de la evaluación de los nuevos textos y en las selecciones.

Se conocen **algunos factores relativamente estables** en la mente y corazón de grupos de la audiencia que la predisponen a preferir inicialmente una telenovela antes de su exhibición en pantalla:

- la imagen de calidad acerca del **Canal productor-emisor** de la telenovela;
- el **autor** de la telenovela es un factor de predisposición, en países como Brasil;
- los **actores y el elenco** (tanto actores con formación profesional como modelos);
- el **director** de la telenovela es un factor de predisposición apreciado en algunos sectores de las audiencias.

Pero hay un factor más aleatorio que puede lograrse o frustrarse ante las telenovelas: es **el atractivo para la audiencia de la historia ficcional y sus personajes**; toda historia telenovelada constituye una promesa que se

promociona ante la audiencia; ante esa promesa la audiencia hace un cálculo acerca de la atracción de la historia y una apuesta de prueba inicial de visionado; si el resultado de la prueba es satisfactorio y convincente se producirá fidelidad a la obra; si la prueba es insatisfactoria, la audiencia se cambiará a otra telenovela, o verá de modo discontinuado y con atención de monitoreo ocasional.

Identificación con personajes de historias en telenovelas

Se omitirá una referencia a las diferentes conceptualizaciones acerca de la relación genérica entre Identificación y Televisión. Un breve mapa de orientación acerca de esta evolución conceptual se puede encontrar en el libro “Televisión Abierta y Audiencia en América Latina” (Fuenzalida, 2002, p. 58-65). Digamos solamente que no es un concepto con un significado unívoco ni tampoco valorado de la misma manera; mientras hay valoraciones que evalúan la identificación como alienación, otros la consideran como una forma positiva de conocimiento. Aquí se trabajará con la conceptualización para la identificación ficcional de un teórico de la Estética de la Recepción en la Escuela de Constanza, Hans Robert Jaus (1982). Se expondrán resultados obtenidos tras confrontar el modelo de identificación de Jaus para personajes de ficción literaria con la percepción de grupos juveniles de audiencia de telenovelas, a través de la técnica de focus group y de técnicas etnográficas como observación, entrevista, y diarios de visionado⁴.

Jaus define la identificación del lector con los personajes ficcionales como **la experiencia de sí mismo a través de la experiencia del otro**. En el proceso de recepción ocurre una interacción simbólica entre el texto y el receptor, con una negociación constructivista del sentido; la autoconsciencia del receptor se constituye en comparación con los personajes de la historia ficcional, los cuales, según la conceptualización de Aristóteles en La Poética (2004), pueden ser mejores que nosotros, peores que nosotros, o

parecidos a nosotros. La variedad de personajes desplegados en el tiempo diegético permite identificaciones dinámicas y sucesivas al interior del texto. La obra ficcional constituye un espacio y tiempo imaginario, diferente al ordinario y cotidiano del receptor; según la concepción constructivista de la recepción ocurre una experiencia primaria de involucramiento con personajes y situaciones del universo ficcional y (simultánea o posteriormente) un alejamiento del texto con distancia reflexiva acerca del cotidiano del receptor; esto es, ocurre un ir y venir sucesivos desde el receptor a la obra, proceso en el cual el receptor puede re-ver el pasado y prever anticipatoriamente el futuro. A través de la identificación ocurre la función comunicativa de la ficción: entrega ideas y patrones de conductas a través de personajes y situaciones; comunicación ambivalente ya que puede entregar nuevos horizontes de expectativas o conformar a prácticas establecidas.

La identificación definida en general como la experiencia de uno mismo a través de la experiencia del otro, Jaus la particulariza en cinco formas de relación ficcional del receptor con el Héroe:

- la identificación asociativa de fusión con el héroe;
- la identificación de admiración hacia el héroe perfecto y diferente;
- la identificación empática de compasión con el héroe imperfecto y parecido a nosotros;
- la identificación catártica con el héroe sufriente de la tragedia y con el héroe abrumado de la comedia;
- y la identificación irónica con el anti-héroe.

Todas estas formas de identificación, según Jaus, pueden tener en conjunto diez posibles influencias positivas o negativas; la identificación asociativa puede constituir un momento de sociabilidad y placer libre, pero negativamente puede constituirse en regresión a un ritual social arcaico; la identificación de admiración puede llevar a la emulación expansiva de las capacidades internas del receptor, o por el contrario, a una imitación externa del héroe; la identificación catártica con el héroe presionado de la comedia puede llevar a la reflexión moral sobre sí mismo al reírse junto con el Héroe, pero también al escarnio y la mofa al reírse del héroe.

⁴ Voy a basarme en varios trabajos chilenos de investigación: Bernardo Amigo. Telenovela El circo de las Montini. 2002, con la técnica de Focus Group. Bernardo Amigo y Valerio Fuenzalida. Investigación de Telenovelas Hippie y Los Pincheira. 2003/2004; técnica de Focus y entrevistas en profundidad. Valerio Fuenzalida. Seminario de Etnografía con Telenovelas Tentación y Destinos Cruzados. 2004; técnicas etnográficas aplicadas en el Hogar: Observación, Diarios, Entrevistas en profundidad.

a) Doble identificación de admiración por la audiencia

Según los trabajos mencionados, uno de los aspectos característicos encontrados acerca de la identificación de la audiencia en la telenovela es la **doble identificación de admiración: con los personajes** de la historia ficcional y **con los actores** reales que encarnan a los personajes ficcionales. Tal doble identificación no ocurre en la literatura escrita, y por ello la identificación con los actores no aparece prevista en el modelo de Jauss; es uno de los rasgos propios de la identificación audiovisual y ayuda a revelar/relevar el lenguaje audiovisual, en donde **los cuerpos y rostros actorales son la materia significante primaria de los personajes e historias**, a diferencia del lenguaje lecto-escrito en donde las palabras no motivadas y abstractas constituyen los signos narrativos.

A través de este tipo de identificación, el lenguaje semiótico audiovisual emerge exhibiendo claramente sus rasgos estético-corporal-eróticos propios, lo cual confirma la apreciación de Eliseo Verón acerca del **“cuerpo signifiante” como el signo indicial primario en la TV** (2001). Adicionalmente, aquí aparece la base semiótica del Star System económico, y también nítidamente ambas caras cultural/económica, inextricablemente unidas, de las industrias culturales audiovisuales.

b) Personaje constituido por el actor

La doble identificación muestra también que los personajes de una telenovela son constituidos por la relación de recepción televisiva (intratextual e intertextual) entre los actores y las diversas audiencias; el personaje no está constituido solo por el autor-literario del texto escrito (como acontece en la literatura escrita), texto que en la telenovela aparece como un pre-texto antes de su puesta en actuación por el actor en el lenguaje corporal y de su recepción por la audiencia.

A esta diversidad de identificación por las variadas audiencias en el hogar parecen estar respondiendo los

escritores cuando incorporan la coralidad de personajes en la telenovela. La telenovela coral aparece más adaptada a la diversidad de sexos, edades, y condiciones socio-culturales de las audiencias. Y esta condición coral aparece notablemente trabajada en los relatos audiovisuales juveniles, en donde más que un héroe individual aparece el grupo coral como el protagonista colectivo, permitiendo así una enorme diversidad de personajes con los cuales podrían identificarse las audiencias juveniles; éstas justamente viven una etapa de crítica existencial hacia los modelos existenciales cercanos y están en búsqueda exploratoria de otras posibilidades, exploración que también ocurre desde el interior de la ficción audiovisual⁵.

c) Identificación con personajes cotidianos y parecidos

A diferencia de la identificación de admiración hacia el héroe perfecto y diferente de sí mismo en la literatura (el santo, el sabio, el genio, el maestro), y a diferencia de la identificación admirativa hacia el héroe épico de las seriestelevisivas, la audiencia en el género de la telenovela muestra una importante identificación de empatía hacia **personajes imperfectos** (como nosotros, según Aristóteles); también aparece la clásica **identificación de compasión catártica con inocentes sufrientes**; y la **identificación de risa cómplice con personajes humorísticos y equivocados**, con quienes, al reírnos con ellos, nos reímos de nosotros mismos.

La situación de recepción en el hogar privado y cotidiano incentivaría la identificación con los personajes cotidianos del género de la telenovela, más que con héroes perfectos y superiores a nosotros. El lenguaje audiovisual y la situación de recepción en el hogar cotidianizarían al personaje de telenovela predilecto por la audiencia. Igualmente la recepción cotidianizada en el hogar explicaría la no-constatación de la identificación de asociación fusional, la cual requiere una situación de recepción “descotidianizada”, en un espacio-tiempo cultural especial para facilitar la fusión personal o colectiva con el héroe (teatro, recital, reunión política, etc.).

⁵ Los relatos ficcionales que exploran el mundo juvenil han dado origen en la literatura escrita a un enorme conjunto de narraciones llamadas con diversos nombres: “relatos de iniciación”, “relatos de transición”, “novelas de formación” (*Bildungsroman*), y otros. Esta literatura presenta a un adolescente o a un joven durante el paso hacia el mundo adulto, luchando en búsqueda de su vocación personal, rebelándose contra su medio, debatiéndose en las incertidumbres, aprendiendo a vivir en un mundo adulto.

d) Función dramática de los villanos

En la recepción de la telenovela aparece destacada también la doble identificación hacia los villanos y personajes malvados. Los villanos desencadenan, primeramente, la acción narrativa al introducir el desorden y el mal en el universo diegético; provocan rabia y rechazo en la audiencia, en un involucramiento textual-emocional. En el nivel intratextual de la telenovela, el bien y el mal se significan narrativamente en la lucha dramática entre villanos y víctimas (sentido por oposición binaria); expresión ficcional muy diferente al discurso ético-filosófico de explicación o/y exaltación parenética del bien. Pero también, en segundo lugar, los villanos generan conversación y discusión extratextual por parte de la audiencia acerca de los comportamientos valóricos de los personajes ficcionales; y también identificación de admiración en la audiencia por el desempeño actoral, cuando es destacado.

Considerada desde la recepción por la audiencia y comparativamente con la función de los villanos en la literatura escrita, en la telenovela audiovisual su función aparece más compleja; el mismo hecho que la identificación literaria aparezca teóricamente formulada solo en relación con los héroes muestra el papel menor asignado a los villanos. Nuevamente, la densidad expresiva de la inscripción actoral-corporal en la villanía telenovelada aparece como el factor explicativo del peso narrativo diferente del malvado entre literatura escrita y telenovela audiovisual⁶.

e) Identificación por el realismo emocional

La identificación de la audiencia con los personajes ocurre al interior de la diferencia, ya que el espacio-tiempo cotidiano de la audiencia es diferente al espacio-tiempo ficcional (otro país, otra época, otra edad, otra cultura, otra clase social, otra lengua, etc.); la identificación conecta a la audiencia más bien con las posibles emociones semejantes

dentro de una historia ficcional diferente; por tanto es la **verosimilitud emocional o el realismo emocional** lo que más genera identificación (Brady y Lee, 1988), y menos un realismo histórico o referencial (lo cual sería una exigencia contractual de la audiencia para la lectura de un género documental).

Ante tal realismo emocional, la audiencia permite en la ficción una cierta licencia de anacronismo. Según las preferencias estéticas de las audiencias, el realismo emocional será apreciado en expresiones más barrocas, más esperpénticas, o más cotidianas.

f) Identificación con temas actuales en las historias

El reconocimiento de temas y problemas de actualidad suscita conversación familiar y extrahogareño en las audiencias. Y tal conversación constituye parte del placer social del visionado. Pero la discusión acerca de la actuación y las conductas de los personajes ante las situaciones dramáticas surge más desde la verosimilitud de las emociones internas a la ficción que desde la exactitud científica o histórica de la temática ficcional.

Así, el Foro Cultural que puede constituir una ficción telenovelada (Hirsch y Newcomb, 2000) ocurre menos por el criterio de adecuación a la realidad extratelevisiva (como ocurre con un género televisivo de información que se presenta en un pacto para dar cuenta adecuada de la temática social extratelevisiva), y más por la identificación con reacciones emocionales encontradas ante problemas que son apreciados de modo muy diverso por los personajes. La telenovela "Machos" produjo un enorme impacto social en Chile (2003) ya que al interior de la ficción se representaban reacciones emocionales encontradas en el espacio privado de la vida familiar ante temas como el machismo y la homosexualidad. La identificación de la audiencia ocurre desde el interior de lo emocional-privado y no desde un espacio de discusión académica y pública acerca del origen científico-cultural de esos temas.

⁶ Otro caso de la transformación del héroe, por influencia del lenguaje medial expresivo, se encuentra en el personaje del detective; el personaje del detective analítico e intelectualmente astuto creado por la literatura escrita policial se ha transformado en muchas series televisivas en un héroe más bien de atractivo físico y pleno de destrezas corporales en exhibición visual dinámica; en otro caso, el héroe juvenil solitario y atormentado del *Bildungsroman* literario se ha transformado al interior del género televisivo de comedia en el grupo juvenil, el cual comparte y aliviana con el humor las inseguridades y los errores del paso iniciático a la adultez.

El género del reportaje informativo presenta, en cambio, el tema del machismo y de la homosexualidad más bien desde un punto de vista científico-cognitivo, con un pacto de lectura con la audiencia donde es valorada la exactitud, actualidad, y credibilidad de la información presentada (como ocurre en episodios del programa “Informe Especial” de TVN en el género de Gran Reportaje).

La investigación para detectar tendencias culturales que están incubándose en la vida social puede alimentar a los libretistas con nuevas situaciones sociales, las cuales habitualmente implican conflictos que se encarnan en la oposición dramática de personas y grupos sociales; la conversación social de las audiencias acerca de estos nuevos temas, junto a los tradicionales de la convivencia familiar, no solo es disfrutada como parte de la entretención y agrado del visionado de la telenovela, sino que indica la capacidad de la ficción para acoger nuevas percepciones culturales.

La identificación y entretención en el género de docudrama

Como comparación, es interesante describir brevemente la identificación en el género ficcional híbrido del docudrama, el cual ha crecido en la última década en las pantallas latinoamericanas gozando (en ocasiones de cuidadosa factura) de alta audiencia en horarios prime, y el cual es interpretado por amplios sectores de la audiencia como programa “educativo”. Habitualmente los episodios son unitarios o autónomos, y son programados en un ciclo seriado.

Es un género híbrido, esto es, narra ficcionalmente casos límites de origen real (lo cual supone una importante investigación previa a la producción); la realidad del caso narrado ficcionalmente es recordada a la audiencia a través de **algunas formas televisivas internas al texto**.

Muchos realizadores trabajan con actores no-profesionales y desconocidos para intentar producir un efecto de realidad en la audiencia: justamente **inscriben corporalmente el carácter no-ficcional de la historia ficcional**; los personajes ficcionales representados por no-actores profesionales significan corporalmente el carácter no-ficcional de la narración; es una forma significativa

híbrida del carácter híbrido del género, y que pretende también acentuar la identificación del texto con la audiencia en su propia cotidianeidad: “si esta situación (ficcional/real) me sucediera ¿cómo actuaría yo?”.

El docudrama presentado seriadamente tiene habitualmente un conductor/a reconocido por su participación en otros programas televisivos de contenido social; a su cargo está la presentación y cierre del episodio, así como comentarios en *off* y entrevistas a las personas reales que participaron en el caso (narrado ficcionalmente). En los docudramas, los conductores pueden también significar en su corporalidad la función de guiar hacia una lectura realista-emocional-educativa por parte de la audiencia (y para ello, los realizadores pueden testear previamente cuáles rostros provocan mejor identificación y lectura intertextual con la audiencia). Esta forma televisiva de conducción contribuye a una interpretación “educativa” por parte de la audiencia.

En el docudrama, el caso narrado puede terminar sin un final feliz, y en proceso de búsqueda de resolución; el género es una ficcionalización dramática de casos reales, y por ello el pacto de lectura de la audiencia no incluye necesariamente el final feliz de la narración ficcional clásica.

Se ha constatado que la audiencia realiza un proceso activo de comparación entre la propia experiencia vital con la experiencia ficcional de las personas reales-personajes representados, y a menudo conversa o discute acerca de cuál sería la propia actuación ante situaciones similares. Aquí aparece nuevamente el proceso de la identificación emocional-cognitiva, tal como ha sido definida por Jauss para dar cuenta de la identificación del receptor con personajes ficcionales, esto es, la experiencia de sí mismo (la audiencia) en la experiencia del otro (ficcional).

Pero es una experiencia de identificación con problemas y situaciones diferentes/similares y con las emociones involucradas, en donde cada miembro de la audiencia tendrá que imaginar su propia manera de encararla (al revés del conocimiento científico-racional que reivindica una sola forma de resolver los problemas). Esta experiencia comparativo-reflexiva es apreciada por la audiencia, especialmente en sectores populares y medios, como una forma de aprendizaje a través de la experiencia real/ficcional narrada en el texto televisivo. Pero, en el docudrama, para la audiencia el aprendizaje ocurre **desde el interior del espacio narrativo de la entretención y más por vía de identificación-reflexión emocional** que por razonamiento abstracto-conceptual.

Reaprecio cultural de la entretención

La entretención, como se ha dicho, es producida televisivamente de modo diverso según los diversos géneros televisivos, con diferentes formas textuales ante las diferentes situaciones de recepción por las audiencias en el hogar; no lograr realizar apropiadamente esas formas textuales ni lograr interactuar con la audiencia provoca aburrimiento.

En los géneros ficcionales, puros e híbridos, la identificación de las audiencias con los personajes aparece como un ingrediente clave para lograr la entretención televisiva. Al evaluar con audiencias de telenovela el modelo de Jauss, aparecen con más claridad los mecanismos de identificación que provocan entretención o aburrimiento, como la identificación de admiración hacia el personaje corporalizado en el actor, la cotidianización de los personajes y de los villanos, el realismo emocional al interior de la diferencia, la incorporación de temas actuales para la audiencia.

Tanto en la ficción híbrida del docudrama como en el género de la telenovela no aparece la identificación de fusión asociativa (que puede tener en ocasiones un carácter ritual-alienante), y se constata, por el contrario, la reflexión comparativa personal junto con la conversación familiar y social⁷; la etnografía en la recepción no confirma las especulaciones determinísticas del racionalismo acerca de la alienación personal e histórica del televidente de entretención ficcional; tampoco apoya la actual formulación bajo la metáfora de la “abducción” ciencia-ficcional, esto es, un “rapto” fuera del espacio cotidiano del hogar, en donde el televidente estaría alienado y podría ser “inoculado” con ideas, sentimientos y aspiraciones de las cuales no quedaría memoria consciente al ser “retransportado” a la vida cotidiana (Green *et al.*, 2004).

Los estudios etnográficos muestran que las audiencias latinoamericanas reconocen placenteramente ciertos rasgos y conversan socialmente sobre sí mismos desde

el interior ficcional de la telenovela y del docudrama (y no solo con la información noticiosa factual – como sería el “deber ser” según el axioma iluminista europeo). La entretención, pues, **desde el interior del espacio-tiempo lúdico-ficcional provoca reconocimiento emocional y reflexión cognitiva**, y podría estimular afectivo-cognitivamente la fantasía creadora y ensanchar las capacidades conductuales del receptor. La investigación de la recepción obliga, pues, a un reaprecio del espacio psico-cultural de la entretención ficcional; esto es, no es un espacio lúdico que anule la cognición y la acción, alienación que ha sido uno de los grandes temores en Occidente.

De modo específico, la investigación etnográfica de la recepción televisiva en el hogar latinoamericano en situación de pobreza masiva⁸ exige reconceptualizar la relación TV abierta, entretención ficcional y educación. Tanto en Europa como en Japón, la TV pública inicialmente se concibió educativa en tanto ayudaba a la instrucción formal de la escuela, en países devastados por la segunda guerra mundial. La investigación etnográfica de las conductas prácticas en la situación de recepción televisiva al interior del hogar latinoamericano muestra otra expectativa educativo-cultural, muy acentuada en sectores populares y medios; estas expectativas educativo-culturales no se relacionan con la escolarización formal de los niños ni con la capacitación sistemática de jóvenes o adultos – función instructiva que se considera propia de la escuela y de otras agencias didácticas formales; **la expectativa educativa, en cambio, está asociada con el aprendizaje para la resolución de los problemas, carencias y adversidades que afectan en la vida cotidiana del hogar** (cf. Fuenzalida, 2005).

Aquí aparecen tres cambios muy importantes. Por una parte, se desacopla la sinonimia educación televisiva = escuela formal y aparece un aprendizaje relacionado con situaciones existenciales y cotidianas. En segundo lugar, **el aprendizaje ocurre desde el interior del espacio lúdico de la entretención** y más por vía de identificación emocional que por razonamiento conceptual; a diferencia de la enseñanza escolar y de la capacitación laboral, estas expectativas educativas situacionales están entretrejidas con formas televisivas de entretención, y no con

⁸ Las técnicas de “Entfernung” (alejamiento, distancia) contra el “Entfremdung” (alienación) desarrolladas por Brecht aparecen especialmente útiles para desarrollar la reflexión distanciadora en el tiempo-espacio cultural de la sala de teatro, en donde puede ocurrir más fácilmente la identificación de fusión; incluso hay escuelas de estética teatral que buscan primordialmente la fusión de la audiencia presente en la sala.

⁹ La CEPAL señala que la pobreza ha alcanzado como promedio al 43% de la población latinoamericana en los años recientes. Enrique Iglesias, ex-presidente del BID, señalaba que, en el año 2004, un 44% de las personas en la región viven con menos de dos dólares por día y un 20% vive en la pobreza absoluta.

sistematizaciones curriculares. En tercer lugar, el **aprendizaje requiere de la participación y el interés activo de la audiencia** en relación con la temática exhibida; la interacción entre el programa realizado televisivamente y el involucramiento de la audiencia no avala el antiguo supuesto de la omnipotencia determinística del texto ante un receptor pasivo. En el género ficcional híbrido del docudrama, estas diferencias y potencialidades aparecen con fuerte claridad y con importante aprecio afectivo y de rating por parte de la audiencia.

La entretención televisiva realizada en un lenguaje semiótico con fuertes ingredientes orales reintroduce elementos festivo-lúdicos y dionisiaco-carnavalescos, propios de las culturales orales, y percibidos como alienantes en las culturas racional-apolíneas y puritanas⁹. En la audiencia latinoamericana aparecen, sin embargo, valoraciones educativas relacionadas con vida cotidiana en el hogar y entretendidas con entretención televisiva, en lugar del disfrute de la alta cultura burguesa; tanto el lenguaje lúdico-afectivo-dramático de la TV como su recepción cotidiana en el hogar popular rompen con facilidad los límites introducidos por la cultura analítico-apolínea entre entretención-información-educación. Esta identificación cultural vinculada a la pragmática de la existencia cotidiana tiene una cierta analogía con aquella que durante el período barroco tuvo la naciente ficción de la novela (y la nueva pintura de vida cotidiana) para las recientes burguesías europeas, quienes fueron disfrutando y exigiendo representaciones culturales diferentes a los temas mitológicos de la pintura, la ópera y el teatro disfrutados por la alta cultura aristocrática de la época. Estaríamos nuevamente, entonces, frente a un cambio cultural de gran densidad, pues amplios grupos sociales se apropiarían de un lenguaje masivamente disponible imponiendo sus gustos estéticos, sus temáticas y modos de interacción cognitivo-emocionales, y provocando un importante choque cultural con los códigos apolíneos de la cultura lecto-escrita dominante.

Referencias

- ARISTÓTELES. 2004. *Poética*. Traducción, introducción y notas de Alicia Villar Lecumberri. Madrid, Alianza Editorial, 128 p.
- BAJTIN, M. 1987. *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. México, Alianza, 430 p.
- BRADY, B. y LEE, L. 1988. *The Understructure of Writing for Film & Television*. Austin, University of Texas Press, 282 p.
- DE REYFF, S. 1998. *L'Église et le Théâtre*. Paris, Cerf, 160 p.
- FUENZALIDA, V. 2002. *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Buenos Aires, Ed. Norma, 136 p.
- FUENZALIDA, V. 2005. *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Bogotá, Ed. Norma, 148 p.
- GREEN, M.; BROCK, T. y KAUFMAN, G. 2004. Understanding Media Enjoyment: The Role of Transportation into Narrative Worlds. *Communication Theory*, 14(4):311-327.
- HIRSCH, P.M. y NEWCOMB, H. 2000. Television as a Cultural Forum. In: H. NEWCOMB (ed.), *Television: The Critical View*. 6ª ed., New York, Oxford University Press, p. 561-573.
- ISER, W. 1989. Réplicas. In: R. WARNING (ed.), *Estética de la recepción*. Madrid, La Balsa de la Medusa/Visor, p. 197-208.
- JAUSS, H.R. 1982 (1977). Interaction Patterns of Identification with the Hero. In: Jauss H.R. *Aesthetic Experience and Literary Hermeneutics*. Minneapolis, University of Minnesota Press, p. 152-188.
- LE GOFF, J. y TRUONG, N. 2005. *Una historia del cuerpo en la Edad Media*. Barcelona, Paidós, 168 p.
- LERSCH, Ph. 1958. *La estructura de la personalidad*. Barcelona, Scientia, 321 p.
- VERÓN, E. 2001. *El cuerpo de la imagen*. Buenos Aires, Norma, 118 p.

Submitido em: 26/04/2007

Aceito em: 11/05/2007