



TELENOVELA Y NARRACIÓN DE IDENTIDADES CULTURALES

JENIFER JAQUELINE AQUINO CORAITE
Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Tucumán
aquinocoraitejenifer@gmail.com*

RESUMEN

La televisión, en sus diferentes formatos y géneros, es ampliamente consumida en el contexto latinoamericano desde su aparición. Pero hay un formato ficcional que sobresale del resto: la telenovela. Es el producto cultural latinoamericano que más se exporta al mundo, y su influencia en la sociedad de masas es de vital importancia en la comunicación de ideologías e imaginarios colectivos.

Poder, hegemonía, estereotipos, identidades, culturas: son algunos de los conceptos que se entrelazan en este trabajo de investigación, que busca dar cuenta de cómo operan los grupos poderosos para atribuir imaginarios colectivos e indagar acerca de la legitimidad de los medios masivos de comunicación para imponer representaciones sociales en las mentalidades de las grandes masas.

En este recorrido analizaremos acerca del poder simbólico de las telenovelas para nombrar y narrar culturas, teniendo en cuenta los diferentes factores que intervienen en el proceso.

Palabras clave: hegemonía, identidades, narración, telenovelas.

Fecha de recepción: 19 de marzo de 2018 - Fecha de aceptación: 27 de octubre de 2019

* Trabajo realizado en agosto de 2017

TELENOVELA AND NARRATIVE OF CULTURAL IDENTITIES

ABSTRACT

Since its appearance, television, in its different formats and genres, has been widely consumed in the Latin American context. But there is a fictional format that stands out from the rest: the *telenovela*. It is the most exported cultural product produced in Latin America, and its influence on mass society is of vital importance in the communication of collective ideologies and imaginaries.

Power, hegemony, stereotypes, identities, cultures are some of the concepts that are intertwined in this research work, which seeks to expose how powerful groups operate to impose collective imaginaries and inquire the legitimacy of the mass media as producers of social representations in the mass' minds.

In this work we will investigate *telenovelas'* symbolic power to name and narrate cultures, considering the different factors involved in the process.

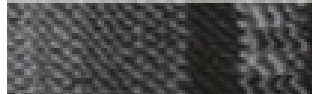
Keywords: hegemony, identities, narration, soap opera (*telenovela*).

DEFINICIONES DE TELENOVELA: CONVENCIONES LITERARIO-FICCIONALES, CONTENIDOS MELODRAMÁTICOS Y PRODUCTO DE LA INDUSTRIA CULTURAL

Para iniciar este recorrido es fundamental conocer qué significa el concepto de telenovela para distintos autores, de contexto latinoamericano, que estudiaron la telenovela y su relación con las identidades culturales y las prácticas sociales.

Desde la sociosemiótica de la telenovela, expresa Ana María Ávila de Jalil (2005): "es producto de las convenciones literario-ficcionales que la reconocen como género específico inserto dentro de un sistema de comunicación, pero que a su vez es plausible de modificaciones que nos pueden llevar a desconocerla o a reconocerla como tal" (p. 172). Esta autora considera que la telenovela constituye un texto multimodal en el cual están insertos distintos tipos de lenguajes, entre ellos el verbal y el visual.

Desde la perspectiva de los estudios de géneros, la telenovela es



definida por Inmaculada Gordillo (2009) como "un género televisivo específico, inserto dentro del hipergénero de ficción, organizada en torno a contenidos melodramáticos ficcionales pero verosímiles. Su composición estructural pivota en torno a episodios que fragmentan el contenido narrativo en entregas de carácter serial" (p. 123). Esta definición, a diferencia de otras que consideran que la telenovela suele ser un producto de transmisión diaria, nos permite considerar como telenovelas a programas de emisión semanal.

Desde los estudios culturales latinoamericanos, Jesús Martín Barbero plantea que:

la telenovela latinoamericana es una narración melodramática de conflictos sentimentales, con fuertes y definidos caracteres –carentes de matriz– y asociados generalmente a una trama de ascenso social que pone en juego a uno o más personajes, lo que permite obtener un reflejo espectacular de los conflictos que en la intersubjetividad vive hoy el hombre de ese continente. (citado en Ávila, 2005, p. 47)

Desde esta perspectiva, la telenovela es un ámbito donde se priorizan los conflictos sentimentales y la búsqueda de reconocimiento social; ello no elimina su caracterización como espacio de representación de la identidad cultural, sino que nos permite plantearla como estrategia discursiva y visual para la identificación de los conflictos intersubjetivos.

Tal como expone la especialista en estudios de la telenovela, Nora Mazziotti (2006),

el más importante género de ficción producido en América Latina desde hace ya cincuenta años y principal producto de la industria cultural, es el exponente televisivo del melodrama que, en sus diferentes manifestaciones, tiene que ver con las emociones, las pasiones, los afectos. (p.12)

Desde esta definición, es evidente la importancia que ostenta la telenovela como producto cultural latinoamericano, donde se manifiestan melodramáticamente las emociones y las pasiones de la so-

ciudad a través de los personajes, que si bien son ficcionales responden a comportamientos culturales específicos.

Desde estudios de las identidades, Omar Rincón la define como

[el] escenario cultural donde se juegan las identidades, representaciones y reconocimientos (...) porque narra sobre lo cultural, porque se ha convertido en "nuevos espacios públicos" (...), donde debatir los grandes temas nacionales y porque expresa muy bien "la lucha por el reconocimiento", donde encontrar quiénes somos, el verdadero movimiento del relato de la telenovela es la idea del des-conocimiento (de quiénes somos) al re-conocimiento de la identidad (saber qué somos). (citado en Carrasco Pirard, 2007, p. 36)

Esta perspectiva nos permite considerar a la telenovela como productora de procesos de identificación, y de reconocimiento de un "nosotros" y de los "otros", dado que no solo incluye aspectos socioculturales sino también cuestiones narrativas de identidad. Como bien afirma Eliseo Verón, la telenovela puede pensarse como un texto de "fundación" porque "tiene la forma de un tejido extremadamente complejo de conjuntos discursivos múltiples, la forma de una red intertextual (...)." (citado en Ávila, 2005, p. 193)

Observamos que todas estas definiciones previamente expuestas nos aportan un panorama sobre lo que la telenovela significa: a- como narración cultural, b- como ámbito comunicativo para expresar pasiones, afectos, identidades y emociones, y c- como hipergénero provisto de elementos ficcionales pero verosímiles. Observamos que la primera definición hace hincapié en las construcciones identitarias que las culturas forjan, las cuales no están ajenas a cuestiones que tienen que ver con las ideologías y los estereotipos, respecto de un "nosotros" y un "otros".

LA COMPLEJIDAD DE LA TELENOVELA: ANTECEDENTES E INTERTEXTUALIDADES, INVARIANTES Y VARIABLES

Para comprender la esencia de la telenovela es necesario adentrarnos en su estructura. Desarrollaremos en la primera parte de este apartado algunas cuestiones básicas que componen la intertextua-



lidad del género y que son invariantes. Mientras que más adelante, nombraremos algunas variables que introducen a la telenovela en una nueva etapa.

Según Nora Mazziotti, la telenovela argentina tiene dos antecedentes principales de los que hereda ciertos rasgos que hasta hoy la caracterizan: el *radioteatro* y el *folletín*¹.

Según la definición de radioteatro que expresa Francisco Godínez (2010), es: "un formato de ficción para radio en el cual se desarrollan historias, y avanzan a través de la participación de distintos personajes" (p. 63). El autor incluye en este formato al radioteatro y la radionovela, la diferencia entre ambos es que en el primero toda la historia es desarrollada en una sola emisión, por el contrario, la segunda se compone de varias piezas entregadas en capítulos; ambas por lo general son transmitidas en vivo, y cuentan con un narrador, música, la voz de los personajes y efectos de sonido, para avivar la imaginación del oyente.

Las emisiones de los relatos reunían a la familia alrededor del aparato radiofónico que generalmente su ubicaba en la sala, el lugar más social de la casa. Expresa Godínez (2010) que "la escucha en estos momentos era un momento social, compartido, familiar. Esto, sobre todo, alentado por las posibilidades tecnológicas, que aún no presentaban la chance de escucha personal con radios portátiles o auriculares" (p. 65). Este formato fue ampliamente consumido desde 1930 hasta antes de la entrada masiva de la televisión en Argentina, en la década de 1960.

El radioteatro es el género que mayor incidencia tiene en el nacimiento de las telenovelas, Nora Mazziotti (1991) afirma que "ambos géneros coexisten hasta alrededor de 1970 (...) la circulación entre ambos medios, de actores, títulos, libretos, actores técnicos es decisiva hasta esos años" (p.104). Además, cabe destacar que las historias de las primeras telenovelas fueron adaptaciones del formato radiofónico; eran transmitidas en vivo por lo que no existen registros de ellas, por eso para algunos autores más que telenovelas fueron primero teleteatros. La televisión llegó para ponerle imágenes a las historias que el público ya había escuchado, muchos de los actores de las obras radiofónicas fueron también protagonistas en las primeras telenovelas y se convirtieron en las primeras estrellas de la televisión.

¹ Debemos destacar que también se hicieron giras teatrales en el interior del país con los personajes de los radioteatros y representaciones de los folletines en el circo criollo, pero no nos adentraremos en el tema.

Los folletines son narraciones literarias de la prensa gráfica, que desde mediados del siglo XX empezaron a formar parte de la vida cotidiana de la sociedad argentina y de Latinoamérica. Su bajo costo aseguraba ventas regulares para las empresas gráficas y permitía a las clases populares acceder a la literatura. Estas narraciones eran publicadas periódicamente, generalmente una vez a la semana. Eran relatos cortos, Ávila de Jalil (2005) sostiene que

no tiene la extensión de un cuento ni de una novela; eran narraciones que por la "brevedad" de su extensión, el esquematismo de su estructura y la previsibilidad de su desenlace permitían una rápida lectura que se adecuaba a las nuevas circunstancias que vivía el receptor de estas narraciones. Podían ser leídas de una sola vez durante el trayecto casa-trabajo-casa. (p. 39)

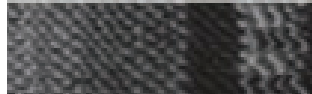
La telenovela hereda de los folletines la serialidad del relato, por su estructura episódica; el suspenso, ya que los lectores debían esperar la siguiente entrega para leer la continuación de la historia; y la complejidad de la trama propia del melodrama.

Siguiendo la línea teórica de Nora Mazziotti, entendemos que existen dos componentes esenciales en las telenovelas el *melodrama* y el *costumbrismo* que, así como el radioteatro y el folletín, forman parte de su intertextualidad. Estos estilos se conjugan con el fin de obtener una historia atrapante que mantenga atento al espectador.

El melodrama, tal y como lo define Mazziotti (1991) es "un estilo que recorre diversas prácticas, incluso las cotidianas, que se caracteriza por la intención de emocionar, de calar hondo en el sentimiento" (p. 102). Podemos afirmar que la telenovela apela a los sentimientos, su intención es movilizar nuestras emociones a partir historias de amor, de venganza, de triunfo, de justicias e injusticias, de engaños y desengaños; que puedan hacernos reír, enojar, temer, compadecernos, llorar, alegrarnos, entristecernos, etc.

En el melodrama siempre hay una lucha entre el bien y el mal, entre los "villanos", que intentan reiteradamente separar a la pareja de enamorados y "los héroes y/o víctimas", que generalmente son la pareja protagonista, son extremadamente bondadosos y pelean por su amor y por el bienestar de su entorno.

Las historias melodramáticas inician con la ruptura de la armonía



del hogar, siempre triunfa el bien, se logra la reunión de una pareja de enamorados después de vencer diferentes obstáculos. La música juega un papel esencial para resaltar los momentos de acción, suspenso y romance, también es importante como cortina porque marca las pausas comerciales y el inicio y final de cada capítulo. Y por supuesto que en el melodrama no puede faltar el final feliz.

La telenovela pone en escena la búsqueda de una identidad desconocida, negada, ocultada. Algunas de las figuras reconocibles son el huérfano, el hijo adoptado, las supuestas relaciones incestuosas que después resultan no serlo, el que pierde la memoria. Jesús Martín Barbero (2010) señala que lo que está en juego en el melodrama

es el drama de reconocimiento. Del hijo por el padre o de la madre por el hijo, lo que mueve la trama es el desconocimiento de una identidad y la lucha contra los maleficios, las apariencias contra todo lo que oculta y disfraza: una lucha por hacerse reconocer. (p. 263)

Otro componente del melodrama es la exageración expresada en las reacciones de los personajes, la extrema maldad o bondad de los mismos, la dramaticidad de las situaciones, las casualidades, las expresiones verbales, gestuales y corporales, la entonación de la voz, la música dramática, los silencios y los planos visuales cortos. Todos estos elementos contribuyen a lo que Peter Brook denomina "retórica del exceso" que

implica la recurrencia de una gestualidad exagerada, que, como ha señalado Jesús Martín Barbero, tiene sus antecedentes en los mimos, charlatanes yregoneros de plazas; a trabajos vocales con la entonación con registros de voz que van desde el susurro al grito: y una proxémica exacerbada con que fueron señalados los momentos de tensión (...) (citado en Mazziotti, 1991, p.103)

Por su parte A. M. Ávila de Jalil asocia el origen de estas hiperbolizaciones al público "popular" en contraposición a la burguesía y señala como origen de esto a las presentaciones teatrales de la Francia e Inglaterra del siglo XVII, que: "como eran representaciones para un público, que no sabía leer ni escribir y por lo tanto carecía de

una competencia literaria mínima, se ponía énfasis en las acciones y grandes pasiones" (Ávila, 2005, p. 31). Esto contrastaba con los espectáculos y la literatura que consumía la burguesía en la cual no se permitía esos tipos de comportamientos.

El costumbrismo, por su parte, se refiere a la puesta en escena de las costumbres de la vida cotidiana de la sociedad representada, de esta forma se logra un acercamiento con los televidentes mediante procesos de identificación con los personajes, con los escenarios y con el lenguaje coloquial. Tal como lo entiende Jesús Galindo (1988):

El espectador aprende porque esos momentos y lugares son posibles dentro de su orden cotidiano de vida, o por lo menos comparables. Si esto no sucediera así, el fenómeno de identificación no se produciría, y la telenovela sería débil pragmáticamente, su efecto sería equivalente al de un documental sobre una cultura completamente extraña. (p. 110)

Entendemos entonces que, según este autor, los procesos de identificación son esenciales en la telenovela para la comprensión y seguimiento de la trama por parte de los espectadores, por eso ocurre que en muchas de estas narraciones se usan personajes estereotipados que producen un rápido reconocimiento.

Por su parte, Omar Rincón (2005) también se hace eco de esta situación y afirma que

La televisión, por ser un medio masivo, trabaja en base a imágenes masivas sobre las temáticas, las realidades y las personas. En este sentido, casi todos los caracteres televisivos terminan siendo estereotipos, caricaturas, generalidades, dejando de lado los matices, ambigüedades y sutilezas de toda vida. (p. 22)

Los lugares (escuelas, bares, clubes, discotecas, casas) que muestran las telenovelas deben ser reconocibles, aunque no formen parte de la vida cotidiana del espectador. Galindo plantea el ejemplo de las mansiones (pero también pueden ser autos de lujos, viajes a lugares exóticos, etcétera) como un referente de los deseos de ascenso social de las audiencias, los cuales están generalmente reprimidos y



en la telenovela el espectador cree alcanzarlos; todo ello vehiculizado por procesos inconscientes de identificación.

Las formas de relación de los personajes en el escenario social, es decir, las relaciones de trabajo, las relaciones familiares, las amorosas, en fin, situaciones comunes de la vida social y personal, son representadas y usadas como recursos de reconocimiento en la telenovela y son adquiridas por las audiencias como modelos. Desde las telenovelas construimos las ideas acerca de cómo deben ser esas relaciones. Según lo expresado por Mazziotti (2006),

Las maneras de expresar afectos, emociones, las formas de entablar una relación interpersonal, el valor dado a esas relaciones, las normas sociales en torno a la pareja y a la familia, las relaciones de género, están en gran medida mediadas por el discurso de la telenovela y por el imaginario creado a partir de ellas. (p. 24)

Para esta autora, tanto el melodrama como el costumbrismo son rasgos invariantes en la telenovela latinoamericana. Por otro lado, describe las variables que están sufriendo en distintos aspectos,

las telenovelas actuales, sin abandonar el melodrama, manifiestan también otras textualidades que tal vez están señalando una nueva etapa en el género. Tienen que ver con la tecnología de producción, con los nuevas formas de comercialización, los intereses de los receptores (Mazziotti, 1992, p.19).

La tecnología de la producción amplía las posibilidades para las puestas en escena de mejor calidad; las nuevas formas de comercialización hacen que el formato se flexibilice adquiriendo la telenovela, por ejemplo, la forma de una miniserie; por último, los intereses de los receptores modificaron las temáticas, a la vez que permitieron la segmentación del público.

TELENOVELAS Y COLECTIVOS CULTURALES

Desde los Estudios Culturales Latinoamericanos, las telenovelas cumplen un papel importante en la conformación, consolidación y

comunicación de las identidades culturales, a partir de las cuales se agrupan los colectivos culturales y se organizan las audiencias.

Según Omar Rincón (2005), "en Latinoamérica la relación: narración e identidad cultural, se ha dado a partir de los años 80 cuando los llamados 'estudios culturales' comenzaron a investigar las relaciones entre nación y narración, esto es, los relatos cohesionadores de lo nacional" (p. 52).

Jesús M. Barbero fue uno de los teóricos que abordó esta relación entre los medios masivos de comunicación y la construcción de las identidades culturales; según sus conclusiones, en la América Latina de los primeros años del siglo XX, heterogéneas masas campesinas del interior e inmigrantes extranjeros se agolparon en las principales ciudades latinoamericanas. En este escenario político-cultural fue evidente el *destiempo entre estado y nación*, ya que los nuevos estados latinoamericanos habían logrado estructurarse política y económicamente, en beneficio de la burguesía; pero la sociedad era culturalmente heterogénea. Fue necesario construir una imagen nacional que unificara a estas masas², la homogeneización de la sociedad era considerada necesaria para lograr la tan anhelada modernización de la que Europa disfrutaba, y por ello las instituciones del Estado (y en especial el sistema educativo) junto con los medios de comunicación se constituyeron como mecanismos fundamentales en la narración de las nacionalidades e identidades culturales. Como lo explica Barbero (2010) "el cine en algunos países y la radio en casi todos, proporcionaron a la gente de las diferentes regiones y provincias una primera vivencia cotidiana de lo nacional" (p. 179).

Desde los discursos ficcionales de los medios masivos caracterizados por el melodrama, entre ellos la telenovela, forjamos nuestra imagen como sociedad y nuestra percepción como sujetos históricos y culturales. Para este autor:

² Pero en la búsqueda de un relato homogeneizante, quedaron por fuera las narraciones de las minorías, en el sentido expresado por Louis Wirth en López y Perera (1979), quien expone que "grupo minoritario es cualquier grupo de personas que, a causa de sus características físicas o culturales, se encuentra sometido a una discriminación respecto de los demás miembros de la sociedad en la que vive, recibiendo de esta un trato diferente e injusto" (p. 151). Omar Rincón (2005) va a decir que "el olvido que excluye y la representación que mutila están en el origen mismo de las narraciones que fundaron estas naciones" (p. 50). Por eso no resulta extraño que en la construcción del relato nacional argentino casi no se encuentren vestigios de la colectividad sirio-libanesa, como tampoco de otros colectivos que fueron ignorados de la historia como los pueblos originarios, porque desde los sectores hegemónicos preferían el modelo de ciudadano europeo nórdico.



en forma de tango o de telenovela, de cine mexicano o de crónica roja, el melodrama trabaja en estas tierras una veta profunda de nuestro imaginario colectivo, y no hay acceso a la memoria histórica ni proyección posible del futuro que no pase por dicho imaginario. (Barbero, 2010, p. 243)

Desde la época de la cultura oral, que abordó Walter Ong, las narraciones han sido base para la construcción de las identidades culturales. La identidad es necesariamente discursiva, son relatos acerca de quiénes somos y de quiénes son los otros, desde donde nos auto-adscribimos a un grupo cultural determinado. Siguiendo a Omar Rincón (2005) "la relación de la narración con la identidad cultural no es solo expresiva sino constitutiva, o mejor, constructiva: no hay identidad cultural que no sea contada" (p. 52).

Pero ¿quién construye esos relatos? ¿Lo hacemos nosotros mismos, las instituciones, los medios de comunicación? En realidad, estos interrogantes se enfocan en los sujetos y subjetividades que a lo largo de la historia de una sociedad o comunidad configuran sus valores, costumbres, etcétera. La definición de las identidades está basada en el cruce entre relaciones de poder, y quienes lo detentan pueden definirse y definir al otro. Según lo expresado por Pierre Bourdieu "solo los que disponen de una autoridad legítima, es decir, de una identidad conferida por el poder, pueden imponer sus propias definiciones de ellos mismos y de los otros" (citado en Cuche, 2002, p. 112). Estas lúcidas palabras de Bourdieu resultan esclarecedoras para mostrar los vínculos entre el poder de las autoridades de turno y sus posibilidades de ponderar y visibilizar determinadas identidades culturales.

La telenovela se constituye como el género televisivo por excelencia en América Latina, no solo por su gran consumo en la región sino porque además es el producto cultural más vendido del continente³, es una fuente legítima de poder simbólico y cultural. Por lo tanto, es fundamental en las construcciones de las identidades culturales. Desde la línea de los estudios culturales críticos, Vasallo de Lopes

³ José Ignacio Cabrujas (2002) expresó al respecto: "Pienso que la telenovela es algo de lo cual nos tendríamos que sentir orgullosos los latinoamericanos, es una de las expresiones culturales más grande que ha hecho nuestro continente (...) es tan importante el impacto que la telenovela tiene, que se ha convertido en paradigma de elemento cohesionador y unificador de los latinoamericanos" (p. 23).

afirma que "la ficción televisiva es un elemento decisivo, pues tiene que ver con la forma en cómo se están reorganizando las identidades colectivas y las formas de diferenciación simbólica" (Vasallo de Lopes, 2008, p. 37).

Por otro lado, la influencia en las mentalidades de la telenovela radica en su parecido con la realidad al representar lo cotidiano, y debido al poder de la imagen como elemento de credibilidad. En la telenovela se confunde lo real con lo imaginario. Al respecto señala Jesús Galindo (1988):

el orden imaginario compone en una sola unidad tanto a las experiencias del día, vividas en directo, como a las experiencias escuchadas en conversaciones, las vistas en la telenovela, así como todas aquellas que hayan pasado por el marco perceptual y se conserven en la memoria. La imaginación ordena al mundo a partir de todo rasgo de experiencia percibido o recordado. La vida es real y concreta, pero también real e imaginaria. (p. 102)

En esta instancia, vale aclarar que los medios masivos no intervienen en la cognición social a la manera que lo planteaba la *teoría de la aguja hipodérmica*⁴, la cual concebía una relación directa entre emisor, mensaje y receptor. En el modelo hegemónico de Gramsci, el poder de los medios es consensuado, ideológico, difuso y contingente. Siguiendo la línea gramsciana, la influencia de los imaginarios colectivos reside en que, además de ser representaciones en telenovelas, estos imaginarios se imponen en las agendas noticiosas, que refuerzan opiniones, y marcan los temas de conversación.

Como bien afirma Klaus Jensen (1997):

la recepción, los usos sociales y los contextos culturales de los medios de comunicación cobran especial y estra-

³ Esta teoría de Harold. D. Laswell, también llamada "Teoría de la bala mágica", es reflejada en su obra *Propaganda Techniques in The World War* de 1927, surge en el contexto del periodo de entreguerras, en el que los regímenes totalitarios europeos utilizaban los medios de comunicación a gran escala para impartir sus ideologías, en el que además se consideraba que el pueblo estaba deslumbrado por esas novedades tecnológicas (la radio y el telégrafo). Laswell sostenía que la sociedad era una masa amorfa a la que los medios disparaban sus mensajes, y estos eran recibidos y aceptados por las masas sin mediación social, cultural, ni situacional.



tégica importancia (...) la audiencia televisiva como entidad homogénea es una categoría sin sentido, puesto que solo existe la cadena de situaciones dispersas, que proliferan indefinidamente, en las que se experimenta el acto de ver la televisión. (p. 198)

Estas palabras de Jensen desmoronan la idea de una audiencia monolítica y compacta para dar espacio a la dispersión que prolifera en las percepciones de las audiencias.

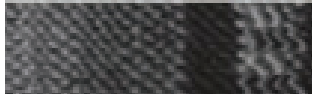
Sin embargo, la influencia de los medios es intensa cuando no se tiene un conocimiento previo de lo representado, porque sus contenidos se convierten rápidamente en realidades, al respecto Roger Chartier señala que: "la relación de la representación se ve entonces alterada por la debilidad de la imaginación, que hace que se tome el señuelo de lo real, que considera los signos visibles como índices seguros de una realidad que no lo es" (citado en Rodríguez, 2014, p. 96).

Por ejemplo, la famosa telenovela "El clon", de la reconocida productora Red Globo, es una clara demostración del modo de visibilizar dos colectivos culturales, un "nosotros" brasileño y un "ellos" árabe-marroquí; en ella es mostrada la sociedad de Brasil con gran componente de inmigrantes, entre ellos, el colectivo cultural marroquí que lucha por su reconocimiento sociocultural. Esta telenovela recibió críticas desde la comunidad marroquí en Brasil, quienes consideraban que sus representaciones no eran acordes a cómo se percibían ellos mismos, ni tampoco se correspondían las costumbres mostradas (ficcionalizadas) con las que ellos practicaban. "Dado que la audiencia primaria de 'El clon' era la sociedad brasileña general (y luego la iberoamericana, la norteamericana y la mundial), había una responsabilidad didáctica principal de esta trama que consistía en informar y documentar sobre la religión y las costumbres del Islam" (Goldberg, 2008, p. 445).

La conclusión de este trabajo es que las representaciones mediáticas de los distintos colectivos culturales que conforman el engranaje de la sociedad actual, forman parte de un imaginario social a propósito construido y mantenido por los grupos poderosos, los cuales detentan la facultad de imponer sus significaciones a grandes audiencias. En este sentido, la telenovela, por todo lo que hemos visto, conforma un medio de comunicación poderoso, por lo menos en el ámbito latinoamericano, para reproducir tales imaginarios estereotipados en los que, sin una reflexión crítica, quedaríamos atrapados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, A. M. (2005). *Sociedad y lenguaje en la telenovela argentina*. Tucumán: Colección TESIS
- Barbero, J. M. (2010). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Anthropos
- Carrasco Pirard, E. (ed.). (2007). *Televisión y cultura, una relación posible*. Santiago de Chile: LOM ediciones
- Cuche, D. (2002). *La noción de cultura en las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión
- Galindo, J. (1988). Lo cotidiano y lo social. La telenovela como texto y pretexto. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, II(5), pp. 95-135
- Godines, F. (2010). *El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales: apuntes teórico-prácticos para la producción integral*. Buenos Aires: Jinete Insomne
- Goldberg, F. (2008). "La telenovela El clon (Brasil, 2001): diálogos interculturales y sorpresas de la historia". En Rein, R. (coord.). *Árabes y Judíos en Iberoamérica. Similitudes, diferencias y tensiones*. (pp. 437-456). Sevilla: Fundación Tres Culturas del Mediterráneo
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Quipus CIESPAL
- Jensen, K. (1997). *La semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona: Bosch
- Mazziotti, N. (1991). Intertextualidades en la telenovela argentina: melodrama y costumbrismo. *Comunicación y Sociedad*, 13, pp. 101-112
- ____ (comp.) (1992). *El espectáculo de las pasiones: las telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires: Colihue



____ (2006). *Telenovela: industria y prácticas sociales*. Bogotá: Norma.

Ong, W. (2006). *Oralidad y escritura*. México: Fondo de cultura económica.

Rincón, O. (2005). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía.

Rodríguez, M. G. (2014). *Sociedad, cultura y poder*. Buenos Aires: UNSAM

Vassallo de Lopes, M. I. (2008). Televisión y narraciones: las identidades culturales en tiempos de globalización. *Comunicar*, 30, pp. 31-45